



در گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با مدیر فروش شرکت شاهین سازه فجر مطرح شد:

تحولی همه‌جانبه در ساختار ماژول

پروفیل ماژول یکی از برندهای نام‌آشنای صنعت یو.پی.وی.سی کشور است که نیاز به معرفی ندارد. شرکت شاهین سازه فجر که با تولید پروفیل ماژول مدت‌هاست در بازار مشغول فعالیت است، به‌تازگی برندی دیگر را با نام تجاری وینکو به محصولات تولیدی خود افزوده است. این شرکت اخیراً برای ارتقاء توانمندی‌های خود، دست به تغییر و تحولاتی در سیستم مدیریتی خود زده است. برای آگاه شدن از این اتفاقات جدید به شرکت شاهین سازه فجر رفتیم و پای صحبت‌های مدیر فروش جوان اما با تجربه ماژول نشستیم. آرش سقایی که به‌تازگی به این مجموعه پیوسته است، ما را از تازه‌ترین تحولات این شرکت باخبر کرد. با هم این گفتگو را می‌خوانیم:

اشاره:

■ در جریان هستید یکی از مواردی که امروزه در صنعت یو.پی.وی.سی به گوش می‌رسد، و دائماً از سوی برخی مطرح می‌شود، زرد شدن پروفیل‌هاست. در اینجا می‌خواستم پرسش صریحی را طرح کنم، آیا پروفیل ماژول هم زرد می‌شود؟

مساله زرد شدن، مدتی است که مطرح شده و برخی برای تضعیف صنعت یو.پی.وی.سی به آن دامن می‌زنند. اما جالب است بدانید، بررسی‌های صورت گرفته نشان داده است که در بیشتر مواقعی که پروفیلی زرد شده، این امر به دلیل آلودگی و ذرات معلق موجود در هوا بوده است که به‌راحتی با برخی مواد شوینده تمیز می‌شوند. بالاخره یکی از امتیازات یو.پی.وی.سی نسبت به دیگر مصالح در و پنجره، براق بودن و اکثراً سفیدرنگ بودن است. روشن است که این امتیاز پروفیل، از سوی دیگر باعث شده است که این محصولات در معرض آلودگی هوا و نشستن لایه‌ای زرد رنگ بر روی آن قرار گیرند. اگر دقت کرده باشید، حتی در یک اتاق در بسته که مثلاً تابلویی به دیوار آن نصب شده است، با برداشتن تابلو، پس از مدتی قسمتی از دیوار که در زیر تابلو قرار داشته با بقیه قسمت‌های دیوار تفاوت رنگ محسوسی دارند. در چنین شرایطی روشن است که پروفیل سفیدرنگ یو.پی.وی.سی که در بیرون از خانه نیز قرار دارد، در معرض

درباره پیشینه شرکت شاهین سازه فجر که امروزه بیش از هر چیزی با نام ماژول شناخته می‌شود، قدری توضیح دهید.

این شرکت از سال ۱۳۸۶ با هدف بهینه‌سازی مصرف انرژی تأسیس شد. اما فعالیت جدی این شرکت از اواخر سال ۱۳۸۹ آغاز شد. در حال حاضر کارخانه این شرکت در شهرک نصیرآباد تهران واقع شده که با ۹ خط اکستروژن مشغول به تولید می‌باشد. همچنین تعداد قالب‌های مجموعه و نیز وزن پروفیل‌های تولیدی در طبقه‌بندی در سطح مطلوبی قرار دارد.

■ شرکت شما چه محصولاتی تولید می‌کند؟

در حال حاضر دو برند در کارخانه شرکت تولید می‌شود. برند نخست ما، ماژول است و برند نسبتاً جدید و اکونومی ما نیز، وینکو نام دارد. البته این دو پروفیل از قالب یکسانی برخوردار هستند و ابزار مورد نیاز جهت کار با این دو پروفیل در کارگاه‌های پنجره‌سازی یکسان است. هر دو برند پروفیل‌های سری ۶۰ و چهار کاناله هستند. پروفیل وینکو هم‌اکنون در پروژه‌های انبوه‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته این نکته را هم اضافه کنم که در حال حاضر سفارشات رسیده به ماژول، نهایت تا ۲۴ ساعت تحویل مشتری می‌شوند.

آلودگی بیشتری قرار داشته باشد.

نیز طراحی و عرضه کرده‌ایم. این اپلیکیشن، ابزار بسیار مناسبی خواهد بود که مشتریان با کمک آن می‌توانند در گوشی موبایل خود از کلیه اطلاعات لازم خود، اعم از چک کردن حساب‌های موجود، وضعیت بار ارسالی و غیره آگاه شوند. به‌وسیله این اپلیکیشن حتی امکان انجام سفارش و پرداخت پول نیز وجود دارد.

■ در نظر بسیاری ماژول با مسابقات فوتبال ارتباط تنگاتنگی دارد. از نظر شما آیا این نظر درست است؟ و به‌طور کلی ماژول از سیاست تبلیغات خود در مبادین ورزشی چقدر منتفع شده است؟

به‌هرحال ماژول نیز مانند بسیاری از شرکت‌های بزرگ، در سراسر جهان، می‌تواند از فرصت تبلیغات ورزشی پیش آمده استفاده کند. یک بار این فرصت برای ماژول پیش آمد و از آن به بهترین شکل ممکن بهره برد. فراموش نکنید با توجه به گستردگی مخاطبان مسابقات فوتبال، درج نام یک پروفیل روی لباس تیمی چنین پرطرفدار، نه تنها به سود آن شرکت خاص خواهد بود بلکه به ترویج و شناخته‌تر شدن بیشتر صنعت یو.بی.وی.سی نیز کمک خواهد کرد. با تبلیغ ماژول بر پشت پیراهن تیم استقلال تهران این اتفاق به صورت مناسبی افتاد. اما این به معنای وجود ارتباط خاصی میان استقلال و ماژول نیست. همانطور که در جریان هستید در یک دوره ماژول اسپانسر این تیم بود و در دوره‌های دیگر و همچنین در حال حاضر شرکت‌های دیگر در این نقش ظاهر شده‌اند و البته اگر در آینده باز هم این فرصت برای ماژول به‌وجود آید، به نظر من باید از آن استفاده کند.

■ ارزیابی شما از بازار پروفیل و در و پنجره کشور چیست؟

رکود امروز نتیجه یک سری از سیاست‌های عجولانه‌ای است که ۵ سال پیش روی داد. در آن دوره با توجه به حجم بالای پروژه‌های ساختمانی از جمله مسکن مهر، شرکت‌های بسیاری در این زمینه تاسیس شده و مشغول به کار شدند. بر اساس آماري که در دست داریم در حال حاضر حدود ۳۰۰۰ کارگاه پنجره سازی در سراسر ایران مشغول به کار هستند و متأسفانه رقابت ناسالمی میان آنها در گرفته است. همچنین افزایش کارگاه‌های زیرپله‌ای امروزه به بالای جان کارخانه‌های بزرگ و کلیت صنعت یو.بی.وی.سی تبدیل شده‌اند. به دلیل چنین شرایطی برخی از مجموعه‌های بزرگ به مرز ورشکستگی رسیده‌اند. به نظر من اگر کنترل و نظارتی در تاسیس چنین کارگاه‌های اعمال نشود، وضعیت رو به وخامت خواهد رفت. ما از ارگان‌های مانند انجمن صنفی انتظار داریم در کنار زحماتی که می‌کشند، تمهیداتی را صورت دهند تا فعالیت در این صنعت قانون مند و ضابطه‌مند شود.

ضمن اینکه فکر می‌کنم همین اتفاقی که در عرضه پنجره‌سازی افتاد در حال حاضر در حال روی دادن در حوزه پروفیل‌سازی است. امروزه بسیاری از شرکت‌های مونتاژکار اقدام به خرید دستگاه اکستروژن و تولید پروفیل کرده‌اند. این اتفاق ناخوشایندی می‌تواند باشد. ببینید، میزان مصرف پروفیل کشور در سال، حدود ۵۰ تا ۶۰ هزار تن است، این میزان ظرفیت تولید حدود ۱۰ کارخانه است، ولی اکنون بیش از ۴۰ شرکت اقدام به تولید پروفیل می‌کنند. در نتیجه شما امروز مشاهده می‌کنید برخی از این کارخانه‌ها یا در حال تعطیل شدن هستند یا با بخشی از ظرفیت خود در حال تولید می‌باشند. این شرایط حاصل نبود نظارت و کنترل در این حوزه است. فکر می‌کنم اگر تغییری در این وضعیت رخ ندهد، پروفیل سازان نیز با مشکل امروز پنجره‌سازان، یعنی تعطیلی و ورشکستگی، روبه‌رو خواهند شد.

■ با توجه به تجربه فراوانی که در این صنعت دارید، چه راهکاری را برای خروج از این بحران توصیه می‌کنید؟

البته من کوچک‌تر از آن هستم که بخواهم راهکار بدهم ولی فکر می‌کنم صنعت یو.بی.وی.سی باید مرمت شود، این صنعت به هوایی تازه نیاز دارد. باید شرایطی فراهم آید که هرکسی اجازه نداشته باشد وارد بخش تولید شود. به‌طور کلی می‌توان گفت این صنعت در حال حاضر متولی مشخصی ندارد. در صورتی که اگر متولی خاصی وجود داشت و به‌صورت کامل بر فعالیت‌های این صنعت نظارت می‌کرد، برای مجوز فعالیت دادن، اولاً بررسی می‌کردند که آیا ظرفیتی برای اضافه شدن به تعداد تولیدکنندگان وجود دارد، و در وهله دوم اگر کسی خواست به جرگه تولیدکنندگان بپیوندد، دست‌کم ملزم باشد کلیه استانداردهای لازم در این زمینه را رعایت کند.

البته موارد محدودی نیز وجود داشته است که کیفیت پایین پروفیلی علت تغییر رنگ آن بوده است. این امر به فرمولاسیون تولید پروفیل و یکی از مواد افزودنی و گرانتیتم به نام تیتانیوم مربوط می‌شود. در تولید ماژول با توجه به اینکه از مواد بسیار گرانی با فناوری نانو بهره گرفته می‌شود، هیچگاه از میزان تیتانیوم مورد لزوم کاسته نشده و نخواهد شد. من نیز تاکنون گزارشی مبنی بر تغییر رنگ ماژول دریافت نکرده‌ام. ضمن اینکه در صورت وقوع چنین اتفاقی، تیم کارشناسی ماژول سریعاً در محل حاضر شده و در صورتی که مشکل از پروفیل بوده باشد، ضرر و زیان مشتریان جبران می‌شود.

■ آیا تاکنون ماژول تلاشی برای صادرات محصولات خود به خارج داده است؟ بله. ما دفتری در کشور گرجستان تاسیس کرده‌ایم و در حال بازاریابی در کشورهای آسیای میانه و قفقاز هستیم که به نتایج خوبی نیز رسیده‌ایم که در آینده از آن باخبر خواهید شد.

■ ارزیابی شما از سطح و جایگاه فعلی ماژول در بازار رقابتی کشور چیست؟ به نظر من ماژول، با توجه به امکانات، ابزار و توانمندی‌های خود، می‌تواند جایگاه بسیار بهتری را در بازار کسب کند. با توجه به سابقه‌ای که در این حوزه دارم چشم‌انداز این شرکت را بسیار روشن می‌بینم. فقط بخش‌هایی از این شرکت نیاز به تغییراتی داشت که با اعمال این تغییرات مطمئن باشید شاهد عملکرد بسیار متفاوتی از ماژول در بازار خواهید بود.

■ این تغییرات بیشتر به کدام یک از بخش‌های شرکت مربوط است؟

بخشی از این تغییرات مربوط به بخش تولید می‌شود. در گام نخست قرار شده است که برای تسهیل در امور تولید محل کارخانه جابجا شود. در حال حاضر مراحل ساخت کارخانه‌ای جدید در شهرک صنعتی نصیرآباد با ۱۶ سوله آغاز شده است که امیدواریم تا پایان سال جاری این جابجایی صورت گیرد. با کارشناسان خارجی نیز مذاکرات لازم صورت گرفته تا برای این جابجایی به ایران بیایند. با جرات می‌توان گفت چنین فضایی که تدارک دیده شده است، یعنی ۱۶ سوله با ۲۰ هزار متر مربع فضا، وجه تمایز ماژول نسبت به سایر فعالان این حوزه خواهد بود؛ ضمن اینکه با در نظر گرفتن قرار داشتن چنین کارخانه بزرگی در تهران، می‌توان به امتیاز ماژول از این جهت بیشتر پی برد.

همچنین در خصوص فرمولاسیون نیز تغییراتی در پروفیل‌های تولیدی ایجاد کرده‌ایم و محصولات ما حدود دو ماه است که با تکنولوژی نانو تولید می‌شود. این امر سبب شده است که کیفیت پروفیل‌های ماژول از نظر براق بودن و استحکام ارتقاء یابد. از سوی دیگر تغییراتی نیز در بخش فروش، تبلیغات و بازاریابی این شرکت صورت گرفته است. در این راستا من و تعدادی از دوستان، که هر کدام تجربه بسیار پرکاری در زمینه کاری خود دارند، به این مجموعه اضافه شده و با یکدیگر هم‌پیمان شده‌ایم که آینده درخشانی را برای ماژول رقم بزنیم.

■ در خصوص مدیریت مجموعه ماژول، چه تغییراتی صورت گرفته است؟

در گام نخست دفتر مرکزی این شرکت به ساختمانی پنج طبقه منتقل شد تا هر یک از بخش‌های شرکت با شرایط بهتری فعالیت کنند. از نظر ساختار منابع انسانی و اداری نیز تغییراتی صورت گرفته و همچنین پرسنل جدید و باتجربه‌ای به مجموعه اضافه شده و بخش‌های مختلف شرکت را تقویت کرده‌اند. همچنین طی تغییر دیگری که صورت گرفته، تمامی ارتباطات داخل سازمانی، اعم از شرکت و کارخانه به‌صورت مکتوب و فقط از طریق ایمیل انجام می‌شود. بنابراین همه امور به‌صورتی سازمان یافته پیش می‌رود.

ضمن اینکه در سیستم و سیاست‌های فروش نیز تحولاتی صورت گرفته است و سرفصل‌های جدیدی را به‌عنوان دستورالعمل فروش ایجاد و ابلاغ کرده‌ایم. به‌طور کلی نظم اداری بیش از پیش در ماژول در جریان است.

■ ممکن است مشخصاً بفرمایید چه سیاست خاصی در خصوص فروش اتخاذ شده است؟

دو اقدام ابتکاری در این خصوص صورت گرفته است. نخست آنکه خرید آنلاین از سایت ماژول ممکن شده است. این یک اتفاق بزرگ در این زمینه است، زیرا بسیاری از شرکت‌های معتبر هم هنوز چنین کاری نکرده‌اند. افزون بر این، اپلیکیشن ماژول را