



گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با مدیر عامل شرکت مهندسی بازرگانی تور آسا: برند تور آسا؛ حاصل یک دهه تلاش و خلاقیت

اردیبهشت امسال فرصتی پیش آمد تا سفری به استان البرز داشته باشیم و از برخی مراکز تولیدی و بازرگانی این استان بازدید به عمل آوریم. در خلال این سفر و در شهر فردیس موفق به دیدار از کارخانه بزرگ تور آسا و گفتگو با مدیر عامل جوان و خلاق این واحد تولیدی شدیم. شرکت مهندسی بازرگانی تور آسا که حدود ده سال از آغاز به کار آن می‌گذرد، امروز به پرآوازه‌ترین برند این صنعت در کشورمان تبدیل شده است. این شرکت به غیر از تولید انواع محصولات توری و با جدیدترین و به‌روزترین طراحی‌های دنیا، در حال حاضر یکی از بزرگترین توزیع‌کنندگان مواد اولیه ساخت توری به‌شمار می‌آید و در مقام یک شرکت مادر، تا کنون کارگاه‌های بسیاری را راه‌اندازی کرده است؛ ضمن اینکه در زمینه تحویل سفارشات مشتریان نیز تور آسا به رکورد دو روز کاری دست یافته است. در گفتگو با مدیر عامل تور آسا، مهندس مجتبی جان‌جان، آنچه پیش از همه نمود داشت، سختکوشی و البته نوآوری و ابتکار این مدیر جوان کشورمان بود. خلاقیتی که سبب شده است تا محصولات تولیدی این شرکت، تنها کپی‌برداری از اقلام خارجی نباشد، بلکه هر کدام از این تولیدات با طراحی‌های مبتکرانه، بسیار باکیفیت‌تر از اقلام مشابه بازار، تولید و عرضه شوند. البته ادعای این شرکت مهندسی تنها به اصلاح بهبود محصولات توری محدود نشده، و تولیدات کاملاً بدیع و نوینی نیز در این شرکت در دست طراحی و تولید قرار دارند. با هم این گفتگو را می‌خوانیم:

اشاره:

در طراحی آن تغییراتی ایجاد کرده و همچنین، کیفیت و عملکرد آن را بهبود بخشیدیم. پس از آن توری‌های دبل فرم به تولیدات تور آسا اضافه شد. توری‌های دبل فرم این قابلیت را دارند که می‌توان، توری‌های آن را از داخل قاب درآورد و شست. یکی از نوآوری‌های ما در توری‌های دبل فرم این بود که ما آنها را به صورت مگنت مخفی طراحی و تولید کردیم.

البته روند ابداعات و خلاقیت‌های تور آسا قطع نخواهد شد و ما در آینده نیز محصولات نوینی را عرضه خواهیم کرد.

■ بر اساس آنچه ما در کارخانه تور آسا مشاهده کردیم، این مجموعه فقط به

موتاژ صرف توری‌ها نمی‌پردازد. درست است؟

بله. ما به موازات توسعه محصولات تولیدی خود، تصمیم گرفتیم مجموعه تور آسا را از هر نظر خودکفا کنیم. به این معنی که مواد اولیه شامل پروفیل آلومینیومی، پراق آلات توری، تور و نخ، گسکت و تسمه‌های نگه‌دارنده توری، را خودمان تولید کنیم. با انجام برنامه‌ریزی‌های دقیق و تلاش فراوان این هدف را نیز محقق کردیم.

■ در مورد پیشینه شرکت تور آسا توضیحاتی بفرمایید.

اقدامات اولیه برای احداث کارخانه و تأسیس شرکت را در سال ۱۳۸۵ آغاز کردیم. در ابتدا توری رولینگ تولید می‌کردیم و از پایان ۱۳۸۶ به تولید انبوه رسیدیم. تا ۱۳۸۸ تولید این محصول را به‌صورت تک‌محصولی ادامه دادیم، و در این سال محصول جدیدتر رولینگ را طراحی و عرضه کردیم. این محصول هم قطعات ظریف‌تری داشت و هم از زیبایی بیشتری برخوردار بود و هم روان‌تر کار می‌کرد.

■ تولید توری پلیسه را از چه زمانی شروع کردید؟

توری پلیسه را نیز در پایان همین سال به سید محصولات خودمان اضافه کردیم. البته در تولید این محصولات ابداعاتی به‌کار بردیم و ضمن برطرف کردن نقاط ضعف نمونه‌های موجود در بازار، توانستیم محصولاتی با کیفیت بالاتر و با دوام بیشتر به بازار عرضه کنیم. به تدریج و با افزایش تنوع در تقاضای بازار سید محصولی خود را تکمیل کردیم. ضمن افزایش تنوع تولیدات، سطح کیفی محصولات خود را نیز به‌طور مداوم افزایش داده‌ایم. برای نمونه از روی توری پلیسه مدل SDS ترکیه، فقط الگوبرداری نکردیم، بلکه



همچنین از سال ۱۳۹۲ فروش مواد اولیه را نیز در برنامه‌های تورآسا قرار دادیم. البته در ابتدا چنین هدفی نداشتیم، اما از آنجا که مواد مورد استفاده تورآسا از نظر کیفی تمایز قابل توجهی با غالب محصولات بازار داشت، تقاضای بسیار شدیدی برای خرید مواد اولیه از تورآسا به وجود آمده بود. بنابراین در این حوزه نیز فعالیت‌های خود را شروع کردیم، تا امروز که مواد اولیه کارگاه‌های بسیاری را در سطح کشور تامین می‌کنیم.

■ آیا با کمک به راه‌اندازی کارگاه‌های دیگر و حمایت از آنها، شرایط رقابتی برای تورآسا تنگ‌تر نمی‌شود؟

نه به هیچ وجه. چون اولاً ما چنین نگاهی به بازار و رقابت نداریم. من به شخصه هر کجا که هر کدام از همکارانم، به کمکي احتیاج داشته‌اند، بدون چشم‌داشت و بدون در نظر گرفتن مسائلی مانند رقابت اقتصادی و غیره، هر کاری که از دستم بر آمده انجام داده و می‌دهم. از سوی دیگر با شروع عرضه مواد اولیه، نه تنها فروش محصول نهایی تورآسا کاهش پیدا نکرد، بلکه بر حجم آن نیز افزوده شد.

ضمن اینکه باید به این نکته نیز توجه کنید که چون حجم فروش ما، هم مواد اولیه و هم محصول نهایی، بسیار بالاست، قیمت‌های اقلامی که ارائه می‌دهیم کاملاً مقرون به صرفه و غیرقابل رقابت است.

■ اگر یکی از کارگاه‌هایی که با مواد اولیه شما مشغول تولید است، استانداردهای لازم را رعایت نکند، آیا باعث کاهش اعتبار تورآسا نخواهد شد؟

ما هرگز اجازه چنین کاری را نمی‌دهیم. تورآسا بر کلیه عوامل فروش خود نظارت کامل دارد. ما کاملاً آگاهی داریم که مشتریان ما در حال تولید چه اقلامی و با چه کیفیتی هستند و با چه قیمتی آنها را به فروش می‌رسانند. به هر حال اعتبار شرکت تورآسا راحت به دست نیامده است، که به راحتی بگذاریم از دست برود. مطمئن باشید که ما همواره از اعتبار برند تورآسا محافظت می‌کنیم.

■ توسعه فعالیت تورآسا، فقط در حوزه تولید محصولات بوده است، یا برنامه خاصی نیز برای خدمات ارائه شده به مشتریان خود داشته‌اید؟

از همان ابتدا خدمات‌رسانی به مشتریان در سرلوحه فعالیت‌های تورآسا قرار داشت. یکی از این موارد، موضوع تحویل سفارشات بود، که ما همواره وسواس خاصی نسبت به آن داشته‌ایم. در اوائل کار، سفارشات داده شده به شرکت ظرف مدت ۵ روز تحویل مشتری می‌شد، اما با تلاش پرسنل و استفاده از سیستم‌های مدیریتی جدید در محل تولید، از سال ۱۳۹۰، توانسته‌ایم این مدت را به دو روز کاری کاهش دهیم. خوشبختانه این تغییر و تحولات بازتاب وسیعی در میان بازار مصرف داشت. توجه داشته باشید، در شرایطی که تحویل سفارشات در طول ۱۰ تا ۱۲ روز عادی به نظر می‌رسید، تورآسا در روزهای توری‌های سفارش شده را تولید و به دست مشتریان خود می‌رساند. در نتیجه اقبال بیشتری به سوی پنجره‌آسا به وجود آمد و سهم بیشتری از بازار را به سمت ما کشاند.

■ مساحت کارخانه تورآسا چقدر است و چه تعداد پرسنل در آن مشغول به کار هستند؟

شرکت تورآسا در زمینی به مساحت دو هزار متر و هفتصد متر سالن مشغول به تولید محصولات خود است. همچنین در یک طبقه ۳۰۰ متری مشغول تولید پرده زبر، البته در سطح محدود هستیم. حدود ۲۰ نفر هم در مجموعه تورآسا مشغول به کار هستند.

■ بازار توری موجود در کشورمان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اخیراً افراد بسیاری وارد تولید توری و فروش ملزومات آن شده‌اند. اگر این افزایش بی‌رویه ادامه پیدا کند، مطمئناً لطامات جبران‌ناپذیری به این صنعت نوپا وارد خواهد شد؛ زیرا بسیاری از این مراکز جدیدالتاسیس نه تنها نمی‌توانند محصولاتی استاندارد تولید کنند، بلکه حتی از آگاهی لازم در این زمینه نیز برخوردار نیستند.

■ با توجه به وسعت کارتان و ارتباطات وسیعی که در این چندساله داشته‌اید، چرا فعالیت‌های خود را فراتر از تولید توری گسترش نمی‌دهید؟

به نظر من موفقیت در تخصص‌گرایی نهفته است. البته ما نیز در مقطعی وارد فروش یراق‌آلات در و پنجره شدیم، ولی به صورتی کاملاً موقتی و آن را ادامه ندادیم. به هر حال اگر امروز تورآسا به پرآوازه‌ترین برند توری ایران تبدیل شده، به دلیل رویکرد تخصصی ما بوده است. مطمئن باشید در سال‌های آینده اخباری از گسترش فعالیت‌های تورآسا خواهید شنید، اما هیچگاه رویکرد تخصصی خود را رها نخواهیم کرد.