



گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با مدیر عامل شرکت جام ماشین

فناوری روز در صنعت در و پنجره

شرکت "جام ماشین صنعت" عرضه کننده محصولات برندهای سی ام اس و کاتسان در ایران، از مهرماه گذشته برند دیگری را به سبد محصولات خود افزوده است. ماشین آلات تولید در و پنجره های آلومینوم با برند فوم اینداستری، محصول کشور ایتالیا، سومین محصولی است که شرکت جام ماشین صنعت وارد ایران کرده است. محصولات شرکت فوم اینداستری، با چهل سال سابقه ساخت ماشین آلات پنجره آلومینیومی و پردازش پروفیل های آلومینیومی در جهان، این قابلیت را دارد که پاسخگوی نیاز تولیدکنندگان در و پنجره های آلومینیومی ایران به آخرین تکنولوژی روز باشد. اخیراً شرکت جام ماشین بازدید را از کارخانه فوم ترتیب داده بود و گروهی از این شرکت به سرپرستی مدیر عامل آن، آقای ژوبین ملک کیانی برای آگاهی از آخرین دستاوردهای شرکت ایتالیایی به این کشور سفر کرده بودند. این بازدید بهانه ای شد تا خبرنگار پنجره ایرانیان مصاحبه ای را با مدیرعامل شرکت جام ماشین ترتیب دهد. در ادامه سخنان آقای ملک کیانی را درباره محصولات فوم و نیز شرایط بازار ایران می خوانید:

انتشار و:

۲- Center line پروفیل های آلومینیوم اختصاصی یا ترمال برک (Thermal Break) با برند FomIndustrie

۳- خط تولید تبدیل پروفیل نرمال به ترمال برک با برند FomIndustrie

۴- ماشین آلات تولید در و پنجره آلومینیوم (برش، کپی روتور، مولیون، پانچ) با برند FomIndustrie

۵- ماشین آلات تولید درب و پنجره UPVC با برند ProfteQ

۶- ماشین آلات اقتصادی و خاص (مانند چسب گوشه) آلومینیوم با برند Comall

البته با توجه به اینکه این شرکت، کلیه قطعات اصلی ماشین آلات را نیز خودش تولید می کند، برندها دیگری مثل FomText (صفحه کلیدهای دستگاه ها) و ... را نیز در اختیار دارد که از چند سال پیش، بیشتر این برندها با نام FomGroup مشخص می شوند.

■ با توجه به بازدیدی که اخیراً از کارخانه این شرکت در کشور ایتالیا داشته اید، روش کار و فضای حاکم بر این شرکت را چگونه دیدید؟

این شرکت در ۴ کارخانه (۳ باب در ایتالیا و ۱ باب در فرانسه) فعالیت دارد که کنترل این ۴ کارخانه به صورت همزمان، از طریق دفتر مرکزی صورت می گیرد. در کارخانه شهر اصلی حدود ۲۳۰ نفر فعالیت دارند تعدادی از این افراد، از طریق دانشگاه های شهر به صورت

■ درباره پیشینه شرکت فوم، محصولات این برند و سطح فعالیت آن توضیحاتی بفرمایید.

شرکت فوم اینداستری به عنوان شرکت اصلی و مادر مجموعه FomGroup در شهر کاتولیکا در شرق کشور ایتالیا قرار دارد. این شرکت در گذشته، قطعات هواپیماهای ایرباس و بوئینگ را با دستگاه های ساخته شده خود، تولید می کرد که از حدود ۴۰ سال پیش با ثابت بودن حجم بازار قبلی، به تولید ماشین آلات ساخت در و پنجره و نمای آلومینیومی و یو.پی. وی.سی اقدام کرده است.

این شرکت در حال حاضر یکی از سه برند اصلی این بازار در جهان است. در سال های گذشته به دلیل نداشتن نماینده رسمی در ایران، شرکت های ایرانی خرید خود را به صورت مستقیم از ایتالیا انجام می دادند. از دو سال پیش مذاکرات اصلی برای اخذ نمایندگی یا دفتر رسمی در ایران آغاز شد که در سال پیش به صورت کامل نمایندگی این برند توسط شرکت جام ماشین صنعت اخذ شد. به طور کلی محصولات مربوط به صنعت در و پنجره این شرکت در شش گروه اصلی با برندهای مختلف تقسیم شده است:

۱- ماشین آلات CNC از پنج محور برای پروسه های خاص، تا دو محور به عنوان کپی روتور با برند FomIndustrie



کارآموز وارد شرکت شده اند و بعد از مدتی در صورت رضایت شرکت، این افراد به صورت تمام وقت یا پاره وقت به استخدام شرکت در می آیند. میانگین سنی شرکت حدود ۳۸ سال است که ۱۵ درصد این افراد را زنان تشکیل می دهند. میانگین سنی مدیران اصلی شرکت حدوداً ۴۰ سال است؛ البته این نکته، با توجه به فرهنگ کارخانه داری و مدیریتی در این سطح در ایران، جای تامل دارد. واحد آموزش این مجموعه هر ساله در چند مرحله نیروهای کارخانه و فروش را آموزش مجدد می دهد، و ضمن آشنایی با شرایط روز، استانداردهای ماشین آلات را نیز یادآوری کند. از طرف دیگر این آموزش سالانه برای تمام نمایندگی های سراسر دنیا نیز صورت می گیرد. واحد برنامه ریزی شرکت، دفاتر اصلی در ۸ کشور دنیا (فرانسه، چین، هند، روسیه، رومانی، آمریکا، اسپانیا و ترکیه) را مدیریت می کند که اکثر این کشورها، انبار دپوی محصولات برای سایر نمایندگی ها نیز هستند؛ مثلاً دفتر اصلی شرکت فوم در شرکت ترکیه، مسئولیت دپوی محصولات این شرکت برای کشورهای ایران، حاشیه خلیج فارس و حاشیه غربی دریای خزر را بر عهده دارد. فضای صمیمی میان افراد این شرکت و این موضوع که هر کسی در طول روز می داند باید چه کاری را انجام دهد بیشتر از همه نمود پیدا می کند.

■ آیا این کارخانه ویژگی خاصی داشت که نظر شما را جلب کند؟

ویژگی خاص بحث کنترل و کیفیت بود که این واحد بدون در نظر گرفتن زمان تحویل به مشتری، در صورت بروز هرگونه مشکل در هر یک از ماشین آلات، عملیات تست مجدد را به انجام می رساند تا پس از اطمینان از کارکرد استاندارد کلیه قطعات، دستگاه را برای تحویل به واحد بعدی ارجاع دهد.

■ وضعیت برند خود را در بازار ایران چگونه می بینید؟ سطح استقبال مشتریان ایرانی تا چه حد بوده است؟ جایگاه ماشین آلات فوم در بازار ایران نسبت به سایر رقبای آن، کجاست؟

بازار ایران، بازار عجیبی است. شما باید با قیمت بالای بالا بدهید یا قیمت پایین. چون ذهنیت مشتریان در ایران این است که اگر پول دارم بهترین را می خرم و اگر ندارم چرا هزینه ای برای برندهای حد میانی انجام دهم. در حقیقت بازی با قیمت تاثیر اصلی را دارد نه هزینه تمام شده، و در این میان اگر شرکتی با هزینه تمام شده و سود عرفی بخواهد وارد بازار شود مشکلات عدیده ای خواهد داشت. در یک سال گذشته، استقبال خوبی شده است، ولی با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه، تهیه خط کامل برای اکثریت سخت شده است. طبق صحبت هایی که با شرکت فوم شده است ما همچنان قیمت ها را بر اساس نمایشگاه سال پیش نگه داشته ایم؛ با این حال در بازار داخلی ایران عموماً دو معیار برای خرید در نظر گرفته می شود: (۱) درصد تخفیف (۲) شرایط پرداخت.

در مورد نخست، شرکت های به ظاهر موفق در بازار ایران در اصل قیمت ها را بسیار بالا می برند و یک تخفیف مثلاً ۲۰ درصد می دهند و بعد با این میزان تخفیف مشتری را به میز مذاکره می کشانند و در مورد دوم هم بسیاری از شرکت ها به خاطر عدم وصول مطالبات از سوی مشتری زمین گیر شده اند. اما امیدواریم که با توافقات انجام شده مشکلات ناشی از تحریم ها و ال سی و ... رفع شود تا ادامه فعالیت های بازرگانی آسان تر صورت پذیرد. مشکل اصلی این بازار در حال حاضر این است که بسیاری از مشتریان اطلاعات کاملی از صنعت آلومینیوم ندارند و با رویکرد یو.پی.وی.سی وارد این بازار می شوند، اما این بازار با بازار یو.پی.وی.سی متفاوت است چون برای تولید در و پنجره و نمای آلومینیوم باید اطلاعات مهندسی داشته باشید؛ برای نمونه باید بدانید که در صنعت آلومینیوم، دقت اصلی روی برش و پانچ است، در حالی که در یو.پی.وی.سی روی جوش حساسیت وجود دارد. در نهایت با توجه به نوع صنعت آلومینیوم که دقت حرف اول را می زند، به زودی اکثریت مشتریان بسیاری از برندها را حذف خواهند کرد.

■ در پایان اگر مطلبی باقی مانده، بفرمایید.

ضمن تشکر از شما و دوستان نشریه پنجره ایرانیان آرزو می کنم که تغییری در این صنعت نه صرفاً آلومینیوم بلکه یو.پی.وی.سی، شیشه و ... به وجود بیاید؛ میان فروشندگان ماشین آلات، براق آلات، پروفیل و ... یک همدلی شکل بگیرد تا تولیدکنندگان در و پنجره بتوانند با دید باز و دانش کافی به تولید پنجره استاندارد اقدام کنند. امیدواریم که دروغ در این بازار از بین برود و هر شرکتی با تکیه بر برند و نام خودش، فروش خود را انجام دهد، نه اینکه با رقابت ناسالم و زیر سوال بردن واقعیات رقبا (مثل چینی خطاب کردن رقبا و ...) دنبال فروش بیشتر باشد.