

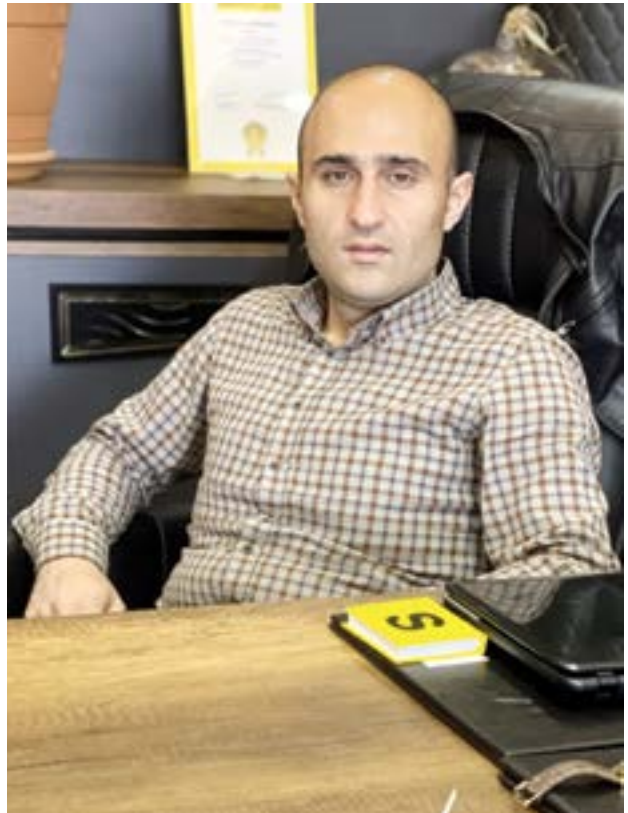
در گفت‌وگو با مدیرعامل آلتون‌وین مطرح شد: آلتون‌وین نامی است که از آن بیشتر خواهید شنید

اشاره

پنجره ایرانیان: علامت تجاری شرکت آلتون‌وین توجه را جلب می‌کند. این سال‌ها درباره دریاچه ارومیه زیاد شنیده‌ایم. گویا متولیان شرکت که خودشان هم تاکید دارند، دغدغه دریاچه ارومیه را هم داشته‌اند. آقای امیدنیا بر این نکته تاکید دارد که چون به موضوعات محیط زیستی توجه داشتیم در علامت تجاری شرکت، شکل دریاچه ارومیه را قرار دادیم تا پیام ما حمایت از محیط زیست باشد.

نمایشگاه صنعت در و پنجره تبریز با «رضا امیدنیا» مرد شماره یک شرکت آلتون‌وین دیدار کردیم. پای صحبتش نشستیم و از برنامه‌های او برای آینده شرکت پرسیدیم. «امیدنیا» درباره نام‌گذاری آلتون‌وین که پرسش قبل از مصاحبه ما بود با حوصله پاسخ داد. اینکه آلتون در زبان ترکی یعنی طلای ناب و به این دلیل که کیفیت تولید برایش مهم بوده سعی کرده نامی را برگزیند که بازتاب دهنده چنین نگاهی باشد. او روایت سال‌های دورتر را می‌گوید: «در سال ۸۷ وارد این صنعت شدیم. سال‌های کار در گذشته کم‌کم ما را به این صرافت انداخت که با سرمایه‌گذاری بر خطوط تولید، پروفیل‌هایی را تولید کنیم که هم از نظر قیمت و هم از نظر کیفیت، برای صاحبان صنایع و کارفرمایان جذابیت داشته باشد.»

رضا امیدنیا شرکت آلتون تجارت میلاد نور را تاسیس کرده و در حال حاضر با نام تجاری آلتون‌وین در حال فعالیت است. با او به گفت‌وگو نشستیم و درباره نوع تولید، بازار و دیگر فعالیت‌های این مجموعه، صحبت کردیم. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:



اگر موافق باشید برای ورود به بحث، درباره نوع تولیدات و کار در آلتون‌وین برای‌مان صحبت کنید...

ما در آلتون‌وین، تولیدکننده پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی هستیم. علاوه بر آن تولیدکننده اسپیسر آلومینیومی هستیم. اسپیسر نوعی از تولیدات فلزی است که داخل شیشه‌های دوجداره به کار می‌رود و در انواع و اندازه‌های مختلف تولید می‌شود. این نکته را هم باید عرض کنم که ما بخشی از ماشین‌آلات را از ایتالیا وارد کردیم و دستگاه‌ها مان این قابلیت را دارند که از سایز ۶ تا ۲۰ تولید می‌کنیم. موضوع بسیار مهم برای ما کیفیت است و ادعا داریم، کیفیت ما عالی است. ما در تولید اسپیسر از ورق‌هایی استفاده می‌کنیم که ضخامت آنها ۱.۸ است یعنی ضخیم‌ترین ورق موجود در بازار که این ورق‌ها را با بهترین کیفیت از اراک تهیه می‌کنیم.

پروفیل به نظر جزو محصولات جدید مجموعه شما است؟

بله! ما پیش از این پانل یوپی‌وی‌سی تولید می‌کردیم که آن هم بعداً به مجموعه اضافه شد و از سال ۱۳۹۵ شروع به تولید این محصول کردیم. در این مدت از نظر کیفی طوری پیش رفته‌ایم که توانستیم با همین برند آلتون علاوه بر اینکه محصولات را در سرتا سر ایران توزیع کنیم، صادرات هم داشته باشیم. از سال ۱۴۰۲ هم تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی را آغاز کردیم. دلیل تولید این محصول این بود که ما مشتریانی از قدیم داشتیم که از ما پانل‌های مورد نیازشان را تامین می‌کردند. آنها به پروفیل هم نیاز داشتند و از ما می‌خواستند این محصول را هم تولید کنیم.

به همین دلیل ماشین‌آلات مورد نیاز را وارد و قالب‌ها را نیز خریداری کردیم و پس از آن خط تولید راه‌اندازی شد.

کارخانه‌ای که در آن پروفیل و دیگر محصولات را تولید می‌کنید چه ویژگی‌هایی دارد؟

اول از همه عرض کنم ما در شهرک صنعتی ارومیه و در فاز دو توسعه مستقر هستیم و کارخانه را در زمین به وسعت ۱۶ هزار متر مربع بنا کرده‌ایم. در این مسیر طرح توسعه هم برای آینده‌ای نزدیک در نظر گرفته‌ایم که بنای کارخانه از میزان فعلی به صورت چشمگیری افزایش خواهد یافت. در حال حاضر ۵ اکسترودر وارد کردیم و دو خط تولید اسپیسر هم در کارخانه فعال است و در سه شیفت کاری به صورت ۲۴ ساعته کار می‌کنیم.

اینکه سه شیفت کار می‌کنید، قابل تقدیر است اما حجم تولید معمولاً بر اساس بازار است. آیا فروش محصولات شما با حجم تولید متناسب است؟

حرف‌تان کاملاً درست است. ما به این دلیل که از قدیم در این حوزه با نام نوین پی‌وی‌سی کار کردیم، ذائقه مشتریان را می‌دانیم بنابراین خطوط تولید ما هم بر همین اساس طراحی شده و طرح توسعه هم بر همین مبنا شکل گرفته است. از سوی دیگر سال‌های سال است ما به نمایشگاه تهران می‌آییم و از این رو به نیازهای بازار کاملاً واقفیم. این را هم عرض کنم ما دو برند داریم. یکی برند آلتون‌وین و دیگری کارولاین.

پی‌وی‌سی را تولید می‌کردیم، سهم‌مان را از بازار گرفته‌ایم. فروش ما، با توجه به اینکه پروفیل پنل از نظر فروش رده سه بازار است، همیشه به صورت انبوه بوده است. هدف از حضور در نمایشگاه هم به این دلیل نیست که ما از این نمایشگاه محملی برای فروش پیدا کنیم، صرفاً می‌خواستیم نام شرکت در میان اهالی صنعت بیشتر به چشم بخورد.

صادرات نقش مهمی در ایجاد بازار دارد در این زمینه چه کردید؟

ما در این زمینه هم فعال بوده‌ایم و اقداماتی انجام داده‌ایم. حدود سه سال پیش بیشتر از صد تن از تولیداتمان را به افغانستان صادر کرده‌ایم و برای عراق هم همین حدود. البته صادرات به عراق از محصولی به نام ریل پرده پی‌وی‌سی بوده است. برای آینده هم قرار است در نمایشگاه‌هایی که در اربیل یا سلیمانیه برگزار می‌شود شرکت کنیم تا بتوانیم این بخش از کار را توسعه دهیم.

برنامه دیگری هم برای توسعه دارید؟

بله. ما قرار است پروفیل پی‌وی‌سی به نام آلتون پلاس تولید کنیم. در واقع کیفیت این پروفیل بسیار بهتر از دو پروفیل قبل است. پروفیل‌های ریلی را هم جزو برنامه تولید داریم چون پروفیل‌های فعلی ما لولایی است. این پروفیل‌ها را در دستور تولید داریم به این دلیل که بازار آنها رو به افزایش است. فعلاً هم در حال تهیه قالب‌های این پروفیل‌ها هستیم تا بتوانیم سبد محصولاتمان را کامل کنیم.

گفتید کیفیت برای تان بسیار مهم است. یکی از عوامل موثر بر کیفیت، مواد اولیه و دیگر ماشین‌آلات است. در این زمینه در چه رده‌ای قرار دارید؟

در بحث مواد اولیه پودر پی‌وی‌سی که حتی برای پروفیل پنل مان که در صنعت در و پنجره جزو پروفیل‌های درجه سه است، استفاده می‌کنیم، پی‌وی‌سی صادراتی پاکتی است تهیه کردیم. اغلب کارخانه‌ها، پی‌وی‌سی را به صورت فله تهیه می‌کنند اما ما اصرار داریم به رغم هزینه‌های آن، پی‌وی‌سی پاکتی بندر امام را تهیه کنیم و در تولیدات به کار ببریم.

کربنات کلسیم که در تولید استفاده می‌کنیم نیز از تولیدات شرکت اومیا پارس است که همیشه با بالاترین کیفیت است. سایر افزودنی‌ها هم از شرکت‌هایی است که در خاورمیانه به نام بوده‌اند. در رابطه با ماشین‌آلات موجود در بازار هستند که پیش از این امتحان خودشان را پس داده‌اند. قالب‌ها هم از بهترین و به نام‌ترین شرکت‌های ترکیه‌ای بودند و خوب می‌دانید که این قالب‌ها در مقایسه با قالب‌های چینی از قیمت بسیار بالاتری برخوردار هستند اما ما برای افزایش کیفیت به هزینه‌های خط تولید خیلی توجه نداریم. ۳۰ یا ۴۰ درصد قیمت بالاتر اما کیفیت بسیار بهتری دارند.



این دو چه فرقی با هم دارند؟

برند آلتون‌وین در اصل برند اولیه ما است که استانداردهای بی‌نظیری دارد و بی‌هیچ شکلی دارای کیفیتی بسیار بالاست اما مشتری به انواع دیگر پروفیل هم نیاز دارد. بنابراین ما برند کارولاین را هم وارد خط کردیم که در اصل پروفیل اقتصادی و مقرون به صرفه است.

همه شرکت‌ها اقداماتی انجام می‌دهند که بتوانند سهم را از بازار به صورت ثابت از آن خود کنند. شما در این زمینه چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

ما از قدیم مقداری از این محصولات را تولید می‌کردیم. دلیل تولید محدود در آن مقطع این بود که بتوانیم با افزایش کیفیت تولید، نامی را در بازار برای مشتریان طالب کیفیت، معرفی کنیم. خوشبختانه در همان روزها، نام ما بین مشتریان معرفی شد و امروز می‌توانم عرض کنم که نام ما در بازار برای مشتریان آشناست و اعتباری در این زمینه کسب شده است. به عنوان نمونه محصولات ما توانسته‌اند در گرمای ۵۰ تا ۶۰ درجه اهواز، دوام بیابورند. سه سال است ما در اهواز نمایندگی داریم و توانسته‌ایم مشتریان خوبی در آن بازار پیدا کنیم در این سه سال ما هیچ‌گونه اعتراضی از سوی مشتریان نداشته‌ایم و نمایندگی رسمی ما در خوزستان به مرکزیت اهواز، یکی از فعال‌ترین نمایندگی‌هاست. همین موضوع نشان می‌دهد که کیفیت ما بسیار مناسب است. این محصول را در آزمایشگاه خودمان آزموده‌ایم که آزمون‌های سختی دارد. استانداردهای مختلف ایزو را هم دریافت کرده‌ایم و برای دریافت رال آلمان هم اقدام کرده‌ایم و کارهای ابتدایی آن انجام شده است. ما سال قبل به عنوان تولیدکننده برتر استان آذربایجان غربی از سوی سازمان صنعت معدن و تجارت استان انتخاب شدیم. اینها اقدامات اولیه است که می‌تواند بخشی از سهم بازار را برای ما حفظ کند. ما در چند سالی که پروفیل‌های کمکی در و پنجره

