



در گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با مدیر عامل شرکت مانی وین مطرح شد: تخصص گرایی نیاز صنعت پنجره

اشاره:

بدون تردید یکی از عواملی که باعث پویایی و شکوفایی یک صنعت می‌شود، تخصص گرایی است. رویکردی که شاید در حال حاضر طرفداران چندانی نداشته باشد. شرایط نامطلوب حاکم بر بازار می‌تواند یکی از دلایلی باشد که فعالیت به صورت کاملاً تخصصی را در صنعت پنجره سازی دشوار کرده است. با وجود این، ترویج این رویکرد در صنعت ما خود می‌تواند عامل مهمی برای برون رفت از وضعیت موجود باشد. در این میان، یکی از شرکت‌های نام‌آشنای این صنعت، تحت مدیریت بانویی خلاق و کوشا، برغم وجود موانع و مشکلات موجود، تمامی نیروی خود را بر فعالیت تخصصی متمرکز ساخته است. برخلاف جریان حاکم بر بازار که تا حدی چند محصولی را راهکاری برای مقابله با رکود می‌داند، مانی وین لمینیت را به عنوان تنها زمینه تخصصی خود برگزیده است و فقط به این عرصه پایبند است. همین امر سبب شده که مانی وین امروزه در ایران به یکی از صاحبان دانش و فناوری در این زمینه و به نوعی یک مرجع در خصوص لمینیت تبدیل شود. به بهانه ارائه دو محصول جدید از مانی وین، به سراغ سرکار خانم مهندس پندآموز رفتیم و پای صحبت‌های ایشان نشستیم. با هم این گفتگو را می‌خوانیم:

بعدی لمینیت را در پنجره ایجاد کرد، گرایش به این نوع محصولات روز به روز بیشتر مورد توجه صنعتگران و سازندگان ساختمان قرار می‌گیرد.

شرکت مانی وین نیز به صورت تخصصی، فعالیت‌های خود را بر پاسخ به این نیاز روزافزون بازار متمرکز کرده است. بر این اساس، ما محصولات متفاوتی را منطبق با نماهای مختلف عرضه کرده‌ایم تا قدرت انتخاب مصرف‌کننده و مشتریان خود را افزایش دهیم.

■ شرکت مانی وین به غیر از لمینیت در چه بخش دیگری فعالیت دارد؟

مانی وین به صورت کاملاً تخصصی در بخش لمینیت مشغول به فعالیت است. در واقع شرکت ما، تنها شرکتی در ایران است که به طور کامل روی مباحث مختلف لمینیت متمرکز شده و مجموعه‌ای را فراهم آورده که کلیه خدمات لازم در خصوص

■ لمینیت کردن پروفیل، چه مزایا و امتیازاتی برای محصول نهایی یعنی در و پنجره به وجود می‌آورد؟

لمینیت ابزاری است برای زیباتر کردن پنجره. چندی است که استفاده از سبک‌های ایتالیایی و اروپایی در ساختمان‌های کشورمان طرفداران بسیاری یافته است. در این نوع سبک‌ها، ساختمان‌سازها از طرح‌های چوب و طرح‌های سیلور در پروژه‌های خود استفاده می‌کنند. به طور کلی می‌توان گفت گرایش به این سبک در صنعت ساختمان در حال افزایش است. افزون بر این، به نظر می‌رسد پروفیل سفید جذابیت خود را برای مصرف‌کنندگان تا حدی از دست داده است.

در حال حاضر، بازار بیشتر به سمت پنجره‌های رنگی تمایل پیدا کرده است. با توجه به این واقعیت که هرگز نمی‌توان با استفاده از رنگ، آن زیبایی و جلای چند

تمایل دارند با ما کار کنند نیز مهم است. شرکت مانی وین تنها با شرکت‌هایی همکاری می‌کند که به‌صورت استاندارد تولید می‌کنند. به‌عبارتی ما در حد توان خود اجازه نمی‌دهیم اعتبار مانی وین به خاطر کم‌کاری شرکت‌های دیگر زیر سوال برود. ما به هیچ وجه به دنبال ارزان‌فروشی نیستیم و در نتیجه در پی مشتریانی هستیم که در قالب کیفیت و قیمت محصولات ما بگنجند.

■ شرکت مانی وین چه تدبیری در این خصوص اندیشیده است؟

به‌هرحال از آنجا که مانی وین تنها شرکت تخصصی در این زمینه است، روشی ابتکاری برای اطمینان دادن به مشتریان ابداع کرده است. این روش تست مقاومت یا پی‌لاف نام دارد. در این تست، ما ۴ نقطه از یک تکه پروفیلی را که مشتریان برایمان ارسال کرده‌اند، لمینیت می‌کنیم. بعد از یک ساعت در این نقاط برش‌هایی ایجاد می‌کنیم. پس از گذشت مدت زمانی مشخص، معلوم می‌شود که فویل چطور از پروفیل جدا می‌شود. در واقع با این تست، میزان توزیع چسب روی پروفیل را نشان می‌دهیم و قدرت اتصال فویل به سطح پروفیل را مشخص می‌کنیم. بدین ترتیب مشتری از کیفیت لمینیت روی پروفیل خود مطلع می‌شود. این تست مختص شرکت مانی وین بوده و به‌نوعی ابتکار ما به شمار می‌آید.

■ اگر ممکن است در زمینه انواع مختلف لمینیت توضیح دهید.

به‌طور کلی فویل‌های لمینیت براساس کیفیت خود، در دسته‌های مختلفی تقسیم‌بندی می‌شوند. اما از آنجا که ایران، از نظر جغرافیایی ۱۲۰۰ متر بالاتر از سطح دریا قرار دارد، باعث شده که شرکت‌های اروپایی گارانتی خاصی را به ایران ندهند. تنها یک شرکت معتبر به بازار ایران گارانتی داده است که شرکتی آلمانی می‌باشد، این شرکت نیز به فویل‌های MX به هیچ‌وجه گارانتی نمی‌دهد، PX را نیز فقط در برخی نقاط ضمانت می‌کند. سری FX هم از قیمت بسیار بالایی نسبت به سری‌های دیگر برخوردار است و ما به تازگی نمونه‌هایی از آن را وارد کرده و قصد داریم در نمایشگاه تهران رونمایی کنیم.

مصرف‌کنندگان به‌راحتی می‌توانند نحوه عملکرد

شرکت‌های مختلف از جمله مانی وین را رصد کنند.

ضمن اینکه نوع تضمین‌های ارائه شده از سوی

شرکت نیز مهم است؛ برای نمونه شرکت مانی وین

ضمانت کیفی از سوی شرکت تولیدکننده آلمانی به

مصرف‌کنندگان می‌دهد.

■ چرا فقط به این فویل‌ها گارانتی می‌دهند؟ مگر فویل‌های FX چه ویژگی‌هایی دارند؟

دوام این فویل‌ها بسیار بالاتر از سایر انواع است. همچنین فویل‌های عادی نمی‌توانند رنگ سیلور ارائه کنند، زیرا فویل‌های سیلور باید ۵ لایه داشته باشند، در حالی که فویل‌های عادی نهایت ۳ لایه دارند.

■ آیا شرکت شما نیز از این فویل‌ها استفاده می‌کند؟

بله، همانطور که اشاره کردم اخیراً فویل‌های FX را به سبد محصولی خود اضافه کرده‌ایم. این فویل‌ها از ویژگی‌های خاصی برخوردار هستند و نسبت به دما و تابش بالا مقاومت بسیار بیشتری دارند. ضخامت این فویل‌ها ۲۲۰ میکرون است و ترکیبات آن اکریلیک و آنتی یو وی و سولارشید می‌باشد.

به کمک این فویل‌ها می‌توان از پروفیل یو.پی.وی.سی نیز در رنگ‌های سیلور و شامپانی و پلاتینیوم استفاده کرد. به عبارتی مشتریانی که علاقمند به این رنگ‌ها هستند، بدون نیاز به استفاده از آلومینیوم می‌توانند از یو.پی.وی.سی استفاده کنند،

لمینیت را به‌صورت تخصصی ارائه می‌دهد. ما از ابتدا تاکید داشتیم که به‌هیچ‌وجه وارد حوزه‌های دیگر مانند فروش پروفیل، یراق‌آلات و پنجره‌سازی نشویم، و تمرکز خود را فقط بر لمینیت بگذاریم. در واقع ما با بخش‌های دیگر صنعت نه تنها هیچ رقابتی نداریم، بلکه در کنار آنها بوده و همکار آنها محسوب می‌شویم.

■ لمینیت‌های مانی وین از نظر کیفی چه تفاوت‌هایی با دیگر لمینیت‌های موجود در بازار دارد؟

در خصوص لمینیت‌ها نکته‌ای وجود دارد که شاید بسیاری به آن توجه نمی‌کنند. در بازار، فویل لمینیت‌هایی با ضخامت ۱۲۰ تا ۲۲۰ میکرون وجود دارد. این عدد، معیار بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای در کیفیت لمینیت است. شرکت مانی وین نخستین شرکت ایرانی است که فویل آلمانی ۲۲۰ میکرونی را به بازار ارائه داده است. در حال حاضر ما بهترین تکنولوژی و برترین برندهای فویل آلمانی را به مشتریان خود عرضه می‌کنیم. این در حالی است که بسیاری از لمینیت‌ها که از برخی کشورها وارد ایران می‌شود، فقط اسم لمینیت را یدک می‌کشند و از کیفیت قابل قبولی برخوردار نیستند.

چسب‌هایی که در این زمینه به کار می‌رود نیز از اهمیت برخوردار است. این چسب‌ها با انواع مختلف و با کیفیت‌های متفاوتی در بازار دیده می‌شود. اما شرکت مانی وین از بهترین و مرغوب‌ترین چسب‌های موجود استفاده می‌کند. ما تنها واحد تولیدی هستیم که چسب و پرایمر مورد استفاده خود را طبق استاندارد رتال آلمان تهیه می‌کنیم.

البته حتماً توجه دارید که صرف استفاده از فویل و چسب مرغوب، سبب تولید محصول باکیفیت نمی‌شود، بلکه فرآیند تولید نقش بسیار مهمی در این میان ایفا می‌کند. به‌هرحال نکات فنی و دقیقی در خصوص نحوه عمل وجود دارد که بدون لحاظ کردن آنها، نتیجه دلخواه حاصل نخواهد شد.

■ مصرف‌کننده از چه طریقی می‌تواند به برتری و مزیت یک محصول پی ببرد؟ به‌عبارتی در بازار غبارآلودی که وجود دارد، مشتری بر اساس چه معیاری باید دست به انتخاب محصول بزند؟

آنچه در این خصوص بیش از همه تعیین‌کننده است، تجربه مشتریان می‌باشد. به‌هرحال مشتریان همه افرادی هستند که خود در این صنعت حضور داشته و عموماً پنجره‌ساز هستند. این عده به‌خوبی می‌توانند با توجه به سابقه و نحوه فعالیت شرکت‌ها، محصول باکیفیت را از بی‌کیفیت تمیز دهند. به‌هرحال آنچه مشخص است لمینیت بی‌کیفیت حبابدار شده و فویل آن از پروفیل جدا می‌شود. مشتریان به‌خوبی می‌توانند این موارد را رهگیری کنند و از نحوه کار شرکت‌ها با خبر شوند. بنابراین مصرف‌کنندگان به‌راحتی می‌توانند نحوه عملکرد شرکت‌های مختلف از جمله مانی وین را رصد کنند. ضمن اینکه نوع تضمین‌های ارائه شده از سوی شرکت‌ها نیز مهم است؛ برای نمونه شرکت مانی وین ضمانت کیفی از سوی شرکت تولیدکننده آلمانی به مصرف‌کنندگان می‌دهد.

اما به‌طور کلی در خصوص یک ویژگی مهم لمینیت می‌توان گفت که محصولات باکیفیت نباید در معرض آفتاب تغییر رنگ پیدا کنند، همچنین هیچ حبابی در کل پنجره نباید وجود داشته باشد. تست‌ها و آزمون‌هایی وجود دارند که به کمک آنها می‌توان سطح کیفی لمینیت را تعیین کرد. همچنین تست‌های دیگری نیز در کارخانه جهت کنترل کیفیت صورت می‌گیرند.

مسئله دیگری که بر کیفیت لمینیت تاثیر می‌گذارد، کیفیت پروفیل مورد نظر است. برای نمونه در خصوص پروفیل‌های نامرغوب وارداتی، ما مجبور هستیم گسگت‌های آنها را از پروفیل جدا کنیم. زیرا این گسگت‌ها به دلیل نامرغوب بودن، باعث می‌شوند که چسب روی بدنه پروفیل ننشیند و این عمل خود سبب بروز مشکلاتی برای شرکت‌ها در جا زدن گسگت‌ها می‌شود. در صورتی که اگر پروفیل‌سازان از گسگت‌های مرغوب استفاده کنند، برای تولیدکنندگان هم مشکلی به‌وجود نمی‌آید که البته با توجه به شرایط، مانی وین قالبی مخصوص برای این مشکل تهیه کرده است.

به این نکته هم توجه داشته باشید که برای ما نحوه عملکرد شرکت‌هایی که

زیرا به لحاظ درخشش و کیفیت چندان قابل تشخیص از آلومینیوم نیستند. ضمن اینکه این فویل‌ها دارای ۲۵ سال گارانتی از سوی شرکت آلمانی هستند.

■ آیا اقدام جدید دیگری نیز در جهت ارتقای محصولات خود داشته‌اید؟

بله. یکی از خدمات جدیدی که ارائه می‌دهیم پنجره‌های چند رنگ است. برای مثال، این امکان وجود دارد که رنگ بازشو با چارچوب پنجره متفاوت باشد. یعنی بنا بر سلیقه و انتخاب مشتری می‌توان رنگ‌های متفاوتی را در یک پنجره به کار برد. پنجره‌های تولیدی با این روش، از نما و جلوه بسیار خاصی برخوردار می‌شوند. این روش، یکی از روش‌های نوین و به‌روز در دنیاست که در کشورهای اروپایی نیز مورد استقبال شدیدی واقع شده است و می‌توان گفت با این نوآوری تنوع و تحرک جدیدی به صنف یو.پی.وی.سی تزریق می‌شود.

■ برخی از شرکت‌های پروفیل‌ساز نیز در زمینه لمینیت فعالیت دارند، آیا میان عملکرد آنها با شما تفاوتی وجود دارد؟

تفاوتی که وجود دارد در نوع مواد اولیه مصرفی است، ضمن اینکه ما ترتیباتی اتخاذ کرده‌ایم که تحویل سفارشات سریع‌تر و آسان‌تر انجام شود. مورد دیگری که وجود دارد این است که این مراکز معمولاً از دو تا سه رنگ لمینیت برخوردار هستند، در حالی که ما توانایی ارائه محصولات با ۱۲ رنگ مختلف و با کیفیتی بسیار بالاتر را داریم.

ضمن اینکه همان‌طور که اشاره کردم، با بهره‌گیری از فویل‌های جدیدی که به مجموعه اضافه کرده‌ایم، تشخیص اینکه پنجره تولید شده آلومینیوم بوده یا یو.پی.وی.سی لمینیت شده، بسیار دشوار می‌باشد. همین‌طور، علاوه بر اینکه طراحی‌های بسیار زیبایی از سوی شرکت ما انجام می‌شود، ۱۵ سال گارانتی نیز به تولیدات خود اختصاص داده‌ایم.

این را هم باید اضافه کنم که شرکت ما با استفاده از فویل‌های جدید و پنجره‌های چند رنگ، قدرت انتخاب مشتریان را بالا برده است.

■ در حال حاضر، چه عاملی در بازار بیش از همه برای فعالیت‌های شما مشکل‌ساز است؟

عاملی که امروزه بیش از همه باعث بروز مشکلات برای ما می‌شود، ناآگاهی‌های مصرف‌کنندگان است. توجه داشته باشید که بخش لمینیت نیز مانند سایر بخش‌های

صنف با انبوهی از اجناس بی‌کیفیت روبه‌روست که سبب ایجاد تشتت در قیمت‌ها شده است. نکته دیگر نحوه تبادلات مالی است. با اینکه ما مجبور هستیم اقلام مورد نیاز خود را کاملاً به‌صورت نقدی تهیه کنیم، مشتریان انتظار دارند که به‌صورت مدت‌دار با ما تسویه حساب کنند. این امر برای ما مشکل‌ساز شده است.

■ برخی بر این عقیده‌اند که وفور اجناس بی‌کیفیت در بازار نتیجه رکود حاکم بر بازار است، که سبب شده مشتریان به دنبال جنس ارزان و بی‌کیفیت باشند. نظر شما چیست؟

من شخصاً به رکود به این معنا، هیچ اعتقادی ندارم. رکود از زمانی پیش آمد که تولیدکنندگان به کیفیت بی‌تفاوت شدند و قیمت پایین را در اولویت خود قرار دادند. در چنین مواقعی مصرف‌کننده تصمیم می‌گیرد که به‌صورت شریطی کار کند و این آغاز رکود است. این مشکل زمانی حل می‌شود که آگاهی مصرف‌کننده نهایی افزایش یابد. به عبارت دیگر شرکت‌های بزرگی که هزینه‌های کلان را خرج تبلیغات خود می‌کنند، اگر اندکی از این هزینه‌ها را صرف ارتقای آگاهی بازار و کیفیت هر چه مطلوب‌تر می‌کردند، وضعیت بسیار بهتری بر بازار حاکم می‌شد.

■ یعنی شما یکی از راه‌های برون رفت از وضعیت حاضر را جریان آزاد اطلاعات می‌دانید؟

بله. من موافق آزادسازی جریان اطلاعات هستم و باید این اتفاق رخ دهد. باید فرهنگ‌سازی کرد و آگاهی عمومی را ارتقا داد. ببینید در کشورهای خارجی مشتریان به‌راحتی می‌توانند از کارخانه‌ها بازدید کنند و به آنها اطلاع رسانی می‌شود. البته شرکت مانی وین نیز به‌نوبه خود، همواره به این مقوله توجه داشته و همواره آمادگی اطلاع رسانی در زمینه کاری خود را داشته و همیشه درهای کارخانه خود را برای بازدید علاقمندان باز گذاشته است.

■ در پایان اگر مطلبی باقیمانده است، بفرمایید.

همان‌طور که گفتم ما تنها شرکتی در ایران هستیم که به‌صورت تخصصی در زمینه لمینیت فعالیت داریم، یعنی نه به کار فروش پروفیل و رنگ و نه پنجره‌سازی مشغول هستیم. در اینجا از همه شرکت‌ها، مخصوصاً شرکت‌های پروفیل‌ساز دعوت می‌کنیم که از این منبع تخصصی استقبال کنند و به چشم بازویی پرتوان، از مجموعه خودشان به ما نگاه کنند.

