



یو.پی.وی.سی یا آلومینیوم؛ مساله این است!؟

● امیر شبیری

سرعت پشت سر گذارد و به رقیب بسیار جدی آلومینیوم تبدیل گردد و در مقطعی نیز از حریف پرسابقه خود پیشی گیرد.

در ابتدای کار روشن بود که آلومینیوم نسبت به یو.پی.وی.سی ضعیف‌هایی دارد. پنجره آلومینیومی دو جداره نبود و خود نیز فلزی بود رسانا که در امر عایق‌بندی حرارتی و صوتی کارایی چندانی نداشت. در مقطعی که شاید عده‌ای چیرگی کامل یو.پی.وی.سی را در بازار شیرین در و پنجره پیش‌بینی می‌کردند، محصولی جدید از صنعت آلومینیوم ظهور کرد که بسیاری از محاسبات را بر هم زد: آلومینیوم ترمال بریک، که هم دوجداره بود و هم عایق. به عبارت دیگر دو ویژگی برتر یو.پی.وی.سی از میان رفته بود. از این به بعد هر دو محصول از مشخصات فنی روز دنیا برخوردار بودند، و از این جهت هیچکدام بر دیگری برتری نداشتند و حتی ماشین‌آلاتی وارد بازار شدند که از توان مونتاژ هر دو محصول برخوردار بودند.

اما دوران رونق بازار و حباب مسکن چندان نباید و سراسیمگی رکود که چشم انتظار این صنعت بود، بازار را درنوردید. در چنین شرایطی، طبیعتاً رقابت این دو نیز بالا گرفت و در مواردی این رقابت به تخریب طرف مقابل منتهی شد. گروه‌های طرفدار تلگرامی که امروزه به محافلی گرم برای تبادل نظر و اطلاعات و بحث و مباحثه فعالان این صنعت تبدیل شده‌اند، به‌خوبی گواهی بر این بحث‌های غالباً غیرسازنده هستند؛ بحث‌های آزاردهنده‌ای که موضوع آن برای بسیاری از ما آشناست: یو.پی.وی.سی بهتر است یا آلومینیوم.

پنجره آلومینیومی بهتر است یا یو.پی.وی.سی؟ کدام یک کیفیت و کارایی بهتری دارد؟ پرسشی که شاید ذهن بسیاری از مصرف‌کنندگان را درگیر کرده، اما در عین حال پاسخ به این سوال به دل‌مشغولی برخی از فعالان صنعت پنجره‌سازی تبدیل شده است؛ به‌گونه‌ای که این سوال امروز به یکی از مسائل چالش‌زا در صنعت بدل شده و هر دو طرف تلاش دارند با ارائه مستندات و دلایلی ثابت کنند محصول تولیدی آنها بهتر است. اما این سوال چگونه به یکی از مسائل مناقشه‌آمیز صنعت پنجره‌سازی تبدیل شد؟

برای پاسخ به این سوال قدری به عقب بازگردیم؛ به چندین دهه قبل که آلومینیوم به‌تدریج در حال باز کردن جای خود در صنعت ساختمان و به‌ویژه در حوزه در و پنجره‌سازی بود. آلومینیوم به‌تدریج بخش عمده بازار را از آهن و سایر مصالح موجود گرفت و از آن خود کرد و در دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ تقریباً به یکی از پرطرفدارترین مواد اولیه مورد استفاده در این بخش تبدیل شد. اما با آغاز دهه ۱۳۸۰ اتفاق دیگری رقم خورد و محصول جدیدی که دست‌آورد تکنولوژی و دغدغه‌های روز بود وارد بازار شد. یو.پی.وی.سی ویژگی‌های خاصی داشت که سبب شد خیلی زود جای خود را در دل سازندگان ساختمان باز کند؛ پنجره‌های یو.پی.وی.سی دو جداره و عایق حرارتی و صوتی بودند. از سوی دیگر سیاست‌های کلان دولتی برای جلوگیری از اتلاف انرژی، تکیه‌گاه و پشتوانه دیگری برای یو.پی.وی.سی شد تا در صدر توجهات قرار گیرد و از رونق پیش آمده در بخش صنعت ساختمان نهایت استفاده را ببرد و مراحل رشد و ترقی را به



تخریب‌ها، رکود حاکم بر بازار است. به‌رحال فضای حاکم بر این صنعت و کل جامعه، فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی را در حال حاضر با دشواری‌هایی روبه‌رو ساخته است. شاید پس از ترکیدن حباب مسکن و سپری شدن رونق کاذب که سبب متورم شدن بخش‌های تولیدی شده بود، نوبت آن فرا رسیده است که برخی از این صنعت جدا شوند و به‌عبارتی غربالگری صورت گیرد. حال در این فضا آیا آلومینیوم باید حذف شود یا یو.پی.وی.سی؟

هیچکدام. شواهد نشان می‌دهد که تولیدکنندگان این دو محصول که در برخی موارد مشترک هم هستند، در همین بازار راکد هم به‌خوبی می‌توانند در کنار هم ادامه حیات دهند و حتی به رشد و پیشرفت یکدیگر کمک کنند. در عوض، آنچه که امروز مایه آشفتگی بازار است، محکوم به فنا و نابودی خواهد بود. به عبارت دیگر آلومینیوم و یو.پی.وی.سی امروز یک دشمن مشترک دارند که هر دو باید در کنار هم با آن مقابله کنند. آنچه امروز بزرگترین آفت صنعت پنجره‌سازی است، یعنی جنس بی‌کیفیت باید حذف شود. تولیدکنندگان بی‌شناسنامه‌ای که بدون قبول کمترین مسئولیتی تنها به کسب سود آبی و حداقلی خود می‌اندیشند، باید از میان بروند. تولیداتی که اطمینان و اعتماد مصرف‌کنندگان را به کلیت این صنعت سلب می‌کنند، باید از بازار محو شوند.

شاید بهتر باشد فعالانی که امروز با جدل و بحث‌های مخرب بر سر مساله‌ای که به‌واقع مساله نیست، نیرو و انرژی خود را هدر می‌دهند و بر کوس خصومت می‌کوبند، زاویه دید خود را تغییر دهند. اساساً صورت مساله باید عوض شود. در واقع صورت مساله اصلی این است: محصول باکیفیت یا بی‌کیفیت؟

تمامی دوستانی فعال در بخش آلومینیوم یا یو.پی.وی.سی که در حرفه خود سرمایه‌گذاری‌ها کرده و به مدد کسب وجهه و اعتبار مشغول فعالیت و جلب مشتری هستند؛ افرادی که از یک سو با اشتغال‌زایی و تولید محصولات باکیفیت و استاندارد به بالندگی صنعت کشور مدد می‌رسانند و از سوی دیگر با جلب رضایت مصرف‌کنندگان از طریق ارائه در و پنجره‌های مرغوب، سطح زندگی و رفاه هم‌وطنانمان را ارتقا می‌دهند، از سودجویی تازه از راه رسیدگان منفعت‌طلب که اعتبار این صنعت را زیر سوال می‌برند، ناراضی بوده و متضرر هستند.

باید پذیرفت که همه این دوستان در یک جبهه قرار دارند و یک دشمن مشترک دارند. بدون تردید برای غلبه بر مشکلات و نابسامانی‌های موجود باید ابتدا بر این مشکل فائق آمد. بنابراین، به نظر می‌رسد در این برهه از زمان تمام نیرو و انرژی دلسوزان و فعالان بخش یو.پی.وی.سی و آلومینیوم و کسانی که به بقا و رونق کلیت صنعت می‌اندیشند، باید بر این مساله متمرکز باشد و همه در یک جبهه متحد به‌دنبال یافتن پاسخ این سوال باشند که: چرا پنجره غیراستاندارد؟

به نظرمی رسد با تشدید رکود، رقابت نیز در بازار تشدید شده و مسلماً ساده‌انگارانه‌ترین راه برای بقا، در چنین فضایی حذف رقیب است. در چنین حال و هوایی است که برای برخی پاسخ به سوال مذکور، بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده و در واقع این تصور رواج یافته که اگر هر کدام از این دو صنف بتوانند ثابت کنند محصول آنها بهتر است شاید بتوانند رقیب را از میدان به در کنند و سهم بازار خویش را افزایش دهند. رشد و گسترش این رویکرد تا حدی سبب تشدید خصومت‌ها و حتی رقابت‌های مخرب در صنعت شده است.

البته نگاه دیگری نیز در این میان وجود دارد که نه‌تنها در پی پاسخ به این سوال نیست، بلکه آن را از اصل نادرست می‌داند. از این منظر، تلاش برای اثبات اینکه آلومینیوم بهتر است یا یو.پی.وی.سی به بیراهه رفتن و آب در هاون کوبیدن است. حذف یک محصول از بازار پس از آنکه محصول مورد نظر استقبال عموم قرار گرفت و تثبیت شد و نیازهای روز عموم را برآورده کرد، امری نزدیک به محال است و به نظر می‌رسد آلومینیوم و یو.پی.وی.سی، هر دو در چنین جایگاهی قرار گرفته‌اند. در واقع عده نخست باید پاسخ دهند که بر فرض هم که توانستند دلایل محکمی در خصوص برتری محصول خود به دیگری ارائه دهند، آیا محصول رقیب از بازار حذف خواهد شد.

ممکن است در اینجا پرسشی مطرح شود که مگر این دو محصول رقیب نبوده و سهم بازار یکدیگر را محدود نمی‌کنند؟ پس به جز حذف رقیب چه راه دیگری برای بقا وجود دارد؟

اگر تاکنون شاهد این بحث و جدل‌ها بوده‌اید، حتماً متوجه شده‌اید که در چنین مکالمه‌هایی هر کدام از طرفین در لابلای تخریب محصول رقیب، به امتیازات و ویژگی‌های خود نیز اشاره می‌کنند. از این نکته می‌توان استنباط کرد که هر کدام از این دو محصول مزایا و ویژگی‌های خاصی دارند و شاید همین امتیازات سبب شده که هر کدام برای شرایط خاص و پروژه‌هایی متفاوت مناسب باشند. شاید همین ویژگی‌ها و قابلیت‌های خاص هر کدام از این دو محصول باعث شده است که این دو طرفداران و علاقمندان خاص خود را در بازار داشته باشند.

البته بسیاری از کارشناسان و اهالی فن نیز بر این عقیده‌اند و با اتکا بر شواهد موجود و تجارب خود بر این نظر صحه می‌گذارند که آلومینیوم و یو.پی.وی.سی هر کدام از قابلیت‌های خاصی برخوردارند؛ به‌گونه‌ای که اگر شرایط مطلوبی در بازار حاکم شود، هر کدام از این دو قادرند بخش‌هایی از بازار را پوشش دهند و بدون حذف دیگری به بقای خود ادامه دهند. ضمن اینکه روشن است که هر دوی این محصولات ریشه عمیقی در جامعه دوانده‌اند و امکان کنار زدن هیچکدام وجود ندارد.

همانطور که پیش‌تر اشاره شد یکی از دلایل بالا گرفتن این بحث‌ها و بعضاً