



در بازدید پنجره ایرانیان از آلومینیوم کوپال اصفهان و گفتگوی اختصاصی با دکتر علیرضا رضوانی مطرح شد:

نیاز روز؛ محصولی به روز

شرکت آلومینیوم کوپال اصفهان، واپسین مقصد دومین دور از بازدیدهای گروه خبری نشریه پنجره ایرانیان بود. در ادامه دور نخست این بازدیدها که به شهر تبریز اختصاص داشت، پنجره ایرانیان همزمان با دومین نمایشگاه در و پنجره اصفهان برنامه‌ای را برای بازدید و تهیه گزارش از چند مرکز عمده تولیدی استان اصفهان تدارک دید. آخرین ایستگاه گروه خبری، کوپال اصفهان در شهر نجف‌آباد بود. شهرک صنعتی منتظریه این شهر، بیش از ده سال میزبان مجموعه‌ای است که دانش روز را با ابتکار و پشتکار در هم آمیخته و سربلندی آفریده است. علیرضا رضوانی که سال‌های بسیاری را در مراکز عملی جهان به اندوختن دانش روز سپری کرده، با علم و البته درایت خود امروز آلومینیوم کوپال را به یکی از برترین‌های صنعت کشور تبدیل ساخته است. دیدار گروه خبری از این مجموعه فرصت مغتنمی بود تا پای صحبت پر بار دکتر علیرضا رضوانی، قائم مقام مدیر عامل کوپال بنشینیم و داستان کوپال را از زبان او بشنویم و برای شما گزارش کنیم. در ادامه گزارش تصویری از این بازدید و این گفتگو از نظر شما می‌گذرد:

اشاره:

شده‌اند. برای نمونه اخیرا دستگاه‌های پرس ساخت ژاپن را نیز به مجموعه اضافه کرده‌ایم. در ابتدا تولیدات ما به محصولات نرمال محدود بود، البته تمام مقاطع در و پنجره‌ها در سبب محصولی ما وجود داشت. با گسترش بازار و شکل گرفتن نیازهای جدید، محصولات نرمال بریک را نیز به تولیدات کوپال افزودیم. به هر حال راز بقا در توان پاسخگویی به نیازهای جدید بازار است.

■ استاندارد چه جایگاهی در مجموعه شما دارد؟

البته استانداردهای موجود در ایران در زمینه آلومینیوم کامل نیستند و اساسا در خصوص بسیاری از مقاطع آلومینیوم استاندارد تعریف شده‌ای وجود ندارد. با این حال کوپال از استاندارد کشور آلمان برخوردار است. اما اگر به‌طور خلاصه بخواهم بگویم استاندارد ملی ایران و گواهینامه ISO 9001 – 2008 از جمله استانداردهایی است که کوپال موفق به دریافت آنها شده است.

■ چه نگرشی در مجموعه آلومینیوم کوپال حاکم بوده که آن را به چنین نقطه‌ای رسانده است؟

■ درباره پیشینه و وضعیت فعلی آلومینیوم کوپال اصفهان کمی توضیح دهید.

شرکت آلومینیوم کوپال اصفهان یکی از نخستین مجموعه‌هایی است که در این زمینه در مرکز ایران شروع به فعالیت کرده است. این کارخانه در سال ۱۳۷۹ در زمینی به مساحت بیش از یک هکتار در شهرک صنعتی منتظریه نجف‌آباد اصفهان احداث شد. ظرفیت اولیه کارخانه ۱۲۰۰۰ تن پروفیل بود. در طول این سال‌ها با استفاده از فناوری و دانش روز جهان از جمله از کشورهای آلمان، ژاپن و ترکیه و به‌کارگیری مدیرانی کارآمد، آلومینیوم کوپال را روزبه‌روز ارتقاء دادیم تا به امروز که محصولات ما در بیشتر نقاط ایران مورد استفاده قرار می‌گیرد.

■ آلومینیوم کوپال چه محصولات و خدماتی را عرضه می‌کند؟

انواع پروفیل‌های ST، اختصاصی و نرمال بریک، پراک‌آلات، انواع رنگ الکترواستاتیک، دکورال و آنادایز از جمله محصولات تولیدی این کارخانه است، همچنین در زمینه ارائه مشاوره و راه‌اندازی خطوط تولید در و پنجره نیز فعالیت‌هایی داریم. ماشین‌آلاتی که در کارخانه مشغول به کار هستند از بهترین برندهای موجود انتخاب



آلومینیوم کوپال، تا به امروز که وارد دومین دهه خود شده است، همواره اصولی داشته و بر آنها پایبند بوده است. نخست آنکه همواره به دانش روز مجهز باشیم؛ دوم، رقیبمان را به‌عنوان معلمان حرفه‌ای خود در نظر بگیریم؛ و سوم اینکه در همه حال الفبای رقابت سالم را در بازار حفظ کنیم.

■ منظور تان از الفبای رقابت سالم دقیقاً چیست؟

ببینید از نظر ما دو نوع رقابت سالم وجود دارد: کیفیت و قیمت. یعنی شما یا باید با ارتقای کیفیت محصولات خود وارد بازار رقابتی شوید یا با اتخاذ روش‌هایی خاص قیمت خود را به‌صورت رقابتی تعیین کنید. به نظر من فقط این دو نوع رقابت قابل احترام است. غیر از این‌ها، در واقع از خط قرمزها عبور شده و دیگر نمی‌توان نام رقابت سالم را بر آنها گذاشت.

■ آلومینیوم کوپال همواره حضور نمایشگاهی پررنگی داشته است. به نظر شما نمایشگاه‌های تخصصی مختلفی که در نقاط مختلف کشور برگزار می‌شود، از شرایط مناسبی برخوردار است؟

ببینید، در صنعت آلومینیوم سیستم منظم و دقت نظر لحظه‌ای حرف اول و آخر را می‌زند. نمایشگاه محلی برای کشف بازارهای جدید است. از سوی دیگر نمایشگاه می‌تواند ویتترین تولیدکنندگان باشد. حال هرچه بر این ویتترین غبار بیشتری نشسته باشد، تولیدکننده کمتر به چشم می‌آید. در چند ماه گذشته ما در چهار نمایشگاه شرکت داشته‌ایم که آخرین آن همین نمایشگاه اصفهان است. در ماه‌های آینده هم در کرمان و شیراز نیز حضور خواهیم داشت. حضور مستمر و دائم در رویدادهایی مانند نمایشگاه‌های تخصصی به تثبیت برند در بازار کمک بسیاری می‌کند. امروز نام کوپال با کیفیت مطلوب عجین شده است. ما با تکیه بر دانش روز و تکنولوژی مدرن کوپال را در مسیر رقابت سالم قرار داده‌ایم و تنها به رشد این صنعت می‌اندیشیم.

■ به نظر شما صنعت آلومینیوم در ایران چه جایگاهی دارد؟

باید بگویم، آلومینیوم جزو صنایع قدرتمند کشورمان است. به‌طور کلی کشورهایی که وارد این صنعت شدند، کشورهایی صاحب نظر هستند. ایران هم از همین دسته از کشورهاست. در سالیان گذشته دانش بسیاری در این زمینه به‌عنوان مختلف از کشورهای دیگر جذب و وارد ایران شده است. حفظ و توسعه این صنعت نیز مستلزم بسترسازی مناسب، به‌روزرسانی و بومی کردن آن است. باید توجه داشته باشید که آلومینیوم یک نیاز روز مردم است. امروزه آلومینیوم در معماری نوین نقش مهمی بر عهده دارد و روزه‌به‌روز نیز تمایل مصرف‌کنندگان نهایی به استفاده از در و پنجره و دیگر محصولات آلومینیومی در خانه‌ها بیشتر می‌شود. به عبارتی پنجره‌های قدیمی دیگر پاسخگوی مطالبات بازار امروز نیستند. بنابراین تولیدکننده اگر همچنان بر روش‌های سنتی خود پافشاری کند و در پی اطلاعات روز نباشد، دیر یا زود از گردونه رقابت خارج خواهد شد.

این نکته را نباید فراموش کرد که استفاده از آلومینیوم مزایای بسیاری دارد، برای مثال، آلومینیوم به‌هیچ وجه آلودگی ندارد، ضایعات ندارد، به این معنا که کل آن دوباره به چرخه تولید بازمی‌گردد. ضمن اینکه از سال‌های بسیار دور ثابت شده است که آلومینیوم یکی از مقاوم‌ترین مواد برای ساخت مصالحی همانند در و پنجره است.

■ با توجه به وضعیت کنونی بازار و تحولاتی که به‌واسطه برچیده شدن تحریم‌ها

در راه است، چه چشم‌اندازی را برای بازار آلومینیوم متصور هستید؟

تصور بر این است که فضای جدیدی در حال شکل‌گیری است؛ اما این فضا هر چه که باشد، ما باید بتوانیم آمادگی خود را برای وارد شدن به آن کسب کنیم. باید بدانیم که فعالیت در شرایط جدید به الفبایی جدیدی نیز نیاز دارد. با روش‌های قبلی نمی‌توان وارد این فضا شد. در واقع باید خود را برای رقابت با حریفان نیرومندتر آماده کنیم و با ارتقای محصولات خود قدرت رقابت خود را بالاتر ببریم. این گونه نیست که تصور کنیم در آینده فضا بهتر خواهد شد پس بدون تلاش بیشتری در انتظار بازار بهتر و سود بیشتری بنشینیم. بر عکس، مسئولیت‌پذیری، دقت، سرعت و علم ما باید افزایش یابد. این‌ها همه لازمه ورود به فضای تازه هستند. اگر این مسائل جدی گرفته نشوند، بدون تردید موفقیتی حاصل نخواهد شد. تصور کنید اگر در فضای جدید کشورهای اروپایی محصولات خود را مستقیماً در بازار ما عرضه کنند، در چنین شرایطی قطعاً ما باید سطح خودمان را آنقدر بالا برده باشیم که بتوانیم با آنها رقابت کنیم. نمی‌توان بدون هیچ تغییری در روش‌های خود توقع داشته باشیم که بازار خود را در حضور آنها حفظ کنیم.