

گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با مدیرعامل آلوم کاردینه؛

راهی بیابیم یا راهی بسازیم



اشاره

شرکت آلوم کاردینه بانام تجاری آلوکد از سال ۱۳۸۶ فعالیت خود را در تهران آغاز کرده است. شرکت آلوکد با بیش از یک دهه سابقه در زمینه طراحی، ساخت و اجرای نما و پوسته خارجی ساختمان‌های مسکونی، تفریحی، صنعتی، تجاری و... با بهره‌گیری از بهینه‌ترین و جدیدترین نوآوری‌های صنعت ساختمان در دنیا، خدمات متنوعی به مشتریان خود ارائه می‌دهد. شرکت آلوکد علاوه بر محصولات تولیدی خود، هم‌زمان با چندین کارخانه ترک و اروپایی در ارتباط بوده و در پروژه‌های خود بنا به درخواست خریدار نسبت به تهیه سیستم‌های موردنظر اقدام می‌کند. این شرکت در سال ۲۰۱۴ با شرکت sima cephe مجری سیستم‌های آلومینیومی قرارداد همکاری مشترک امضا کرده و هم‌اکنون پروژه‌هایی را در ایران و کشورهای همسایه در حال اجرا دارد. شرکت آلوکد همچنین با همکاری شرکت FTI-Facade Testing Institute در پروژه‌های بزرگ در ایران، سرویس و خدماتی مانند انجام تست‌های نما، دروپنجره و یراق‌آلات را با تایید استاندارد CE اروپا ارائه می‌کند. مهندس شهرام علیزاده، مدیرعامل فرهیخته و پرتلاش آلوکد چندین سال است که همکاری مستمری با واحد تحریریه پنجره ایرانیان داشته و با نگارش مقاله‌های فنی و تخصصی متعدد و مختلفی در حوزه نما و دروپنجره، نقش مهمی در زمینه آگاهی‌بخشی و ارتقای مهارت‌های فنی فعالان این عرصه داشته است. واحد تحریریه پنجره ایرانیان همواره سپاسگزار زحمات ایشان بوده و امیدوار است این همکاری تداوم داشته باشد. در ماه گذشته فرصتی پیش آمد تا گفتگویی با این مدیر موفق داشته و از چندوجوین فعالیت‌های این مجموعه باخبر شویم. در ادامه این گفتگو را باهم می‌خوانیم:

کشور نیز بسیار مورد توجه واقع شده است و بحث دیگر مربوط به اقتصادی بودن و قیمت مناسب این محصول است به‌گونه‌ای که صرفه اقتصادی مناسبی دارد به‌ویژه برای پروژه‌هایی که حجم بالایی از این محصول را استفاده می‌کنند. لوورها در نما به صورت پوشش نما تاکنون توسط مجموعه آلوکد برای اولین بار در ایران در دو پروژه در شهر تهران مورد استفاده قرار گرفته است. در این پروژه‌ها که نمای ساختمان‌ها به‌صورت کامل با لوور پوشیده شده‌اند یک مورد به‌صورت لوور عمودی و دیگری به‌صورت لوور افقی کار شده است. این نوع لوور یک سیستم اختصاصی است که مجموعه آلوکد مدت دو سال روی طراحی و تولید آن وقت

سال ۲۰۱۹ سالی سرشار از صلح و آرامش برای همه جهانیان باشد.

همان‌طور که می‌دانید شرکت آلوکد چندین سال است در زمینه محصولات و مصنوعات آلومینیوم در صنعت ساختمان و نما فعالیت می‌کند و علاوه بر لوورها، سرامیک‌ها و مصنوعات رایج آلومینیومی مورد استفاده در نمای ساختمان، مدت دو سال است که در زمینه نوع خاصی از لوورها و مش‌ها که در نمای ساختمان به‌کار گرفته می‌شود فعالیت بیشتری داریم. دو دلیل عمده برای این کار، یعنی پرداختن به مش‌ها و یا لوورهای ویژه نما، داشتیم که اولین دلیل مبحث سرعت عمل و زیبا بودن این متریال بوده که جدیداً در خارج از

❖ در خصوص فعالیت‌های تازه آلوکد توضیح دهید.

ابتدا لازم است به دو موضوعی که با این گفتگو هم‌زمان شده است اشاره‌ای داشته باشم. نخستین موضوع سانه دلخراش واژگون شدن اتوبوس حامل دانشجویان واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی است که باعث کشته و مصدوم شدن تعدادی از دانشجویان عزیز شد که من هم این حادثه ناگوار را به همه بازماندگان تسلیت عرض می‌کنم. از سوی دیگر این ایام مصادف شده با آغاز سال نوی میلادی که این مناسبت را نیز به عموم مسیحیان جهان به‌ویژه هم‌وطنان مسیحی تبریک و تهنیت می‌گویم و امیدوارم

تمامی همکارانمان صورت گرفت نیز از دیگر مواردی بود که توانست در گذر از شرایط سخت اقتصادی امسال کمک‌حال مجموعه آلوکد باشد.

❖ **به نظر شما آیا توجه به تبلیغات می‌تواند به بهبود شرایط کمک کند و در مجموع نگاه شما و سایر شرکتهای همکار به مقوله تبلیغات چگونه است؟**

امروزه تبلیغات یکی از دروس و حتی رشته‌های مهم دانشگاهی است که در سراسر دنیا نگاه و توجه ویژه‌ای به آن می‌شود. مطمئناً تبلیغات یکی از مهم‌ترین ابزارها برای فروش بهتر هر کالایی است و بدون تبلیغات هیچ شرکتی نمی‌تواند از یک سطحی بالاتر برود. مناسبانه برخی از شرکت‌های همکار ما به علت این که به صورت سنتی احداث شده و همچنان به همان صورت اداره می‌شوند برنامه مدونی برای پرداختن به تبلیغات ندارند. تعداد شرکت‌هایی که به‌صورت سندیکایی و علمی فعالیت می‌کنند و سیاست‌های مشخصی برای بخش تبلیغات دارند بسیار اندک است. از سوی دیگر امروزه شاهد این هستیم که محصولات جدید و تکنولوژی‌های مدرنی به خصوص در بخش آلومینیوم وارد بازار شده‌اند درحالی که بسیاری از مصرف‌کنندگان و جامعه هیچ‌گونه شناختی از این محصولات ندارند لذا لازم است که شرکت‌های آلومینیومی در این زمینه تجدیدنظر کرده و پرداختن به بخش تبلیغات را جدی‌تر بگیرند.

❖ **با این تفاسیر، چشم‌انداز و دورنمای فعالیت صنفی صنعت دروپنجره را چگونه می‌بینید و پیش‌بینی‌تان برای آینده بازار این صنعت چیست؟**

سوال بسیار سختی است و جواب دادن به آن آسان نیست چون همان‌طور که در ابتدا بیان کردم موارد و مسائل مختلفی دست به دست هم می‌دهند تا شرایط اقتصادی بازار را رقم بزنند و نمی‌توان همه این موارد را پیش‌بینی و بررسی کرد. گاهی ما با توجه به تجارب و اندوخته‌های قبلی و شخصی‌مان در صنعت، نتیجه خاصی را پیش‌بینی می‌کنیم ولی درنهایت می‌بینیم مسائلی خارج از حیطه اختیار و آگاهی ما به وجود آمده به‌گونه‌ای که نتیجه نهایی را کاملاً دستخوش تغییر کرده است! به‌عنوان مثال شاید به نظر برسد خارج شدن آمریکا از سوریه و عراق و دیگر کشورهای منطقه در سال ۲۰۱۹ فرصت مناسبی برای صنعت و اقتصاد ما به وجود خواهد آورد ولی از سوی دیگر امکان دارد همین مسئله با توجه به تحرکات برخی کشورها، مسائلی که در کنگره و سنای آمریکا می‌گذرد و مسئله برجام و تحریم‌ها کاملاً به ضرر ما تمام شود و هیچ اتفاق مثبتی برای ما دربر نداشته باشد. با همه این‌ها ما همواره به بهبود اوضاع خوش‌بین هستیم و امیدواریم سال آینده سالی سرشار از موفقیت و سربلندی برای تمامی ایرانیان به‌ویژه همکاران ما در بخش خصوصی و صنعت دروپنجره و نما باشد.

این اتفاق مثبت بیفتد و با برهم زدن برجام هزینه‌های هنگفت و صدمات جبران‌ناپذیری به اقتصاد، صنعت و تجارت کشور وارد شد. طبیعی است در این شرایط تمامی بخش‌های صنعت و اقتصاد مملکت درگیر مشکلات عدیده‌ای می‌شوند و صنعت ساختمان نیز از اثرات مخرب این شرایط در امان نخواهد ماند. ما نیز به‌عنوان جزئی از مجموعه بزرگ صنعت ساختمان از این شرایط و رکودی که بر صنعت ساختمان حاکم شده متأثریم. به‌عنوان مثال با نگاهی به آمار می‌بینیم که تعداد پروانه‌های ساختمانی صادرشده در سال گذشته نسبت به سال‌های قبل کاهش چشمگیری داشته و میزان کار ما در بخش پنجره و نما نیز به همین نسبت با کاهش مواجه شده است.

❖ **شما برای گذر از این شرایط بحرانی چه تمهیداتی اندیشیده‌اید و چه پیشنهادی برای همکاران و هم‌صنفی‌هایتان در صنعت دروپنجره و نما دارید؟**

همان‌طور که ما در زندگی عادی و مسائل روزمره خودمان هم باید برای شرایط مختلف، پلان‌های الف، ب و ... طراحی کنیم تا در صورت ایجاد مشکل برای پلان الف بتوانیم آن مسئله را با پلان ب پوشش دهیم؛ در مسائل کاری شرکت نیز باید چنین سیاستی اتخاذ کنیم تا در صورت ایجاد شرایط بحرانی و به وجود آمدن یک مشکل بتوانیم مجموعه را سرپا نگهداریم. افراد و مجموعه‌های موفق نیز همواره از این ترفند تبعیت می‌کنند و برای هر پروسه کاری چندین پلان و برنامه اجرایی در نظر می‌گیرند تا هیچ عاملی باعث توقف کار و پیشرفت آنها نشود. ما در مجموعه آلوکد نیز از این اصل غافل نبودیم و با توجه به تجربیات خود در سال گذشته، برای فعالیت شرکت در سال جاری چندین طرح و برنامه تهیه و تدوین کردیم. به‌عنوان مثال ما در مجموعه آلوکد در سال‌های گذشته چندان به پروژه‌های دولتی به سبب مشکلات خاصی که این نوع پروژه‌ها دارند، توجه و علاقه‌ای نشان نمی‌دادیم ولی با توجه به شرایط خاصی که امسال با آن مواجه هستیم این موضوع را در دستور کار قرار دادیم که خوشبختانه توانستیم با گرفتن چندین پروژه بزرگ دولتی، مشکلات مجموعه را پوشش دهیم. یکی دیگر از راهکارهایی که در شرایط خاص و بحرانی می‌تواند به روند فعالیت شرکت‌ها کمک کند معرفی محصولات جدید است به‌ویژه محصولاتی که از نظر اقتصادی و قیمت تمام‌شده برای مصرف‌کننده و بازار هدف مقرون‌به‌صرفه باشد.

مثالی که در این مورد می‌توانم به آن اشاره کنم پنجره‌های لولایی است که ما توانستیم با ارائه این محصول به‌گونه‌ای که قیمت تمام‌شده آن کاملاً اقتصادی و حتی نزدیک به قیمت پنجره یو.بی.وی.سی باشد مصرف‌کنندگان زیادی را به استفاده از این محصول ترغیب کنیم. انضباط مالی و کاهش هزینه‌های جاری شرکت که با همراهی و همیاری

صرف کرد و هم‌اینک آن را با موفقیت مورداستفاده قرار می‌دهد. بحث دیگر مربوط به مش‌ها و استرچ متال‌ها است که هرچند ما تولیدکننده این محصول نیستیم اما مباحث مربوط به طراحی و اجرای آن را در مجموعه آلوکد انجام می‌دهیم.



❖ **این لوورها چه مزایای خاصی دارند؟**

همان‌طور که اشاره کردم این محصولات علاوه بر زیبایی ظاهری فوق‌العاده‌ای که دارند بسیار سبک هستند و این مزیت با توجه به مهم بودن بحث سبک‌سازی در ساختمان بسیار مورد توجه معماران و کارفرمایان است. علاوه بر اجرای سریع و آسان‌تر، لوورها نسبت به سایر مصنوعات آلومینیومی که در نما به کار گرفته می‌شوند قیمت مناسب‌تری دارند و از نظر اقتصادی نیز بسیار به‌صرفه‌تر هستند.



❖ **وضعیت کلی بازار آلومینیوم به‌ویژه مصنوعات آلومینیومی که در نمای ساختمان به کار می‌رود با توجه به شرایط فعلی اقتصادی چگونه است؟**

همان‌طور که خودتان نیز در مقالات، گفتگوها و مطالب مختلف نشریه پنجره‌ایرانیان بارها به این موضوع پرداخته‌اید، مهم‌ترین نکته‌ای که می‌توان به آن اشاره کرد این است که عوامل متعدد داخلی و خارجی در به وجود آمدن وضع موجود در بازار آلومینیوم تاثیرگذار بوده و نمی‌توان فقط یک یا دو عامل را در این مسئله دخیل دانست. این مسئله در همه جای دنیا وجود دارد ولی در کشور ما با توجه به شرایط خاص که حاکم است متأسفانه عوامل خارجی در به وجود آمدن بحران‌های اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. به‌عنوان مثال مواردی مانند برجام یا تحریم‌ها، هرکدام می‌توانند تأثیرات جداگانه‌ای در رونق یا رکود اقتصاد کشور از خود بر جای بگذارند. برجام می‌توانست نقش بسیار مثبتی در بهبود شرایط اقتصادی کشور داشته باشد ولی متأسفانه دست‌هایی در کار بود که نگذاشت