

گفتگوی اختصاصی پنجره‌ایرانیان با مدیرعامل شرکت آتاک نما؛

# سربلند و استوار تا فتح قله‌های صنعت یوپی‌وی‌سی



### اشاره

آتاک امروزه به نامی آشنا در صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی ایران تبدیل شده است. پشت سر گذاشتن دشواری‌ها و طی کردن مسیر پیشرفت و رسیدن به چنین جایگاهی بدون تردید حاصل مدیریت کوشا و علمی و با تکیه بر تجاری‌گریها است. بازار و صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی در حال حاضر علاوه بر مشکلات تحریم و تورم و رکود، شاهد رقابت تنگاتنگی است برای سرپا ماندن؛ درحالی‌که سرشناسی و سربلندی باقی ماندن در این میدان، کاری صعب و دشوار می‌نماید. آتاک اما مفتخر است که با پایبندی بر اصول خود پله‌های ترقی را یک‌به‌یک پشت سر گذاشته و هم‌اینک پس از سال‌ها تلاش و پشتکار در زمینه تولید دروپنجره و عرضه پروفیل و یراق‌آلات هم‌اینک در حال تولید و عرضه انواع مقاطع پروفیل یوپی‌وی‌سی و همچنین دیوارپوش به بازار دروپنجره و ساختمان کشور است. تعیین اصول منجر به موفقیت و سازمان‌دهی مجموعه مبتنی بر این اصول، اقدام خطیری است که مدیران آتاک به خوبی از پس آن برآمده‌اند. کیفیت محوری و مشتری‌مداری و در کنار آن توجه به افزایش دانش و تخصص نیروی کار (که در تاسیس آکادمی آموزشی آتاک با مجوز سازمان فنی و حرفه‌ای و تدوین کتاب جامع صنعت یوپی‌وی‌سی تبلور یافته است) از جمله اصول اساسی است که مجموعه آتاک برای خود تدوین کرده و پافشاری بر این اصول از سوی مدیریت آتاک، امروزه ثمرات خود را به بار آورده است. ارتقای کیفیت آتاک و در اختیار گرفتن سهم قابل توجهی از بازار، میوه شیرین تعهد به این اصول است که با کسب رضایت مشتریان بر حلاوت آن نیز افزوده می‌شود. بیمه ۵ ساله و ضمانت ۵ ساله محصولات آتاک جهت اطمینان خاطر کامل مشتریان صادر می‌شود. همچنین نظارت همیشگی آتاک بر مونتاژکاران خود و اعطای گواهینامه رسمی به این کارگاه‌ها نشان از تعهد آتاک به مشتریانی دارد که از مزایای پنجره آتاک در منازل خود بهره می‌گیرند. برای آگاهی از تازه‌ترین اقدامات این مجموعه پای صحبت‌های مهندس حمید اطهری، مدیرعامل فعال و پرتلاش آتاک نشستیم و وضعیت امروز بازار دروپنجره ایران را مورد بررسی قرار دادیم. با هم این گفتگو را می‌خوانیم:

## ابتدا مختصری پیرامون تاریخچه تاسیس و فعالیت شرکت آتاک نما توضیح دهید.

شرکت آتاک نما فعالیتش را با ثبت رسمی در سال ۱۳۸۶ در زمینه واردات و عرضه پروفیل ترک به بازار دروپنجره کشور آغاز کرد. پس از چندین سال فعالیت در بخش‌های مختلف صنعت و بازار دروپنجره یوپی‌وی‌سی و کسب تجربیات بزرگی که امروزه بسیار برایمان مفید است تصمیم گرفتیم به تولید پروفیل دروپنجره یوپی‌وی‌سی در داخل کشور اقدام کنیم. بر همین اساس در سال ۱۳۹۴ با احداث کارخانه‌ای در شهرک صنعتی نظراباد کرج و استقرار ۳ خط اکسترودر اقدام به تولید پروفیل کردیم. اولین برندی که با

آن کار را آغاز کردیم «آتاک» بود که در ادامه برند و سیستم‌های دیگری نیز به سبد محصولاتمان افزوده شد. در ادامه با اضافه کردن سه خط اکسترودر به خطوط تولید (مجموعاً ۶ خط) که در سه شیفت فعالیت می‌کنند، برند «آتاکو» و سیستم کشویی هم به سبد محصولاتمان افزوده شد. در قدم بعدی با توجه به نیازسنجی بازار و طرح توسعه مجموعه، طراحی، تولید و عرضه پروفیل‌های رنگی در دستور کار قرار گرفت که خوشبختانه با استقبال خوبی هم از سوی مشتریان و بازار همراه بود. شرکت آتاک به منظور ارتقا سطح دانش فعالان و صنعت‌گران عرصه دروپنجره کشور با کسب مجوز از سازمان فنی و حرفه‌ای اقدام به تاسیس و راه اندازی آموزشگاه دروپنجره برای اولین بار در کشور کرد. گفتنی است، مدرک ارائه شده توسط این آموزشگاه رسمی و قابل ترجمه است. ما به تازگی اقدام به ثبت رسمی برند آتاک در کشور امارات متحده عربی کردیم و قصد داریم این محصول را برای عرضه به کشورهای حاشیه خلیج فارس در این کشور تولید کنیم.

## آتاک در حال حاضر چه محصولاتی را تولید و به بازار صنعت دروپنجره عرضه می‌کند؟

علاوه بر پروفیل‌های آتاک و آتاکو که در سیستم‌های لولایی و کشویی و انواع پروفیل رنگی (مغز رنگی و لمینت) به مشتریان عرضه می‌شود، دیوارپوش و پتل سقفی (در طرح‌ها و رنگ‌های بسیار متنوع) دیگر محصولات مجموعه آتاک نما هستند که در حال حاضر به بازار داخل و خارج کشور عرضه می‌شوند. نکته قابل توجه در مجموعه ما این است که تمامی محصولات ما از قبیل پروفیل‌های آتاک و آتاکو و سیستم کشویی در رنگ‌های مختلف به مشتریان عرضه می‌شوند. مجموعه آتاک هم پروفیل مغز رنگی هم به صورت لمینت محصول پروفیل رنگی تولید می‌کند. سیاست کاری ما در مجموعه آتاک بر تولید صفر تا صد و مستقل است. به این صورت که تلاش می‌کنیم محصول آماده از بازار تهیه نکنیم بلکه فرایند تولید و مونتاژ را تماماً در داخل مجموعه انجام دهیم. به‌عنوان مثال، در بحث پروفیل، گسکت مورد نیاز را در داخل مجموعه تولید می‌کنیم.

## پیرامون سیاست‌گذاری فروش و بازاریابی، نحوه عرضه محصول، خدمات پس از فروش و نمایندگی‌های رسمی فروش داخلی و همچنین صادرات مجموعه‌تان توضیح دهید.

سیاست‌گذاری ما در امر فروش و بازاریابی بر نماینده محوری تاکید بیشتری دارد. ما ترجیح می‌دهیم نمایندگان رسمی ما در استان‌ها و شهرستان‌ها با مشتریان و مصرف‌کنندگان در تعامل باشند. نکته‌ای که لازم است به آن اشاره کنم این است که پروفیل آتاک در سراسر کشور به یک قیمت عرضه می‌شود و شما یک مورد هم پیدا نمی‌کنید که خلاف این باشد. بر اساس آماری که ما داریم و بر اساس تناژ فروش بالغ بر ۵۰۰ کارگاه تولید دروپنجره با مجموعه آتاک همکاری دارند.

## تفاوت پروفیل مغز رنگی با سایر پروفیل‌های رنگی چیست؟

همان‌طور که می‌دانید پروفیل‌های دروپنجره یوپی‌وی‌سی عموماً به رنگ سفید هستند اما با توجه به تنوع طراحی‌های نما و نیاز بازار و سلیقه مشتریان لازم است این محصول در رنگ‌های دیگر هم عرضه شود. بر همین اساس پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی به چند روش رنگ‌کاری و رنگ‌آمیزی شده و به مشتری عرضه

می‌شوند. اولین روش همان رنگ‌آمیزی هست که پروفیل سفید را با اسپری رنگ‌آمیزی می‌کنند که به‌رحال ایرادات خاص خودش را دارد. روش بعدی لمینت کردن است که با افزودن یک‌لایه برچسب لمینت به پروفیل ایجاد می‌شود که بنا به خواسته و سلیقه مشتری تنوع رنگی بسیار بالایی نیز دارد. در روش بعدی که در مجموعه آتاک نیز به همین روش کار می‌شود افزودن رنگ‌دانه به خمیرمایه پروفیل و تولید پروفیل با مغز رنگی است. نیاز به توضیح نیست که این نوع پروفیل رنگی نسبت به دو روش دیگر رنگ‌کاری پروفیل مزایا و منافع بیشتری دارد.

مهم‌ترین مزیت آن، هزینه بسیار کمتر این روش است به‌نحوی که با سرشکن کردن تمامی عوامل موثر می‌بینیم که پروفیل مغز رنگی تفاوت قیمت بسیار ناچیزی نسبت به پروفیل سفید دارد درحالی‌که رنگی کردن پروفیل سفید با سایر روش‌ها مستلزم صرف هزینه‌هایی از قبیل رنگ، لمینت، چسب، دستمزد، حمل‌ونقل اضافه به کارگاه رنگ و... است.

## در حال حاضر محصولات آتاک در چه رنگ‌هایی عرضه می‌شوند؟

در حال حاضر پروفیل با مغز قهوه‌ای و مشکی به‌صورت مداوم تولید و عرضه می‌شود اما این پتانسیل وجود دارد که در صورت وجود سفارش با هر رنگی پروفیل تولید و عرضه کنیم.

## در حال حاضر بزرگ‌ترین مشکلات شما در بحث مدیریت تولید و بازار چیست؟

عدم ثبات در کلیت بازار بزرگ‌ترین دغدغه و مشکل اساسی صنعت و بازار ما است؛ یعنی ما هر کجا دست بگذاریم می‌بینیم که عدم ثبات در قیمت‌ها، عدم ثبات در مدیریت‌ها، عدم ثبات در برنامه‌ها و راهبردها، عدم ثبات در قانون‌ها و تبصره‌ها و... وجود دارد و به همین دلیل من تولیدکننده هیچ اطمینانی ندارم که به‌عنوان مثال الان که مواد اولیه را با این قیمت تهیه می‌کنم و محصول تولید و عرضه می‌کنم فردا روز می‌توانم جایگزینش کنم یا نه؟! نوسان قیمت‌ها به‌اندازه‌ای است که امکان هر عکس‌العمل و پیش‌بینی را از ما سلب کرده به‌نحوی که در ماه‌های اخیر فعالان و تولیدکنندگان زیادی از بازار خارج شده‌اند. ببینید همین امروز قیمت مواد اولیه مورد نیاز ما که از طریق بورس عرضه می‌شود نسبت به دیروز نزدیک به ۵۰ درصد افت پیدا کرد، یک تولیدکننده چگونه باید چنین نوسانات سنگینی را که گاهی تا چند بار در سال اتفاق می‌افتد پیش‌بینی و کنترل کند؟! هر کدام از این نوسانات می‌تواند یک مجموعه را تا پایان سال زمین‌گیر کند و امکان تولید و فعالیت را از آن‌ها سلب کند! این‌ها را اضافه کنید به سایر مشکلات تولید در این مملکت (تحریم، نوسانات ارزی، تورم، عوارض و گمرکات و...) که شرح هر کدام مثنوی هفتاد من خواهد بود. تولیدکننده شاید بتواند تحریم را دور بزند و برای سایر مشکلات چاره‌ای بیابد اما وقتی ثباتی وجود ندارد و همه‌چیز روزانه تغییر می‌کند امکان هر عکس‌العملی از ما گرفته می‌شود.

