



در گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان
با محمدرضا قائمیان مطرح شد:

سیاست‌های متفاوت فوم‌اینداستری در بازار

اشاره:

این روزها شرایط سختی بر صنعت در و پنجره‌سازی حاکم است و در این میان بخش ماشین‌آلات با ناگواری‌های بسیاری روبه‌روست. استفاده از ماشین‌آلات مونتاژ در و پنجره به‌ویژه در حوزه آلومینیوم، نیاز به سرمایه‌های سنگینی دارد. همین عامل سبب شده است که در نظر بسیاری خرید یا به‌روزرسانی ماشین‌آلات در این بازار را کاندید منطقی نباشد. با این حال، بازار شاهد فعالیت‌های موفق برخی برندهاست. از آن جمله می‌توان به برنده ایتالیایی فوم‌اینداستری اشاره کرد. با اینکه حدود یک سال از حضور این برند در بازار ایران می‌گذرد، کارنامه قابل قبولی از این شرکت به ثبت رسیده است. برای بررسی این موضوع و ارزیابی فضای حاکم بر این بخش از بازار به سراغ محمدرضا قائمیان، قائم‌مقام مدیرعامل شرکت فوم‌اینداستری رفتیم و بای گفتگو با وی نشستیم. از وی درباره فعالیت‌های متفاوت این شرکت در بازار پرسیدیم و تحلیل وی را از شرایط سخت پیش رو جویا شدیم. با هم این گفتگو را می‌خوانیم:

با اتکا به پیشینه پر بار خود از بالاترین استانداردهای اروپایی برخوردار بوده است. نتیجه این امر را نیز ما در کار خود به‌عینه مشاهده کرده‌ایم، و حتی ماشین‌آلاتی که یک سال از فروش آنها گذشته است، نیازی به تعمیر پیدا نکرده‌اند.

البته یکی دیگر از مزایای دستگاه‌های فوم این است که از آپشن‌ها و تنوع بسیار بالایی برخوردار است. این امر به‌نوبه خود سبب بالا رفتن دقت، سهولت در تولید و در نتیجه ارتقای کیفیت محصولات می‌شود.

■ روشن است که ماشین‌آلات فوم از آنجا که متعلق به یکی از تولیدکنندگان معتبر اروپایی است و از برند پرآوازه‌ای برخوردار است، کیفیت خوبی هم دارد. اما در گذشته نیز شاهد بوده‌ایم که ماشین‌آلات بسیار معتبر جهان در بازار ایران موفقیتی چندان نداشتند. دلیل این امر را چه می‌دانید؟

روشن است که کیفیت ماشین‌آلات تنها بخشی از قضیه است، بهترین دستگاه‌های جهان نیز اگر نتوانند خدمات پس از فروش مناسب را به مشتریان خود ارائه کنند، موفق به جلب رضایت مشتریان نخواهند شد و در نتیجه ناکام خواهند ماند.

باید به این نکته توجه داشت که در ایران نماینده یک شرکت صرفاً فروشنده محصولات آن شرکت نیست، بلکه باید از عهده ارائه خدمات لازم مانند تامین قطعات یدکی نیز به‌خوبی برآید. مثلاً اگر کارگاهی به‌خاطر خراب شدن قطعه‌ای از کار بیافتد، شرکت فروشنده موظف است در کمترین زمان ممکن آن قطعه را تامین کند. البته ارائه چنین خدماتی نیز به زیرساخت و فعالیت‌های گسترده و همچنین دلسوزی شرکت فروشنده نیاز دارد. برای مثال شرکت‌های این‌چینی باید حتماً از دیوی مناسب قطعات یدکی برخوردار باشند.

■ آیا شرکت فوم نیز در خصوص دیوی قطعات مورد نیاز برنامه‌ای داشته است؟
ما نه تنها مشکلاتی از این دست نداریم، بلکه از دیوی بالای ماشین‌آلات نیز برخوردار هستیم. زیرا در بازار ماشین‌آلات عموماً روال این گونه است که شرکت‌ها پیش از تحویل دستگاه هزینه مربوطه را از مشتریان دریافت می‌کنند، و پس از آن مبادرت به وارد کردن دستگاه می‌کنند. این امر باعث بروز مشکلات چندی می‌شود؛ به غیر از اینکه در چنین

■ به نظر شما نوع ماشین‌آلات مورد استفاده در کیفیت پنجره‌های آلومینیومی تولید شده، تا چه حد می‌تواند تاثیرگذار باشد؟

در فرایند تولید در و پنجره، دقت و سرعت نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند. این دو عامل نیز ارتباط مستقیمی با نوع ماشین‌آلات دارند. بدین معنا که دستگاه‌هایی که در یک کارگاه مورد استفاده قرار می‌گیرند، هرچقدر کیفیت بیشتری داشته باشند، دقت در تولید و در نتیجه کیفیت محصولات افزایش می‌یابد. همچنین سرعت عمل فرایند تولید نیز بالا می‌رود. البته روشن است که اجزاء مختلف مانند پروفیل و براق‌آلات در کیفیت پنجره نقش بسیاری دارند، اما اگر هنگام مونتاژ پنجره اندازه‌گیری‌ها یا برش‌ها دقیق نباشند، محصول نهایی به‌هیچ‌وجه از کیفیت مطلوب برخوردار نخواهد بود.

به‌هرحال ماشین‌آلات مختلف با کیفیت و قیمت‌های متنوعی در بازار وجود دارد، اما آنچه که باید در نظر داشت این است در بسیاری مواقع سرمایه‌گذاری مناسب در ابتدای کار، سبب صرفه‌جویی در هزینه و زبان‌های آتی، مانند هزینه تعمیر و غیره می‌شود.

■ به نکته مهمی اشاره کردید، چرا در بازار ماشین‌آلات تا این میزان، تنوع قیمت وجود دارد؟

فاکتورهای مختلفی در تعیین قیمت این ماشین‌آلات تاثیر دارند. در واقع شرکت‌ها بر اساس قیمت خرید، نرخ نمایندگی، مدت زمان گارانتی و هزینه‌هایی که به شرکت تحمیل می‌شود، قیمت ماشین‌آلات خود را تعیین می‌کنند. همچنین دستگاه‌هایی که مثلاً ساخت کشور چین هستند، مطمئناً با دستگاه‌های ساخت آلمان و ایتالیا، از جهات مختلفی مانند استانداردهای تولید تفاوت بسیاری دارند، در نتیجه قیمت‌های آنان نیز نمی‌تواند مشابه هم باشد.

■ استانداردهای شرکت فوم‌اینداستری در چه سطحی قرار دارد؟
می‌دانید که شرکت فوم‌اینداستری یک شرکت ایتالیایی است و کشور ایتالیا نیز یکی از مراکز صاحب علم و تکنولوژی در این صنعت به‌شمار می‌آید. اما جالب است این نکته را نیز در نظر بگیرید که این شرکت در گذشته به تولید قطعات هواپیما اشتغال داشته است. در نتیجه برای این شرکت دقت مهم‌ترین اصل حرفه‌ای محسوب می‌شود. روی هم رفته شرکت فوم

مفاوتی در بازار وجود دارند. اگر فروشندگان هنگام فروش ماشین آلات به مشتریان خود تمام این تفاوت‌ها را توضیح دهند و درباره آپشن‌ها و کارایی دستگاه و نسبت آنها با قیمت تعیین شده برای آن دستگاه، مشتریان را به خوبی توجیه کنند، قیمت‌های متنوع کمتر باعث سردرگمی و بدبینی مشتریان می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت که عدم آگاهی مشتریان در بسیاری مواقع به مشکلات موجود دامن می‌زند.

■ یعنی به نظر شما اطلاع‌رسانی در بازار می‌تواند از بار مشکلات موجود بکاهد؟

به نظر ضرورت دارد کسانی که در این حوزه مشغول هستند، اطلاعات و دانش خود را افزایش دهند؛ فقط فروش مهم نیست، داشتن اطلاعات نیز از اهمیت برخوردار است. شما باید برای مشتری و مصرف کننده این آگاهی را ایجاد کنید که چه تمایزی نسبت به رقبای کارتان دارید.

اگر فروشندگان پراک آلات، ماشین آلات یا تولیدکننده در و پنجره اطلاعات لازم راجع به سیستمی را که ارائه می‌کند، در اختیار طرف مقابل خود بگذارد، بسیاری از معایب از میان خواهند رفت. در این صورت است که مشتری متوجه خواهد شد که با توجه به سرمایه خود کدام دستگاه بیشتر از همه می‌تواند منافع او را تامین کند.

■ آیا عمومی کردن اطلاعات از سوی شرکت‌ها باعث تضعیف آنها در میدان رقابت نخواهد شد؟

قرار نیست یک شرکت تمامی اطلاعات خود را علنی و عمومی کند، بلکه سخن بر سر آگاهی‌رسانی است؛ به این معنا که وقتی مشتری به سراغ دستگاهی می‌آید، تمامی اطلاعات مورد نیاز وی را در اختیارش قرار دهیم، مزایا و معایب آن را بگویم و کارایی دقیق آن را بیان کنیم. در واقع ما باید به‌عنوان یک مشاور، و نه صرفاً فروشنده، در کنار مشتریان باشیم. در چنین حالتی اگر یک مشتری از شما خرید هم نکند، اطلاعاتی که شما در اختیارش گذاشته‌اید دهان به دهان گشته و باعث افزایش اعتبار شما در بازار می‌شود، و در عین حال نشان دهنده اطمینان خاطر شما از محصولاتی که عرضه کرده‌اید خواهد بود.

همان طور که گفتیم، باید در قامت یک مشاور و نه فروشنده، همراه مشتری باشیم. در این صورت اطلاعاتی که شما به‌عنوان یک مشاور در اختیار آنها قرار داده‌اید، به تدریج فراگیر شده و هر جا اگر سوالی پیش می‌آید از شما جواب می‌شوند.

در صنعت باید چشم‌انداز بلند مدت داشت، و به دور دست‌ها نگاه کرد. در واقع بخش فروش در ایران با دو مشکل عدم آگاهی و عدم دید بلندمدت، دست به گریبان است.

■ آیا می‌توان گفت مجموعه‌هایی که از دادن چنین اطلاعاتی به مشتریان پرهیز می‌کنند، از کیفیت و مرغوبیت محصولات خود اطمینانی ندارند؟

دقیقا، یا کار بی کیفیت به بازار ارائه می‌کنند یا نمی‌خواهند در مقام مقایسه با رقبای خود قرار بگیرند. در بخش ماشین آلات شما می‌بینید، شرکت‌های فروشنده روی قابلیت‌های دستگاه‌های خود تمرکز دارند و از معایب دستگاه‌ها صحبت نمی‌کنند.

این درحالی است که رفتار شرکت‌های خارجی به هیچ عنوان این چنین نیست. شما از هر شرکتی در خواست کنید آن شرکت، کاتالوگ، جزئیات فنی و حتی نقشه را در اختیار شما قرار می‌دهد. سیاست شرکت ما هم این است که اطلاعات را به صورت کامل از نظر قیمت، جزئیات فنی، نمودار و نقشه در اختیار مشتری قرار دهیم، اما در نهایت این مشتری خواهد بود که باید تصمیم بگیرد کدام را انتخاب کند.

■ به نظر شما در بحث جریان آزاد اطلاعات و آگاهی‌رسانی، فناوری‌های جدید، خصوصا گروه‌های تلگرامی می‌توانند موثر واقع بشود؟

بله، می‌تواند موثر واقع شود، منتها به این شرط که اطلاعاتی که دوستان می‌دهند به نقد و چالش کشیده شود. تا روشن شود که این اطلاعات، منبع موثقی دارند یا نه. ممکن است شرکتی در راستای فروش بهتر، یک سری اطلاعات کذب بیرون دهد و به دلیل مشغله‌های زیاد کسی دنبال صحت آنها نباشد.

به نظر من کانال‌ها از گروه‌های تلگرامی موثرتر هستند. البته در صورتی که کانال‌ها یک شورای سیاست‌گذاری داشته باشند که از هر صنف نماینده‌ای در آنها باشد و کانال مربوطه را مدیریت و هدایت کنند. در چنین حالتی جلوی انتشار اطلاعات کذب گرفته می‌شود. در حالی که در گروه‌ها چنین نیست و هر شخص می‌تواند مطلب خودش را قرار می‌دهد، بعد از مدتی شخص دیگری آن را رد می‌کند و کسانی که در این گروه‌ها حضور دارند، سردرگم می‌شوند که کدام واقعیت دارد.

حالتی قیمت دستگاه افزایش می‌یابد، عموماً زمان تحویل دستگاه با آنچه که فروشنده هنگام عقد قرارداد متعهد شده تفاوت دارد و باعث نارضایتی مشتریان و بروز مشکلات فراوانی می‌شود.

شرکت فوم برای اینکه در ایران با چنین مشکلاتی مواجه نباشد، ماشین آلات پرمصرف خود را در ایران دیو کرده است؛ در نتیجه نه تنها قیمت‌های این ماشین‌آلات کاملاً منطقی است، بلکه ماشین‌آلات به روز و به محض عقد قرارداد تحویل مشتریان می‌شود. به نظر من اگر شرکتی قصد دارد با یک برند معتبر کار کند، باید سازوکارهای مورد نیاز در سطح آن برند را نیز ایجاد کند. به غیر از این، ما زیرساختی را فراهم آورده‌ایم که بر مبنای آن برای مشتریان خود دوره آموزشی برگزار می‌کنیم؛ در این دوره‌ها به غیر از کار با دستگاه‌ها حتی روند ساخت در و پنجره نیز آموزش داده می‌شود.

■ به موضوع روش‌های فروش ماشین‌آلات اشاره کردید، در حال حاضر شرکت‌ها بیشتر به چه صورتی محصولات خود را به فروش می‌رسانند؟

منطق حکم می‌کند که فروش به صورت نقدی باشد، زیرا هر دو طرف آسوده خاطر خواهند بود. اما با توجه به شرایط اقتصادی کشور، بسیاری از مشتریان توان خرید نقدی را ندارند؛ به همین دلیل بیشتر معاملات به صورت مدت‌دار صورت می‌گیرد. همین عامل هم یکی از دلایل اختلاف قیمت‌ها در بازار ماشین‌آلات است.

■ دریافت بلندمدت وجه دستگاه‌ها با وجود نوسانات ارزی، برای فروشندگان مشکلی ایجاد نمی‌کند؟

اتفاقاً، بزرگترین مشکل شرکت ما نیز همین نوسانات ارزی بود. ما در این مدت به خاطر رفاه حال مشتریان محصولات خود را به صورت ریالی به فروش می‌رساندیم، اما با توجه به اینکه با شرکت ایتالیایی به صورت یورویی محاسبات انجام می‌شد، نوسانات ارزی هزینه‌های سنگینی را به ما وارد آورد.

در نتیجه ما نیز در حال حاضر، قراردادهای خود را به صورت ارزی منعقد می‌کنیم. در این صورت اگر قیمت ارز کاهش یابد، مشتری فایده خواهد برد، و اگر قیمت ارز سیر صعودی داشت، حداقل کسی در این میان ضرر نخواهد کرد.

■ ارزیابی شما از بازار فعلی ماشین‌آلات مونتاژ پنجره‌های آلومینیومی چیست؟

به‌رحال همه می‌دانند که بر کلیت بخش‌های مرتبط با ساخت و ساز رکود حاکم است. اما اتفاق ناخوشایندی دیگری در این بازار در حال وقوع است؛ به عبارتی چون سرمایه‌گذاری در صنعت آلومینیوم سنگین است، شرکت‌های بزرگ به جای انجام سرمایه‌گذاری و خرید ماشین‌آلات، سفارشات خود را به کارگاه‌های کوچک می‌دهند و به صورت اجرتی با آنها کار می‌کنند. این مساله در کنار رقابت ناسالم و نوسانات قیمت‌ها سبب حاکم شدن رکود سنگینی در این بخش شده است.

در نتیجه می‌توان گفت، بازار فعلی آلومینیوم درگیر دو مشکل است؛ یکی همان رکود کلی حاکم در بازار است، و دیگری یک سری مسائل و آسیب‌هایی که مربوط به درون این صنعت است.

■ به نظر شما با توجه به رکود سنگین حاکم بر بازار، اصولاً سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات آلومینیوم، توجیه اقتصادی دارد؟

به نظر من، در همین بازار راکد هم به اندازه کافی پروژه وجود دارد. در واقع بزرگترین مشکل بازار به رقابت‌های ناسالم بازمی‌گردد. از طرفی در بحث ماشین‌آلات با تغییرات نرخ ارز و بی کیفیت بودن بسیاری از محصولات مواجه هستیم. شرکت‌ها با قیمت‌گذاری‌هایی که انجام می‌دهند و تخفیف‌های کاذبی که ارائه می‌دهند، باعث می‌شوند مشتریان با قیمت‌های متعددی روبرو شده و در نتیجه به بازار بدبین شوند. این بدبینی خود یکی از دلایل مهم عدم سرمایه‌گذاری در این بخش است.

متأسفانه کمتر کسی به این نکته مهم توجه می‌کند که ماشین‌آلات خود بخشی از سرمایه به‌شمار می‌رود. به این معنا که اگر برای ماشین‌آلات هزینه بیشتر پرداخت شود، کیفیت تولیدات بالاتر خواهد رفت و در نتیجه موفقیت بیشتری حاصل خواهد شد. اما عموماً به‌دنبال آن هستند که با پول اندکی سود بسیار بالایی نصیب خود کنند. عملاً این بزرگترین چالش بازار ایران است. در واقع در یک بازار سالم، برای به‌دست آوردن سود بیشتر باید سرمایه‌گذاری بیشتری کرد.

از سوی دیگر، همانطور که پیش‌تر هم اشاره شد، دستگاه‌ها با قیمت‌ها و البته کارایی‌های