

ماهنامه تخصصی صنعت در و پنجره و بهینه‌سازی انرژی
اطلاع رسانی، خبری، تحلیلی، آموزشی، پژوهشی | تلفن: ۳۳-۴۴۸۹۲۲۹

ایرانیان | www.panjereh-iranian.ir

روزگار

سال هفدهم، شماره ۱۴۰۳ | قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

PDF Compressor Free Version
روایتی از برتری سازندگمین نماینده بین المللی دروپنجره تهران

 **ATA TECH**
UPVC WINDOW & DOOR SYSTEMS

☎ 021 4751

🌐 atatech.co

🌐 atatech.co

تولید پروفیل سفید با

دیواره مغز رنگی



فصل صلح با طبیعت
پنجره‌های سبز بدون سرب

هافمن

پروفیل در و پنجره یو پی وی سی



دارای گواهینامه رال آلمان

www.hofmannprofile.com

تندیس ملی رعایت حقوق

مصرف‌کنندگان برای دومین بار



PDF Compressor Free Version



ولار: نخستین تولید کننده
یراق آلات درب و پنجره های UPVC
در کشور با آخرین تکنولوژی روز دنیا

شرکت سپهر یراق پارسین
Sepehr Yaraqh Parsian Co.



اولین و بزرگترین تولید و صادر کننده
پروفیل های تقویتی
در کشور

TEL: 041-7172

WWW.JAHANSTEEL.COM



ما به پلاستیک شخصیت می دهیم

One-Pack Stabilizers

- Calcium/zinc
- Lead
- OBS

Impact Modifiers

Processing Aids

Lubricants



همپار تولیدکننده استابیلایزرهای U-PVC بر پایه سرب، کلسیم-زینک



کد پستی: ۱۸۵۸۵۷۷۳۹

Tel: +9821- 9100 3000

Site: www.hampar.com

تهران-خیابان ولیعصر، خیابان

سیزدهم، نیش خیابان مسلمان

پلاک ۳۳، طبقه اول، واحد ۱۳

Plast Insulator Industries Win Class

PDF Compressor Free Version

تولید کننده متنوع ترین تیپ های
پروفیل های در و پنجره UPVC

sliding series 90 single rails
sliding series 73 single rails (NEW)
sliding series 70 double rails
series 60 five channels General
series 65 five channels Super (NEW)

گسترده ترین انتخاب حق شماست...



دفتر مرکزی: ۰۳۱ - ۵۷ ۷۷ ۵۵ ۸۲ (خط ۱۰)

فکس: ۰۳۱ - ۵۷ ۷۷ ۶۳ ۶۸

دفتر تهران: ۰۲۲ ۱۱ ۱۱ ۱۵

همراه: ۰۹۱۲ ۰۳۳ ۸۸ ۳۸





بوتیا

PDF Compressor Free Version



website



Instagram



تماس: ۰۲۱-۴۳۰۸۵

follow us on
instagram: butia.ir

e-mail: info@butia.ir www.butia.ir

با کیفیت بوتیا

پروفیل درب و پنجره یو پی وی سی

شیشه های دو جداره

PDF Compressor Free Version



صفحه رسمی اینستاگرام ارسی پن



با ما همراه باشید تا از جذاب ترین تخفیفات ارسی پن و آخرین اخبار صنعت UPVC مطلع شوید

نمایندگی فروش پروفیل سی فور در استان های تهران، البرز، قزوین و اراک
آدرس: احمد آباد مستوفی
آقای مهندس حسینی: ۰۹۱۲۶۹۳۵۹۳۴ | خانم کریمی: ۰۹۱۲۶۷۶۲۵۰۱
تلفن: ۰۲۱-۵۶۷۱۷۵۶۷

PDF Compressor Free Version



سیندر تولید کننده انواع
پروفیل های یو.پی.وی.سی

GenoWin

گنوین، پروفیل اقتصادی گروه سیندر



www.syndej.com

۰۲۱ - ۲۳۴۸



PDF Compressor Free Version

BEST VISION
بست ویژن

بست ویژن نوآوری هوشمندانه



www.bestvisionco.com | info@bestvisionco.ir

تلفکس: ۰۲۱-۲۶۴۱۳۳۱۸

تلفکس: ۰۲۱-۲۶۶۱۱۱۶۴

دفتر تهران: خیابان طغر

دفتر اصفهان: خیابان شیخ صدوق شمالی

PDF Compressor Free Version

این پنجره رنگ عوض نمی‌کنه!



پروفیل درب و پنجره UPVC
دفتر مرکزی: ۰۹۹۹-۳۳۳۳۳۳۳۳
www.cfour-profile.com



تامین کننده انواع پراق آلات درب و پنجره



مشاوره و فروش :
۰۲۱ - ۲۶۶۴۴۰۰۰

شعبه چهار دانگه:
۰۲۱ - ۵۵۲۴۸۵۵۷

شعبه مازندران:
۰۱۱ - ۳۳۶۰۱۹۱۷

شعبه مشهد:
۰۵۱ - ۳۶۵۱۱۰۶۶

دفتر مرکزی:
شریعتی، روبروی میرداماد، کوچه نیک،
پلاک ۲۸، واحد ۱

شعبه خاوران:
۰۲۱ - ۳۳۴۵۹۸۵۵

شعبه شهریار:
۰۲۱ - ۶۵۴۱۲۷۹۵

شعبه جاجرود:
۰۲۱ - ۷۶۲۰۰۲۲۲

PDF Compressor Free Version



website: satian.ir

PDF Compressor Free Version



تاراز پلیمر ایرانیان
Taraz Polymer Iranian

تأمین کننده مواد اولیه پروفیل UPVC



تاراز پلیمر از تمام بازدید کنندگان محترم که از غرفه این مجموعه بازدید به عمل آورده اند قدر داری می کند

www.tarazpolymer.com
Info@tarazpolymer.com

اصفهان ، خیابان آمادگاه ، نرسیده به چهار راه
فلسطین ، جنب بن بست قاضیها (شماره ۱۹)
مجتمع امیر ، طبقه ۴ ، واحد های ۴۴ الی ۴۸

۰۳۱-۳۸۰۲۰۰۰۰

PDF Compressor Free Version

کیفیت تجارت ماست



تامین کننده یراق آلات در و پنجره های یو پی وی سی و آلومینیوم



نماینده رسمی شرکت کاله ترکیه در ایران



www.wbh.co.ir



wbh.co

۰۲۱- ۸۶۰ ۷۰۹ ۴۰ / ۰۲۱- ۸۶۰ ۷۰۹ ۳۷



معاونت گنجین تولید کنندگان
در پنجره های ایران



Out
-15

♦ تولید پروفیل های فوم دار برای اولین بار در ایران



in
25°



📍 **کارخانه:** تبریز، شهرک سرمایه گذاری خارجی،
خیابان آسیا ۲، خیابان اروپا، میدان صنعت، پلاک ۸۶
📞 تلفن: ۰۴۱ - ۳۱۰۳ فکس: ۰۴۱ - ۳۲۴۶۶۰۹۹
📍 **دفتر فروش تهران:** زعفرانیه، خیابان مقدس اردبیلی،
نیش خیابان شاد آور، پلاک ۱۵، طبقه ۱۱، واحد ۳
📞 تلفن: ۰۲۱ - ۲۶۳۷ ۳۴۵۵ فکس: ۰۲۱ - ۲۶۳۷ ۳۴۶۶

elutec

PDF Compressor Free Version

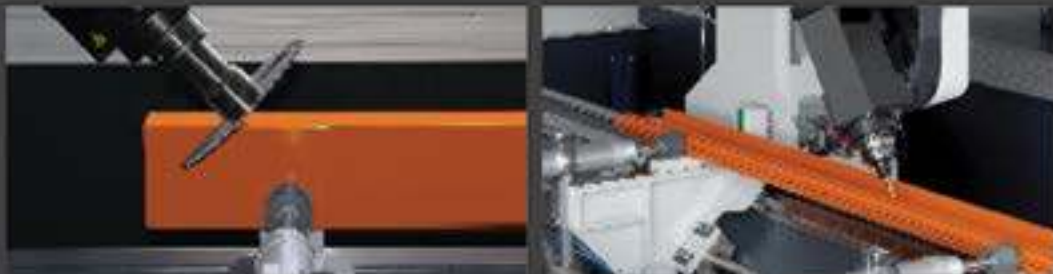


CONTACT US

WWW.ELUTEC.IR
INSTAGRAM: ELUTEC.IR

M: +989123473122

T: +98(26)34201787



EUROPEAN TECHNOLOGY

نماینده رسمی الوماتک آلمان و پرتیچی ایتالیا

PDF Compressor Free Version

YELKEN

یراق آلات درب و پنجره آلومینیوم و UPVC



Always Better

۰۲۱ ۴۶۰۷۱۵۵۰

www.fornax-co.com

دفتر فروش مرکزی تهران

شهرک غرب ، حسن سیف ، کوچه چهارم



PDF Compressor Free Version



سیستم کشویی لیفت آلومینیوم



سیستم فولکس واگنی



سیستم آکاردئونی آلومینیوم و پی وی سی

📧 yelken.iran

✉ yelkeniran@yahoo.com

دفتر شعبه تبریز : تبریز ، پلیس راه تبریز - مرند

کوچه دانشمند ، پلاک ۸۹

تلفن : ۰۴۱ - ۳۲۸۵۸۱۲۷

گروه صنعتی امرتات

بوریم، هستیم، خواهیم ماند...



دارای گواهی
ثبت اختراع و
مالکیت صنعتی

ماندو، تلاقی خلاقیت و تکنولوژی
سنگین ترین و مقاوم ترین پروفیل سری ۶۰ بازار

 **Leowin**

Mundo 

LeoPrime
Premium Windows systems • 100% by Hall of Excellence

 amertatupvc

 +989025350065

 www.amertat-group.ir

نشانی دفتر: تهران، بزرگراه ستاری شمال،
خیابان پیامبر مرکزی، پلاک ۸۴، ساختمان امرتات

تلفن: ۰۲۱ - ۴۴۰ ۲۷ ۵ ۲۷

تلفن: ۰۲۱ - ۴۴۰۴ ۵۱۵۸



FomIndustrie

PDF Compressor Free Version

Aluminum & PVC Working Machinery



Fmc470

ماشین ستر ۴ محور



Blitz 60

برش دو سر



Mistral 26A

دستگاه مولیون



Baiha L

دستگاه پرس گوشه (پنج)



Matisse

دستگاه کپی روتر



Sealant

دستگاه چسب



جام ماشین نماینده انحصاری کمپانی
فوم اینداستری ایتالیا در ایران



دفتر مرکزی: تهران - فرمانیه غربی، خیابان جباریان
خیابان پانزدهم، کوچه عظیمی، کوچه معبر، پلاک ۱، واحد ۳

نمایشگاه دائمی: تهران - شورآباد، بعد از ۶۰ متری
روبروی دوربرگردان مهدی آباد، خیابان یکم شرقی (البرز)
چهارراه چهارم، کوچه فتح یک، درب چهارم، پلاک ۲۲
۰۲۱ - ۲۲۲۵۶۲۱۲ - ۲۲۲۵۶۰۱۲



021 - 222 56 212

021 - 222 56 012

fom_industrie_iran

fomindustrie.com



murat®

تولید کننده تخصصی ماشین آلات درب و پنجره آلومینیوم و UPVC

۱۷ سال سابقه حضور مستمر در ایران



برش مرکزی آلومینیوم



برش آلومینیوم دوکله اتوماتیک
(قطر ۵۰، ۵۵، ۶۵ mm)



پانچ هیدرولیک آلومینیوم
بدون محدودیت در ارتفاع پروفیل ها



ماشینکاری پروفیل کرتنوال (۴ و ۵ محور)

www.murat.com.tr

murat_machinery

iranbranch@murat.tr

۰۲۱ - ۸۸۵۸۲۶۰۸

۰۹۱۲ - ۸۱۶۱۰۳۸

تلفن :

واحد فروش :

آدرس : شهرک غرب ،

حسن سیف ، کوچه چهارم

PDF Compressor Free Version



alaks

www.alaksiran.com ☎ 041 3109 🌐 alaksirankish 📱 alaks_co

اروتنبرگ

تولیدکننده پروفیل یو پی وی سی

یک اسیل آرمانی!

استقبال بر نظیر
صنعت درب و پنجره یوپر وی سر
از تولیدات و دستاوردهای روتنبرگ
در نمایشگاه تهران

از تماشای عزیزان سر که
به دیدار ما آمدند
سپاسگزاریم

PDF Compressor Free Version

آورتا

پروفیل در و پنجره یو پی وی سی

دفتر مرکزی و کارخانه : ساری، شهرک صنعتی شهید مصطفی خمینی، فازیک

تلفن: ۳۴۰۴ (۰۱۱) / تلفن فروش: ۳۳۶۸۱۸۱۲ (۰۱۱) @Avertaupvc : www.averta.ir

PDF Compressor Free Version



UPVC Window & Door Profile

0 1 1 - 3 4 0 4
W W W . a v e r t a . i r



chemson



مطابق با استانداردهای ملی و بین المللی

KARA

PDF Compressor Free Version

glass & upvc machinery center



تیپ صادراتی

نسل جدید دستگاه UPVC
برای اولین بار در ایران



011-33701223-4

0935-555-0046

0935-555-0049

0935-555-0081

0935-555-0091

kara_machinery

www.kara-machinery.com

کارخانه و دفتر مرکزی
تهران - شهرک صنعتی شماره یک



(نشان صادراتی محصول) CE

ISO 9001

ISO GMP

ISO IMS

PDF Compressor Free Version

بزرگترین تولید کننده یراق آلات درب و پنجره UPVC در کشور



با پشتوانه
۴۰ سال تجربه
در صنعت قطعه سازی

۱۱ سال سابقه
حضور درخشان
در صنعت یراق آلات

winac
هیناک
طراح و تولید کننده مجموعه
یراق آلات درب و پنجره



دفتر تهران: جنت آباد مرکزی، بلوار شاهین شمالی (کبیری طامه)، نبش کوچه پنج، پلاک ۲، واحد ۲
کارخانه: اتوبان تهران-قزوین، شهرک صنعتی کاسپین، بلوار امام خمینی، میدان اصلی، خیابان هشتم
تلفکس: ۴۵۷۴۸ (۲۱) | www.winac.co | info@winac.co

واحد نمونه تحقیق و توسعه سال های ۹۲ و ۹۳
کارآفرین برتر استانی در سال های ۸۷، ۹۰ و ۹۱
واحد منتخب پیشگسوت صنعت در سال ۹۷

PDF Compressor Free Version

 **Bregmann**



PDF Compressor Free Version



Bregmann

UPVC WINDOW & DOOR SYSTEM

البرز فراز آپادانا

تولید کننده یراق آلات در و پنجره یو پی وی سی



آدرس: تبریز، شهرک سرمایه گذاری خارجی

۰۴۱۳۲۴۶۶۳۶۱ / ۰۴۱۳۲۴۶۶۳۶۲ / ۰۴۱۳۲۴۶۶۳۶۳

PDF Compressor Free Version



Homareshtan Industrial Group

HOMARESHTAN

An Ultimate Solution

تولید کننده پروفیل UPVC جهت ساخت در و پنجره های دو و سه جداره

تولید کننده ورق های سخت PVC جهت استفاده در
دکوراسیون های داخلی، ساخت کابینت، ساخت لاکر و ...

تولید کننده ورق های نرم PVC جهت استفاده برای پرده هوا، صنایع روشنایی و ...

تولید کننده ورق های ژئوممبران PVC جهت عایق بندی و
آب بندی در پی ساختمان ها، دیواره تونل ها و پشت بام ها ...



وزارت صنعت، بازرگانی و صنایع
استخراجی ایران



وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی



وزارت راه و ترابری



برند برای صنعت، بازرگانی و خدمات



سازمان استاندارد بین المللی



سازمان استاندارد بین المللی



سازمان استاندارد بین المللی

www.homareshtan.com

PDF Compressor Free Version
دارنده گواهینامه کیفیت محصول از شرکت SKZ آلمان، تحت استاندارد RAL 716
و تنها دریافت کننده استاندارد مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی در کلاس S
و استاندارد ملی ایران



همار شدن، پنجره ای برای تمام فصول

Homarshian Industrial Group
HOMAPRO
An Ultimate Solution

تولیدکننده پروفیل‌های در و پنجره UPVC

Homarshian Industrial Group
HOMASHEET
An Ultimate Solution

تولیدکننده ورق‌های نرم و سخت PVC

دفتر مرکزی: خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی خیابان ۶۶، پلاک ۳۸

تلفن: ۸۸۶۰۹۰۰۰ (خط ۱۰)



شرکت یراق سازان ماکو
طراح و تولید کننده یراق آلات درب و پنجره

استان البرز - منطقه ویژه اقتصادی پیام -
فاز یک - خیابان نهم



۰۰۹۸-۲۶-۳۴۹۲۲۲۴۱

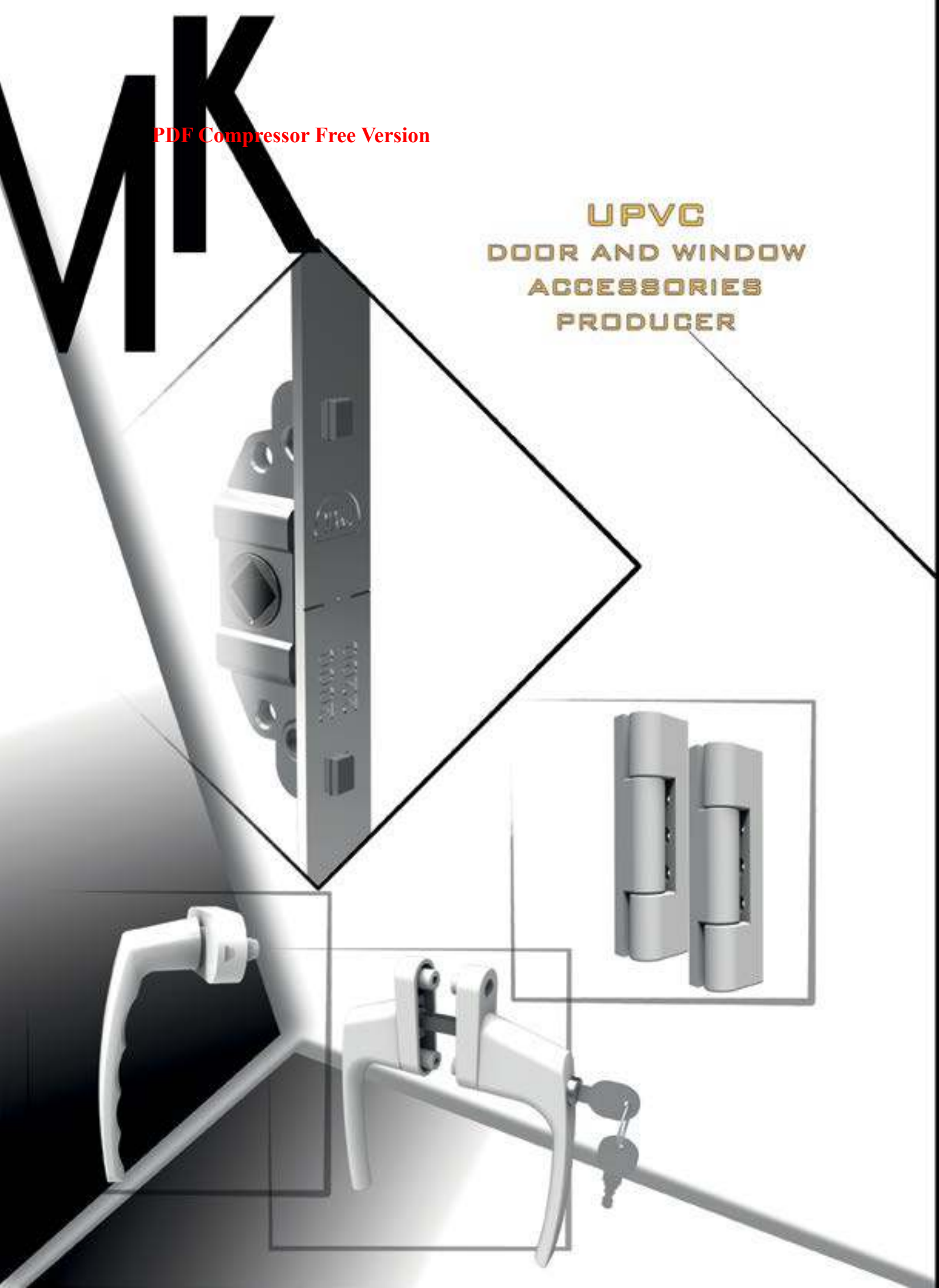
۰۰۹۸-۲۶-۳۴۹۲۲۲۴۷

۰۰۹۸-۹۱۲-۲۶۸۳۲۸۸

www.makuaccessories.com

PDF Compressor Free Version

UPVC DOOR AND WINDOW ACCESSORIES PRODUCER





رئال وین پنجره‌ای به زندگی نوید

REALwin

Fenster und Tür Profile

تشکر و قدردانی از بازدیدکنندگان
نمایشگاه تخصصی درب و پنجره تهران
بدینوسیله از تمامی عزیزانی که با
حضور صمیمانه خود در نمایشگاه
تخصصی درب و پنجره تهران و
بازدید از غرفه **رئال وین** به دیدارمان
آمدند، کمال تشکر را داریم.
امید است در آینده در خدمت کلیه
عزیزان باشیم.



REALwin

دفتر مرکزی: تهران، چیتگر، بلوار کوهک، خیابان نسیم دهم، پلاک ۹، واحد ۲

کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، غزالی غربی، گلرخ ۲، گلشید ۱، پلاک ۱۵۱۸

realwinprofile

www.realwinupvc.com

۰۲۱-۲۲۱۱۴۶۱۲-۱۳

info@realwinupvc.com



ALUTHERM

ALUMINIUM PROFILE

PDF Compressor Free Version

تولید کننده پروفیل آلومینیوم در و پنجره و نما

شرکت آریا هامون آذر (آلوترم)



WE ARE SERIOUS ABOUT ALUMINIUM

واحد تولید: تبریز، جاده صوفیان، شهرک صنعتی بعثت
واحد فینیشینگ: تبریز، جاده تهران، شهرک صنعتی عالی نسب

☎ ۰۹۱۴۲۲۴۶۹۰۹
🌐 www.alutherm.ir

☎ ۰۴۱۳۶۳۰۹۵۷۳
📧 @alutherm.co

PDF Compressor Free Version

اوروین

UORWIN

کیفیت و زیبایی پنجره را با اوروین تجربه کنید...



دارای خط تولید پروفیل لمینیت با تنوع رنگ و طرح
مدور بیمه نامه عمر، خسارت جانی، دیه و سرمایه گذاری
(بطور رایگان برای تمام موتاژکاران)

تولید کننده برترین پروفیل های یو.پی.وی.سی سری ۶۰۰۰ چهار محفظه و کشویی

تولید کننده لاستیک های درزگیر دو جزئی از نوع TVP

تولید پوشش سقف پارکینگی

دارنده استاندارد CE اروپا



UORWIN



ISO 9001
CERTIFIED

آدرس: ارومیه، جاده شهید کلانتری، شهرک صنعتی
فاز دوم توسعه، خیابان کارآفرینان ۱، انتهای تالش ۳
• تلفن: ۰۴۴-۳۳۷۴۵۰۸۲ • فکس: ۰۴۴-۳۳۷۴۵۰۸۳

دارای نشان استاندارد ملی، گارانتی ۱۵ ساله و ۱۰ سال بیمه ایران

www.uorwin.com . info@uorwin.com

PDF Compressor Free Version



نماینده انحصاری ماشین آلات پنجره‌های دوجداره آلومینیوم و UPVC کرفت مولر ترکیه

Machine



تولید کننده لاستیک‌های درزگیر EPDM

Gasket



طراح و تولید کننده سیستم های معماری در و پنجره و نماهای آلومینیومی

Aluminum

PDF Compressor Free Version



Accessories Technology

تولید کننده قفل و دستگیره

UPVC door & window lock and handle

۰۴۱-۳۳۸۰۰۱۸۲

۰۹۱۴۳۰۷۰۸۲۵

PDF Compressor Free Version



شرکت اشتاد فرآیند و تدبیر
وارد کننده یراق آلات یوپی وی سی و آلومینیوم

✉ Info@eshtad.co

🌐 WWW.Eshtad.co

📷 eshtadcompany

تهران، خیابان شیخ بهایی، برزیل غربی، پلاک ۱۳۴، واحد ۲

۰۲۱ - ۸۶۰۵۸۵۱۶

۰۲۱ - ۸۶۰۵۸۹۶۶

۰۹۱۹ ۹۶۴ ۹۷۰۳



هورامیس

ابزار و قطعات یدکی

اولین فروشگاه آنلاین ابزار، تجهیزات و قطعات یدکی
صنعت پنجره و نما در ایران



اسکن کنید



تولید و ساخت پنجره دوجداره آلومینیوم



تولید پروفیل



ساخت و مونتاژ



کریر کریمپر تقویتی



ساخت انواع سیستم‌های خاص



شیشه دوجداره صنعتی

گواهینامه ساخت



همکاران تجاری

دفتر فروش: قم، بلوار جمهوری اسلامی، خیابان حافظ، پلاک ۱۱
کارخانه: جاده قدیم قم-کاشان، شهرک صنعتی امید
تلفن دفتر: ۰۲۵-۳۲۹۰۳۹۷۴-۷۶
تلفن کارخانه: ۰۲۵-۳۴۴۴۰۴۷-۴۸
سایت: www.metsalumin.com
اینستاگرام: @metsalumin



AKP

آکام ابزار پارسیان

نماینده رسمی یراق آلات **ACCADO** ترکیه در ایران
دارای استانداردهای RAL و IFT آلمان



www.akamabzar.com info@akamabzar.com

آدرس: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه ۱۴، پلاک ۱۲، طبقه ۱، واحد ۱
تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۳۵۶۱۴-۱۵ ۰۲۱-۸۸۵۲۳۷۶۰-۶۱ فکس: ۰۲۱-۸۸۵۳۶۹۰۶

شرکت طنین آراد یکتا

PDF Compressor Free Version

تولید کننده پودرهای میکرونیزه معدنی



TANIN ARAD
Y E K T A

Producing & Trading Company
(Import & Export)

کربنات کلسیم (کوئد وانکوئد ۲۵۰۰ و ۳۵۰۰ مش)
باریت بسیار سفید کریستال ضد اسید
تالک داخلی و وارداتی افغانستان ضد اسید
کائولن و میکا بسیار سفید ضد اسید

● Barite

Tanincarb
95T,60T,1T

appropriate for
window profiles

● Kaoline / Mica / Talc
● Calcium Carbonate



www.taninarad.com

 TANIN.ARAD.YEKTA

 +9821 4461 8480-2

 +98912 2257603

PDF Compressor Free Version



RASTA

نماینده محصولات **KALE** در ایران



شریک تجاری شما در پروژه‌ها خواهیم بود

آدرس: فیروزبهرام، خیابان تختی، خیابان طالقانی، پلاک یک

کانال تلگرام: rastakale01 همراه: ۰۹۱۲۶۱۹۹۵۱۰

تلفن: ۰۲۱۵۶۸۲۲۶۴۱ ۰۲۱۵۶۸۲۲۶۴۲

PDF Compressor Free Version



بسپار جهان پروفیل تولید کننده

انواع پروفیل یوپی وی سی

پنجره ای به وسعت جهان



آدرس: مشهد، شهرک صنعتی فناوریهای برتر، انتهای بلوار تلاش
تلفن: ۰۹۱۲۰۱۸۵۴۱۸



در این شماره می خوانید:

- ۴۶..... اخبار پنجره و نما
- بخش پروفیل صفحه ۶۷-۵۶
- نگاهی به استاندارد ملی ایران برای پروفیل های یوپی وی سی و تولیدکنندگان دارای استاندارد..... ۵۸
- بخش یراق آلات..... صفحه ۷۱-۶۸
- ۷۲..... تعرفه های واردات بر زنجیره تامین آلومینیوم افزایش می یابد.....
- ۷۴..... ساخت قالب های اکستروژن پروفیل آلومینیوم.....
- ۷۶..... روایتی از برگزاری شانزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره تهران.....
- ۷۸..... فضا آرام می شود با پروفیل دروپنجره آبايان.....
- ۸۰..... رونمایی های روتنبرگ از به روز ترین سیستم های دنیا در نمایشگاه.....
- ۸۴..... هیچ وقت از کیفیت نزدیم.....
- ۸۶..... پروفیل های ما هر کدام شخصیت مستقل دارند.....
- ۸۸..... تلاش برای تولید ملی.....
- ۹۰..... ترجیح می دهیم مشتریان ما را به یکدیگر معرفی کنند.....
- ۹۲..... کوپال، استفاده امروز؛ سرمایه گذاری برای فردا.....
- ۹۴..... تولید با کیفیت دستور کار ما است.....
- ۹۶..... کم خطر ترین و کم خطا ترین مشاوره ها را می دهیم.....
- ۹۸..... آکپا بر مدار خواست مشتریان حرکت می کند.....
- ۱۰۰..... روی ریل پیشرفت قرار داریم.....
- ۱۰۲..... پروفیل جدید در راه است.....
- ۱۰۴..... می خواهیم در بازارهای جهانی بدرخشیم.....
- ۱۰۶..... پاک پن در مسیر آینده قرار داد.....
- ۱۰۸..... تعداد خطوط تولید پلی آمید در نورلویلاست به ۳۶ خط ارتقا خواهد یافت.....
- ۱۱۰..... همواره به دنبال توسعه، نوآوری و خلق محصولات جدید هستیم.....
- ۱۱۲..... تیم حرفه ای را گرد هم آورده ایم.....
- ۱۱۴..... تسهیلات ویژه به مشتریان ارائه می دهیم.....
- ۱۱۶..... در بلندمدت، کیفیت، برنده جنگ قیمت و کیفیت است.....
- ۱۲۰..... البرز یراق سرمایه ای برای کشور.....
- ۱۲۲..... تولیدات ماکو به نفع کشور است.....
- ۱۲۴..... انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران در نمایشگاه.....
- ۱۳۴..... اخبار معماری.....

ماهنامه اطلاع رسانی، خبری، تحلیلی، آموزشی و پژوهشی

سال هفدهم / شماره ۲۰۱ / تیر ۱۴۰۳

صاحب امتیاز: موسسه پنجره ارتباط ایرانیان

مدیر عامل و رئیس هیات مدیره: امیر شیرینی

مدیر مسئول: امیر شیرینی

شورای سردبیری: امیر شیرینی، احسان مصحفی

عکاس و خبرنگار: حمیدرضا عظیمی

همکاران تحریریه این شماره: عاطفه شفقت

مدیر داخلی: احسان مصحفی

مدیر تبلیغات: عاطفه شفقت

بخش تبلیغات: مهدی ملکی

طراح و صفحه آرا: کیوان یزدانی

لیتوگرافی، چاپ، صحافی: صنوبر

تیراژ: ۵۰۰۰ نسخه

نشانی دفتر نشریه: بزرگراه اشرفی اصفهانی، پایین تر از

همت، کوچه خان بابایی، پلاک ۸، واحد ۴۵

تلفکس: ۳۳-۴۴۴۸۹۴۲۹

www.panjereh-iranian.com

panjereh.iranian@gmail.com

panjereh_magazine@yahoo.com

- ♦ مقاله ها و دیدگاه های مندرج لزوماً بیانگر دیدگاه ماهنامه پنجره ایرانیان نیست.
- ♦ پنجره ایرانیان مسئولیتی در قبال محتوای آگهی ها ندارد.
- ♦ نشریه در انتخاب و ویرایش متون آزاد است.
- ♦ استفاده از مطالب و آگهی های نشریه بدون مجوز کتبی و یا ذکر ماخذ قابل پیگرد قانونی می باشد.

مدیر عامل سی فور به دانشگاه صنعتی اصفهان دعوت شد

مرادی در این همایش درباره شرکت‌های دانش بنیان گفت: این شرکت‌ها دائما در حال رشد جدیدترین دستاوردهای علمی و فناورانه در سطح جهان هستند و با به کارگیری این یافته‌ها در تحقیقات و تولیدات خود، محصولاتی با کیفیت و رقابتی ارائه می‌کنند. او، ارتباط مستمر با دانشگاه‌ها و مراکز علمی را از دیگر ارکان موفقیت این شرکت دانش بنیان برشمردند و این تعامل دو سویه را زمینه‌ساز تبادل دانش و ایده دانست. مرادی در ادامه، آمادگی این شرکت را برای جذب دانشجویان نخبه فارغ التحصیل شده اعلام کرد.

گفتنی است در پایان جلسه فرم‌های پذیرش بین دانشجویان علاقه‌مند توزیع شد تا دانشجویان بتوانند از این فرصت برای ورود به بازار و صنعت بهره برده و آموزش‌های آکادمیک خود را در میدان عمل بکار برند، همچنین بتوانند در کنار متخصصان مجرب در سی فور تجارب عملی ارزشمندی کسب کنند.



پنجره‌ایرانیان: به رسم هر ساله و به یاد دکتر مرادی فقید، پدر معنوی شرکت‌های دانش بنیان اصفهان، از حمید مرادی (فرزند مرحوم مرادی) مدیر عامل مجموعه فناور پلاستیک سپاهان (سی فور)، برای حضور و سخنرانی در جشن فارغ التحصیلی دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان دعوت شد.

به گزارش روابط عمومی هلدینگ فناور پلاستیک سپاهان، این جشن که به منظور پایان دوره تحصیلات کارشناسی دانش آموختگان رشته مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی اصفهان برگزار شده بود، از حمایت و پشتیبانی این هلدینگ دانش بنیان از طرح‌های علمی و پژوهشی دانشجویان تقدیر به عمل آمد.

در این جلسه به معرفی بخش‌ها و شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ پرداخته شد و از ویژگی این شرکت دانش بنیان که تعهد به نوآوری و به‌روز ماندن است سخن به میان آمد.



شانزدهمین نمایشگاه «دروپنجره» به کار خود پایان داد

۱۵۰ شرکت از سراسر ایران و ۴ کشور چین، ترکیه، آلمان و ایتالیا حضور داشتند و طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات خود را در زمینه دروپنجره، یراق‌آلات، شیشه‌های ساختمانی، ماشین‌آلات و تجهیزات، عایق‌ها و درزگیرها و خدمات پس از فروش و... را به مخاطبان ارائه دادند. بازدیدکنندگان از این نمایشگاه در طول زمان برگزاری توانستند با ۳۶ گروه کالایی از جمله دروپنجره‌های «یوبی‌وی‌سی»، «آلومینیومی»، «چوبی و ضد سرقت»، «یراق‌آلات و شیشه‌های ساختمانی»، «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «صنعت دروپنجره»، «عایق‌ها» و «درزگیرها» آشنا شوند.

شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته عصر جمعه، ۱۱ خردادماه به کار خود پایان داد. در روزهای برگزاری نمایشگاه بازدیدکنندگان می‌توانستند از ساعت ۸ صبح تا ۱۶ بعدازظهر در سالن‌های ۴۱، ۴۰، ۳۸، ۳۵، ۳۱B، ۳۱A و ۴۴ از محصولات و خدمات ارائه‌شده، بازدید به عمل آورند.

پنجره‌ایرانیان؛ شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته که روز سه‌شنبه، هشتم خردادماه در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران آغاز شده بود، عصر روز جمعه ۱۱ خرداد به کار خود پایان داد.

به گزارش پنجره‌ایرانیان، شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی «دروپنجره و صنایع وابسته» ۸ خرداد با حضور مهدی برادران معاون صنایع عمومی وزیر صمت، احمدرضا علایی طباطبایی رئیس هیأت مدیره شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و جمعی از متخصصان و فعالان این صنعت و اصحاب رسانه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران افتتاح شد. این رویداد که در فضایی بالغ بر ۲۶ هزار مترمربع برگزار شد، فرصتی را برای فعالان صنعت دروپنجره فراهم کرد تا آخرین دستاوردها، نوآوری‌ها و محصولات خود را به معرض دید بازدیدکنندگان قرار دهند.

مجریان و برگزارکنندگان نمایشگاه شانزدهم گزارش داده‌اند، در این دوره از نمایشگاه،

نشست شورای راهبردی نظام آراستگی «سالکو» برگزار شد

نظام آراستگی و تبیین اهمیت و جایگاه این نظام در بهبود فضای فیزیکی و حرفه‌ای محیط کار و نقش نظم و انضباط کاری در بهره‌وری سازمانی یکی از اولویت‌های اساسی شرکت است، با ابراز رضایت از فعالیت‌های صورت گرفته در حوزه طراحی و استقرار نظام آراستگی در شرکت، بر برنامه‌ریزی دقیق و توسعه ممیزی‌های تخصصی واقع‌بینانه و مستمر در راستای فرهنگ‌سازی و آراستگی محیط کار با مشارکت تمام کارکنان شرکت تاکید کرد.

او افزود: بهبود مستمر، استانداردسازی، تثبیت فرایند تولید، ایجاد و توسعه محیط کار ایمن و آراسته در راستای ارتقای انگیزش سرمایه‌های انسانی و دستیابی به بهره‌وری پایدار باید در چشم‌انداز نظام آراستگی شرکت مدنظر قرار گیرد و توسعه امنیت و سلامت سازمانی، احترام متقابل همکاران به یکدیگر، رعایت نظم و اخلاق حرفه‌ای و قانون‌مداری در کلیه سطوح شرکت انجام شود.

پنجره‌ایرانیان؛ نشست شورای راهبردی نظام آراستگی شرکت صنایع آلومینیوم جنوب با حضور مدیرعامل شرکت، قائم‌مقام، معاونان، اعضای دبیرخانه اجرایی و ممیزی نظام آراستگی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت صنایع آلومینیوم جنوب، در این نشست گزارش فرایند اجرایی و دستاوردهای استقرار نظام آراستگی در شرکت صنایع آلومینیوم جنوب ارائه شد و وضعیت واحدهای مختلف از نظر مراحل پنج‌گانه نظام آراستگی بر مبنای ممیزی‌های انجام شده و امتیازات به دست آمده، تشریح شد. همچنین برنامه راهبردی نظام آراستگی و برنامه عملیاتی در راستای بهبود و توسعه استانداردهای کاری و فرایندهای اجرایی در سال ۱۴۰۳ ارائه شد.

در این نشست مهدی زحمتکش، مدیرعامل شرکت صنایع آلومینیوم جنوب با بیان اینکه



نوسان قیمت آلومینیوم، مولفه‌ای که محاسبات بازار را PDF Compressor Free Version



شمش آلومینیوم در دو ماه ابتدایی سال ۱۴۰۳ با رشد ۲۱،۴ درصدی نسبت به سال گذشته به ۱۷۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم هم رسید. باید توجه داشت که قیمت محصولات و میزان معاملات در بازار با یکدیگر رابطه مستقیمی دارند زیرا با رشد قیمت تمام شده، تب بازار فروکش کرده و مشتریان به دلیل کاهش توان خرید خود، یا محصولات ارزان قیمت را انتخاب می‌کنند و یا میلی برای انجام معاملات در بازار ندارند. به همین دلیل در سال ۱۴۰۲ شیب تقاضای مصرف‌کنندگان نسبت به سال قبل از آن نزولی بود؛ البته این روند کاهشی از سال گذشته شروع نشده است و در چند سال اخیر به سبب تغییرات زیاد قیمت‌ها، بازار مصرف با افت شدید تقاضای مشتریان مواجه شده است.

او با اشاره به سال‌هایی که بازار مصرف ورق و گرده آلومینیومی از شرایط بهتری برخوردار بود، به فلزات آنلاین گفت: در بازه زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ به دلیل ثبات قیمت‌ها، تقاضا برای تولید و خرید محصولات مناسب بود. مجدداً تأکید می‌کنم که قیمت، تأثیرگذارترین عامل بر شرایط بازار و تولیدکنندگان است زیرا با رشد قیمت‌ها، هزینه‌های واحدهای تولیدی نیز در مدار صعودی قرار می‌گیرد و به دلیل افت میزان تولید محصولات در پی کاهش تقاضای مشتریان، درآمد تولیدکنندگان هزینه‌های آن‌ها را پوشش نمی‌دهد. این در حالی است که اگر در همین شرایط حتی با وجود هزینه‌های بالای تولید، واحدهای صنعتی محصولات بیشتری را تولید کرده و به فروش برسانند، تراز مالی آن‌ها منفی نخواهد بود و می‌توان با درآمد حاصل شده هزینه‌ها را پرداخت کرد.

پنجره‌ایرانیان؛ یک تولیدکننده ورق و گرده آلومینیومی گفت: به‌رغم مصارف بالای فلز آلومینیوم در صنایع مختلف و توان واحدهای صنعتی برای تولید محصولات بیشتر، تقاضای مشتریان در سال گذشته مطابق با پیش‌بینی‌های انجام شده از سوی تولیدکنندگان نبود. علت این امر را فقط می‌توان به تغییر سریع قیمت‌ها در پی نوسان نرخ ارز نسبت داد که دولت باید با اتخاذ سیاست‌های کلان اقتصادی درصدد رفع این چالش اساسی باشد.

مهدی رزقی اذعان کرد: شرایط بازار مصرف ورق و گرده آلومینیومی و وضعیت واحدهای تولیدی در سال گذشته بسیار نامناسب بود که با بررسی شاخص‌های بازار و تقاضای مشتریان طی چند سال اخیر، اصلی‌ترین علت آن نوسان نرخ ارز و به تبع آن تغییرات چشمگیر بهای شمش آلومینیوم در بازارهای داخلی است. اگرچه این معضل در سال جاری نیز همچنان ادامه‌دار است و پس از گذشت دو ماه از شروع سال ۱۴۰۳، هنوز هم شاهد ثبات قیمت‌ها نیستیم؛ متأسفانه این مسئله باعث می‌شود که نه تنها فعالان صنعت آلومینیوم بلکه سایر تولیدکنندگان و واحدهای صنعتی در مقیاس‌های مختلف نیز امکان ادامه فعالیت را نداشته باشند و به جای حرکت در مسیر سودآوری، شاخص‌های عملکردی منفی را ثبت کنند. گفتنی است که در ابتدای سال گذشته میانگین قیمت شمش آلومینیوم در بورس کالای ایران، ۹۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم بود که در انتهای سال ۱۴۰۲ این عدد با رشد ۵۵،۵ درصدی به ۱۴۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم جهش پیدا کرد. همان‌طور که پیش‌تر به آن اشاره شد، روند صعودی قیمت‌ها در سال جاری نیز با شدت بیشتری ادامه یافت و قیمت

مدیرعامل «فولاد کاوه جنوب کیش» منصوب شد

از تلاش‌های سیدعباس حسینی در دوران فعالیت ایشان به عنوان مدیرعامل شرکت «SKS» تقدیر کرد.

جواد حاتمى، مهندس صنایع، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی و دارای دکترای مدیریت حرفه‌ای کسب و کار است و از سوابق ایشان می‌توان به عضویت در هیئت مدیره پتروشیمی خارک، مشاور سرمایه‌گذاری هلدینگ صبا انرژی و مدیرعامل مجتمع عظیم پتروشیمی بوشهر اشاره کرد.

پنجره ایرانیان؛ طی حکمی از جانب مدیرعامل شرکت گسترش صنایع معدنی کاوه پارس، جواد حاتمى به عنوان مدیرعامل جدید و عضو هیات مدیره شرکت فولاد کاوه جنوب کیش معرفی شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت فولاد کاوه جنوب کیش، مجید ناصر، مدیرعامل و عضو هیات مدیره هلدینگ گسترش صنایع معدنی کاوه پارس طی حکمی جواد حاتمى را به سمت مدیرعامل و عضو هیات مدیره شرکت فولاد کاوه جنوب کیش منصوب و



تولید شمش خالص آلومینیوم شرایط مناسب تر و بهینه‌تر PDF Compressor Pro

او افزود: حقیقت امر این است که تولیدکنندگان بزرگ شمش آلومینیومی و مسئولان بورس باید پاسخگوی شرایط عرضه شمش در سطح بازار باشند. با توجه به سازوکار بورس و عرضه غیراصولی شمش آلومینیوم، حتی در زمانی که تقاضا برای شمش آلومینیوم بسیار زیاد است، تولیدکنندگان با چالش جدی در زمینه تامین شمش مواجه می‌شوند. همچنین وابستگی جدایی‌ناپذیر اقتصاد کشور از بهای ارز سبب شده است تا تولیدکنندگان این امکان را نداشته باشند که در زمان عقد قرارداد با مصرف‌کننده، بر سر قیمت نهایی توافق کنند و بهای محصولات را ارائه دهند زیرا عدم عرضه مناسب شمش آلومینیوم و یا عرضه آن با قیمت‌های غیرمنطقی که هیچ فرمول محاسباتی دقیقی برای آن وجود ندارد، منجر به بی‌ثباتی در معاملات می‌شود. از سوی دیگر، عده‌ای خاص با رانت اطلاعاتی در خصوص میزان و نحوه عرضه شمش تصمیم‌گیری می‌کنند که همین مسئله نیز از اصلی‌ترین مشکلات تولیدکنندگان محصولات آلومینیومی به شمار می‌آید و به دنبال آن نمی‌توان شرایط مناسبی را در این زمینه متصور شد.

صفایی درباره رشد تولید شمش پرایمری آلومینیوم در داخل کشور، و تأثیرات آن بر صنعت آلومینیوم گفت: همگام با افزایش میزان تولید شمش خالص آلومینیوم در داخل، شرایط تا حدودی مناسب‌تر شده است اما با توجه به شرایط صادراتی که برای تولیدکنندگان انبوه شمش آلومینیوم در نظر گرفته‌اند، این شرکت‌ها تمایل بیشتری به صادرات شمش تولیدی خود به صورت خام پیدا کرده‌اند و به همین علت تغییرات چندانی را در زمینه تامین شمش آلومینیومی شاهد نیستیم. اگرچه این تولیدکنندگان با صادرات شمش و تبادل ارزی و همچنین واردات کالاهایی که نیاز کشور است، از شرایط مطلوبی برخوردارند اما در این میان تولیدکنندگان میانی و پایین‌دستی بیشترین آسیب را می‌بینند و برای افرادی که هدفی جز انجام فعالیت‌های اقتصادی و درآمدزا را ندارند، این اقدام کارساز نبوده است.



پنجره‌ایرانیان؛ امین صفایی، مدیرعامل شرکت ریخته‌گری آلیاژ ناب گفت: شرکت ما فعالیت خود را با توجه به کسب سابقه ۱۵ ساله در عرصه ریخته‌گری آلومینیوم در سال ۱۳۹۶ با ظرفیت اسمی تولید سالانه ۱۰ هزار تن شمش آلیاژی آلومینیوم و نیم‌کره آلومینیومی در شهرک صنعتی شمس‌آباد آغاز کرده است و هم‌اکنون با حدود یک سوم ظرفیت خود مشغول تولید هستیم. شمش پرایمری آلومینیوم، ماده اولیه مورد نیاز مجموعه است که آن را از طریق بورس کالای ایران از تولیدکنندگان بزرگ داخلی همچون المهدی، ایرالکو و... خریداری و در ادامه با افزودن عناصر آلیاژی ضمن رعایت خواص فیزیکی و شیمیایی، محصول نهایی یعنی شمش آلیاژی را تولید می‌کنیم و تحویل مصرف‌کنندگانی از جمله قطعه‌سازان می‌دهیم. همچنین این مجموعه از آمیزان‌های داخلی برای تولید محصولات خود استفاده می‌کند که این محصول در گذشته از خارج از کشور تهیه می‌شد اما اکنون سطح تولیدات داخلی به حدی رسیده است که بتواند نیاز ما را برآورده کند و قیمت این آمیزان‌ها نسبت به نمونه خارجی مقرون به صرفه‌تر است.

تولیدکنندگان بدون مجوز یک مانع بزرگ

خطوط تولید، متحمل جریمه‌های سنگینی می‌شوند؛ تمام این موارد دست به دست یکدیگر داده و باعث شده است تا واحدهای ریخته‌گری غیرمجاز، با حداکثر توان خود مشغول به تولید محصولات و جذب مشتریان بیشتر باشند و از سوی دیگر تولیدکنندگان قانونی، قدرت رقابت‌پذیری خود را در بازار مصرف از دست بدهند. متأسفانه سازمان امور مالیاتی نظارتی بر فعالیت تولیدکنندگان بدون مجوز ندارد و این افراد مبالغ مربوط به خرید مواد اولیه و فروش محصولات را به راحتی بین حساب بانکی کارفرمایان و فروشندگان مواد اولیه جابه‌جا می‌کنند؛ از سوی دیگر شاهد هستیم که سرمایه‌گذاران جدید تمایلی به ثبت شرکت و مواجهه با مشکلات فراوان آن نداشته و به صورت حقیقی فعالیت خود را شروع می‌کنند زیرا واحدهای تولیدی که به صورت شرکتی ثبت شده و ذیل نام شرکت مشغول به فعالیت هستند، بیشتر زیر ذره‌بین بوده و تمام اقدامات آن‌ها باید به صورت قانونی و مستند، ثبت شود. شرکت‌های تولیدکننده برای خرید اقلام مورد نیاز و فروش محصولات، باید فاکتور رسمی در اختیار داشته باشند؛ این در حالی است که برخی از مشتریان تمایلی به دریافت فاکتور رسمی ندارند و برای رفع نیاز خود، به واحدهای غیرمجاز مراجعه می‌کنند. ضمن اینکه سازمان امور مالیاتی به بهانه عدم اعتبار فاکتورهای هزینه‌ای، بخشی از هزینه‌های تولیدکنندگان را هزینه‌های قابل قبول محسوب نکرده و عملاً بسیار بیشتر از مالیات ۲۵ درصدی سود واقعی سالیانه، از شرکت‌ها مطالبه می‌کند. تنها راهکار حل این مشکل، نظارت دقیق سازمان امور مالیاتی در رابطه با صدور فاکتور رسمی است زیرا افزایش شفافیت، مانع از فرار مالیاتی برخی از واحدهای تولیدی می‌شود.

پنجره ایرانیان؛ سعید فتحی، رئیس هیات مدیره شرکت فرآوری آمیزه‌های رنگین فتح در یاداشتی آورده است: نقش مهم و تأثیرگذار صنعت ریخته‌گری در اقتصاد و فعالیت صنایع پایین‌دستی بسیار واضح و غیرقابل انکار است اما با این حال فعالان این عرصه با مشکلات فراوانی مواجه هستند که ادامه مسیر را برای بسیاری از آن‌ها دشوار ساخته است. یکی از چالش‌هایی که اکنون اکثر تولیدکنندگان در کشور با آن دست به گریبان هستند، آثار منفی فعالیت کارگاه‌های ریخته‌گری بدون مجوز و یا به اصطلاح غیرمجاز است که می‌تواند به راحتی برای مدت طولانی فعالیت کنند. یکی از دلایلی که باعث شده تا برخی از سرمایه‌گذاران و واحدهای تولیدی چنین مسیری را برای فعالیت خود انتخاب کنند، قوانین دست و پا گیر مالیات، تامین اجتماعی و کار و برخورداری سلیقه‌ای سازمان‌های دولتی متولی مانند سازمان امور مالیاتی کشور، سازمان تامین اجتماعی، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و... است.

از سوی دیگر عدم وجود نظارت کافی بر فعالیت‌های غیرشفاف باعث شده تا برخی از افراد با سواستفاده از خلا نظارتی این سازمان‌ها بتوانند در شرایط آسان‌تری فعالیت کنند. تولیدکنندگان غیرمجاز همانند تولیدکنندگان قانونی، مالیات، ارزش افزوده، حق بیمه و... پرداخت نمی‌کنند و کسی نیز از آن‌ها مطالبه نمی‌کند زیرا اساساً به صورت ثبت شده و شفاف فعالیت نمی‌کنند؛ حتی به صورت غیرقانونی نیز از منابع انرژی بهره می‌برند. علاوه بر این، کارگاه‌های غیرمجاز از نیروی‌های کار خارجی که اجازه فعالیت در کشور را ندارند استفاده می‌کنند اما واحدهای مجاز ملزم به استخدام نیروی‌های بومی با دستمزدهای بسیار بالا هستند و در صورت به‌کارگیری نیروی خارجی در



آلومینیای ایران از فناوری پایش وضعیت و تشخیص عیب استفاده می‌کند



پنجره‌ایران؛ مدیرعامل شرکت آلومینای ایران نگهداری، تعمیرات به موقع و آماده‌به‌کاری تجهیزات را کلید حفظ پایداری تولید و توسعه اقتصادی و همچنین دستیابی به اهداف تعیین شده برای تحقق تولید در این شرکت دانست و گفت: تعمیرات به موقع و آماده‌به‌کاری تجهیزات، فواید متعددی برای شرکت آلومینای ایران به همراه داشته است.

به گزارش پایگاه روابط عمومی شرکت آلومینای ایران، شرکت آلومینای ایران به عنوان دارنده زنجیره کامل تولید شمش آلومینیوم، نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای که پایداری تولید و توسعه اقتصادی این شرکت به طور مستقیم به عملکرد تجهیزات آن وابسته است. نگهداری و تعمیرات به موقع تجهیزات، کلید حفظ پایداری تولید و توسعه اقتصادی در این مجموعه محسوب می‌شود که به الگویی موفق برای شرکت‌ها در ایران و منطقه تبدیل شده است.

عبدالله شه‌بخش، درباره تولیدات این شرکت گفت: در سال گذشته، ۷۹۲ هزار و ۲۵۸ تن بوکسیت در شرکت مورد مصرف قرار گرفت که به دنبال آن، ۳۷۴ هزار و ۱۰۶ تن هیدرات تولید و معادل آن، ۲۲۲ هزار و ۱۳۸ تن آلومینا و ۳۶ هزار و ۲۰۱ تن شمش آلومینیوم تولید شد.

مدیرعامل شرکت آلومینای ایران کاهش خرابی‌ها به ویژه خرابی‌های ناگهانی و انجام برنامه‌های منظم نگهداری و تعمیرات را از جمله مزایای تعمیرات به موقع و آماده‌به‌کاری تجهیزات دانست و افزود: این امر منجر به کاهش زمان توقف تولید و افزایش راندمان عملیاتی می‌شود. افزایش طول عمر تجهیزات، بهبود کیفیت محصولات، کاهش خطرات ایمنی و کاهش هزینه‌های عملیاتی از مزایای دیگر این اقدامات هستند.

شه‌بخش با تاکید بر اینکه با انجام مراقبت‌های صحیح و به موقع می‌توان عمر مفید تجهیزات را افزایش داد، تصریح کرد: این امر منجر به کاهش هزینه‌های تعویض تجهیزات و صرفه‌جویی در منابع می‌شود. همچنین تجهیزات سالم و درست نگهداری شده، محصولاتی با کیفیت بالاتر تولید می‌کنند که منجر به افزایش رضایت مشتریان و افزایش سهم بازار می‌شود؛ در حالی که تجهیزات معیوب و ناامن می‌توانند خطرات جدی برای کارکنان ایجاد کنند که با انجام برنامه‌های منظم نگهداری و تعمیرات، می‌توان این خطرات را به حداقل رساند. از سوی دیگر با جلوگیری از خرابی‌ها و افزایش عمر مفید تجهیزات، می‌توان هزینه‌های عملیاتی

را به طور قابل توجهی کاهش داد.

او در ادامه ضمن اشاره به اقدامات صورت گرفته در شرکت آلومینای ایران برای حفظ پایداری تولید و توسعه اقتصادی به منظور نگهداری و تعمیرات به موقع و آماده‌به‌کاری تجهیزات، مطرح کرد: استقرار سیستم مدیریت نگهداری و تعمیرات (CMMS) از جمله این اقدامات بوده که به شرکت کمک می‌کند تا برنامه‌های نگهداری و تعمیرات را به طور موثر برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت کند.

مدیرعامل شرکت آلومینای ایران در ادامه به استفاده از فناوری‌های نوین نیز اشاره کرد و گفت: این شرکت از فناوری‌های نوین مانند پایش وضعیت، تشخیص عیب و تعمیرات پیشگیرانه برای شناسایی و رفع مشکلات تجهیزات قبل از وقوع خرابی استفاده می‌کند.

شه‌بخش با تاکید بر آموزش و توانمندسازی کارکنان، اظهار داشت: شرکت آلومینای ایران به طور مستمر کارکنان خود را در زمینه نگهداری و تعمیرات تجهیزات آموزش می‌دهد که این امر کمک می‌کند تا وظایف خود را به طور صحیح و موثر انجام دهند.

صنایع آلومینیوم جنوب دوره عملکردی «HSE» برگزار کرد

پنجره‌ایران؛ هشتمین دوره ممیزی عملکرد مدیران «HSE» سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (عملکرد سال ۱۴۰۲) به مدت سه روز در مجتمع صنایع آلومینیوم جنوب برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت مجتمع صنایع آلومینیوم جنوب، فرایند ممیزی در ۲۳ بخش به صورت تخصصی از واحدهای ایمنی و کنترل ترافیک، بهداشت و سلامت، آتش‌نشانی و امداد و نجات، محیط زیست و بهینه‌سازی انرژی صورت گرفت. همچنین واحدهای مدیریت احیا، آندسازی، پشتیبانی و خدمات، انرژی، انبار، حفاظت فیزیکی، تعمیرات و خدمات تولید نیز در کلیات و از منظر رعایت الزامات قانونی ملی در حوزه «HSE» مورد ارزیابی میزبان سازمان ایמידرو قرار گرفتند.

گفتنی است، در این دوره ممیزی ایמידرو که به مدت چهار ماه به طول می‌انجامد، احمد حسن‌زاده مدیر واحد «HSE» شرکت مجتمع صنایع آلومینیوم جنوب از طرف ایמידرو به عنوان سرممیز شرکت‌های فولاد سپید دشت چهارمحال بختیاری و فولاد کردستان انتخاب شد.



عوامل حاشیه‌ای عامل بروز چالش در مسیر تولید PDF Compressor Free Version

او درباره عملکرد شرکت آلومینیوم کاران البرز گفت: همان طور که ذکر شد این شرکت اقداماتی در زمینه تولید قطعات مورد نیاز صنایع فولادی انجام می‌دهد؛ با توجه به نیاز بازار و تقاضای دائمی صنایع فولادی به این محصولات، خوشبختانه در زمینه تولید و فروش با مشکل خاصی روبه‌رو نیستیم اما در اینجا باید به این نکته اشاره کنم که برخی عوامل حاشیه‌ای که از حیطه اختیارات تولیدکنندگان خارج هستند، باعث بروز چالش‌هایی در مسیر تولید شده و در نهایت تاثیر خود را بر میزان فروش شرکت‌ها می‌گذارند. همچنین این مشکلات باعث می‌شوند تا تولیدکنندگان قدرت مانور خود را از دست داده و علی‌رغم تقاضای بالای محصولات، امکان بهره‌مندی از تمام توان تولیدی خود را نداشته باشند. گفتنی است که شرکت آلومینیوم کاران البرز نیز در مسیر تولید با مشکلات و چالش‌های فراوانی روبه‌رو بوده است اما هم در سال گذشته و هم در چهار ماه ابتدایی سال ۱۴۰۲، میزان عرضه و تقاضا برای محصولات مناسب بوده است. لازم به ذکر است که ۲۰ درصد ظرفیت مجموعه به تولید قطعات آلومینیومی برای صنایع خودروسازی اختصاص یافته است؛ به همین دلیل با رشد این صنایع، میزان تقاضا برای محصولات ما روند صعودی به خود می‌گیرد.

پنجره‌ایرانیان؛ حبیب‌اله کوچک‌نیا، مدیرعامل شرکت آلومینیوم کاران البرز می‌گوید: شرکت آلومینیوم کاران البرز فعالیت خود را از سال ۱۳۸۹ در زمینه ریخته‌گری آلومینیوم، به روش‌های ریژه و دایکست آغاز کرد اما در کنار آن ما در زمینه ریخته‌گری چدن، تولید و مونتاژ گیربکس‌های فشار قوی و متوسط برای صنعت برق، بومی‌سازی برخی قطعات وارداتی مانند جک‌های هیدرولیک، کنتاکت پدهای مسی، اسلایدگیت‌ها و... برای صنایع فولادی نیز مشغول به فعالیت هستیم. گفتنی است که با بومی‌سازی این قطعات در داخل، موفق به جلوگیری از خروج مقدار قابل توجهی ارز از کشور شدیم؛ از مزایای دیگر تولید این قطعات می‌توان به کاهش هزینه‌های شرکت‌های فولادی به سبب قیمت پایین‌تر این قطعات نسبت به نمونه مشابه خارجی و دسترسی آسان و سریع‌تر به تجهیزات اشاره کرد. به عنوان مثال اگر میزان درآمد مجموعه از فروش این قطعات در سال گذشته بالغ بر ۵۰ میلیارد ریال بود، برای واردات این قطعات از سایر کشورها، حتی ترکیه که کمترین فاصله تا ایران را دارد باید حدود سه برابر مبلغ درآمد شرکت هزینه صرف می‌شد. به همین دلیل شرکت آلومینیوم کاران البرز با هدف کاهش وابستگی به واردات و ارتقای صنعت کشور، به تولید این قطعات با یک سوم قیمت تمام شده محصولات خارجی پرداخت.

مالیات‌های سنگین، پاشنه آشیل بخش تولید

مالیات شود. در حال حاضر قیمت شمش آلومینیوم ۱۵۵ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم است که واحدهای تولیدی به تناسب توان و ظرفیت خود باید آن را خریداری کنند اما در این بین، سازمان امور مالیاتی توجهی به این موضوع ندارد که مبالغ موجود در حساب تولیدکنندگان، سود به دست آمده از فروش محصولات نیست و سرمایه ثابت آن‌ها برای خرید مواد اولیه محسوب می‌شود. به عنوان مثال، هزینه خرید ۱۰ تن شمش آلومینیوم حدود یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان است که بر اساس آن مالیات تعیین می‌شود. همچنین نکته جالب اینجاست که سازمان امور مالیاتی کشور حاشیه سود تولیدکنندگان ورق آلومینیومی را ۲۵ درصد برآورد می‌کند، در صورتی که حاشیه سود تولیدکنندگان این محصول کمتر از ۱۰ درصد است. از سوی دیگر، بازار مصرف ورق آلومینیومی با رکود مواجه شده است و هر سال با شروع فصل تابستان، میزان تقاضای مشتریان برای تولید محصولات روند نزولی به خود می‌گیرد و در نیمه دوم سال شرایط بهبود می‌یابد. البته باید به این نکته توجه داشت که تغییر چشمگیری در میزان تقاضای مشتریان به وجود نمی‌آید و اوضاع نسبت به قبل تا حدودی بهبود می‌یابد.

او در ادامه با اشاره به شرایط تولیدکنندگان ورق آلومینیومی در کشور، عنوان کرد: همان‌طور که اشاره شد، تولید ورق آلومینیوم از حاشیه سود بالایی برخوردار نیست که علت آن را می‌توان به افزایش رقابت در بازار، تعدد تولیدکنندگان ورق آلومینیومی و تعیین قیمت‌های رقابتی برای محصولات نسبت داد. در حال حاضر کارخانه‌های ظروف‌سازی برای کاهش هزینه‌های تولید و قیمت تمام شده محصول، نسبت به تکمیل زنجیره تولید و فعالیت در صنعت ورق آلومینیومی اقدام کرده‌اند. به همین دلیل این کارخانه‌ها که مشتریان اصلی ما بودند، حدود پنج سال است که از نقش خود به عنوان مصرف‌کننده فاصله گرفته و نیازی به خرید ورق از سایر واحدهای تولیدی ندارند. در این شرایط تولیدکنندگان ورق و گرده آلومینیومی هم برای حفظ درآمد و میزان فروش خود می‌توانند با خریداری ماشین‌آلات و دستگاه‌های مورد نیاز، در زمینه ظروف‌سازی فعالیت کنند اما انجام این اقدامات به سبب وجود چالش‌های متعدد و سرمایه‌گذاری بیشتر، از حوصله آن‌ها خارج بوده و تمایلی به توسعه فعالیت‌های خود ندارند.

پنجره‌ایرانیان؛ یک تولیدکننده ورق آلومینیومی گفت: ورق آلومینیومی به دلیل مزایایی مانند وزن پایین، قیمت مناسب، شکل‌پذیری بالا، مقاومت بالای فیزیکی و مقاومت در برابر زنگ‌زدگی، کاربردهای فراوانی در صنایع مختلف دارد. به عنوان مثال از ورق آلومینیومی در صنایع همچون هوافضا، حمل‌ونقل، بسته‌بندی، ساخت‌وساز و... استفاده می‌شود. با این وجود، اخذ مالیات‌های سنگین از واحدهای تولیدی و تکمیل زنجیره تولید ورق آلومینیومی توسط صنایع مصرف‌کننده، به چالش‌های بزرگ این صنعت و فعالان آن تبدیل شده‌اند.

مختار میرزایی در گفت‌وگو با «فلزات آنلاین» افزود: علی‌رغم اینکه سه ماه از شروع سال ۱۴۰۳ می‌گذرد، تولیدکنندگان همچنان با چالش‌های سال‌های پیشین در مسیر حرکت خود مواجه هستند؛ به طوری که کمبود نقدینگی و مسائل مالیاتی باعث کند شدن و اختلال در فعالیت واحدهای تولیدی شده است. متأسفانه سازمان امور مالیاتی کشور مالیات‌های سنگینی را برای واحدهای صنعتی تعیین می‌کند و تولیدکنندگان به دلیل اختلاف زیاد این مبالغ با درآمد مجموعه، سردرگم هستند که باید چه چاره‌ای بیندیشند. گفتنی است که ملاک این سازمان برای تعیین مالیات‌ها، گردش حساب بانکی مجموعه است در حالی که باید حاشیه سود تولیدکنندگان مشمول پرداخت



PDF Compressor Free Version

از حد استاندارد بود و واحدهای تولیدی نسبت مالی صحیحی نداشتند؛ در نتیجه اکنون با رعایت این استانداردها، برخی از تولیدکنندگان حتی پس از سررسید موعد تسویه حساب تسهیلات اخذ شده، امکان پرداخت اقساط خود را ندارند. همین مساله نیز باعث شد تا نیاز صنایع پایین‌دستی به محصولات نیمه‌ساخته آلومینیومی کاهش یابد و صنایع میانی به دنبال افزایش حجم تولیدات نباشند. در حال حاضر تولیدکنندگان محصولات نیمه‌ساخته آلومینیومی ناچارند با توجه به شرایط مالی صنایع پایین‌دستی، محصولات خود را به صورت اعتباری به فروش برسانند؛ این در حالی است که آن‌ها مواد اولیه مورد نیاز خود را از بورس کالای ایران به صورت نقدی خریداری می‌کنند.

او درباره برنامه‌های آینده مجموعه تحت مدیریت خود افزود: در سال جاری با توجه به فرایند جایگزینی محصولات، به دنبال این هستیم که کالاهای متنوع‌تری را تولید کرده و فعالیت‌های خود را توسعه دهیم. البته تمرکز ما روی تامین نیاز بازارهای داخلی خواهد بود زیرا مقدار تولید محصولات مجموعه زیاد نیست اما در صورت اجرای طرح‌های توسعه‌ای، توان رفع نیاز بازارهای صادراتی را داریم و در حال حاضر فقط به دلیل شرایط دشوار نقل و انتقال پول به صورت «LC» و هزینه‌های بالای تاسیس دفاتر فروش در کشورهای خارجی، انجام این کار توجیه اقتصادی ندارد. گفتنی است که برخی از تولیدکنندگان بزرگ به دلیل صادرات زیاد محصولات، امکان پرداخت هزینه‌های تاسیس نمایندگی را دارند اما این موضوع برای تولیدکنندگان کوچک‌مقیاس با توجه به میزان صادرات پایین آن‌ها، مقرون به صرفه نیست. در نتیجه اگر شرایط انتقال پول به صورت «LC» تسهیل شود و امکان صادرات محصولات در تناز بالا را داشته باشیم، در بازارهای صادراتی نیز عرض‌اندام خواهیم کرد.

محصولات نیمه‌ساخته نیازمند حمایت

پنجره‌ایران؛ رضا فرزانه، رئیس هیات مدیره شرکت صنایع توری کاشان درباره عملکرد شرکت تحت مدیریتش گفت: عملکرد مجموعه ما در زمینه تولید و فروش محصولات در سال گذشته، تقریباً مشابه به سال قبل از آن بوده است زیرا تقاضای مصرف‌کنندگان در سال ۱۴۰۲ دستخوش تغییرات زیادی نشد که بر این اساس، نسبت به سال پیش از آن افزایش تولید نداشتیم. در حالی که اگر این پتانسیل و تقاضا در بازار وجود داشت که میزان محصولات عرضه شده را ارتقا دهیم، بدون هیچ تردیدی اقدامات لازم برای رشد تولید محصولات خود را فراهم می‌کردیم.

به گفته او مجموع تولید محصولات شرکت در سال ۱۴۰۱ حدود ۶۰۰ تن بود که این عدد در سال ۱۴۰۲ نیز با اختلاف جزئی در همین سطح باقی ماند؛ اگرچه از نظر ریالی با رشد مواجه شدیم اما علت آن شرایط تورمی بازار بود و حاشیه سود مجموعه با توجه به عدم تغییر وزن مواد اولیه در ابتدا و انتهای سال و افزایش هزینه‌های ثابت و متغیر تولید، تفاوتی نداشت.

فرزانه گفت: باید توجه داشت که رشد اقتصادی کشور، یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار بر قدرت خرید مشتریان است که این موضوع هم نقش بسزایی روی مصرف محصولات در بازار و توسعه فعالیت‌های واحدهای تولیدی دارد. در حال حاضر با توجه به شرایط اقتصادی ایران، فعالیت اکثر واحدهای صنعتی با توسعه همراه نبوده است و تولیدکنندگان وابستگی زیادی به بانک‌ها برای تامین سرمایه در گردش خود دارند. به همین دلیل در سال گذشته با تغییر سیاست‌گذاری‌های بانک‌ها در راستای محدودسازی اعطای وام و تسهیلات به تولیدکنندگان، واحدهای صنعتی با چالش مواجه شدند. در این میان باید به نکته مهمی اشاره کنم که در گذشته تسهیلاتی که از سوی بانک‌ها اعطا می‌شد، بیش

۸۰ درصد مواد اولیه صنعت آلومینیوم واردات است

منظور توسعه زیرساخت‌های تامین انرژی و در پی آن افزایش محدودیت‌های انرژی در فصول مختلف سال، در خطر است. در رابطه با مواد اولیه باید گفت که ذخایر معدنی بوکسیت کشور محدود است؛ در حال حاضر فقط معدن جاجرم فعال است که آن هم پاسخگوی نیاز صنایع داخلی نیست. ضمن اینکه میزان بوکسیت خاک معدنی جاجرم کاهش یافته و در مقابل میزان باطله معدن و هزینه استخراج آن افزایش یافته است. متأسفانه معدن تاش هم علی‌رغم اینکه هزینه‌های زیادی صرف اکتشاف آن شده و دارای خاک معدنی با میزان بالای بوکسیت است، به دلیل اختلاف نظر برخی از مسئولان و سازمان‌های مربوطه، فعلاً غیرفعال مانده است؛ بسیاری از رقیبان صنعت آلومینیوم ایران مانند کشورهای حوزه خلیج فارس، از این نوع مواهب طبیعی برخوردار نیستند و با شرکت در مناقصه‌های بین‌المللی، مواد اولیه مورد نیاز خود را خریداری می‌کنند؛ این در حالی است که تولیدکنندگان ایرانی به دلیل تحریم‌ها این امکان را نداشته و باید از طریق واسطه‌ها و با قیمت بالاتری، آلومینا را خریداری کنند.



پنجره‌ایران؛ آریا صادق‌نیت دبیرکل سندیکای تولیدکنندگان صنایع آلومینیوم ایران معتقد است: قیمت‌های هر نوع کالایی متأثر از نظام عرضه و تقاضا است و قیمت آلومینیوم در بازارهای جهانی نیز از این موضوع مستثنی نیست؛ مقدار تولید و مصرف این فلز می‌تواند مولفه اصلی و تعیین‌کننده قیمت آن در بازارهای جهانی باشد. صادق‌نیت در یادداشتی آورده است: اخیراً به دلیل برخی از سیاست‌های اقتصادی چین و کاهش میزان تقاضا و مصرف جهانی آلومینیوم، قیمت این فلز روند نزولی در پیش گرفت و به پایین‌ترین میزان خود در دو سال اخیر رسید. با این وجود پیش‌بینی می‌شود هم‌زمان با افزایش میزان مصرف آلومینیوم در صنایع مختلف، قیمت این فلز استراتژیک در مسیر صعودی حرکت کرده و مجدداً به دوران قبل از افول قیمت‌ها بازگردد.

به اعتقاد او: بی‌شک این موضوع بر فعالیت صنایع داخلی نیز تاثیرگذار خواهد بود زیرا در حال حاضر حدود ۸۰ درصد مواد اولیه مورد نیاز برای تولید آلومینیوم اولیه یعنی آلومینا، از طریق واردات تامین می‌شود و صنعت آلومینیوم کشور فقط در زمینه نیروی انسانی و انرژی دارای مزیت است. با توجه به اینکه صنعت آلومینیوم داخلی برای تامین مواد اولیه وابسته به واردات است، به همان میزانی که افزایش قیمت آلومینیوم به نفع صنایع بالادستی است، افزایش قیمت آلومینا نیز آن‌ها را تحت فشار قرار خواهد داد؛ در نتیجه همان‌طور که کاهش قیمت‌ها تاثیر چشمگیری بر حاشیه سود کل زنجیره آلومینیوم نداشت، افزایش قیمت‌ها نیز در سودآوری این زنجیره آنچنان موثر نخواهد بود.

در ادامه یادداشت او آمده است: در خصوص انرژی که یکی از مولفه‌های اساسی تولید آلومینیوم اولیه است، تولیدکنندگان داخلی به دلیل قیمت پایین آن نسبت به سایر رقبای خارجی دارای مزیت هستند اما این مزیت به دلیل عدم سرمایه‌گذاری‌های مناسب به



ذخایر آلومینیوم انبارهای «LME» افزایشی شد PDF Compressor Free Version

به انبارهای بورس فلزات لندن قبل از آغاز رسمی تحریم‌ها علیه صنعت آلومینیوم این کشور بیش از آنچه که در ظاهر به نظر می‌رسید موجب نوسانات در بازار این فلز شد. در عین حال و با توجه به صدور حواله فروش برای ۴۲۵ هزار و ۵۷۵ تن آلومینیوم موجود در ذخایر انبارهای بورس فلزات لندن، تنها در یک روز (۹ ماه می ۲۰۲۴) حجم ذخایر این فلز در انبارهای بورس نامبرده به یک‌باره کاهش یافت؛ البته در همان روز، حواله فروش ۱۳۷ هزار و ۵۰ تن آلومینیوم در انبارهای ذخایر بورس «LME» باطل شد.

لازم به ذکر است که صدور حواله فروش برای ۴۲۵ هزار و ۵۷۵ تن آلومینیوم، اکثراً مربوط به فلز تولید شده در هند بود که در انبارهای بورس فلزات لندن واقع در بندر «Klang» مالزی نگهداری می‌شدند. همچنین باید به این مسئله اشاره کرد که بیشترین حجم محموله‌های آلومینیوم با مبدأ تولید روسیه در انبارهای بورس فلزات لندن واقع در بندر گوانگینگ کره جنوبی ذخیره شده‌اند.

پنجره‌ایرانیان؛ حجم ذخایر آلومینیوم در انبارهای بورس فلزات لندن (LME) در ماه می ۲۰۲۴ به طور غیرمنتظره‌ای افزایش یافت؛ بیشترین افزایش حجم آلومینیوم تحویلی به انبارهای بورس مذکور مربوط به محموله فلز تولید شده در روسیه بود. به گزارش رویترز، افزایش حجم تحویل محموله‌های آلومینیوم در ذخایر انبارهای بورس فلزات لندن موجب شد صف بارگیری فیزیکی محموله‌های فلز نامبرده در این انبارها طولانی‌تر شود.

ایالات متحده آمریکا بسته تحریمی جدیدی علیه صنعت آلومینیوم روسیه ارائه داد که مطابق با آن بورس‌های کالایی از پذیرش آلومینیوم تولید شده روسیه در انبار ذخایر خود از ۱۲ آوریل سال ۲۰۲۴ به بعد منع شدند. بر همین اساس، بورس فلزات لندن مجبور شد قوانین خود را تغییر دهد تا مانع از تحویل محموله‌های ذخایر آلومینیوم روسیه در انبارهای خود توسط معامله‌گران پس از آغاز تحریم‌ها شود. در همین راستا، افزایش حجم محموله‌های آلومینیوم تولید روسیه و تحویل داده شده

تولید ۱۱۲ هزار تن شمش آلومینیوم در دو ماه ابتدایی امسال

از میزان شمش آلومینیوم تولید شده در دو ماهه نخست ۱۴۰۳، شرکت‌های آلومینیوم جنوب ۴۷ هزار و دو تن، ایرالکو ۳۱ هزار و ۱۲۲ تن، المهدی ۲۷ هزار و ۹۲۰ تن و آلومینای ایران ۶ هزار و ۲۲۹ تن تولید کردند. همچنین طی فروردین و اردیبهشت ماه سال جاری، ۳۸ هزار و ۶۱ تن پودر آلومینا، ۶۴ هزار و ۵۵۸ تن هیدرات آلومینیوم و ۱۳۹ هزار و ۶۹ تن بوکسیت توسط شرکت آلومینای ایران تولید شد.

پنجره‌ایرانیان؛ میزان تولید شمش آلومینیوم توسط چهار اسمelter آلومینیومی کشور در دو ماهه نخست سال جاری به ۱۱۲ هزار و ۲۷۳ تن رسید. به گزارش روابط عمومی ایمیدرو، چهار شرکت بزرگ آلومینیومی کشور (آلومینیوم جنوب، ایرالکو، المهدی و آلومینای ایران) طی ماه‌های فروردین و اردیبهشت ماه امسال، ۱۱۲ هزار و ۲۷۳ تن شمش آلومینیوم تولید کردند. میزان شمش تولید شده در مدت مشابه سال ۱۴۰۲، حدود ۱۱۲ هزار و ۷۶۷ تن بود.

راه‌اندازی خط تولید جدید شرکت «Hydro» در واحد ریخته‌گری آلومینیوم

ایالت کنتاکی برگزار کرد، خبر اختصاص ۸۵ میلیون دلار سرمایه به منظور راه‌اندازی واحد ریخته‌گری جدید خود در شهر هندرسون را اعلام کرد. در همین راستا، سازمان مالی توسعه اقتصادی ایالت کنتاکی (KEDFA) مطابق با طرح مشوق‌های مالیاتی ایالتی، از این سرمایه‌گذاری حمایت و مطرح کرد که با راه‌اندازی واحد ریخته‌گری جدید شرکت «Hydro» در شهر هندرسون، ۳۱ عنوان شغلی جدید ایجاد خواهد شد. با راه‌اندازی خط تولید جدید آلومینیوم بازیافتی شرکت «Hydro»، ظرفیت این واحد ریخته‌گری به ۲۸ هزار تن افزایش می‌یابد و بر همین اساس جایگاه واحد ریخته‌گری شرکت نامبرده در شهر هندرسون به عنوان یک تولیدکننده پیشرو آلومینیوم کم‌کربن برای صنعت خودروسازی آمریکای شمالی تقویت خواهد شد. سرمایه‌گذاری جدید اختصاص یافته، گامی مهم از سوی شرکت «Hydro» در راستای ایجاد تحول در تولید آلومینیوم خواهد بود.

کالویک در همین رابطه بیان کرد: افزایش نرخ تولید بازیافت از قراضه‌های کهنه، میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای را کاهش و امنیت روند عرضه را تقویت می‌کند و شرکت «Hydro» را قادر می‌سازد تا محصولات جدید و به‌روزی را به مصرف‌کنندگان آمریکایی تحویل دهد.

لازم به ذکر است، شرکت نامبرده قبلاً اعلام کرده بود که ۱۵ میلیون دلار سرمایه به منظور نصب یک دستگاه فیلتر کیسه‌ای جدید و تجهیزات همگن‌سازی در واحد بازیافت آلومینیوم این شرکت در شهر هندرسون اختصاص می‌دهد. این پروژه‌ها اکنون در حال تکمیل هستند و شرکت «Hydro» به کمک آن‌ها می‌تواند حجم تولید آلیاژهای آلومینیومی پیشرفته را با استفاده از قراضه بازیافتی و قراضه پس از مصرف کم‌کربن افزایش دهد.

پنجره‌ایرانیان؛ شرکت «Hydro» به عنوان یکی از تولیدکنندگان آلومینیوم جهان در تلاش است، ۸۵ میلیون دلار به منظور راه‌اندازی خط تولید جدید در واحد ریخته‌گری آلومینیوم خود واقع در شهر هندرسون در ایالت کنتاکی آمریکا با هدف افزایش میزان تولید آلومینیوم بازیافتی سرمایه‌گذاری کند.

به گزارش پایگاه «Aluminum Today»، پیش‌بینی می‌شود خط تولید جدید در واحد ریخته‌گری شرکت «Hydro» در سال ۲۰۲۶ به مرحله بهره‌برداری برسد و انتظار می‌رود از طریق این واحد، حجم تقاضا برای آلومینیوم بازیافتی باکیفیت مورد استفاده در صنعت خودروسازی ایالات متحده آمریکا افزایش پیدا کند. ایوینت کالویک، مدیرعامل شرکت «Hydro» در جلسه‌ای که اخیراً با فرماندار





مرتضی اسلامی فرد مدیر گروه صنعتی رامرو معتقد است: به تازگی پیش‌بینی‌هایی مبنی بر افزایش تولید شمش آلومینیوم در حدود یک میلیون تن تا پایان سال جاری مطرح شده است که به توجه به اینکه آمار و ارقام اعلام شده در داخل برای میزان تولید صنایع بالادستی و پایین‌دستی آلومینیوم قابل استناد نیست، نمی‌توان نظر دقیقی در رابطه با این موضوع داشت.

به گفته او در حال حاضر یکی از بزرگ‌ترین معضلات صنایع بالادستی آلومینیوم کشور، تامین مواد اولیه است که تولیدکنندگان برای رفع این چالش ناچارند به سبب وجود موانعی در مسیر نقل و انتقال پول، متعهد به تحویل شمش به کشورهای تامین‌کننده شوند؛ در نتیجه باید مقدار مشخصی آلومینیوم برای سوآپ مواد اولیه از میزان تولید این فلز تعیین شود اما این رقم در پیش‌بینی‌های صورت گرفته اعلام نشده است. همچنین میزان آلومینیومی که قرار است در بازارهای داخلی عرضه شود، نامشخص است که در این صورت، باز هم نمی‌توان تاثیرات افزایش تولید آلومینیوم بر فعالیت صنایع پایین‌دستی را بررسی کرد.

اسلامی فرد این را اعلام کرده که: باید اذعان کنم این پیش‌بینی شبهه‌برانگیز بوده و برای تایید آن نیاز است که آمار و اطلاعات دقیقی از توان و ظرفیت واحدهای تولیدی و طرح‌های توسعه‌ای در اختیار داشته باشیم اما بررسی این مساله با توجه به اختلاف آماری که در سال‌های اخیر از نرخ تورم، قیمت‌ها و... در بازار و گزارش‌های آماری تولیدکنندگان وجود دارد، چندان علمی و منطقی به نظر نمی‌رسد. در نتیجه یکی از ضعف‌های بزرگ ما که در تمام زمینه‌ها وجود دارد، نبود اطلاعات آماری دقیق و تفاوت ارقام اعلام شده از سوی نهادهای مختلف است؛ متأسفانه سازمان‌های دولتی، متولی، داده‌های اقداماتی که منجر به تحقق نتایج اعلام شده می‌شود، مطرح نمی‌کنند که به همین دلیل بدون محاسبه متغیرها و داده‌های آماری، تایید نتیجه نهایی دشوار

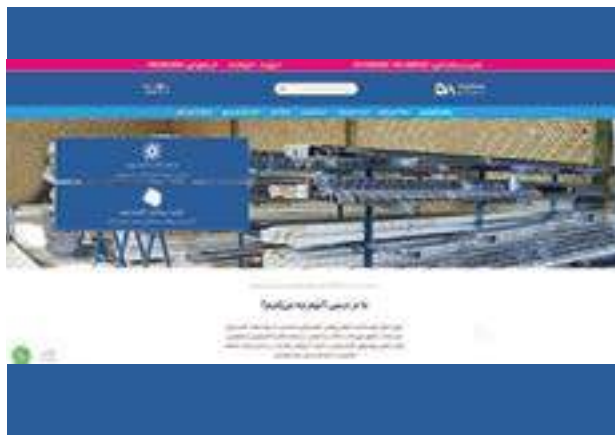
است. البته باید توجه داشت که افزایش تولید آلومینیوم از نظر فنی با چالشی مواجه نبوده و امکان‌پذیر است زیرا می‌توان همانند کشورهای حاشیه خلیج فارس با انعقاد قراردادهای همکاری و ایجاد ظرفیت‌های بیشتر، یک میلیون تن آلومینیوم تولید کرد. تنها موضوعی که می‌تواند مانع از تحقق این امر شود، مسائل سیاسی و نبود روابط متقابل تجاری و اقتصادی با کشورهای توسعه‌یافته است زیرا زمانی که سرمایه‌گذاران خارجی تمایلی برای سرمایه‌گذاری و انتقال دانش و تکنولوژی به ایران نداشته باشند، اجرای طرح‌های توسعه‌ای و افزایش تولید میسر نیست؛ البته در خصوص سرمایه‌گذاری این امکان وجود دارد که با فراهم‌سازی بسترهای مناسب در کشور، دیگر شاهد فرار سرمایه نبوده و منابع مالی مورد نیاز از داخل تامین شود.

«دیجی آلوم»، بانک اطلاعاتی پروفیل‌های آلومینیومی و مقاطع خاص صنعتی

توانسته زمینه معرفی و فروش بیش از هشت هزار مقطع آلومینیومی عمومی و اختصاصی را فراهم کند. او افزود: بیش از ۱۰ سال است که فعالیت خود در صنعت آلومینیوم را با شرکت پایدار فلز ویرا آغاز کرده‌ایم و پس از گذشت حدود چهار سال، در سال ۱۳۹۶ به این نتیجه رسیدیم که دیجی آلوم را با هدف برقراری ارتباط موثر میان تولیدکنندگان پروفیل آلومینیومی و مصرف‌کنندگان و صنعتگران راه‌اندازی کنیم.

به گفته موسوی در حال حاضر نیز مشغول همکاری با ۲۵ تا ۳۰ شرکت فعال در این حوزه از طریق دیجی آلوم هستیم. هدف از راه‌اندازی بزرگ‌ترین بانک اطلاعاتی پروفیل آلومینیوم در دیجی آلوم این بوده است که مشتریان و صنعتگرانی که به دنبال تامین یک پروفیل آلومینیومی خاص تولیدشده در یک شرکت در نقاط مختلف کشور مانند اراک، اصفهان، تبریز و... هستند، هزینه اضافی را بابت ساخت قالب که حداقل زمان مورد نیاز آن ۲۰ روز و حداقل هزینه ساخت آن ۲۰ میلیون تومان است، متقبل نشوند. از سوی دیگر، دیجی آلوم زمینه معرفی و شناخت شرکت‌هایی که هیچ آشنایی با بازاریابی و نحوه ارتباط با مشتری در صنعت پروفیل آلومینیومی را ندارند، فراهم کرده است. خوشبختانه دیجی آلوم علی‌رغم مقاومت برخی همکاران فعال در این عرصه، به خوبی توانسته است مسیر موفقیت و پیشرفت را طی سالیان اخیر طی کند. ایجاد زنجیره تامین مطمئن و ایمن میان تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و صنعتگرانی که به دلایل مختلف با بازاریابی و چگونگی برقراری ارتباط با مشتری آشنایی‌های لازم را ندارند، مهر تاییدی بر رویکرد موفق دیجی آلوم طی این سال‌ها بوده است.

پنجره‌ایرانیان: سید نوید موسوی، مدیرعامل شرکت پایدار فلز ویرا می‌گوید: دیجی آلوم به عنوان یکی از تولیدکنندگان پروفیل آلومینیومی و ... زیرمجموعه دفتر مهندسی آلوپای و شرکت پایدار فلز ویرا، بزرگ‌ترین بانک اطلاعاتی پروفیل‌های آلومینیومی و مقاطع خاص صنعتی با بیش از هشت هزار مقطع آلومینیومی اختصاصی و عمومی را در اختیار دارد و بالاترین میزان تنوع و انتخاب برای مصرف‌کنندگان و صنعتگران را فراهم کرده است که با هدف برقراری ارتباط موثر میان تولیدکنندگان پروفیل آلومینیومی و مصرف‌کنندگان و صنعتگران راه‌اندازی شده است و به خوبی



آلبازسازی دانش می خواهد نه سرمایه

پنجره ایرانیان؛ یک تولیدکننده مقاطع آلایزی آلومینیومی گفت: با توجه به کاربرد روزافزون فلز آلومینیوم در صنایع مختلف از جمله خودروسازی، لوازم خانگی، صنایع هوایی و... و همچنین جایگزینی آن با فلزاتی مانند مس به دلیل وزن و قیمت پایین تر، دورنمای بسیار روشنی را می توان با افزایش تقاضای مصرف کنندگان برای صنعت آلومینیوم متصور بود. علی اکبر یزدانی پور در گفت و گو با «فلزات آنلاین» بیان کرد: با ۲۵ سال سابقه در صنعت آلومینیوم در تولید مقاطع آلایزی آلومینیومی از جمله میلگرد، تسمه، انواع لوله، شش پر آلومینیوم، پروفیل و... فعالیت می کنیم. از آنجایی که مقاطع آلایزی آلومینیومی مقاومت بالایی دارند و فرایند تراشکاری های آن ها با دقت و ظرافت بالا انجام می شود از این رو، پتانسیل تولید مقاطعی با سختی بالای ۹۰ تا ۱۰۰ برینل را هم داریم.

او درباره عملکرد این مجموعه در زمینه تولید محصولات طی ماه های ابتدای سال ۱۴۰۳، عنوان کرد: همان طور که اشاره شد، سال های زیادی است که در صنعت آلومینیوم فعالیت داریم و با تولید محصولات با کیفیت طی این مدت، موفق به جذب طیف گسترده ای از مشتریان شده ایم. به همین دلیل در حال حاضر برنامه کاری مجموعه به طور کامل اشباع شده است و با تمام توان خود مشغول به تولید محصولات برای رفع نیاز مشتریان هستیم.



PDF Compressor Free Version

در این شرایط اگر درخواست های بیشتری برای تولید مقاطع آلایزی آلومینیومی داشته باشیم، باید ساعات کاری مجموعه را افزایش دهیم که قادر به انجام این کار هستیم و بنا به تقاضای مشتری آن را انجام خواهیم داد. البته از اجرای طرح های توسعه ای نیز غافل نشده و در حال ساخت دستگاه پرس اکستروژن جدیدی هستیم که با اضافه شدن آن به خطوط تولید مجموعه، میزان اشتغال زایی و توان عملیاتی کارخانه افزایش می یابد؛ به طوری که راه اندازی یک دستگاه پرس اکستروژن، زمینه اشتغال حدود ۱۵ تا ۱۶ نفر را فراهم می کند. در این میان باید به نکته مهمی اشاره کنم که ما برای حفظ نیروهای جذب شده، تمام تلاش خود را به کار می گیریم و حقوق کارکنان به گونه ای محاسبه می شود که از شرایط شغلی خود رضایت داشته باشند. اگرچه ممکن است به طور کلی تقاضای مصرف کنندگان در بازار دچار تغییراتی شده باشد اما این مجموعه به دلیل تعداد بالای مشتریان و همکاری با اغلب مراکز فروش محصولات و کارخانه ها، با افت تقاضا مواجه نشده است.

یزدانی در پاسخ به این سوال که چرا سرمایه گذاری های بیشتری برای راه اندازی واحدهای تولیدکننده مقاطع آلایزی آلومینیومی در ایران صورت نگرفته است، گفت: راه اندازی خطوط تولید مقاطع آلایزی آلومینیومی به سرمایه گذاری هنگفتی نیاز ندارد و می توان با خرید دستگاه های پرس اکستروژن مشغول به کار شد اما نکته مهم اینجاست که تولیدکنندگان باید دانش لازم برای تولید محصولات با کیفیت و فرایند آلبازسازی را داشته باشند. شایان ذکر است که واحدهای فعال در صنعت پروفیل آلومینیوم، فرایند آلبازسازی را انجام نمی دهند و به طور مستقیم مواد اولیه استاندارد را خریداری کرده و محصول نهایی را تولید می کنند. علاوه بر این موارد، در سال های گذشته تقاضای مشتریان برای تولید مقاطع آلایزی آلومینیومی بسیار چشمگیر نبود و اکنون به دلیل افزایش قیمت مس و برنج، تمرکز صنایع به سمت آلومینیوم که قیمت و وزن پایین تری نسبت به فلزات نامبرده دارد، معطوف شده است. باید اضافه کنم که تمام فعالان صنعتی توانایی، دانش و مهارت آلبازسازی را ندارند و واحدهای تولیدی باید از نیروهای متخصص و مهندسان متالورژی برای این کار بهره ببرند. البته افرادی که صرفاً به صورت آکادمیک در دانشگاه ها آموزش دیده اند، باید به صورت عملی هم مهارت های لازم را فرا بگیرند تا با ترکیب دانش و تجربه، بهترین نتیجه حاصل شود.

یکی از بزرگ ترین مشکلات تولید کنندگان اخذ مطالبات است

صورت گرفته، مشتریان منصرف شده و به تعهدات خود پایبند نباشند. این در حالی است که مسئولان و دولت، وعده های فراوانی در رابطه با تسهیل فرایندها و حمایت از تولید می دهند اما در نهایت هیچ کدام از وعده ها به مرحله اجرا نمی رسند. مشتریان دولتی تنها در صورت خرید اعتباری محصولات تمایل به همکاری با شرکت های بخش خصوصی دارند؛ به همین دلیل یکی از بزرگ ترین مشکلات تولیدکنندگان بعد از توافق با مشتریان، اخذ مطالبات از آن ها است زیرا شرکت های دولتی هزینه خرید محصولات را در زمان مقرر پرداخت نمی کنند. به تعویق افتادن زمان پرداخت مطالبات باعث می شود تا تولیدکنندگان توان مالی خود برای خرید مجدد مواد اولیه و تولید محصولات در زمانی که قیمت ها به دلیل تورم روند صعودی به خود گرفته را از دست بدهند؛ این موضوع در بلندمدت تاثیر منفی بر عملکرد صنعتگران داشته و باعث کاهش تولید واحدهای صنعتی می شود. متأسفانه اثرات این چالش به اینجا ختم نشده و عدم پرداخت به موقع مطالبات از سوی مشتریان دولتی، سبب شده تا بسیاری از تولیدکنندگان پس از تحمل خسارات مالی فراوان، دیگر امکان ادامه فعالیت نداشته باشند. باید توجه داشت که واحدهایی که اکنون به تولید ادامه می دهند، روند سودآوری نداشته و تنها برای بازپرداخت اقساط وام و بدهی های خود در این چرخه معیوب باقی مانده اند اما در نهایت سرنوشت این شرکت ها نیز به تعطیلی ختم خواهد شد و صنعتگران با تحمل شرایط، تنها زمان آن را به تعویق می اندازند؛ به همین دلیل می توان نتیجه گرفت که دورنمای صنعت ریخته گری روشن نیست.

پنجره ایرانیان؛ علی اصغر زرنوشه فراهانی، مدیرعامل شرکت پرتو آلباز پارس نوشت: صنعت ریخته گری یکی از صنایع مادر به شمار می رود که حیات و توسعه بسیاری از صنایع پایین دستی به آن وابسته است و از نقش پراهمیت آن در رشد اقتصادی کشور نمی توان چشم پوشی کرد؛ به همین دلیل رفع مشکلات فعالان این حوزه به منظور ارتقای هرچه بیشتر صنعت ریخته گری، باید در اولویت قرار داشته باشد. در غیر این صورت علاوه بر اختلال در فعالیت صنایع بالادستی، صنایع مصرف کننده نیز با مشکلات فراوانی مواجه خواهند شد. علی رغم اهمیت بالای صنعت ریخته گری، شاهد هستیم در چند سال اخیر واحدهای ریخته گری روز به روز ضعیف تر شده و در نهایت تعطیل می شوند؛ علاوه بر این، تمایل سرمایه گذاران به سرمایه گذاری در این صنعت نیز بسیار کاهش یافته که موضوع خوشایندی نیست. عدم توجه به بخش خصوصی، گردش چرخ اقتصاد کشور به دست دولت و تغییر مکرر سیاست گذاری های آن در حوزه تولید، باعث به وجود آمدن چنین شرایطی شده است؛ اکنون شرکت های دولتی، سهم بزرگ تری نسبت به شرکت های خصوصی در بازار و اقتصاد داشته و صنعت ریخته گری جذابی برای جلب نظر سرمایه گذاران بخش خصوصی ندارد. ضمن اینکه شرکت های دولتی بدون وجود بروکراسی های اداری طولانی به راحتی با یکدیگر تعامل داشته و به صورت تهرتری به دادوستد می پردازند؛ به همین دلیل رقابت جدی میان این شرکت ها وجود ندارد اما در مقابل شرکت های بخش خصوصی در زمان معامله با مشتریان دولتی باید مراحل طولانی را پشت سر بگذارند که حتی ممکن است بعد از توافق



از تکنولوژی روز دنیا در معادن کشور استفاده نمی‌شود PDF Compressor Free Version

متاسفانه معدن کاران داخلی از ماشین آلات قدیمی که ساخت حدود ۵۰ سال قبل است، استفاده می‌کنند و از تکنولوژی روز دنیا در معادن استفاده نمی‌شود.

زارع با اشاره به میزان مصرف انرژی بر این موضوع تاکید کرد که: اگرچه قیمت پایین انرژی در داخل کشور تا مدتی پیش یک مزیت محسوب می‌شد اما به مرور زمان شاهد از بین رفتن این مزیت هستیم و به نظر می‌رسد بخش معدن کشور در ادامه با مشکلات دیگری نیز مواجه خواهد شد. با این وجود اگر می‌خواهیم همچنان در بخش معدن فعالیت کنیم، باید اجرای هدفمند عملیات اکتشاف را در دستور کار خود قرار دهیم و تکنولوژی معدن کاری را به روزرسانی کنیم. اگرچه چالش‌های زیست‌محیطی و منابع طبیعی نیز در این بخش مطرح می‌شود و گاهی اوقات سازمان محیط زیست اقدام به تعطیل کردن یک معدن که باید به فعالیت خود ادامه دهد، می‌کند. متاسفانه دانش و اطلاعات کافی در خصوص حفظ محیط زیست و منابع طبیعی در بخش معدن وجود ندارد و بنابراین باید یک بازنگری اساسی در قانون معادن مرتبط با حوزه محیط زیست و منابع طبیعی صورت پذیرد تا بتوانیم در راستای توسعه هرچه بیشتر معادن حرکت کنیم. بر همین اساس باید مطالعات کافی در ارتباط با معدن کاری در بزرگ‌مقیاس صورت پذیرد و اگر ارزش معدن کاری در یک منطقه وجود داشته باشد، باید تمهیدات لازم در خصوص مسائل زیست‌محیطی و منابع طبیعی در آن منطقه اندیشیده شود و اگر معدن کاری در یک منطقه از ارزش چندانی برخوردار نیست، باید اقدامات بازدارنده نسبت به تخریب منابع طبیعی انجام شود.



پنجره‌ایرانیان؛ تورج زارع، مدیرعامل شرکت آلمینیای ایران درباره چالش‌های بخش معدن در کشور گفت: در حال حاضر یکی از مهم‌ترین مشکلات بخش معدن، تامین مواد ناریه مورد نیاز معدن کاران است و بسیاری از فعالان این بخش در تامین چاشنی به منظور اجرای عملیات انفجار و آتش‌باری با مشکل مواجه شده‌اند. این معضل از حدود دو سال قبل شکل گرفته است و پیش از آن، چالشی در این زمینه وجود نداشت. او افزود: معدن کارانی که عملیات‌های مختلف معدنی را در بزرگ‌مقیاس انجام می‌دهند، از تابستان سال قبل با چالش تامین مواد ناریه روبه‌رو شده‌اند. اگرچه شرکت آلمینیای ایران تلاش کرده است ظرفیت‌های مختلفی را در حوزه معدن فعال کند تا ضرر کمتری متوجه شرکت در این زمینه شود؛ چراکه صنعت آلومینیوم، یک صنعت توقف‌ناپذیر است و باید مواد اولیه کافی همواره در دسترس تولیدکنندگان این صنعت قرار داشته باشد.

به گفته زارع مشکل دیگری که معدن کاران کشور طی سالیان اخیر با آن دست‌وپنجه نرم کرده‌اند، استفاده از تجهیزات و ماشین‌آلات فرسوده معدنی است. اعمال تحریم‌های اقتصادی از یک سو و قانون منع واردات ماشین‌آلات معدنی از سوی دیگر، باعث شده است بسیاری از معدن کاران ناچار به استفاده از دستگاه‌های قدیمی شوند. اگرچه هدف‌گذاری برای تولید تجهیزات و ماشین‌آلات معدنی توسط تولیدکنندگان داخلی مانند هپکو به نفع صنعت و معدن کشور خواهد بود اما لازم است یک بازنگری در قوانین تجارت خارجی همچون واردات ماشین‌آلات نو و حتی کارکرده از جانب مسئولان ذی‌ربط صورت پذیرد تا شاهد کاهش تاثیر هرچه بیشتر این ابرچالش در بخش معدن باشیم. تامین سوخت ماشین‌آلات معدنی، یکی دیگر از معضلات مهم در این بخش است و فعالان معدنی کشور در تامین گازوئیل مورد نیاز تجهیزات با مشکل روبه‌رو هستند و در حال حاضر گازوئیل کافی به منظور رفع نیاز معدن کاران وجود ندارد.

او در ادامه گفت: از سوی دیگر، معدن کاران کشور از دانش و تکنولوژی روز دنیا در عملیات‌های معدنی استفاده نمی‌کنند؛ در حالی که شاهد وقوع انقلاب صنعتی چهارم در سطح جهان هستیم و معدن کاری در دنیای مدرن، در راستای مکانیزاسیون و دیجیتالی شدن حرکت می‌کند که از ماشین‌آلات با حجم استخراج بسیار زیاد برای کاهش قیمت تمام شده مواد معدنی در این بخش استفاده می‌شود. در چنین شرایطی،

مانع اصلی در مسیر بهره‌برداری

پنجره‌ایرانیان؛ مدیرعامل شرکت آلمینیای ایران تحریم‌ها و به‌روز نبودن دستگاه‌ها و تجهیزات معدنی را یکی از چالش‌های موجود بر سر راه بهره‌برداری از معادن دانست و افزود: با توجه به تحریم‌های ظالمانه دشمنان، سال‌هاست که دستگاه‌ها و تجهیزات به‌روز در حوزه معدن به کشور وارد نشده است.

به روابط عمومی شرکت آلمینیای ایران، عبدالله شه‌بخش گفت: این کمبودها باعث می‌شود علاوه بر کاهش راندمان کاری، تعمیرات قطعات نیز با مشکلات متعددی مواجه شود. او پیمانکاران را بازوان اجرایی مهم در کار معدن دانست و به‌روز نبودن تجهیزات را سبب پایین آمدن توان و راندمان کاری آن‌ها اعلام کرد.

مدیرعامل شرکت آلمینیای ایران تصریح کرد: در حال حاضر شمار اندکی از دستگاه‌ها و تجهیزات مورد نیاز در این حوزه به‌روز هستند و مابقی تجهیزات و ماشین‌آلات نیاز به‌روزرسانی و تعمیر دارند.

شه‌بخش تامین سوخت و اختصاص گازوئیل برای ماشین‌آلات معدنی و مواد منفجره را از دیگر معضلات و چالش‌های پیش روی فعالیت‌های معدنی مطرح کرد و افزود: این مسئله به ویژه در استان خراسان شمالی بیشتر نمود دارد زیرا با مشکل تامین سوخت مورد نیاز

مواجه هستیم و از برنامه هدف‌گذاری شده عقب مانده مانده‌ایم؛ همچنین مواد منفجره مورد نیاز ماهانه در انجام اقدامات معدنی این شرکت ۳۰۰ تن است که در تامین این میزان نیز با چالش‌هایی روبه‌رو هستیم.

او نیروی متخصص در بخش معدن کاری را از علل افزایش سرعت و کیفیت کار دانست و گفت: نبود نیروی متخصص و کارآمد از دیگر مشکلات پیش رو است. در حال حاضر یک هزار نیروی متخصص در بخش معدن مشغول به فعالیت هستند که بر این اساس ۳۰ درصد از نیروهای متخصص مورد نیاز ما محقق نشده است.

مدیرعامل شرکت آلمینیای ایران اظهار داشت: رسالت ما آموزش نیست اما به دلیل اهمیت تامین نیروی متخصص در این بخش، همواره در این راستا پیگیری و مذاکرات با دانشگاه‌ها و سایر اقدامات برای رفع این مهم انجام شده است.

شه‌بخش در پایان معدن کاری سبز و ضرورت و اهمیت رعایت تمام مسائل زیست‌محیطی و رعایت استانداردها برای جلوگیری از آسیب به محیط زیست و در کنار آن برنامه‌ریزی بازسازی معادن بعد از اتمام کار و کاشت درخت، احداث بند خاکی و... را نیز مورد تاکید قرار داد.



PDF Compressor Free Version

آسیا جام پروفیل

تولید کننده پروفیل UPVC

نگاه متفاوت

پنجره متفاوت

کیفیت متفاوت ...

FENSTER MANN
KUNSTSTOFF FENSTER UND TÜREN SYSTEMS

HAMMER plast



آدرس: تبریز، جاده تهران، شهرک صنعتی، عالی نسب

تلفن: ۰۴۱-۳۲۴۶۶۵۸۰-۴ فکس: ۰۴۱-۳۲۴۶۶۳۶۳

info@fenster-mann.com

www.fenster-mann.com



نشریه پنجره ایرانیان

ماهنامه تخصصی صنعت دروپنجره و بهینه‌سازی انرژی ایران

نگاهی به استاندارد ملی ایران برای پروفیل‌های
یوپی‌وی‌سی و تولید کنندگان دارای استاندارد .. ۵۸

پروفیل

انجمن صنایع پروفیل یوپی وی سی در و پنجره در شهرسی

واحدهای تولیدی دارای استاندارد ملی ایران را اعلام کرد

لیست شرکت های تولید کننده پروفیل U-PVC دارای پروانه علامت استاندارد اجباری						
ردیف	نام واحد تولیدی	ردیف برندها	نام تجاری	وضعیت پروانه	تاریخ اعتبار	شهر
۱	تایش پروفیل اردبیل	۱		معتبر	۱۴۰۵/۱۱/۰۷	اردبیل
۲	ماتا صنعت سیروان	۲		معتبر	۱۴۰۵/۰۹/۲۴	کرمشاه
۳	آسیا کویشی سهند	۳	Sam Profile	معتبر	۱۴۰۵/۰۲/۲۱	شیراز
۴	پدیده صنعت پروفیل ابراهیم	۴		معتبر	۱۴۰۲/۰۱/۳۱	ساوجبلاغ (هشتگرد)
۵	مجدد نصیری	۵		معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۱۵	محمدشهر
۶	شرکت تعاونی آروین فناوری صنعت ناب	۶		معتبر	۱۴۰۲/۱۰/۰۴	انتهارد
۷	شرکت خاورن شیمی پارس تک	۷		معتبر	۱۴۰۲/۱۲/۰۱	گرمسار
۸	شرکت سیگاس پروفیل مایا	۸	CYCAS	معتبر	۱۴۰۲/۰۶/۲۴	میرد
		۹	Q-PEN			
		۱۰	C.p.m			
		۱۱	سیگاس وین مایا			
۹	سپید پروفیل پیام	۱۲		معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۱۱	آق قلا
۱۰	جهان پروفیل	۱۳	HOFMANN	معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۱۲	شهرکرد
		۱۴	WisserWin			
		۱۵	DrMuller			
۱۱	آرتا پروفیل پیشرو صنعت جهان	۱۶	کرال وین	معتبر	۱۴۰۵/۰۲/۲۱	اردبیل
		۱۷	شفر			
		۱۸	گیستا			
		۱۹	سابل			
		۲۰	آروکو			
۱۲	کیمیا صنعت شیدا	۲۱		معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۲۵	تهران
۱۳	عطا توکل اول	۲۲	روزین	معتبر	۱۴۰۲/۰۵/۰۱	اردبیل
۱۴	گسترش صنایع قاین	۲۳		معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۱۷	قاینات (قاین)
۱۵	شرکت پارس سازان گیتی	۲۴		معتبر	۱۴۰۲/۱۲/۰۴	بهارستان
۱۶	پروفیل صنعت سازان خنکال	۲۵	ایتل	معتبر	۱۴۰۵/۱۲/۲۸	خنکال
۱۷	آپان پلیمبر صنعت جنوب پارس	۲۶	گروه تولیدی آپان صنعت (آپان)	معتبر	۱۴۰۲/۰۸/۱۲	دزفول
۱۸	آشیانه پایدار قرن	۲۷		معتبر	۱۴۰۲/۰۶/۲۴	ریاح کریم
۱۹	بهینه گستر قزاقاب	۲۸	کلمه کاتیا katia	معتبر	۱۴۰۵/۰۵/۲۴	انتهارد
		۲۹	کلمات سان تک suntech			
۲۰	شرکت ایلید کار و شمگیر (سهلی خانی)	۳۰	CONCEPT	معتبر	۱۴۰۲/۰۲/۳۱	رامیان
		۳۱	WEDER			
		۳۲	pratique			
۲۱	آتاتک نما	۳۳	ATA tech window & door systems	معتبر	۱۴۰۵/۱۲/۰۵	نظرآباد
۲۲	آلمورا چلیک درب ارومیه	۳۴	آلموراوین	معتبر	۱۴۰۲/۱۱/۰۴	ارومیه
۲۳	آسیا جام پروفیل	۳۵	FENESTERMANN	معتبر	۱۴۰۲/۰۹/۱۰	شیراز
		۳۶	HAMMER PLAST			
		۳۷	BREGMANN			

PDF Compressor Free Version

لیست شرکت های تولید کننده پروفیل PVC U نازکی پروفه علاقت استاندارد ایرانی

ردیف	نام و آدرس تولیدی	ردیف برده ها	نام تجاری	وحدت اندازه	تاریخ اعتبار	شمار
۲۴	شرکت تک دنیا آه و سبیلان آهیلانی تهران	۲۹	Royal Win Vana Win / UPVC profile producer KGold PVC SEPAHAN سی سپاهان	۲۸	۱۴۰۳/۱/۲۴	شیراز
۲۵	گروه صنعتی همدانش	۲۱	UOR WIN	۲۲	۱۴۰۳/۷/۰۷	ایلام
۲۶	آلین پارس ایرانی	۲۲	Athin profile	۲۳	۱۴۰۳/۰۹/۱۴	ارومیه
۲۷	وانسا پست	۲۳		۲۴	۱۴۰۳/۱۷/۲۴	سازمان (هسته)
۲۸	شرکت پرشین آه و سبیلان آهیلانی	۲۵	GOLD WIN MARYWIN UPVC Profile	۲۶	۱۴۰۳/۰۸/۱۴	اصفهان
۲۹	شرکت تولیدی و صنعتی دنیا پل	۲۷	دنا	۲۸	۱۴۰۳/۱۰/۰۹	پارک
۳۰	شرکت تولیدی درب و پنجره گران پل	۲۹	SHOOKA ENZO AVERTA	۳۰	۱۴۰۳/۰۵/۱۹	ساری
۳۱	صنعت پلاست آلومینوم	۳۱	AHRAM DANFIG (Deo win)	۳۲	۱۴۰۳/۰۶/۰۹	ارزنه
۳۲	شرکت صنعتی عالی پلاست جوبلر آهیلانی تهران	۳۳	WIN CLASS STAR EAGLE WIN (NEW WIN class) WINDOCLASS MUNDOWIN Viona	۳۴	۱۴۰۳/۰۱/۰۵	جوبلر
۳۳	شرکت صنایع فلور پلاستیک سپاهان آهیلانی تهران	۳۵	DR WIN BLUE WIN FAN PLAST TOUS synel	۳۶	۱۴۰۳/۰۲/۲۳	اصفهان
۳۴	شرکت گروه صنعتی آس آرا	۳۷	IDEAL DR WIN BLUE WIN	۳۸	۱۴۰۳/۰۱/۱۷	اصفهان
۳۵	کارخانه های نازکی	۳۹	DR WIN BLUE WIN	۴۰	۱۴۰۳/۱۷/۰۴	تهران
۳۶	فان پلاست توس	۴۱	DR WIN BLUE WIN	۴۲	۱۴۰۳/۰۸/۱۰	تهران
۳۷	شرکت زمین بنا پارسیان	۴۳	DR WIN BLUE WIN	۴۴	۱۴۰۳/۰۱/۱۳	اصفهان
۳۸	پنجره آرا	۴۵	DR WIN BLUE WIN	۴۶	۱۴۰۳/۰۱/۰۵	اصفهان
۳۹	مجموعه پارس صنعت	۴۷	DR WIN BLUE WIN	۴۸	۱۴۰۳/۰۵/۲۸	تهران
۴۰	دنیای پروفیل آه و سبیلان آهیلانی	۴۹	DR WIN BLUE WIN	۵۰	۱۴۰۳/۰۹/۰۹	اصفهان
۴۱	چوبان پروفیل	۵۱	DR WIN BLUE WIN	۵۲	۱۴۰۳/۱۲/۲۴	اصفهان
۴۲	آلومین پلاستیک ایرانی	۵۳	DR WIN BLUE WIN	۵۴	۱۴۰۳/۰۲/۰۴	اصفهان
۴۳	پارس پارس پروفیل	۵۵	DR WIN BLUE WIN	۵۶	۱۴۰۳/۰۱/۱۰	اصفهان
۴۴	شرکت آه و سبیلان آهیلانی	۵۷	DR WIN BLUE WIN	۵۸	۱۴۰۳/۱۲/۱۴	تهران
۴۵	شرکت آه و سبیلان آهیلانی	۵۹	DR WIN BLUE WIN	۶۰	۱۴۰۳/۰۱/۰۴	تهران



سام پروفیل تولید کننده پروفیل یو پی وی سی



یک پروفیل چهار کاناله واقعی

شرکت آسیا کوشش سهند

آدرس کارخانه: تبریز، جاده صوفیان، شهرک سرمایه گذاری خارجی، خیابان اکو، شماره ۱۱۶
۰۴۱-۳۲۴۶۶۲۴۴

PDF Compressor Free Version



Pratiq

UPVC PROFILE INDUSTRIES

صنایع تولید پروفیل‌های یو پی وی سی



Sliding



Window



Inopen Door



Outopen Door



LAMINATE COLOURS BLACK, CHAMPAGNE, GRAY & GOLDEN



شرکت ایلید کار وشمگیر

استان گلستان، رامیان، شهرک صنعتی رامیان، خیابان کارگر، قطعه ۱۷
تلفن: ۰۱۷۳۵۸۸۸۰۰۰ / فکس: ۰۱۷۳۵۸۸۸۰۱۷ / کدپستی ۴۹۵۱۱۴۶۳۹۳



یراتیق

واناوین»»

PDF Compressor Free Version

واناوین، پنجره‌ای نوین

شرکت تکنما پی وی سی سپاهان | تولید کننده پروفیل های یو پی وی سی

یک پنجره خوب
یک خانه کامل



پروفیل پیشنهادی وزارت راه و شهرسازی جهت

نهیضت ملی مسکن



vanawin.com
vanawin.ir



PAKPEEN

UPVC Door & Window Profiles



www.pakpeen.ir

دفتر تهران: ضلع شمالی دریاچه چیتگر، برج آرتemis، طبقه ۱۰ واحد ۶
انبار تهران: بازار آهن مکان، فاز ۵ مرکزی، پلاک ۱۱۵۵
حیدر زارعی: ۰۹۱۲۱۸۶۵۵۳۷ / فرزانه صفری: ۰۹۱۲۹۵۳۰۸۳۲



[@pakpeen.ir](https://www.instagram.com/pakpeen.ir)



Peyman Profile Asia

PDF Compressor Free Version

تولیدکننده پیلت های آلایژی، انواع مقاطع
اکسترودی آلومینیومی و عملیات تکمیلی
(آنودایز، رنگ پودری، دکورال)

- تهیه و توزیع انواع مواد اولیه مرتبط با صنعت آلومینیوم (مس، منزیم، روی، سیلیس)
- ریخته گری پیلت در سایزهای ۵، ۶، ۷، ۸ اینچ در آلایژهای ۱۰۰۰-۷۰۰۰ به روش DC
- ریخته گری شمش در آلایژهای ۱۰۰۰-۷۰۰۰
- طراحی و ساخت انواع قالب های صنعتی، ساختمانی، اختصاصی
- تولید انواع مقاطع ساختمانی، اختصاصی و صنعتی (لوله ها، میلگردها و تسمه ها) در آلایژهای گروه ۱۰۰۰-۷۰۰۰ با عملیات حرارتی T6، T5، T4
- ارائه خدمات رنگ پودری الکترواستاتیک توسط دستگاه های تمام اتوماتیک با توجه به تنوع بی نهایت رنگ و کلیه خدمات دکورال، آبکاری، آنادایز
- تهیه و فروش انواع ورق در ابعاد و ضخامت های مختلف منطبق با سفارش مشتری

 پیمان پروفیل آسیا
Peyman Profile Asia



ISO
9001:2015



ISO
14001:2015



ISO
45000:2018



TS EN ISO
IEC 17025

کیفیت، دوام، زیادهای تعدیلات
www.ppa-co.ir

تلفن: ۰۲۱-۱۲۵۳۹۳۰۸۶
@ppa_co @ppa_co ppa_company@ymail.com

اراک، شهرک صنعتی قطبہ خیابان تلاش، انتهای خیابان توسعه ۲
کدپستی: ۳۸۱۹۵۵۸۳۶

PDF Compressor Free Version



تولیدکننده پروفیل UPVC

WWW.ADLERUPVC.COM

تلفن: ۰۲۶۳۳۴۰۳۴۱۷ / ۰۹۱۲۴۲۶۲۳۲۰ / ۰۹۳۰۷۲۶۲۳۲۰



PDF Compressor Free Version

دیمکس تولید کننده انواع پروفیل UPVC



اعطای نمایندگی فروش به سراسر کشور

HERSTELLER VON UPVC
FENSTER UND TÜR
PROFILEN



اتوبان آزادگان، بعد از پل صنایع خانی، بازار مرکزی آهن (آهن مکان)، فاز دوم مرکزی، پلاک ۳۲۰ و ۳۲۱
کارخانه: اردبیل شهرک صنعتی / تلفن: ۰۹۱۲۴۸۶۳۹۳۳ / ۰۹۱۲۴۸۰۰۶۴۵

PDF Compressor Free Version

25th
Year

WINDOW
Eurasia



بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی پنجره، سایه بان،
سیستم ها و لوازم های نما پروفیل تکنولوژی های تولید و
ماشین آلات، مواد عایق، مواد خام و محصولات تکمیلی

www.eurasiawindowfair.com

ufi
The United
Federation of the
World's Fair Industries

بخش ویژه

پروفیل آلومینیوم
سیستم های نما
و تجهیزات جانبی

بخش ویژه

سیستم های سایه بان
محافظتی و سلف های
باز شونده اتومات

GLASS
Eurasia



چهاردهمین نمایشگاه بین المللی شیشه، نصب و تولید و
تکنولوژی های کار بر روی شیشه و ماشین آلات، محصولات
تکمیلی و مواد شیمیایی

www.eurasiaglassfair.com

DOOR
Eurasia



شانزدهمین نمایشگاه بین المللی در، کرکره، قفل
پانل، پارتیشن و لوازم جانبی

www.eurasiadoorfair.com

Scan the QR code
for more information!



۲۶ تا ۲۹ آبان ۱۴۰۳

ترکیه - استانبول

۰۲۱-۸۸۱۹۱۰۱۷-۹

TÜYAP FAIR CONVENTION
AND CONGRESS CENTER

ISTANBUL
TÜRKİYE



REPUBLIC OF TURKEY
MINISTRY OF TRADE

Window and Glass Fair
Supported by

PUKAD

PUKAB



WinART

ALUart



TÜYAP

THESE FAIRS ARE ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO. 5174.

البرز پیراق

Alborz

G GEVISS®

WINDOW & DOOR HARDWARE SYSTEMS

وارد کننده و عرضه کننده یراق آلات جی ویس در ایران



رزمه

نشریه پنجره ایرانیان

ماهنامه تخصصی صنعت دروپنجره و بهینه‌سازی انرژی ایران

تعارف‌های واردات بر زنجیره تامین آلومینیوم
افزایش می‌یابد..... ۷۲

ساخت قالب‌های اکستروژن پروفیل آلومینیوم.. ۷۴

روایتی از برگزاری شانزدهمین نمایشگاه تخصصی
دروپنجره تهران ۷۶

جست‌وپای آلاء

www.geviss.ir



البرز پیرا



Instagram: alborzy

GEVISS®



Nastarvand
Accessories

فونیکس ایراق نستروند تولید کننده بیش از ده ها مدل دستگیره های
آلومینیومی و پلاستیکی در و پنجره در تیپ های اکونستریک / نیمه

PDF Compressor Free Version



اهرم شیشه



نگهدارنده اسپانیولت
زاماک پلی کربنات



LS102
لولای ۹۰ میل لاریسا
لولای های LP102/IP102
۹۰ میل ساده و لبه دار



مولین کانکشن در سایز های
۳۰ - ۳۲ - ۳۴ - ۳۶ - ۳۸



تاکوز زیر شیشه

گزارش تعویض
بدون قید و شرط





PDF Compressor Free Version

Nastarvand
Accessories

Phoenix

فونیکس یراق نستروند

تنوع و کیفیت را با ما تجربه کنید

تولید ایرانی، حمایت ایرانی، افتخار ایرانی



www.nastarvandphoenix.com

همراه: ۰۹۱۲۰۹۶۲۰۶۲ / ۰۹۱۲۱۹۹۵۵۹۶ / تلفن: ۰۲۱-۷۶۲۵۱۸۵۳ ۰۲۱-۷۶۲۵۱۸۴۸

PDF Compressor Free Version

تعرفه‌های واردات برنج تیره تامین آلومینیوم افزایش می‌یابد

مشمول پرداخت تعرفه‌های جدید حدود ۲۰ تا ۳۵ درصدی خواهد بود.

این تعرفه‌های جدید که از ۵ درصد تا ۵۰ درصد برای محصولاتی از جمله کاغذ، فولاد و... متغیر است، وضعیت بازار را برای بخش‌هایی از صنعت ملی مکزیک که با شرایطی آسیب‌پذیر ناشی از به‌کارگیری شیوه‌هایی که تجارت بین‌المللی را تغییر و تحت تأثیر قرار می‌دهند، با ثبات‌تر و قابل اطمینان‌تر خواهد کرد. علاوه‌براین، در اطلاعیه مذکور آمده است که اقدام پیشنهادی دولت مطابق با قوانین بین‌المللی بوده و واردات کالا از کشورهای که مکزیک با آن‌ها معاهده تجاری منعقد کرده است، در صورت رعایت الزامات مقرر در آن با تعرفه‌های ترجیحی واردات انجام خواهد شد.

منسوجات، پوشاک، کفش، چوب، پلاستیک و فرآورده‌های آن، محصولات شیمیایی، کاغذ و مقوا، محصولات سرامیک، شیشه و فرآورده‌های آن، تجهیزات الکتریکی، تجهیزات حمل‌ونقل، آلات موسیقی و مبلمان نیز مشمول پرداخت تعرفه واردات به مکزیک خواهند شد.

مشکلات پرداخت یارانه به محصولات

آلومینیومی چین

اعلام وضع تعرفه واردات به مکزیک از سوی انجمن آلومینیوم ایالات متحده آمریکا مستقر در واشنگتن، مورد استقبال قرار گرفت.

چارلز جانسون، رئیس انجمن آلومینیوم ایالات متحده آمریکا در ۲۳ آوریل سال ۲۰۲۴، بیان کرد: پرداخت یارانه دولتی به محصولات آلومینیوم وارداتی تولید شده در چین، موضوعی است که ایالات متحده آمریکا در این زمینه از طریق وضع تعرفه‌های ضددامپینگ و عوارض جبرانی برای مقابله با آن اقدام کرده است. محموله‌های آلومینیومی تولید شده در چین که به آن‌ها یارانه دولتی تخصیص یافته، در بسیاری از بازارهای جهان از جمله بازار مکزیک عرضه شده است.

به گفته او، واردات آلومینیوم تولید شده در چین به مکزیک که یارانه دولتی به آن تخصیص یافته، باعث شده است که تولیدکنندگان آلومینیوم در بازار مکزیک با مشکل فروش به دلیل قیمت پایین‌تر محصولات وارداتی مواجه شوند و حتی مجبور باشند برای عرضه محصولات خود به بازارهای ایالات متحده آمریکا روی بیاورند.

رئیس انجمن آلومینیوم ایالات متحده آمریکا عنوان کرد: این مسئله حتی موجب شده است که دسترسی ایالات متحده آمریکا به بازار آلومینیوم مکزیک محدودتر شود.



را متوقف کرده‌اند.

او افزود: اگر تولیدکنندگان قطعات خودرو طبق توافق نتوانند محموله‌های سفارش داده شده از سوی خودروسازان را سر موعد تحویل دهند، مشمول پرداخت جریمه به آن‌ها خواهند شد.

معاون اجرایی انجمن آلومینیوم مکزیک «IMED-AL» در ادامه خاطرنشان کرد: برای دستیابی به یک راه‌حل به دنبال وضع تعرفه‌های واردات آلومینیوم به مکزیک و تشدید فشارها بر آمریکا، با مقامات مسئول مذاکراتی برگزار شده است. با این وجود، تصمیم دولت مکزیک بر اعمال تعرفه واردات آلومینیوم کاملاً غیرمنتظره بود و همه را شگفت‌زده کرد.

لازم به یادآوری است که طبق بخش ۲۳۲ توافق‌نامه تجارت آزاد میان سه کشور ایالات متحده آمریکا، مکزیک و کانادا (USMCA) روند واردات از مکزیک به آمریکا و بالعکس، از پرداخت تعرفه معاف است. با این وجود، مکزیک قصد دارد با اجرای اقدامات نظارتی سخت‌گیرانه‌تر تحت توافق‌نامه «USMCA»، ارزیابی گزارش داده‌های تجاری خود را بهبود بخشد.

بر همین اساس، دولت مکزیک مطابق با اطلاعیه‌ای که متن آن در ۲۲ آوریل سال ۲۰۲۴ منتشر شد، اعلام کرد که تعرفه‌های وارداتی بر روی چندین کالا افزایش خواهد یافت. آلومینیوم به عنوان یکی از محصولات وارداتی به این کشور،

پنجره‌ایرانیان؛ برخی منابع به موسسه «Fastmar-kets» اعلام کردند که وضع تعرفه‌های جدید بر واردات آلومینیوم که به‌تازگی از سوی دولت مکزیک، بر زنجیره تامین، روند معاملات و میزان پریمیوم این فلز در بازار تأثیر می‌گذارد.

به گزارش «فلزات‌آنلاین» و به نقل از موسسه «Fastmarkets»، فرناندو گارسیا مارتینز، معاون اجرایی انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» اخیراً در گفت‌وگوی خود با موسسه نامبرده بیان کرد: کل زنجیره تامین آلومینیوم، با افزایش پریمیوم فلز مذکور در بازار از جمله ایالات متحده آمریکا تحت تأثیر قرار گرفته است.

طبق ارزیابی روزانه صورت گرفته از سوی موسسه «Fastmarkets»، پریمیوم آلومینیوم آلیاژی «P1020A» با شرط پرداخت تعرفه‌های گمرکی و تحویل محموله در کارخانه تولیدکننده در ایالت‌های غرب میانه آمریکا بین ۱۹ دلار و ۵۰ سنت تا ۲۲ دلار در هر پوند در روز جمعه سوم می اعلام شد. این رقم در روز پنجشنبه دوم می ۲۰۲۴ حدود ۳۷۰ درصد افزایش یافت و از ۱۹ دلار تا ۲۱ دلار و ۵۰ سنت در هر پوند در اول می سال جاری میلادی به ۲۰ تا ۲۲ دلار در هر پوند رسید.

به گفته گارسیا مارتینز، برخی از شرکت‌ها در بخش‌هایی مانند قطعات خودرو، سیستم‌های تهویه مطبوع و اکستروژن‌ها به طور موقت فعالیت واحدهای تولیدی خود

خواهان ارائه جزئیات بیشتر در رابطه با وضع تعرفه‌های جدید در مکزیک هستند.

مسائلی مانند موجودی فعلی حجم ذخایر مواد اولیه در انبارها، احتمال اینکه مصرف‌کنندگان نهایی از پرداخت مالیات معاف شوند و مواردی از این دست نیاز به شفافیت بیشتر دارد، چراکه بدون شفافیت در بازار انجام معاملات دشوار خواهد بود.

یکی از معامله‌گران فلز آلومینیوم در کانادا بیان کرد که خبر وضع تعرفه‌های جدید واردات به مکزیک به یک‌باره رسانه‌ای شد. او ادامه داد: از آنجایی که در مکزیک آلومینیوم اولیه تولید نمی‌شود، وضع تعرفه‌های جدید در مکزیک بر هزینه تحویل محموله‌های آلومینیوم در کارخانه تولیدکننده در ایالات غرب میانه آمریکا تاثیر خواهد گذاشت. علاوه بر این، در رابطه با نحوه محاسبه این تعرفه‌ها تردیدهای زیادی وجود دارد. همچنین با توجه به فرا رسیدن فصل انتخابات در مکزیک، هنوز مشخص نیست بالاترین فلی تا چه زمانی ادامه خواهد داشت.

این معامله‌گر به عدم افزایش حجم صادرات از میدا اروپا به مکزیک اشاره کرد و افزود: تنها شماری از شرکت‌ها در اروپا که از قبل به این کشور صادرات انجام نداده بودند، به این اقدام روی آورده‌اند. مکزیک به دنبال واردات از کشورهای مانند مالزی، ونزوئلا، آفریقای جنوبی، ویتنام و استرالیا و جایگزین آن‌ها با واردات از ایالات متحده آمریکا است. یکی دیگر از معامله‌گران آلومینیوم در آمریکا معتقد است که بسیاری از فعالان بازار به مقیاس در نظر گرفته شده به منظور اجرای دریافت تعرفه‌های واردات به مکزیک معترض هستند.

این معامله‌گر تصریح کرد: کانادایی‌ها تلاش می‌کنند حجم صادرات خود به مکزیک را افزایش دهند، با این حال مکزیک‌ها چندان به تامین نیازهای خود از منابع جدید اعتماد ندارند.

او به بازارهای هدف جدید احتمالی مکزیک نظیر مالزی یا آفریقای جنوبی اشاره کرد و گفت: به نظر می‌رسد مکزیک چندان به یافتن تامین‌کنندگان جدید تمایل نداشته باشد و مطابق گذشته بیشتر به ایالات متحده آمریکا در این زمینه تکیه کند. یکی از معامله‌گران آلومینیوم در برزیل اذعان کرد که هنوز نحوه اجرای دریافت تعرفه‌های جدید واردات به مکزیک نامشخص است.

به گفته یکی از دست‌اندرکاران بانفوذ در صنعت آلومینیوم مکزیک، اجرای تعرفه‌های جدید موجب افزایش تورم در آمریکا خواهد شد؛ با این وجود، روند معاملات میان این کشور و آمریکا همانند گذشته ادامه خواهد داشت با این تفاوت که هزینه‌ها روندی صعودی به خود خواهند گرفت.

معاون اجرایی انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» در پایان مصاحبه خود اعلام کرد: اگرچه مکزیک دارای توافق‌نامه تجارت آزاد با اروپا است اما این‌کاره خود در حال حاضر با کمبود آلومینیوم دست و پنجه نرم می‌کند و نمی‌تواند آلومینیوم مورد نیاز مکزیک را تامین کند. این مسئله در رابطه با دیگر شرکای تجاری مکزیک همچون ویتنام، مالزی و استرالیا هم صدق می‌کند.

او بر این باور است که اقدامات صورت گرفته در رابطه با وضع تعرفه‌های جدید واردات، بر روند تجاری میان سه کشور آمریکا، مکزیک و کانادا تاثیر خواهد گذاشت اما با این حال، میزان تاثیرگذاری آن هنوز مشخص نیست. همچنین ممکن است مصرف‌کنندگان آلومینیوم مجبور شوند تامین‌کنندگان جدیدی پیدا کنند و حتی هزینه بالاتری پرداخت کنند.

فریدا در رابطه با پریمیوم آلومینیوم در ایالات غرب میانه آمریکا تصریح کرد: اگر تعرفه‌ها و هزینه‌های ارسال با روندی صعودی همراه شوند، احتمال می‌رود در چند ماه آینده پریمیوم آلومینیوم در این ایالت‌ها افزایش پیدا کند.

واکنش بازار آلومینیوم به اقدام دولت مکزیک

فعالان بازار به طور کلی در رابطه با وضع تعرفه‌های جدید واردات به مکزیک از آنجا که انتظار چنین اقدامی را نداشتند، سردرگم به نظر می‌رسند. همچنین گمانه‌زنی‌هایی پیرامون نحوه تاثیر تعرفه‌های جدید بر طرح «IMMEX» در مکزیک و احتمال پرداخت تعرفه از سوی خریداران و اثرگذاری آن بر کل روند معاملات تجاری به وجود آمده است. مطابق با طرح «IMMEX»، تولیدکنندگان خارجی در مکزیک می‌توانند تا مواد اولیه را بدون پرداخت مالیات و تعرفه به این کشور صادر کنند، مشروط بر اینکه ۱۰۰ درصد تمام کالاهای ساخته شده با این مواد اولیه در یک بازه زمانی تعیین شده توسط دولت مکزیک به دیگر کشورهای هدف صادر شوند.

یکی از معامله‌گران آمریکایی در مصاحبه خود با موسسه «Fastmarkets» با اشاره به سردرگمی هم صنفی‌های خود در رابطه با وضع تعرفه‌های واردات جدید در مکزیک، خواستار ارائه جزئیات بیشتر در این خصوص شد. علاوه بر این، حتی شرکت‌های مکزیک‌نیز بر این باورند که وضع چنین تعرفه‌هایی بر اجرای طرح «IMMEX» تاثیری منفی خواهد گذاشت.

گارسیا مارتینز در خصوص تعرفه‌های جدید واردات ابراز کرد: این مسئله اجرای طرح «IMMEX» و سایر طرح‌های دیگر که در مکزیک در حال اجرا است را با اختلال مواجه خواهد کرد.

او در رابطه با طرح «IMMEX» خاطرنشان کرد: امکان تاخیر در پرداخت تعرفه‌های واردات وجود دارد اما با این حال، این تعرفه‌ها در هنگام صادرات کالاهای ساخته شده باید پرداخت شوند به خصوص اگر مطابق با بخش ۲۳۲ توافق‌نامه تجارت آزاد میان سه کشور ایالات متحده آمریکا، مکزیک و کانادا (USMCA) این کالاها به ایالات متحده آمریکا صادر شوند. گفتنی است که اکثر محصولات تولیدی در مکزیک به ایالات متحده آمریکا صادر می‌شود.

به گفته یکی از معامله‌گران در اروپا، بر خلاف تصورات، وضع تعرفه‌های جدید واردات به مکزیک را نباید به عنوان یک فرصت تجاری بزرگ تلقی کرد. اینکه چه کسانی تحت‌الشعاع اجرای وضع تعرفه‌های جدید قرار می‌گیرند، مشخص نیست؛ با این وجود، هنوز اعلام خبر تعرفه‌های جدید بر قیمت‌گذاری‌ها و افزایش قیمت‌ها در بازار تاثیرگذار نبوده است و اکثر فعالان بازار در حال حاضر

از سوی دیگر گارسیا مارتینز تاکید کرد که ایالات متحده آمریکا به افزایش قابل توجه حجم واردات آلومینیوم از مکزیک به این کشور معترض شده اما حقیقت این است که سهم آلومینیوم صادراتی از مکزیک به آمریکا، تنها حدود یک درصد است که رقمی بسیار ناچیزی محسوب می‌شود. یکی از مسائلی که انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» به آن معترض بود، مربوط به اجرای سیستم نظارت بر معاملات مکزیک مطابق با بخش ۲۳۲ توافق‌نامه تجارت آزاد میان سه کشور ایالات متحده آمریکا، مکزیک و کانادا (USMCA) است؛ این موضوع اخیراً در مذاکرات به منظور اطمینان از اقدام سریع در صورت افزایش حجم معاملات تجاری، مجدداً مطرح شده است.

معاون اجرایی انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» بر این باور است که مفاد این توافق‌نامه از سال ۲۰۲۰ به دلیل قانون محرمانگی در مکزیک به درستی اجرا نشده و هیچ منبع رسمی و قابل اعتمادی از داده‌های تجاری در مکزیک وجود ندارد که عموم مردم به آن دسترسی داشته باشند. به همین دلیل دولت مکزیک باید به سرعت در راستای برقراری مجدد سیستم نظارت مذکور اقدام کند. در ۲۵ آوریل سال ۲۰۲۴، انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» بیانیه‌ای صادر و از دولت این کشور درخواست کرد که تعرفه واردات ۳۵ درصدی برای آلومینیوم کار نشده (شمش) و تعرفه ۲۰ درصدی برای آلومینیوم آلیاژی (به عنوان مثال بیل و آلیاژ ریخته‌گری اولیه) را اجرایی نکند.

این انجمن به پیامدهای ناخوشایندی که می‌تواند پس از اجرای تعرفه‌های وارداتی آلومینیوم به مکزیک اتفاق بیفتد، مانند از دست رفتن فضای رقابت در صنعت آلومینیوم مکزیک و افزایش قیمت‌ها برای مصرف‌کنندگان نهایی اشاره کرد. انجمن نامبرده در همین رابطه اعلام کرد: از آنجایی که مکزیک تولیدکننده آلومینیوم اولیه نیست، استفاده از مزایای توافق‌نامه تجارت آزاد با آمریکا و کانادا نمی‌تواند به تنهایی راهگشای مشکلات صنعت آلومینیوم در این کشور باشد.

طبق بیانیه انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL»، ظرفیت تولید مشترک ایالات متحده آمریکا و کانادا برای تامین حجم تقاضای سه کشور ناکافی است؛ چراکه تنها چهار میلیون تن آلومینیوم در این دو کشور طبق توافق‌نامه تولید می‌شود. این در حالی است که حجم کل تقاضا برای فلز آلومینیوم در سه کشور ذکر شده حدود ۶ میلیون تن است. باید توجه داشت که وضع تعرفه‌های جدید واردات به مکزیک امکان افزایش قیمت‌ها را فراهم می‌کند، چراکه فقط برای سه کشور نامبرده اجرایی خواهد بود. همچنین انجمن آلومینیوم مکزیک «IMEDAL» بر تاثیر اجرای تعرفه‌های جدید واردات بر کل زنجیره آلومینیوم مانند بخش لوازم خانگی، ساخت‌وساز و خودرو تاکید کرد.

به گفته اندی فریدا تحلیلگر موسسه «Fastmarkets» به گفته اندی فریدا تحلیلگر موسسه «Fastmarkets»، وضع تعرفه‌های جدید ممکن است به دلیل نزدیک شدن به انتخابات مکزیک که در دوم ژوئن سال ۲۰۲۴ برگزار خواهد شد، یک اقدام با انگیزه سیاسی تلقی شود.

ساخت قالب‌های اکستروژن پروفیل آلومینیوم



با شکل‌های ابتدایی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این نوع قالب‌ها به دلیل ساختار ساده‌تر و کاربرد محدودتر در تولید پروفیل‌های پایه و ابتدایی، طراحی نسبت به دیگر انواع قالب‌ها ساده‌تر است. آن‌ها بیشتر برای تولید انبوه پروفیل‌ها در مقیاس‌های بزرگ استفاده می‌شوند، زیرا این قالب‌ها به دلیل ساختار یکپارچه و کمپاننت‌های کمتری که دارند، در تولید انبوه مقرون به صرفه‌تر هستند.

تفاوت اصلی این نوع قالب‌ها با دیگر انواع در سادگی طراحی و اجزای کمتر آن است. طراحی دی‌ای‌ها اغلب به یک قالب اصلی و یک درب محدود می‌شود که امکان تولید پروفیل‌های ساده و با شکل‌های محدود را فراهم می‌کند. این قالب‌ها عموماً برای تولید پروفیل‌هایی با ابعاد ثابت و استاندارد مورد استفاده قرار می‌گیرند که نیاز به پیچیدگی‌های طراحی کمتری دارند.

در کل، قالب‌های یکپارچه (دی‌ای) به عنوان یک راه حل مقرون به صرفه برای تولید پروفیل‌های ساده و در مقیاس بزرگ در صنعت اکستروژن به کار گرفته می‌شوند و به دلیل ساختار و طراحی ساده‌تر، از انتخاب مناسبی برخوردارند.

قالب‌های چندپارچه

قالب‌های چندپارچه یک دسته دیگر از انواع قالب‌ها در فرایند اکستروژن هستند. این نوع قالب‌ها برای تولید پروفیل‌های پیچیده‌تر با شکل‌های چند قسمتی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این قالب‌ها، به جای یک قطعه یکپارچه، از چندین بخش تشکیل شده‌اند که هر قسمت به تولید یک بخش از پروفیل می‌پردازد. این بخش‌ها

پنجره ایرانیان؛ در دنیای صنعت و تولید مدرن، فناوری اکستروژن به عنوان یکی از روش‌های موثر و حیاتی در تولید پروفیل‌های آلومینیوم جایگاه ویژه‌ای دارد. این فرایند پیچیده، آلومینیوم را به شکل‌های مختلف و با کیفیت بالا تبدیل می‌کند که در صنایع مختلف از جمله خودروسازی، ساختمان‌نگاری، و صنعت میلمان به کار می‌روند. یکی از عوامل کلیدی در موفقیت این فرایند، ساخت قالب‌های اکستروژن پروفیل آلومینیوم با کیفیت و دقت بالاست.

در این مطلب سعی داریم در گفتاری عمومی، به بررسی اهمیت و نیاز به ساخت قالب‌های اکستروژن پروفیل آلومینیوم بپردازیم. در ابتدا، انواع مختلف قالب‌ها و کاربردهای آنها را معرفی می‌کنیم. سپس، مراحل اساسی در ساخت یک قالب اکستروژن پروفیل آلومینیوم را برجسته و نکات مهمی را که در هر مرحله باید مدنظر قرار گیرد، بیان می‌کنیم. از طرفی، نقش مواد مورد استفاده در ساخت قالب‌ها و نیز تاثیرات تنظیمات و نگهداری صحیح در کیفیت نهایی پروفیل تولیدی را بررسی خواهیم کرد.

با دقت به این مطالب، بیش از گذشته از چگونگی ساخت قالب‌های اکستروژن پروفیل آلومینیوم و ارتقاء کیفیت تولیدات حاصل از این فرایند پیش خواهد رفت. این اطلاعات برای تولیدکنندگان، مهندسان، و همه کسانی که در صنعت مرتبط با مواد آلومینیوم فعالیت دارند، ارزشمند خواهد بود.

قالب‌های یکپارچه

قالب‌های یکپارچه یا دی‌ای یک نوع قالب است که برای تولید پروفیل‌های ساده و

حاصل کنند که قالب طراحی شده توانایی تولید پروفیل‌های آلومینیوم با کیفیت بالا و بدون عیوب را دارد. به این ترتیب، محصولات تولیدی از استانداردهای کیفیتی بالا برخوردار خواهند بود و مشتریان می‌توانند به اطمینان از کیفیت و دقت محصولات خود رسیده و از آنها راضی باشند.

استفاده از مواد با کیفیت بالا

یکی از اصول اساسی در ساخت قالب‌ها برای فرآیند اکستروژن، استفاده از مواد با کیفیت بالاست. موادی که برای ساخت قالب‌ها به کار می‌روند، باید دارای مقاومت بالا در برابر فشار و دما باشند. از آنجا که قالب در اثر فشار و دمای بالا که در فرآیند اکستروژن ایجاد می‌شود، به شدت تحت فشار قرار دارد، استفاده از مواد با استحکام و مقاومت مکانیکی بالا امری بسیار حیاتی است.

استفاده از فولادهای آلیاژی که دارای خصوصیات مکانیکی برتر و مقاومت در برابر فشار و دما هستند، از جمله روش‌های اصولی در انتخاب مواد قالب است. این فولادها معمولاً دارای اجزای آلیاژی هستند که خصوصیات مکانیکی بهتری نسبت به فولادهای کربنی معمولی دارند. همچنین، موادی که در قالب استفاده می‌شوند، باید مقاوم در برابر فرسایش باشند زیرا قالب‌ها در طول زمان به دلیل تماس مکرر با مواد اکستروژن، ممکن است دچار فرسایش شوند.

با انتخاب و استفاده از مواد با کیفیت بالا، امکان افزایش عمر مفید قالب به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد. این در نهایت به کاهش هزینه‌های تعمیرات و تعویض قالب، افزایش بهره‌وری و کاهش زمان توقف تولید منجر خواهد شد. از این رو، انتخاب مواد با کیفیت بالا برای ساخت قالب‌ها یکی از مؤلفه‌های اساسی در تولید پروفیل‌های آلومینیوم با کیفیت و دقت بالاست.

تنظیمات و نگهداری مداوم

پس از ساخت قالب، کار تمام نشده است. بلکه در واقع، در این مرحله تنظیمات دقیق و نگهداری منظم قالب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. قالب باید به دقت تنظیم شده و نگهداری منظم و مداوم داشته شود تا به طول عمر مفید و کیفیت پروفیل‌های تولید شده ادامه داده شود.

هر گونه خرابی یا کاهش کیفیت در قالب می‌تواند تاثیر منفی بر کیفیت پروفیل‌های تولید شده داشته باشد. اگر قالب به درستی تنظیم نشود یا نگهداری صحیح نشود، پروفیل‌های تولیدی ممکن است دچار عیوب شوند. به‌علاوه، قالب‌ها با مرور زمان و به دلیل استفاده مکرر، دچار فرسایش و خرابی می‌شوند. بنابراین، نگهداری منظم و تعمیرات به موقع از قالب‌ها ضروری است.

تنظیمات صحیح شامل اصلاح هر گونه ناهمواری یا عیوب در سطح قالب، تعویض اجزای فرسوده و اجرای آزمون‌های دقیق بر روی قالب‌ها می‌شود. از طرف دیگر، نگهداری مداوم شامل تمیزی و روغن کاری منظم قالب‌ها برای جلوگیری از زنگ‌زدگی و خوردگی، تعمیرات فوری در صورت شکستگی یا خرابی و کنترل دقیق دما و فشار در هنگام استفاده از قالب‌ها می‌شود.

با توجه به اینکه قالب‌ها قلب فرآیند اکستروژن هستند و مستقیماً بر کیفیت پروفیل‌های تولید شده تأثیر می‌گذارند، توجه به تنظیمات دقیق و نگهداری مداوم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با انجام این مراحل به دقت، می‌توان از کیفیت و دقت پروفیل‌های تولید شده اطمینان حاصل کرد و مشتریان راضی را در خوردند.

سخن آخر

ساخت قالب اکستروژن برای تولید پروفیل‌های آلومینیوم یک فرآیند پیچیده و حساس است که نیازمند تخصص فنی و دقت بالاست. با رعایت مراحل مختلف ساخت قالب، از جمله طراحی دقیق، استفاده از مواد با کیفیت بالا، و تنظیمات و نگهداری مداوم، می‌توان پروفیل‌های آلومینیوم با کیفیت بالا و ابعاد دقیق تولید کرد. انتخاب نوع قالب نیز باید بر اساس پیچیدگی پروفیل مورد نظر و نیازهای پروژه انجام شود تا به بهترین نتیجه و کارایی در تولید برسیم.

با این رویکرد، می‌توان صنایع مختلف را به تولید محصولات با کیفیت و استحکام بالا از جمله در صنایع خودروسازی، ساختمانی و صنعت مصرفی هدایت کرد و نیازهای مشتریان را به بهترین شکل ممکن برآورده ساخت.

به صورت دقیق و هماهنگ با یکدیگر طراحی شده‌اند تا در هنگام اکستروژن، پروفیل‌های پیچیده و با شکل‌های چند قسمتی تولید شوند.

مزیت اصلی قالب‌های چندپارچه در این است که این انواع قالب‌ها به تولید پروفیل‌هایی با شکل‌های ویژه و پیچیده کمک می‌کنند. با این روش، می‌توان بخش‌های مختلف پروفیل را با ویژگی‌ها و ابعاد متفاوت تولید کرد و سپس آن‌ها را به یکدیگر متصل کرد. این نوع قالب‌ها امکان ایجاد پروفیل‌هایی با اشکال هندسی پیچیده و تنوع بالا را فراهم می‌کنند که در برخی صنایع نظیر خودروسازی، صنعت ساختمانی، و صنعت مصرفی بسیار کاربرد دارند.

به عنوان یک روش پیشرفته در صنعت اکستروژن، استفاده از قالب‌های چندپارچه نیازمند تجربه و دانش فنی بالاست. این قالب‌ها نیازمند طراحی دقیق و هماهنگی کامل بین اجزای مختلف خود هستند تا بتوانند پروفیل‌های پیچیده و با کیفیت بالا تولید کنند. با این رویکرد، صنعت‌گران می‌توانند به تولید محصولات پیشرفته و با کیفیت در بازارهای رقابتی امروزی بپردازند.

قالب‌های مخصوص

در صورتی که پروفیل مورد نظر شما بسیار پیچیده یا دارای اشکال ویژه‌ای است که با استفاده از قالب‌های یکپارچه یا چندپارچه نمی‌توان آن را تولید کرد، نیاز به قالب‌های مخصوص یا سفارشی خواهید داشت. این نوع قالب‌ها به‌صورت کاملاً سفارشی بر اساس نیازها و مشخصات خاص هر پروژه طراحی و ساخته می‌شوند. این قالب‌ها به عبارت دیگر، به‌طور اختصاصی برای یک پروژه خاص طراحی و ساخته می‌شوند و هیچگونه استاندارد یا الگویی ندارند.

قالب‌های مخصوص به کاربران این امکان را می‌دهند که پروفیل‌هایی با اشکال، ابعاد، و خصوصیات دقیق و منحصر به فرد تولید کنند. این انعطاف‌پذیری در طراحی و تولید، به تولید کالاهای ویژه با کاربردها و نیازهای خاص در صنایع مختلف امکان می‌دهد. هر قالب مخصوص معمولاً به‌طور دقیق با توجه به نقشه‌ها و نیازهای مشتری طراحی می‌شود و در اثر این دقت در طراحی، پروفیل‌هایی با کیفیت بالا و مطابق با انتظارات مشتری تولید می‌شوند.

با توجه به اینکه قالب‌های مخصوص بر اساس نیازها و مشخصات خاص هر پروژه ساخته می‌شوند، هر مرحله از طراحی و تولید این قالب‌ها نیازمند دانش فنی و مهارت مهندسان ماهر است.

در نتیجه، تیم‌های متخصص و مجرب مسئول ایجاد این قالب‌ها هستند تا بتوانند به بهترین شکل ممکن، پروفیل‌های سفارشی با کیفیت و دقت بالا تولید کنند که در نهایت به نیازها و انتظارات مشتریان پاسخ دهند. این نوع اختصاصیت در طراحی و تولید قالب‌های مخصوص نقش بسیار مهمی در تولید پروفیل‌های آلومینیوم با کیفیت و منحصر به فرد دارد.

چند نکته مهم در ساخت قالب اکستروژن پروفیل آلومینیوم

محاسبات دقیق و طراحی دقیق قالب

یکی از مراحل بسیار حیاتی در فرآیند تولید پروفیل‌های آلومینیوم اکستروژن، محاسبات دقیق و طراحی دقیق قالب است. این محاسبات و طراحی‌ها نقش بسیار مهمی در اطمینان از کیفیت پروفیل تولیدی دارند. در این مرحله، مهندسان با دقت بالا ابعاد و شکل‌های قالب را محاسبه کرده و آنها را به‌طور دقیق در نظر می‌گیرند. هر گونه اشتباه یا نقص در محاسبات می‌تواند به کاهش کیفیت و دقت پروفیل منجر شود. اگر ابعاد قالب به درستی محاسبه نشوند یا شکل‌های مورد نظر به درستی در نظر گرفته نشوند، پروفیل‌های تولیدی ممکن است از هماهنگی خارج شده و دارای عیوب یا ناهمواری‌ها شوند. از این رو، محاسبات دقیق و طراحی دقیق قالب باید با دقت بسیار بالا و با استفاده از نرم‌افزارهای مهندسی پیشرفته صورت گیرد.

در این مرحله، مهندسان باید به همه جوانب طراحی و ابعاد اهمیت دهند، از جمله شکل هندسی، ضخامت، نقاط تقاطع و... همچنین، از تجربه و دانش فنی خود استفاده کرده و با بهره‌گیری از مطالعات دقیق و آزمایش‌های صحیح، اطمینان

PDF Compressor Free Version
روایتی از برگزاری شانزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره ایران

رویدای برای تمام صنعت



بازتاب نمایشگاه در ماه آینده ادامه دارد

نشریه تخصصی پنجره ایرانیان، حضور پررنگی در شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره و صنایع وابسته داشت. در این دوره نیز مانند دوره‌های پیش، غرفه پنجره ایرانیان میزبان فعالان صنعت دروپنجره و بازدیدکنندگان بود. گفتنی است تیم رسانه‌ای پنجره ایرانیان با تعداد زیادی از مدیران شرکتهای حاضر در نمایشگاه به گفت‌وگو پرداخته که تعدادی از آنها در این شماره منتشر شده است. بخش دوم این گفت‌وگوها در شماره مرداد ماه منتشر خواهد شد.

برادران معاون صنایع عمومی وزیر صمت، احمدرضا علایی طباطبایی رئیس هیات مدیره شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و جمعی از متخصصان و فعالان این صنعت و اصحاب رسانه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران افتتاح شد.

این رویداد در فضایی بالغ بر ۲۶ هزار متر مربع برگزار شد و مطابق گفته مدیرعامل شرکت برگزار کننده: این نمایشگاه، فرصتی را برای فعالان صنعت دروپنجره فراهم کرد تا آخرین دستاوردها، نوآوری‌ها و محصولات خود را به معرض دید بازدیدکنندگان قرار دهند.

در شانزدهمین دوره از نمایشگاه، ۱۵۰ شرکت از سراسر ایران و ۴ کشور چین، ترکیه، آلمان و ایتالیا حضور داشتند و طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات خود را در زمینه دروپنجره، براق‌آلات، شیشه‌های ساختمانی، ماشین‌آلات و تجهیزات، عایق‌ها و درزگیرها و خدمات پس از فروش و... را به مخاطبان ارائه کردند.

پنجره ایرانیان؛ نمایشگاه در و پنجره و صنایع وابسته، به عنوان مهمترین رویداد در این صنعت شناخته می‌شود، طوری که هیجان برگزاری نمایشگاه، از ماه‌ها مانده به رویداد، میان اهالی صنعت به خوبی مشاهد می‌شود. اهل صنعت دروپنجره از همان مراحل اولیه برگزاری، دائم در این تب و تاب هستند که جزئیات برگزاری نمایشگاه را بدانند. و این سوالات که نمایشگاه چگونه برگزار می‌شود؟ ساعت برگزاری نمایشگاه چگونه است؟ غرفه‌ها در چه سالن‌هایی بر پا هستند و ... دائم تکرار می‌شود.

شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته با چنین فضایی بالاخره برگزار و مطابق قرار که از قبل تنظیم شده بود، روز سه‌شنبه، هشتم خردادماه آیین افتتاحیه این نمایشگاه برگزار شد.

یک نمایشگاه و ۱۵۰ شرکت

شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی «دروپنجره و صنایع وابسته» با حضور مهدی

PDF Compressor Free Version



چگونگی برگزاری

مطابق برنامه‌ای که تدارک دیده شده بود، بازدیدکنندگان از این نمایشگاه با ۳۶ گروه کالایی از جمله در و پنجره‌های یوپی‌وی‌سی، آلومینیومی، چوبی و ضد سرقت، یراق‌آلات و شیشه‌های ساختمانی، ماشین‌آلات و تجهیزات، صنعت دروپنجره، عایق‌ها و درزگیرها آشنا شدند.

گفتنی است شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته از روز سه‌شنبه ۸ خرداد تا جمعه ۱۱ خردادماه برگزار شد. در روزهای برگزاری، بازدیدکنندگان توانستند از ساعت ۸ صبح تا ۱۶ بعد از ظهر در سالن‌های ۳۱۸، ۴۱، ۴۰، ۳۸، ۳۵، ۳۱ب و ۴۴ نمایشگاه تهران میزبان بازدیدکنندگان، از آخرین محصولات و دستاوردهای شرکت‌های صنعت در و پنجره و صنایع وابسته بازدید کنند.

اختتامیه این نمایشگاه عصر روز جمعه برگزار شد و طی آن از غرفه‌های برتر، تقدیر به عمل آمد.

نمایشگاه شانزدهم؛ آن‌طور که مشارکت‌کنندگان و غرفه‌داران می‌گویند، نسبتاً خوب برگزار شده است. بر این اساس مطابق گزارش خبرنگار «پنجره‌ایرانیان»؛ در گفت‌وگو با مدیران عامل شرکت‌های حاضر در نمایشگاه بیشتر آن‌ها از برگزاری نمایشگاه راضی بوده‌اند. مشارکت‌کنندگان هر چند از نظم در برگزاری و دیگر خدمات ارائه شده در نمایشگاه مثل قطع نشدن برق و ... راضی بودند اما بخش اعظم آن‌ها از ساعت برگزاری گلایه داشتند. یکی از غرفه‌داران می‌گفت: ساعت برگزاری نمایشگاه برای بسیاری از شرکت‌ها ساعت مناسبی نیست. به ویژه اینکه این شرکت‌ها و کارکنانش از شهرستان تشریف آورده‌اند و به آمد و شد در تهران عادت ندارند. مضاف بر اینکه به طور معمول بازدیدکنندگان ساعت ۸ به نمایشگاه نمی‌آیند چون نمایشگاه که اداره نیست و بازدیدکنندگان هم کارمند نیستند که قرار باشد ساعت ۸ صبح ساعت بزنند!

در گفتگو پنجره ایرانیان با امیر مسگرزاد

فضا آرام می‌شود با پروفیل دروپنجره آبایان

اشاره

پنجره ایرانیان؛ شرکت آبایان پلیمر صنعت جنوب پارس حدود یک و نیم دهه پیش در زمانی که بحث‌های مربوط به مبحث ۱۹ و صرفه‌جویی مصرف انرژی در صنعت ساختمان روی بورس بود، در زمینه تولید دروپنجره یوپی‌وی‌سی اقدامات خود را برای تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی آغاز کرد و پس از راه‌اندازی کارخانه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی با برند «آبایان» کم‌کم زمینه حضور خود در بازار پروفیل را فراهم کرد. آن طور که «امیر مسگرزاد»، مدیرعامل و سهامدار این شرکت گفته است: سیاست اصلی شرکت آبایان بر پایه کیفیت، استاندارد و رعایت حقوق مصرف‌کننده است که با به‌کارگیری ماشین‌آلات مدرن، مواد اولیه درجه یک و پرسنل متخصص و باتجربه، محصولی با کیفیت و استاندارد به بازار عرضه کرده است. بنا به گفته آقای مسگرزاد، مجموعه آبایان از اواخر سال ۹۶ که فعالیت تولیدی‌اش را آغاز کرد، همواره در حال توسعه بوده و با برنامه‌ریزی‌های مداوم و زیرساخت‌هایی که فراهم کرده به زودی تعداد خطوط تولید خود را خط افزایش خواهد داد. در زمان برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره تهران، با «امیر مسگرزاد»، مدیرعامل آبایان گفت‌وگویی انجام داده‌ایم که در ادامه مشروح آن را می‌خوانیم:



تعدد را به عنوان یک فرصت در نظر گرفته‌ایم و موضوعی است که باعث فعالیت بیشتر در مجموعه آبایان شده چون بازارهای مختلفی ایجاد کرده‌ایم. این موقعیت به ما فرصت می‌دهد که در یک بازار محدود نشویم و وقتی در یک بازار تقاضا کم باشد، در همان حال تقاضا از محصول دیگر بیشتر می‌شود و ما می‌توانیم در بازار موازنه ایجاد کنیم.

در منابع رسمی تاکید می‌شود عرضه در بازار پروفیل، بسیار بیش‌تر از تقاضا است. طبیعی است در این صورت، شرایط بازار تغییر می‌کند. آبایان برای این موضوع چه تدابیری اندیشیده است؟

واقعیت این است من به عنوان کسی که ده تا دوازده سال در این صنعت هستم به این موضوع اعتقادی ندارم که عرضه پروفیل یوپی‌وی‌سی بیشتر از تقاضا است. ما در کشورمان متأسفانه آمار دقیقی نداریم که بخواهیم مستند حرف بزنیم. به نظر من این تصور به این دلیل به وجود آمده که تنوع برندهای تولیدکننده پروفیل زیاد است و این موضوع باعث چنین تصویری شده است اما وقتی ما پای صحبت مشتری‌ها می‌نشینیم از تأخیر در تحویل گله‌مند هستند، این نشان می‌دهد عرضه آن‌چنان که می‌گویند نیست چون اگر می‌بود تأخیر در تحویل به وجود نمی‌آمد. این حالت یعنی اینکه تقاضا بیشتر از عرضه است نه عرضه بیشتر از تقاضا. به نظر من مشکل اساسی ما در بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، این است هنوز نتوانسته‌ایم به بازار پروفیل اصالت بدهیم. درصنعی مانند آلومینیوم ما بازار اصیل‌تری داریم که شامل تمام مراتب آن از مشتریان تا تولیدکنندگان می‌شود. ما در صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی، شاهد حضور افراد نوپایی بوده‌ایم که صرفاً خواسته‌اند، وارد یک صنعت بشوند. متأسفانه مدیریت هم ضعیف بوده و امور بازار در دست این گروه قرار گرفته است.

به هر روی می‌خواهم این را بگویم که من اعتقادی به این که عرضه بیشتر از تقاضا

همان‌طور که اطلاع دارید، ما در هر شماره مخاطبان جدید داریم که ممکن است به‌رغم شناخت دیگران از مجموعه آبایان، هنوز این مجموعه را نشناسند بنابراین سوال آغازین این است که شرکت آبایان چه محصولاتی تولید می‌کند؟

آبایان در این سال‌ها با تولید و فروش مقاطع متنوع پروفیل یوپی‌وی‌سی همیشه در تلاش بوده تا فعالیت تولیدی و خدمات خود را با نگاه و نظرات مخاطبان همراه کند. رعایت کیفیت در تولید و ایجاد ارزش‌افزوده بیشتر برای مصرف‌کننده از جمله مسئولیت‌هایی است که آبایان در قبال جامعه مخاطبان خود و هم‌راستا با شرایط بازار و نیاز جامعه احساس می‌کند. بر همین اساس، شرکت آبایان در حال حاضر سه رده پروفیل با نام تجاری آبایان پلاس، آبایان گرین و آبایان اکو تولید و به بازار عرضه می‌کند. به تازگی نیز سه محصول جدید به سبد کالایی ما اضافه شده است. سقف کاذب، تایل ۶۰ در ۶۰؛ ورق فومیزه با ضخامت ۸ تا ۱۶ میل که برای ساخت کمد‌های ضدآب استفاده می‌شود. علاوه بر آن تولید لاستیک درزگیر را نیز در دستور کار قرار داده‌ایم پیشرفت کار این طور است که اکنون ماشین‌آلات تولید این خط رسیده و تولید آزمایشی آن نیز انجام شده و به امید خدا در چند ماه آینده به تولید انبوه می‌رسد.

با این توضیح که دادید به نظر می‌رسد تعدد محصول دارید. این تولیدات هر کدام ماشین‌آلات مختص به خود دارد. سوال این است وقتی تمرکز روی یک محصول نباشد از نظر مدیریتی مشکلی پیش نمی‌آید؟

بییند! اگر در دو یا چند حوزه مختلف کار انجام شود ممکن است حرف شما درست باشد اما پایه تمام محصولات ما پلیمری است. یعنی ما از یک صنعت به صنعت دیگر ورود نکرده‌ایم. این‌ها همه با هم مرتبط هستند و همه مربوط به ساختمان است. اتفاقاً ما این

PDF Compressor Free Version



است ندارم و در مجموعه آبیان هم صرفاً بر روی توسعه محصولات تمرکز کرده‌ایم. در بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، تعداد زیادی از تولیدکنندگان حضور دارند. در چنین بازاری شما باید، ویژگی‌هایی داشته باشید تا یک مشتری سراغ‌تان بیاید. آبیان چه ویژگی‌هایی دارد که بخواهد مشتریان را جذب کند؟

بی هیچ مقدمه‌ای عرض می‌کنم داشتن تیم خوب در چنین شرایطی بسیار مهم است؛ آبیان همیشه به تیم خوش افتخار کرده است و توانسته است با مشتریان ارتباط مناسبی برقرار کند طوری که آن‌ها نیز این تیم را دوست دارند. از همه مهم‌تر کیفیت محصولات ما است که همیشه در دستور کار بوده است. ما در چالش‌های بازار، هیچ زمان کیفیت را کاهش نداده‌ایم و این موضوع اولویت اول مان بوده است. به تبع آن، قیمت هم مهم است. ما توانسته‌ایم همزمان با کیفیت، قیمت را متعادل کنیم که این موضوع نیز بسیار مهم است. ما با این موارد توانسته‌ایم مشتریان وفاداری داشته باشیم و مشتری جدید بیشتری هم به همکاری با ما ترغیب شده‌اند.

در حال حاضر در شانزدهمین نمایشگاه صنعت در و پنجره حضور داریم. مجموعه شما با چه دستور کاری، در نمایشگاه حاضر شده است؟

ما امسال از نظر تبلیغاتی با یک سناریوی خاصی وارد نمایشگاه شده‌ایم. سناریوی ما این بود که به اهالی این صنعت کیفیت بالای محصولات آبیان را یادآوری کنیم. بر این اساس تم تبلیغاتی ما با پایه فضا طراحی شد تا این پیام را برساند که آوازه محصولات آبیان فراتر از زمین رفته و به فضا رسیده است. ان‌شاءالله تیزر این تبلیغات را هم در صدا و سیما و فضای مجازی، منتشر می‌کنیم. اگر دقت کنید، غرفه آبیان را نیز بر همین اساس طراحی کرده‌ایم و در تمام محیط از پارامترهایی که شباهت به سفینه فضایی دارد، استفاده شده است.

آیا در این نمایشگاه، محصول جدید هم ارائه کرده‌اید؟

ما در مجموعه آبیان مدام تغییر و تحول داریم. اواخر سال گذشته قالب‌هایی اضافه کردیم و قالب‌های قدیمی را تکمیل کرده‌ایم. حتی برخی از قالب‌های موجود را برای افزایش کیفیت، بازتعریف کرده‌ایم. بحث این است که ما مدام توسعه در زمینه قالب‌ها و مقاطع در دستور کار داریم. این خبر را هم بدهم که ظرفیت تولید ما در حال تکمیل است. ماشین‌آلات مورد نیاز خط‌های جدید رسیده و در حال نصب و تکمیل است. به امید خدا، امسال ظرفیت ما ۴ برابر می‌شود و به زودی نیاز مشتری‌های موجود را که از تحویل با تاخیر گله داشتند برآورده می‌کنیم.

سوالات من تمام شده است اگر موضوعی قابل تأکیدی مانده یا سخن پایانی بفرمایید.

تأکیدی که من دارم این است که این صنعت درست نمی‌شود مگر این که فکری به

حال اصالت آن کنیم. ما در صنعت آلومینیوم می‌بینیم که همه بر قیمت، کیفیت و دیگر پارامترهای تولید، متحد هستند. در زمینه شرایط پرداخت، و... نیز تصمیمات یکسان دارند اما در زمینه پروفیل یوپی‌وی‌سی فعالان می‌خواهند افزایش فروش را با ارزان‌تر کردن قیمت، کاهش کیفیت و تحویل دیرتر یا شرایط پرداخت درازمدت، تامین کنند. این گروه سعی دارند، رقابت را با این شیوه‌ها پیش ببرند اما این عملکرد باعث می‌شود مشتریان نسبت به این صنعت بی‌اعتماد شوند. قیمت پایین، کیفیت را کاهش می‌دهد و مشتریان را بی‌اعتمادی خواهد کرد به همین دلیل است که می‌بینید محصولی که در دنیا حرف اول را می‌زند در ایران ما در حال ضعیف شدن است و دارد حذف شود. اگر کسی این مباحث را کنترل نکند، نمی‌شود کار دیگری برای این صنعت انجام داد. ما سعی داریم در مجموعه خودمان در حد مقدرات، این اصالت را ایجاد کنیم و با جذب مشتریانی که وفادار هستند و بر استراتژی‌های ما تأکید دارند و از آن حمایت می‌کنند، مسیر رسیدن به اصالت بیشتر را طی کنیم.



PDF Compressor Free Version روتنبرگ با دست پر به نمایشگاه آمد

رونمایی‌های روتنبرگ از به روزترین سیستم‌های دنیا در نمایشگاه همگان رو به تحسین واداشت

اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ از خیابان سئول که وارد خیابان نمایشگاه شدیم، رقص رنگ قرمز، توجه‌مان را به لگوی روتنبرگ جلب کرد. بنرهای روتنبرگ کل خیابان را پر کرده بود و توجه همه را به خود جلب می‌کرد. از همان آغاز خبر این بود که این مجموعه با برنامه‌ای خاص پا به نمایشگاه گذاشته



است. یاد حرف‌های «بهرام جعفری» مدیر فروش روتنبرگ افتادم که در گفت‌وگویی با «پنجره‌ایرانیان» حاضر شده بود و می‌گفت: من سال‌هاست در صنعت در و پنجره و تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی فعالیت کردم و بیش از یک دهه در سمت مدیر فنی و فروش آلویلاست، به کسب دانش و تجربه پرداخته‌ام و در این مدت، با حضور در جلسات فنی و بخش تحقیقات و توسعه شرکت آلمانی آلویلاست سعی در به روز رسانی دانشم در این حوزه کرده‌ام. طی این مدت، حضور مستمر در معتبرترین نمایشگاه‌های دنیا سبب شد تا با سیستم‌های به روز تولید دروینجره و پروفیل‌های آن در اروپا آشنا شوم و از زمان همکاری با روتنبرگ، این سیستم‌ها را یکی پس از دیگری در شرکت روتنبرگ بکارگیری کردیم. با چنین پیشینه‌ای و این سطح از فعالیت‌ها در طول فعالیت این شرکت، امروز شرکت روتنبرگ را با همراهی سایر همکاران، کاملاً آماده حضور در بازارهای بین‌المللی کرده‌ایم.

آنچه جعفری گفته بود به نظر می‌رسد حالا جامعه واقعیت به خود گرفته و آنها دارند وارد بازار جهانی می‌شوند و شاید هم شده باشند. جعفری این را هم گفته بود: «آنچه در روتنبرگ رواج دارد محصول سیستم نوین فکری است که در اصل،

ارمغانی از شیوه‌هایی است که صنعتگران آلمانی بکار می‌گیرند، که با اجرای طرح توسعه، کارخانه روتنبرگ در استان کردستان در مدت سه ساله خود اکنون با ۲۰ خط اکسترودر در حال فعالیت است.» یکی از روزهای برگزاری نمایشگاه در وینجره تهران، با بهرام جعفری به گفت‌وگو نشستیم که ماحصل آن در ادامه آمده است:

این نمایشگاه روتنبرگ از سه محصول جدید خود رونمایی کرده است. یکی از آن‌ها سیستم چند ریل روتنبرگ است که در آن می‌توانید به آرای عریض بودن باز شو، ریل اضافه کنید. در این سیستم این قابلیت وجود دارد هر قدر که باز شو عریض تر باشد، به تعداد مورد نیاز ریل افزوده شود. رونمایی دیگر از سیستم اسمارت یا کشویی ما بود که می‌توانید با کمک آن، تا ارتفاع سه متر پنجره کشویی داشته باشید. این سیستم‌ها برای اولین بار در ایران رونمایی می‌شوند و می‌توانند برای صنعت پنجره اهمیت زیادی داشته باشند. محصول سوم که رونمایی شد، پروفیل سری ۸۰ لولایی است که آن نیز برای نخستین بار در صنعت پروفیل سازی رونمایی شده است. این بخش از پروفیل‌ها به این دلیل دارای اهمیت هستند که مقاومت بسیار زیادی دارند و می‌توان پنجره‌های بزرگ را با این پروفیل‌ها ساخت. مجموعه این رونمایی‌ها می‌تواند جایگاه پروفیل یوپی‌وی‌سی را در ساخت پنجره‌های عریض متحول کند.

سال گذشته فرصتی دست داد تا از مجموعه روتنبرگ در شهر سنندج دیدن کنیم. آنجا به نظر می‌رسید طرح توسعه‌ای در دست اجرا دارید. درست است؟

بله! ما بیش از ۵ سال است که برای توسعه مجموعه طرح و برنامه داریم و بخشی از آن را نیز به مرور اجرا کرده‌ایم و این مسیر، مستمر و ادامه‌دار خواهد بود. یکی از این برنامه‌ها این بود که بتوانیم سیستم «میکسینگ پلن» از اروپا وارد کنیم. این اقدام انجام شده و با بالاترین سطح ظرفیت، راه‌اندازی شد. اکنون ما با ۲۰ خط اکسترودر می‌توانیم پاسخ نیازهای بازار را بدهیم. یکی از موارد دیگر تولید همین محصولاتی است که عرض کردم و در نمایشگاه رونمایی شده است. این محصولات پیش از این از ترکیه و دیگر کشورهای اروپایی وارد می‌شد اما اکنون روتنبرگ می‌تواند رقیب خوبی برای محصولات اروپایی در منطقه باشد و بخشی از این بازار را در اختیار بگیرد.

یکی از موضوعاتی که بارها و بارها برخی از کارشناسان و مسئولان صنفی تاکید دارند این است که بازار تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی در ایران اشباع شده است با این اوضاع سوال مهم می‌تواند این باشد که اگر این چنین است چرا روتنبرگ سطح سرمایه‌گذاری خود را در این صنعت، به صورت مستمر افزایش می‌دهد؟

درباره این موضوع باید کمی توضیح داد. بازار ایران چند بخش دارد. بخش از بازار نیازمند پروفیل‌هایی شبیه پروفیل روتنبرگ است که پشت تولید آن ایده‌ای خاص

امسال وقتی وارد نمایشگاه شدیم در مسیر ورود به نمایشگاه و سالن ۳۸ حجم انبوه تبلیغات روتنبرگ را مشاهده کردیم. این سبک و سیاق چنین سوالی را طرح می‌کند، چه شد که امسال به این جمع‌بندی رسیدید تا این گونه به نمایشگاه دروپنجره بیاید؟

واقعیت این است ما چند سالی است که به طور ویژه بر تولید و تکمیل سبد کالایی روتنبرگ و تنوع دادن به آن تمرکز کرده‌ایم. در درون کارخانه نیز برنامه‌های توسعه‌ای اجرا کرده یا در دست اجرا داریم تا بتوانیم به نیاز تمام لایه‌های بازار پاسخ دهیم. در طول این سال‌ها به عنوان پیش نیاز، لایه‌های مختلف بازار را شناسایی کرده‌ایم و برای هر کدام، برنامه خاصی نوشته‌ایم تا بتوانیم تمام نیازهای آنها را پوشش دهیم. به عنوان نمونه در موضوع انبوه‌سازی ساختمان ورود کرده‌ایم و این توان را یافته‌ایم تا با سبد متنوعی از کالاها که در تعریف محصول اکونومی می‌گنجد و مورد نیاز پروژه‌های انبوه‌سازی است، به نیاز این بخش از بازار پاسخ دهیم. در بخش ساختمان‌های لوکس و ویلاها نیز چند سالی مشکل وجود داشت و جای خالی استفاده از دروپنجره پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی در این پروژه‌ها دیده می‌شد. خوشبختانه ما توانسته‌ایم با برنامه مدون این نیاز را نیز پوشش دهیم و بخشی از این بازار را احیا کنیم. تا قبل از این همه این سیستم‌های لوکس از آلمان وارد می‌شد و ما توانستیم با واردات قالب‌های آنها از آلمان، خطوط تولید یوپی‌وی‌سی را طوری دگرگون کنیم که این بخش از بازار نیز بتواند به نیاز خود دست پیدا کند. همانطور که اطلاع دارید سیستم یوپی‌وی‌سی در مقایسه با پروفیل‌های آلومینیومی مزایایی دارد که پروژه‌های لوکس و ویلاها نیز می‌توانند از آن استفاده کنند.

چه مزایایی؟

خلاصه عرض می‌کنم که این سیستم نسبت به سیستم آلومینیومی مقرون به صرفه‌تر است. در موضوع آب‌بندی که مساله‌ای بسیار مهم در ساخت و دروپنجره است، عملکرد بسیار بهتری دارد. ما توانستیم سیستم‌هایی وارد کشور کنیم و پروفیل‌سازی یوپی‌وی‌سی را طوری ارتقا دهیم که بتوان از این محصول در پروژه‌های لوکس و ویلاسازی نیز استفاده کرد.

مرسوم است که شرکت‌های بزرگ محصولات جدید خود را در رویدادهای خاص مانند نمایشگاه، در معرض دید قرا می‌دهند. شما چطور؟ در این نمایشگاه، محصول جدیدی هم رونمایی کرده‌اید؟

بله. ما مهم‌ترین اقدام‌مان رونمایی از محصولات جدید در نمایشگاه امسال بود. در





PDF Compressor Free Version



خواهد کرد. تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی با یک یا دو خط اکسترودر به هیچ عنوان به صرفه نیست و خطای بزرگی است. این‌ها مجبورند برای حضور در بازار و رقابت از کیفیت محصول خود بزنند. بنابراین هیچ موقع محصول درخوری تولید نمی‌کنند.

در تولید با کیفیت هم، شما رقابایی دارید بنابراین من به عنوان مشتری باید در شما ویژگی‌هایی ببینم تا بتوانم از میان تولیدکنندگان با شناسنامه، شما را برگزینم. سوال من مشخصا این است روتنبرگ چه ویژگی‌هایی دارد که من به عنوان مشتری سراغ شما بیایم؟

یکی از ویژگی‌های اساسی روتنبرگ این است که ما به محصولات تنوع بخشیده‌ایم و سبدهای بسیار گسترده از پروفیل‌های کیفیت بالا داریم. ما با سطح مقطع‌هایی که به طور خاص تولید کرده‌ایم، رسماً داریم با پروفیل‌های آلومینیومی رقابت می‌کنیم. در بخش دیگر، با پروفیل‌های درجه پایین‌ترمان با پروفیل‌های صنعتی یوپی‌وی‌سی در رقابت هستیم و با سبد کلی محصولاتمان در بازار صادراتی رقابت می‌کنیم. این سطوح و کلاس‌بندی که در روتنبرگ وجود دارد به قدری گسترده است و وسعت دارد که به راحتی می‌تواند بخش‌های مختلف بازار را پوشش دهد. به همین دلیل ما نگران فروش نیستیم. مشتری‌هایی که به ما رجوع می‌کنند نیز نگران تامین نشدن خواسته‌هایشان نخواهند بود. در لایه لایه بازارهای هدف ما، آنقدر تنوع وجود دارد که ما می‌توانیم همیشه در آن حضور داشته باشیم.

فرض کنیم نمودار نیاز بازار به پروفیل یوپی‌وی‌سی به کمترین

وجود دارد و کیفیت در تولید این نوع پروفیل جایگاه بسیار خاصی پیدا کرده است. اگر منظور کارشناسان از اشباع بازار درباره این نوع پروفیل‌ها بوده است، نظرشان اشتباه است. اما به نظر می‌رسد آنچه مد نظر آن‌هاست بخشی مربوط به پروفیل‌هایی است که بیشتر کپی هستند و بدون هیچ ایده خاصی تولید می‌شوند. این پروفیل‌ها بدون استراتژی و بی‌هیچ ایده‌ای فقط با یک لیبل سر از بازار در می‌آورند و بسیار زیاد هستند. در این بازار حتماً اشباع وجود دارد. مضاف بر آن در بازار این نوع پروفیل، بی‌اعتمادی به اوج خود رسیده است.

چرا؟

به این دلیل که افراد زیادی هستند که پروفیل‌هایی را با لیبل‌های مختلف به نام خودشان ثبت کرده‌اند و هیچ تعهد و ضمانتی در برابر کالایی که به بازار ارائه می‌کنند، ندارند اما شرکت‌هایی که برندسازی می‌کنند، ایده دارند؛ برنامه دارند و استراتژی. این‌ها به هیچ عنوان از این خطاها نخواهند کرد. در این شرکت‌ها کیفیت حرف اول را می‌زند و مشتریان با استفاده یکباره از این محصولات، به تفاوت کیفیت آن‌ها و دیگر محصولات موجود در بازار آگاهی پیدا می‌کنند و به صورت مستمر از این محصولات استفاده خواهند کرد. یکی از دلایل اساسی برای شرکت‌های بزرگ که مبادرت به تولید با کیفیت می‌کنند، این است که در این شرکت‌ها استراتژی‌ها با ثبات هستند. آن‌ها از تسهیلات بانکی و از خدمات بورسی استفاده می‌کنند و تولیدشان در تیراژ بالاست بنابراین تولید آن‌ها به ماندگاری این شرکت‌ها کمک



PDF Compressor Free Version



هزینه را در بحث‌های زیرساختی شرکت و نوسازی و توسعه قالب‌ها هزینه کنیم. یکی از دلایلی که ما در تلویزیون تاکنون تبلیغاتی نداشته‌ایم همین موضوع است اما نمایشگاه تخصصی صنعت دروپنجره موضوعی متفاوت است و به این دلیل که مخاطبان آن مخاطبان تخصصی صنعت دروپنجره هستند در آن شرکت می‌کنیم. از همین جا از فرصت استفاده می‌کنم و از تمام دست‌اندرکاران و افرادی که در صنعت دروپنجره حاضر هستند و حتی از تولیدکنندگان پروفیل یوپی‌وی‌سی درخواست دارم دست به دست هم بدهند و در یک همکاری مناسب به روزترین سیستم‌های روز دنیا را در این صنعت به کار گیرند. علاوه بر آن، از تمام رسانه‌ها نیز به ویژه شما تقاضا می‌کنم از دیگر همکاران دعوت کنند تا بیایند و از روتنبرگ بازدید کنند و ببینند در این مجموعه چه اتفاقاتی افتاده است. از نزدیک مشاهده کنند ما چه سطوح مقطعی را وارد کشور کرده‌ایم و چگونه نسل جدید پروفیل‌هایی که در ساخت دروپنجره از آن‌ها استفاده می‌شود، در این مجموعه تولید می‌کنیم. این‌ها مربوط به روتنبرگ نیست این‌ها متعلق به همه صنعت دروپنجره است. این نوآوری‌ها متعلق به روتنبرگ نیست، متعلق به همه است. ما روتنبرگ را فقط یک برند نمی‌دانیم. روتنبرگ سبکی از تولید و شیوه‌ای از مدیریت ایرانی است که دوست داریم به همه ایرانیان شناسانده شود.

به عنوان سخن پایانی اگر مطلبی باقی مانده است بفرمایید...
خیر همه چیز کامل بود. از شما هم برای تقبل زحمات، قدردانی می‌کنم.

مقدار خودش یا نقطه مینیموم برسد در این صورت طرح روتنبرگ برای بازار چیست؟

همانطور که عرض کردم ما برنامه‌ای برای صادرات پروفیل داریم و در زمینه صادراتی طراحی‌هایی کرده‌ایم حتی در همین شرایط تحریمی که محدودیت‌هایی در بازار جهانی برای حضور تولیدکنندگان ایرانی وجود دارد، این برنامه‌ها قابل اجراست. ما شعاری داریم با این عنوان که «بازار خاورمیانه را می‌شناسیم» و به همین دلیل به خوبی می‌توانیم در بازارهای منطقه نسبت به نیازی که آن‌ها دارند حضور داشته باشیم. واقعیت این است ما در ایران، شرکت‌های خیلی بزرگی نداریم که به صورت درست تولید کنند؛ تعداد شرکت‌هایی که به صورت درست کار می‌کند و توانایی ایجاد بازار دارند و رو به آینده قدم برمی‌دارند، از ۱۰ عدد هم کمتر است. بنابراین در حوزه‌های پیش روی‌مان به خوبی می‌توانیم پیش برویم و محدودیتی در این زمینه وجود ندارد. آینده در دست کسانی است که به صورت درست و اساسی سرمایه‌گذاری کرده‌اند با شناخت علم و دانش به پیش می‌روند.

وقتی به نمایشگاه را می‌بینیم، به نظر می‌رسد روتنبرگ با استراتژی تبلیغاتی خاصی وارد نمایشگاه شده‌اید. استراتژی نمایشگاهی شما چیست؟

تبلیغات سنگین هیچ موقع استراتژی شرکت روتنبرگ نبوده است. تمایل ما این است به جای اینکه بخواهیم در موضوعات تبلیغاتی سرمایه‌گذاری کنیم، همان



در گفتگو با مدیر کارخانه آلوترم مطرح شد:

هیچ وقت از کیفیت نردیم

اشاره

پنجره ایرانیان؛ صنعت آلومینیوم صنعتی گران است. از ماشین آلات گرفته تا محصولات خروجی از کارخانه نسبت به دیگر محصولات قیمت بیشتری دارد. تولیدکنندگان مختلف در صنعت آلومینیوم طی سال‌ها گذشته بر این تلاش بوده‌اند تا محصولاتی با توجیه اقتصادی از این عنصر تولید کنند. شرکت آریا هامون آذر یکی از این تولیدکنندگان است که با توجه به تجارب و سوابق ۳۰ ساله موسسین خود در صنعت آلومینیوم، در این مسیر گام برداشته است.

اکبر محمودیه فارغ التحصیل دکتری مهندسی شیمی مدیر کارخانه آلوترم از مجموعه آریا هامون آذر است. با او در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره تهران در محل غرفه این شرکت، به گفت‌وگو نشستیم. این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.



پنجره ایرانیان / سال هفدهم • تیر ۱۴۰۳ • شماره ۲۰۱

میزان تولیدات این مجموعه چقدر است؟

ما در حال حاضر در خطوط تولید آلوترم ماهانه ۷۰۰ الی ۷۵۰ تن تولید پرس اکستروژن داریم. این را هم باید عرض کنم که یک خط جدید پرس اکستروژن ۷ اینچی خریداری کرده‌ایم که مراحل بهره‌برداری آن، در حال انجام است و به زودی، تولید ما به بیش از ۱۲۰۰ تن در ماه خواهد رسید. واقعیت این است ما برای رسیدن به این نقطه تلاش زیادی کرده‌ایم. واقعیت این است آلوترم در این چهار سال، مسیر ده ساله را با تکیه بر عقبه نیروی انسانی و سرمایه‌گذاران آن از جمله جناب آقای جلیلود و جعفری (که در صنعت آلومینیوم از سال ۱۳۵۰ فعال بوده‌اند و بیش از نیم قرن تجربه در این زمینه دارند) طی کرده است.

وقتی خدمت تولیدکنندگان آلومینیوم به ویژه در زمینه ساختمانی می‌رسیم این سوال که شاید کمی هم تبلیغی باشد، به ذهن می‌رسد چرا برخی می‌گویند به کاربردن آلومینیوم در صنعت ساختمان، اتلاف منابع کشور است؟ برخی دائم تکرار می‌کنند آلومینیوم به دلیل ارزش بالا باید در صنایع حساس استفاده شود. پاسخ شما به عنوان یک متخصص چیست؟

من به این دلیل که در دانشگاه تدریس دارم و در صنعت هم فعال هستم، هم از موضوعات علمی در این زمینه مطلع و هم از نظر تجربی به اندازه کافی این حوزه را می‌شناسم. شاید به همین دلیل باشد که انتقادات جدی به این نوع گفتار دارم. شنیدن این جمله ممکن است بسیار خوب باشد و مخاطب را هم تحت تاثیر اما سوال این است آن‌هایی که چنین نقدی را وارد می‌کنند مطلع‌اند که آیا تخصص

این حضور ذهن در نشریه پنجره ایرانیان وجود دارد که پیش‌تر هم، با مدیران و مسئولان مجموعه آریا هامون گفت‌وگو شده است اما بر اساس یک سنت رسانه‌ای و به این دلیل که در هر شماره به احتمال زیاد مخاطبان جدید به خوانندگان اضافه می‌شوند، بحث را از اینجا شروع می‌کنیم که اطلاعاتی از فعالیت‌های مجموعه در اختیار مخاطبان قرار بدهید...

ما در مجموعه آریا هامون آذر که با نام تجاری آلوترم شناخته می‌شود در زمینه تولید پروفیل‌های آلومینیومی صنعتی و ساختمانی فعالیت داریم. البته این توضیح وجود دارد که بیشتر تولیدات ما تقریباً بیش از ۸۰ درصد، مربوط به حوزه ساختمانی است که شامل دروپنجره و نما است.

توضیحی که درباره مجموعه آلوترم وجود دارد این است که در این مجموعه از صفر تا صد پرس اکستروژن گرفته تا ریخت بیلت، را خودمان انجام می‌دهیم یعنی علاوه بر اینکه بیلت را از برخی از شرکت‌های معتبر تهیه می‌کنیم، برای تامین نیازهای مجموعه، ریخت بیلت را خودمان نیز انجام می‌دهیم. واحد تولید پرس اکستروژن نیز توسط خود ما انجام می‌شود. باید این را هم عرض کنم که مجموعه ما مانند برخی از شرکت‌ها نیست که مثلاً آنادایزینگ و آبکاری را برون‌سپاری کند. واحد آنادایزینگ ما در کارخانه مستقر است و به جرات می‌توانم عرض کنم که این واحد یکی از بهترین خطوط در خاورمیانه است و در میان سه خط برتر آنادایزینگ خاورمیانه جای می‌گیرد که ما در این حوزه ۱۴ شید رنگی را در این خط تولید می‌کنیم.

PDF Compressor Free Version



تاسیس شد تا با دیگران در این زمینه‌ها تفاوت داشته باشد.
سهم شما از بازار صنعت آلومینیوم مشخص است؟ آیا برنامه‌ای برای افزایش تولید دارید؟

واقعیت این است ما در این صنعت و در بسیار موارد دیگر، آمار دقیقی نداریم. اینکه هر مجموعه میزان تولیدش مشخص است، صحت دارد اما سرجمع همه این موارد را کسی تعیین نکرده است. شما در همین نمایشگاه وقتی در همین سالن میلاد گردش کنید، شرکت‌های معتبری را می‌بینید که فروش هر کدام از این شرکت‌ها مشخص است؛ تولید آن‌ها مشخص است، اما کسی پیدا نشده که بیاید جمع بازار را تعیین کند. این یک خلا جدی است که ما آمار در صنعت‌مان نداریم. جالب است که محاسبه‌اش کار ساده‌ای است. چون بیلت در بورس خریدوفروش می‌شود و میزان استفاده از آن مشخص است. ما خودمان در ماه ۷۰۰ الی ۸۰۰ تن پروفیل تولید می‌کنیم و برنامه داریم در سال جاری ۱۰ هزار تن تولید داشته باشیم. اما در مسیر تحقق این برنامه، موانعی وجود دارد. به عنوان مثال در فصل گرم، قطعی برق داریم و در فصل زمستان به دلیل نبود گاز ممکن است خطوط تولید با مشکل مواجه شود به همین دلیل معمولاً این برنامه‌ها، با مشکل مواجه شود اما احتمالاً می‌توانیم تولید را حد ۸۰۰۰ تن ثابت نگه داریم با این حال کیفیت محصول را تغییر ندادیم.

سوال این است با چه دستور کاری در نمایشگاه در و پنجره شرکت کردید؟

همه می‌دانیم از حدود سال‌های ۹۸ و آغاز کرونا، دیگر نمایشگاه‌ها رونق گذشته را ندارد با این حال ما در این نمایشگاه حاضر شدیم تا بتوانیم ضمن ارائه محصول جدید، دید و بازدید با نمایندگی‌هایمان را در دستور کار داشته باشیم و بتوانیم با همکاران نیز در تهران، ارتباط داشته باشیم. مدیرعامل ما جناب آقای جعفری هم همین تاکید را دارند که فرصت نمایشگاه بیشتر همان جنبه دید و بازدیدهایش مهم است.

نمایشگاه این دوره را چطور ارزیابی می‌کنید؟

این نمایشگاه نسبت به نمایشگاه‌های دوره اخیر که بعد از کرونا برگزار شد، نمایشگاه بهتری بود. در نمایشگاه‌های قبل، رکود در نمایشگاه دیده می‌شد اما این نمایشگاه بازدیدکنندگان بیشتری دارد.

استفاده از آلومینیوم در صنایع حساس مثل صنعت الکترونیک، هواپیماسازی و ... در کشور وجود دارد؟ آیا زمینه، ساختارها و زیر ساختارهای کافی در کشور، ایجاد شده است؟ من همین چندی پیش دریکی از رسانه‌ها مطلبی می‌خواندم که کمبود شدید پودر آلومینا داریم همین موضوع مشکلات بسیار زیادی را در این صنعت به وجود آورده است. از سوی دیگر میزان اشتغال‌زایی که همین صنعت با مختصات موجود در کشور ایجاد کرده، چقدر است؟ بنابراین آن‌هایی که از این مسائل مطرح می‌کنند و می‌خواهند به صنعت انتقاد کنند بد نیست در آغاز موضوعات مرتبط با صنعت را در کشور به دست آورند و بعد طرح موضوع کنند. به عنوان مثال اگر ترکیه زیرساخت‌ها را دارد و در صنایع حساس خود از آلومینیوم استفاده می‌کند یکی از دلایلش این است که از سال‌ها پیش در حال آماده کردن این حوزه بوده است یا در دیگر کشورها نیز همین روند برقرار است. اما در مجموع من هم معتقدم که بالاخره باید فلزی را به عنوان جایگزین آلومینیوم معرفی کنیم در این مسیر تحقیقات فراوان نیاز است البته صنعت آلومینیوم یک‌بار به سمت استفاده از یوپی‌وی‌سی رفت اما این محصول پلیمری توانست جایگزین آلومینیوم شود. آلومینیوم در مقطعی در استفاده‌های ساختمانی رکود پیدا کرد اما دوباره به حالت اولیه برگشته و بازار رونق یافته است. به هر حال اگر کسی چنین ادعایی دارد باید جایگزین مناسبی برای این فلز پیدا کند. شما و بسیاری دیگر از تولیدکنندگان کار مشابهی انجام می‌دهید و تولیدات مشابهی دارید بنابراین وقتی من به عنوان یک مشتری بخواهم سراغ شما بیایم، بر اساس ویژگی‌های شماست. این ویژگی‌ها چیست؟ من در آغاز عقبه مجموعه آلوترم را عرض کردم. اما تاکیدم این است که تفاوت ما نسبت به دیگران کیفیت ما است. ما در سال‌های فعالیت بر پارامتر کیفیت بسیار کار کرده‌ایم و روی افزایش آن خیلی وقت گذاشته‌ایم. موسسین و صاحبان سرمایه در آلوترم، کارخانه‌های دیگر آلومینیومی هم داشتند اما اگر سوال این باشد چرا آلوترم را تاسیس کردند پاسخش این است که آن‌ها می‌خواستند محصولی باکیفیت بالاتر، و راحت‌تر در اختیار مشتریان قرار بگیرد. ما در آلوترم به‌طور مستمر ایده نو داریم. همین حالا در حال کار بر روی رنگ‌های جدید و آندایز کار می‌کنیم و بر موضوع نانو رنگ‌ها در زمینه الکترواستاتیک تمرکز داریم. دلیل همه این اقدامات این بود که آقای جعفری خودشان سازنده بودند و مشکلات را کامل می‌دانستند و آلوترم



پروفیل‌های ما هر کدام شخصیت مستقل دارند



اشاره

پنجره ایرانیان؛ بازار پروفیل در زمان حاضر باید به سمت نوآوری برود. آن طور که تحلیل‌ها از اوضاع و احوال این بازار خبر می‌دهد بسیار بعید است مجموعه‌های تولیدی بتوانند با شیوه‌ای قدیمی ادامه حیات بدهند. «غلامرضا زمانی» مدیر عامل عایق پلاست که بیشتر با پروفیل‌های برند تجاری «وین کلاس» شناخته می‌شود، بر چنین موضوعاتی تاکید داشت. او می‌گفت بخشی به عنوان تحقیقات در زمینه پلیمر در عایق پلاست ایجاد کرده که تعدادی از استادان دانشگاه در آن مشغول تحقیق هستند.

زمانی بر این موضوع تاکید دارد که در مجموعه عایق پلاست از فناوری‌های جدید استفاده می‌شود و به زودی از یک تکنولوژی به نام نانو شیلد در تمام محصولات این بنگاه تولیدی، استفاده خواهد شد.

در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی در و پنجره تهران، بیشتر تولیدکنندگان این حوزه دور هم جمع بودند و این فرصت به وجود آمد تا با آن‌ها به بحث و تبادل نظر بپردازیم. در این روزها فرصتی دست داد تا با مدیر عامل عایق پلاست نیز به گفت‌وگو بنشینیم. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:

در مجموعه عایق پلاست با همان وین کلاس تولید را ادامه دادید؟
خیر! ما محصولات خودمان را با برندهای مختلفی تولید می‌کنیم. تمام برندهای ما چه از نظر جرم و وزن؛ و چه از نظر کیفیت تفاوت‌ها و ویژگی‌های منحصر به خود را دارند. غیر از این موضوع آنچه ما در بازار عرضه کرده‌ایم، سیستم کشویی خاص است؛ محصولی که در بازار ایران نبود و به این دلیل که بازار پنجره‌های کوچک به ویژه در آشپزخانه‌ها و اتاق‌های کوچک را طلب می‌کرد، آن‌ها را تولید و روانه بازار کردیم چون در ایران آنچه وجود داشت سیستم کشویی سایز بزرگ بود در اندازه‌های سری ۱۱ و ۱۲ یا ۹۰ بود که البته ما خودمان هم، سری ۹۰ کشویی را داریم و هم سری ۷۰ را. این‌ها در قالب‌های قدیمی ما وجود داشت اما امسال ما سری ۷۳ کشویی که به صورت تک ریل با میانی کتیبه، افقی و عمودی استفاده می‌شود، تولید کرده‌ایم و در این زمینه ۱۱ قالب داریم و سبد کالایی‌مان کامل است. این محصول،

اگر موافق باشید برای آشنایی مخاطبان جدید نشریه پنجره ایرانیان، نگاهی به فعالیت‌های مجموعه شما بیندازیم و بحث را از همین نقطه آغاز کنیم؟

موافقم! ما در مجموعه عایق پلاست سال ۱۴۰۳ عملاً وارد پانزدهمین سال تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی شده‌ایم. از همان ابتدای تولید، کار را با برند وین کلاس آغاز کردیم و به طور مستمر در طول این سال‌ها وین کلاس حضور داشته است اما به تازگی و در سال گذشته، در روند تولید، تغییرات کلی ایجاد کرده‌ایم طوری که برای یک دست‌ساز تمام محصولات این شرکت در سیستم لولایی، تمام محصولات پنج کانال شده‌اند. علاوه بر آن متناسب با نیاز بازار، تمام گالوانیزه‌های مصرفی در پروفیل‌ها، از گالوانیزه ۲۵ در ۲۵ استفاده می‌شود. ما اکنون در سیستم لولایی ۶ تیپ قالب داریم که هر کدام از آنها دارای وزن مختص به خود هستند.



محصول فوق العاده مناسبی است و به جرات می‌گویم نظیر آن در کشور وجود ندارد. این محصولات آب‌بندی فوق العاده خوبی دارند و شیشه ۲۰ میلیمتر دو جداره در آن‌ها استفاده می‌شود. علاوه بر آن این ویژگی را دارند که برخی از آلمان‌های آن، با سیستم‌های گذشته قابل ترکیب است.

در عایق پلاست اقدامات دیگری هم انجام داده‌اید؟

بله ما در سیستم کشویی قدیمی، اصلاحات زیادی انجام داده‌ایم. در سیستم لولایی نیز یک محصول جدید ارائه داده‌ایم که با نام سیستم نانوشیلد معروف است. با قاطعیت عرض می‌کنم چنین سیستمی در ایران وجود ندارد. علاوه بر همه این موارد ما کار مهمی انجام داده‌ایم به طور ویژه در مجموعه ما، تیم تحقیق و توسعه شکل گرفته است و در واحد تحقیق و توسعه، از توان علمی پلیمری استان اصفهان استفاده می‌کنیم. به این صورت که دو نفر از استادان دانشگاه که در واحد پلیمر شهرک تحقیقات و فناوری دانشگاه اصفهان، فعالیت دارند به صورت نیمه وقت و در واحد پلیمر ما مستقرند و با ما همکاری می‌کنند.

ما معتقدیم باید نگاه حرفه‌ای‌تر به صنعت یوپی‌وی‌سی داشته باشیم. به همین دلیل این صنعت را زیر مجموعه‌ای از صنعت ساختمان نمی‌دانیم چون این صنعت ریشه پلیمری دارد. فرآیند تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی، فرآیند پلیمری است و این صنعت در اصل به عنوان صنعت پایین‌دستی پتروشیمی باید شناخته شود. به همین دلیل فرآیندهایی که در آن اتفاق می‌افتد نیاز به تحقیقات و به روزرسانی دارد چون صنعت پلیمر، دائم در حال به روز رسانی است و ما نیز برای اینکه در این فرآیندها، پیشرو باشیم، مجبوریم تیمی به روز و قوی در کنار خودمان داشته باشیم. به همین از بخش تحقیقات به روز، فناوری‌های جدید و مواد اولیه به روز استفاده کنیم. در همین راستا در تولید با تکنولوژی نانوشیلد از مواد اولیه نوین و جدید که پایه آمریکایی و اروپایی دارند استفاده می‌کنیم.

این فناوری چه خاصیتی دارد؟

در این تکنولوژی، همه چیز ارتقا پیدا کرده است. تقریباً تمام خواص مکانیکی که از یوپی‌وی‌سی انتظار داریم، تقویت شده است. به عنوان مثال جوش‌پذیری، در این تکنولوژی ضریب ۴ و ۵ دارد و در پارامتر تغییر رنگ، محصول، مقاومتی ۴ و ۵ برابری دارد. در بازار امروز، بحث اقتصادی بسیار اهمیت دارد و در این تکنولوژی مواد اولیه به دلیل قیمت بالا، نمی‌توان از آن در کل محصول استفاده کرد. ماهیت این تکنولوژی طوری است که نمی‌شود با آن پروفایل تولید کرد به همین دلیل به عنوان لایه‌ای در حین اکستروژن، روی محصول، تزریق می‌شود اما فرایند تولید کاملاً یکپارچه است. این تکنولوژی در تمام مقاطع ما در حال پیاده‌سازی است. قالب‌ها به روز می‌شوند و تا انتهای سال جاری، تمام محصولات ما، با تکنولوژی نانوشیلد تولید خواهند شد.

آن طور که در غرفه شما در حال مشاهده هستیم سه برند و نام تجاری حضور دارد. چرا با نام‌های مختلف وین کلاس وین در و وین‌استار، سوال این است با چه الزام به این ترکیب رسیدید و چرا به همان نام وین کلاس در سطوح مختلف تولید نکردید؟

به نکته خوبی اشاره کردید. در برخی از شرکت‌ها فرآیند تولید یوپی‌وی‌سی، فرایند ثابتی است و مسیری مشخص دارد و اگر در کلاس‌های مختلف تولید می‌کنند، حتی با قالب‌های ظاهری متفاوت، چه در سری‌هایی مثل شصت یا در سیستم‌های لولایی و... محصول فقط از نظر تعداد کانال، یا سیستم تفاوت دارند و اگر رده‌بندی هم وجود دارد صرفاً به دلیل کم یا زیاد شدن از یک مقدار مواد اولیه یا مواد افزودنی آن است اما عملاً محصول متفاوت به بازار ارائه نمی‌شود. اما در مجموعه ما اینچنین نیست. ما الان وین کلاس را تولید می‌کنیم که دارای سیستم، وزن، مقدار مواد اولیه، کیفیت مختص خود است. درباره وین در نیز چنین است. سیستم‌ها این‌طور است که هر محصول و برند، مقاطع مخصوص خود را دارد. مثل این می‌ماند که سه برند ما در سه کارخانه پروفیل مختلف در حال تولید است. هر کدام از محصولات ما غیر از آنکه استاندارد هستند، شخصیت مستقل خود را دارند. ما اکنون ۱۸ خط اکستروژن داریم. توان تولید ما بسیار بالا است. اما با این حال این توان فقط ۳۰ درصد از ظرفیت تولید ما را به خود اختصاص داده است. مابقی ظرفیت ما به تولید گرانول، مواد اولیه و ... اختصاص دارد.

PDF Compressor در گفتگو با مدیرعامل همپار مطرح شد:

تلاش برای تولید ملی



اشاره

پنجره ایرانیان؛ نمایشگاه دروپنجره، خوبی اش این است که همه اهل صنعت دور هم جمع می شوند و به قول بسیاری از اصحاب تولید، دست کم همکاران یکدیگر را هر سال یکبار ملاقات می کنند. در صنعت تولید پروفیل یوپی وی سی، افزودنی ها نقش بسیار مهمی دارند. نقشی که در ساختار پروفیل، از تغییر رنگ و شکنندگی و ... جلوگیری می کند.

شرکت همپار جزو تولیدکنندگان همین افزودنی ها است. این شرکت آن طور که مدیرعامل جوانش می گوید: باهدف تولید استابلازهای صنعت پی وی سی و خودکفایی این صنعت از واردات این محصولات، با مشارکت و تحت لیسانس برلوخر آلمان در سال ۱۳۸۳ تولید خود را آغاز کرد. این شرکت به مدد تکنولوژی بالای خطوط تولید خود و سیستم های کنترل الکترونیک PLC، توانسته است افزودنی های صنعت پتروشیمی (مانند استتارات فلزی) و صدها نوع استابلاز پی وی سی بر پایه سرب، کلسیم، روی، باریوم را با بالاترین کیفیت تولید و عرضه کند.

در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره تهران فرصتی دست داد تا در غرفه این شرکت، مهمان آقای حسین فردی مدیرعامل همپار باشیم. مشروح گفتگوی ما در ادامه آمده است:



PDF Compressor Free Version



به عنوان نخستین سوال کمی درباره شرکت همپار برای مخاطبان پنجره ایرانیان بگویید...

شرکت دانش بنیان همپار پس از سال‌ها فعالیت تجاری به عنوان نمایندگی برلوخر آلمان، در سال ۱۳۸۳ سایت تولید استابلایزر یا پایدارکننده حرارتی صنعت پی‌وی‌سی را با مشارکت و تحت لیسانس شرکت برلوخر آلمان راه اندازی کرد. این شرکت با استفاده از تکنولوژی روز و سیستم‌های کنترل الکترونیک تولید، توانسته است با ظرفیت سالیانه ۱۸۰،۰۰۰ تن انواع استابلایزر پی‌وی‌سی بر پایه سرب، کلسیم-زینک، و استابلایزرهای ارگانیک را با کیفیتی مطابق با استانداردهای جهانی تولید و عرضه کند.

نکته مهم این است که در زمینه پروفیل دروپنجره که از نظر فنی و تکنولوژی پیشرفته‌ترین و به نوعی سخت بخش صنعت است، شرکت همپار بزرگترین و معتبرترین تولید کننده استابلایزر ایران است و برترین تولیدکنندگان پروفیل دروپنجره برای ثبات و کیفیت بالا و عرضه مطمئن محصولاتشان در بیش از ۲۰ سال گذشته به ما متکی بوده‌اند. در این بخش از صنعت رقابتی ما بزرگترین تولیدکنندگان دنیا از کشورهای اروپایی و ترکیه هستند و با وجود اینکه محصولات این شرکت‌ها در بازار ایران موجود هستند، شرکت همپار به واسطه کیفیت برتر و زنجیره تامین پایدار و مطمئن همواره بخش عمده‌ای از بازار را در اختیار داشته است.

این سوال پیش می‌آید که اگر تولیدکنندگانی مانند شما از صنعت تولید پروفیل پی‌وی‌سی حذف شوند، چه اتفاقی در صنعت تولید پروفیل پی‌وی‌سی خواهد افتاد؟

دلیل تاسیس شرکت همپار توسط مرحوم مهندس اشتری تقویت تولیدات ایرانی بود. ما متخیریم که یک شرکت دانش بنیان ایرانی با بالاترین استانداردها در مواد اولیه، فرمولاسیون و تولید هستیم و از این طریق توانسته‌ایم از صدها تولیدکننده محصولات پی‌وی‌سی از جمله پروفیل دروپنجره برای تولید محصولات با کیفیت بالا حمایت کنیم. همانطور که می‌دانید مهمترین ماده تشکیل دهنده محصولات پی‌وی‌سی، پایدار کننده پی‌وی‌سی است و صرفاً به محصولی که با پایدار کننده پی‌وی‌سی با کیفیت ایرانی ساخته شده باشد می‌توان با افتخار گفت «ساخت ایران». اگر شرکت‌هایی مانند همپار در ایران وجود نداشت، باید به عرضه محصولات با کیفیت از کشورهای خارجی متکی می‌شدیم و یا به محصولات بی کیفیت ساخت ایران و بدون دانش لازم متوسل می‌شدیم.

جایگاه شما اکنون در بازار کجاست؟ ارزیابی شما از نقطه‌ای که ایستاده‌اید چیست؟

با تکیه بر سابقه و جایگاه برند همپار، که به عنوان با کیفیت‌ترین برند تولید داخل و دارای بالاترین سهم بازار داخل کشور در گروه‌هایی همچون پروفیل در و پنجره شناخته شده است، استراتژی جدید شرکت بر توسعه بین‌المللی بنا شده است. در این راهبرد جدید، شرکت با بهره‌برداری از رابطه عمیق و طولانی مدیران و صاحبان خود با شرکای منطقه‌ای و اروپایی تلاش خواهد کرد تا سهم خود را در بازارهای خاورمیانه، شمال آفریقا و اروپا افزایش دهد.

آنچه درباره صادرات می‌گویید، در وضعیتی که دچار تحریم هستیم سخت نیست؟

البته صادرات در شرایط کنونی دارای چالش‌هایی است، اما ما مطمئن هستیم که با توجه به کیفیت محصولات خود در موقعیت قوی برای رقابت در عرصه جهانی هستیم. هرچند در این مسیر قطعاً وجود تحریم‌های ظالمانه علیه کشور عزیزمان کار ما به عنوان بخش خصوصی مستقل را به مراتب سخت‌تر می‌کند. در این شرایط استراتژی ما مبتنی بر همکاری با شرکای منطقه‌ای برای فائق آمدن بر این موانع است.

البته در تمام دنیا سعی شرکت‌ها این است که بتوانند بازارهایی در خارج از مرزها ایجاد کنند تا در مواقع لزوم حتی بتوانند جایگزین بازار داخلی کنند این اقدام به افزایش طول عمر شرکت توسعه شرکت و مواردی از این دست کمک کند...

برای همپار، ورود به بازارهای بین‌المللی انتخاب میان رشد کردن یا راکد ماندن

بوده است. همانگونه که می‌دانید شرکت همپار به ویژه در بخش پروفیل دروپنجره بزرگترین تولید کننده پایدار کننده پی‌وی‌سی است و برای ادامه رشد خود به عنوان شرکای پویا راهی جز صادرات نداشته است. این تصمیمی است که مالکان شرکت با هدف تقویت برند همپار و ارتقا شعار «ساخت ایران» در سطح بین‌المللی و در راستای رسالت موسس فقید این شرکت گرفته‌اند.

شما یک تولیدکننده هستید و شبیه شما تولیدکنندگان دیگری هم وجود دارند بنابراین در بازار به طور طبیعی رقابت ایجاد می‌شود. مدیریت بازار رقابتی با مدیریت بازار انحصاری بسیار متفاوت است شما برای ساماندهی وضع موجود در بازار رقابتی چه می‌کنید؟

اعتقاد ما بر این است که رقابت باعث پیشرفت می‌شود. رقابت انگیزه‌ای برای شرکت‌ها برای برتری است و منتج به نوآوری، تنوع عرضه و کاهش قیمت‌ها برای مصرف‌کنندگان و کسب و کارها می‌شود. راه کار ما برای غلبه بر رقبای بازار رقابتی، همواره تمرکز هر چه بیشتر بر تولید مستمر محصول با کیفیت و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بوده است.

یکی از موضوعاتی که در بازار و بیشتر در حوزه رقابت مطرح است مزایایی است که شرکت‌ها برای مشتریان خود در نظر می‌گیرند مثلاً در پرداخت‌ها تسهیلات ایجاد می‌کنند و... شما چه مزیت و ویژگی‌هایی دارید؟

مزیت اصلی همپار دانش فنی و کیفیت محصولاتش است. شرکت با رهبری دکتر مایکل شیلر در واحد تحقیق و توسعه به طور مداوم راهکارهای بهینه به مشتریان خود ارائه می‌دهد. توجه داشته باشید که پایدار کننده بخش کوچکی از کل یک محصول ساخته شده از پی‌وی‌سی است و تجربه ما در بیش از دو دهه در این صنعت به ما نشان داده است که استمرار در کیفیت مهمترین ویژگی است که مشتریان از ما دارند تا بتوانند با اطمینان محصولات خود را به بازار ارائه دهند و این همان چیزی است که ما تمام توان و تمرکز خود را بر آن گذاشته‌ایم.

به عنوان سخن پایانی اگر نکته‌ای باقی مانده بفرمایید.

در پایان می‌خواهم از زحمات مجموعه پنجره ایرانیان به عنوان رسانه‌ای تاثیرگذار در این صنعت تشکر کنم.

ترجیح می‌دهم مشتریان ما را به یکدیگر معرفی کنند

اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ تولید در و پنجره با پروفیل یوپی‌وی‌سی، پس از آن در کشور رواج پیدا کرد که بحث درباره صرفه‌جویی در مصرف انرژی بالا گرفت و این تاکید وجود داشت که به دلیل شرایط خاص کشور باید از شیوه‌هایی در ساختمان‌سازی استفاده شود که بتواند حداکثر میزان صرفه‌جویی انرژی را تامین کند. در این زمینه یکی از راه‌کارها این بود که غیر از استفاده از مواد خاص در سقف و دیوار از پنجره‌های دوجداره نیز استفاده شود. اکنون اما تولید این کالا به اندازه کافی وسعت یافته و تعداد زیادی از تولید کنندگان در بازار وجود دارند که هر کدام بخشی از مسئولیت تولید در این زمینه را بر عهده دارند. شرکت داتیس تجارت ماد، عرضه‌کننده انواع پروفیل، پراق‌آلات و ملزومات دروینجره دوجداره یوپی‌وی‌سی، از جمله این تولید کنندگان و حاضران در بازار است که نمایندگی رسمی عرضه پراق‌آلات ENDOW را نیز در بازار دروینجره ایران به عهده دارد.

چندی پیش در خلال برگزاری نمایشگاه در و پنجره در تهران فرصتی دست داد تا با آقای صباغی مدیر عامل شرکت داتیس تجارت ماد به بحث و گفتگو بنشینیم. آنچه در ادامه آمده است، مشروح این گفت‌وگو است که می‌خوانیم:



PDF Compressor Free Version



مواردی که در این نمایشگاه مورد توجه ما بود حضور مسئولین مختلف در نمایشگاه است. مسئولین مختلف به نمایشگاه آمدند و جای تعجب داشت که چقدر موضوعات مربوط به تولید برای آنها جالب شده است.

از نظر اجرا نمایشگاه چطور بود؟

من مجری امسال را خیلی موفق دیدم. به نظرم نظم نمایشگاه خوب بود و تبلیغات و کارهای زیرساختی که انجام داده بودند در مقایسه با قبل، بهتر بود.

محصول جدیدی هم در نمایشگاه ارائه کردید؟

بله ما در بخش پروفیل، قالب‌های جدید در سری ۷۰ ارائه کردیم. علاوه بر آن طرح آلومینیومی نیز در دوره نمایشگاه عرضه کردیم.

با شناخت جدیدی که از بازار در نمایشگاه به دست آوردید، در برنامه‌ریزی‌های آینده‌تان نیز تغییر ایجاد خواهد شد؟

بله! صدر در صد. ما در این زمان به این شناخت رسیدیم که تقاضای جدید در بازار چیست و سلیقه‌ها چگونه است. ما در ارتباط‌های نمایشگاهی به این نتیجه و شناخت رسیدیم که بازار چه می‌طلبد. به هر حال ما مدتی در نمایشگاه‌ها غیبت داشتیم در این مدت در روند بازار نبودیم و هر چند با مشتریان دائم در ارتباط بودیم اما این‌ها مشتریان خودمان بودند. اما در نمایشگاه در ارتباط‌های مختلف از روند بازار اطلاع کسب کردیم. ما اینجا مستقیم با کارگاه‌ها و با مصرف‌کنندگان نهایی در ارتباط بودیم و متوجه شدیم بازار چه می‌خواهد و باید به سمت تولید چه محصولی باید برویم.

به هر حال ما می‌خواهیم در این بازار ماندگار باشیم و ماندگار بودن نیز به کیفیت تولید و کالاهای ما برمی‌گردد. دیروز یکی از همکاران شما از من پرسید، چطور تبلیغ می‌کنی؟ من عرض کردم. ما در بخش‌های مختلف، در رسانه، فضای مجازی و حضور داریم اما ترجیح من این است معرفی‌ام توسط مشتری به مشتری دیگر انجام شود.



یکی از موضوعاتی که در مجموعه شما دیده می‌شود، تعدد فعالیت است. مثلاً در زمینه پروفیل، چند برند دارید و ... چرا این شیوه را برای فعالیت انتخاب کرده‌اید؟

به نظر پاسخ به سوال شما خیلی سخت نیست به این دلیل که معمولاً در مجموعه‌های تولید و تجاری هر اتفاقی که می‌افتد بر اساس نیاز بازار است. هر اتفاق هم که در مجموعه ما رخ داده و می‌دهد، بر اساس نیاز بازار شکل گرفته است. ما در مجموعه خودمان در زمینه پروفیل یوپی‌وی‌سی چند قالب متفاوت داریم و هر کدام از این‌ها بر اساس تقاضای مشتریان و برای پوشش سلیقه آن‌ها، تهیه شده است. عرضم این است در تمام اقدامات ما، کار بر اساس نیاز و خواسته مشتریان است.

موضوعی که از بیشتر تولیدکنندگان سوال می‌شود این است که در زمینه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی، تولیدکنندگان زیادی در بازار حضور دارند، در چنین وضعی چگونه می‌توان فعالیت کرد؟

به نظر من تعدد تولیدکنندگان موضوع خیلی مهمی نیست زیرا آنچه به ماندگاری یک مجموعه کمک می‌کند، ارائه خدمات درست و استاندارد و نیز محصولاتی با کیفیت مطلوب است. ما در این سال‌ها تجربیات زیادی کسب کرده‌ایم و شاهد موارد مختلفی بوده‌ایم به عنوان نمونه شرکت‌های زیادی بوده‌اند که نمی‌خواهم نام ببرم اما موقتاً آمدند و با برندهای سطحی در بازار داشتند؛ بعد هم خیلی راحت حذف شدند. به همین دلیل عرض می‌کنم که اگر بتوانیم خدمات مناسب و کالای با کیفیت به بازار ارائه کنیم، در بازار ماندگار خواهیم شد. به هر حال شرایط بازار و اقتصادی امروز، شرایط خاص و ویژه است و طوری شده که بازار به سمتی رفته که خریده‌ها بیشتر خریدهای اقتصادی (اکنونی) است و در این شرایط است که باید فروش‌های اعتباری در اختیار مشتریان قرار دهید تا بتواند کمبود نقدینگی آنها را جبران کند.

خدمات خاصی هم در این نمایشگاه ارائه می‌کنید تا مشتریان در میان این همه تولیدکننده، سراغ شما بیایند؟

بله یکی از مهمترین ویژگی‌هایی که در مجموعه ما وجود دارد، تنوع قالب و تنوع محصولات است. این ویژگی یعنی تکمیل بودن محصولات اجازه نمی‌دهد که مشتری از این چهارچوب بیرون برود زیرا هر آنچه نیاز دارد در این مجموعه وجود دارد. ما از یک طرف یراق‌آلات وارد می‌کنیم و در این زمینه انحصار داریم. ما در ماشین‌آلات نیز انحصار داریم و پروفیل هم تولید و عرضه می‌کنیم. فرض کنید مشتری صفر وارد مجموعه ما می‌شود؛ ماشین‌آلات می‌خرد و بعد پروفیل و یراق و ...!

در شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره حضور داریم. با چه دستور کاری در این نمایشگاه حضور پیدا کردید؟

هدف ما از حضور در نمایشگاه، بیشتر معرفی محصولات بود. با توجه به اینکه غیبت سه چهار ساله داشتیم به این جمع‌بندی رسیدیم که باید در این نمایشگاه حضور داشته باشیم. تا وضع بازار را ارزیابی کنیم و با فضای بازار جدید و مشتریان جدیدتر آشنا شویم. خوشبختانه در این مدت بازخورد خوبی هم داشتیم. یکی از

PDF Compressor Free Version مدیر عامل کوپال در گفت و گو با پنجره ایرانیان

کوپال، استفاده امروز؛ سرمایه گذاری برای فردا

اشاره

پنجره ایرانیان؛ مهران رضائیان مدیر عامل مجتمع تولید پروفیل آلومینیوم کوپال است. مردی جوان که سن و سالش چندان زیاد نیست. خودش البته بر این موضوع تاکید دارد که از سال های بسیار دور تر که کودک بوده به دلیل فعالیت های پدر، در این زمینه کار کرده و حتی تجربه کارگری در این زمینه دارد. اکنون او بر این موضوع تاکید دارد که: هر چند سن من ممکن است نسبت به دیگر مدیر عامل ها کم باشد، اما من تجربه زیادی در این زمینه دارم.

شرکت آلومینیوم کوپال اصفهان تولیدکننده تخصصی مقاطع پروفیل های اختصاصی (نرمال)، ترمال بریک، کر تین وال و فریم لس، لیفت اند اسلاید، جام بالکنی، انواع نرده و نرده پاسار در رنگ های الکترواستاتیک (پودری) و آنادایز مات و یراق است که حتی در لیست خدماتی که ارائه می کند، مشاوره و راه اندازی خط تولید درو پنجره (از طریق آموزش مونتاژ سیستم های خود در کارگاه آموزشی آلومینیوم کوپال و صدور گواهینامه حضور در دوره آموزشی) را نیز گنجانده است.



این شعار قطعاً معنی خاصی دارد. توضیح می دهید؟

بله شما وقتی از پنجره های یو پی وی سی استفاده می کنید اگر ساختمان را تخریب کنید یا نیاز به تعویض پنجره داشته باشید، عملاً پنجره به درد نخور است اما وقتی از پنجره آلومینیومی استفاده کنید، اگر بعد از ۲۰ یا سی سال، بخواهید ساختمان را تخریب کنید یا به هر دلیل دیگر، اگر پنجره را سالم در بیاورید، خود پنجره را می شود به عنوان پنجره دست دوم، فروخت اما اگر پنجره سالم در نیاید می توان آن را به قیمت روز آلومینیوم خام بفروشید.

در این صنعت شما همکارانی دارید که خدماتی شبیه شما ارائه می کنند. چه دلیل وجود دارد که در میان این تولیدکنندگان، من به عنوان یک مشتری سراغ شما بیایم؟

من نمی توانم فقط یک دلیل برای این موضوع بیان کنم چون مجموعه ای از

اگر موافق باشد با این سوال بحث را آغاز کنیم که برخی از کارشناسان می گویند، از آلومینیوم نباید در صنعت ساختمان استفاده کرد چون ارزش آن بیشتر از آن است که در این صنعت استفاده شود، نظر شما چیست؟

ببینید! آلومینیوم در صنعت به طلای سفید معروف است. این جمله ارزش این عنصر را نشان می دهد اما مشکل این است از این ماده چیزی بهتر برای پنجره وجود ندارد. به عنوان مثال پروفیل آهنی، زنگ می زند. بنابراین فعلاً چیزی بهتر از این عنصر نداریم. با تمام خواصی که آلومینیوم دارد و کاربردهای آن، ارزش این عنصر، را نشان می دهد. و با توجه به قیمت پنجره های آلومینیومی نسبت به کیفیت آن، بسیار به صرفه است. ما شعاری در میان خودمان داریم که می گوید: استفاده امروز؛ سرمایه گذاری برای فردا.





دلایل دخیل است تا شما را ترغیب کند که به جای دیگران، سراغ کوپال بیایید. اول تنوع محصولات ما است. ما تنوع بالایی در محصولات ارائه شده توسط کوپال داریم. به عنوان مشتری هر نوع پنجره‌ای که بخواهید در محصولاتمان داریم. اگر هم نداشته باشیم می‌توانیم آن را تولید کنیم. دوم اینکه مجموعه ما طوری است که صفر تا صد تولید پروفیل خودمان را انجام می‌دهد از تولید بیلت تا انتهای کار، کل فرآیند را زیر یک سقف انجام می‌دهیم در صورتی که برخی از شرکت‌ها هستند که مثلاً فقط اکستروژن انجام می‌دهند یا برخی دیگر، فقط کار آنادایز انجام می‌دهند اما ما صفر تا صد کار را انجام می‌دهیم. یکی از مزیت‌های دیگر ما، قیمت محصولات کوپال نسبت به کیفیت ما است. مزیت بعدی، خدمات پس از فروشی است که به مشتری ارائه می‌دهیم. ما کار آموزشی نیز انجام می‌دهیم. مزیت دیگر رنگ‌بندی‌های ما است. هر رنگ‌بندی که بخواهید یا داریم یا می‌توانیم آن را تولید کنیم. چه در بخش آنادایز یا در بخش پودری. تفاوت ندارد.

سال گذشته شما در همایش‌هایی مختلفی انتخاب شده بودید؛ به نظر خودتان دلیل خاصی دارد؟

ببینید این را باید از آن‌هایی که انتخاب کرده‌اند و جایزه داده‌اند بپرسید. اگر قرار باشد من بگویم همان ضرب‌المثل «هیچ ماست‌فروشی نمی‌گوید ماست من ترش است» صدق می‌کند. اما آنچه باعث دریافت این جایزه‌ها بوده، یک مجموعه فرآیند بوده است. شاید به سن و سال من نگاه کنید و بگویید برای رده مدیرعاملی پایین است اما من از بچگی با این کار بزرگ شده‌ام. من از زمان کودکی تا امروز دست راست پدر بودم و هستم و امروز می‌توانم سابقه مدیریت عامل داشته باشم چون در تک‌تک خطوط کار کرده‌ام حتی کارگری کردم، کار اداری کردم تا یاد گرفتم و سابقه‌ای دارم که بعد از یک عمر، می‌تواند مدیرعاملی استحقاقم باشد. این‌ها را گفتم اما تاکیدم این است شخص من جایزه نگرفته بلکه مجموعه ما آن را گرفته است. مجموعه که شامل تولید، بازرگانی و حتی مشتریان است.

شما همه این‌ها را گفتید اما حتما مشکلاتی هم در صنعت یا در کارخانه دارد. یک سوال اساسی این است که چه مشکلاتی دارید؟

واقعیت این است صنعت روزهای خوشی ندارد. در بخش تولید بازار رکود داریم. بحث شرکت خودمان نیست من مجموع شرایط را عرض می‌کنم چون ما یکی از پیشگامان حوزه خود هستیم و ممکن است تعاملات خودمان را به اندازه کافی داشته باشیم اما مشکلاتمان هنوز پابرجاست. مجموعه ما از ابتدای سال دچار مشکل تخصیص ارز است. همین حالا من باید ماشینی خاص را برای توسعه خط تولید به مجموعه اضافه کنم اما ارز تخصیص پیدا نمی‌کند. از سوی دیگر در صورت صادرات ما محصول را می‌فروشیم و باید ارز را در سامانه به قیمت نیمایی به فروش برسانیم در صورتی که به دلیل تخصیص نیافتن ارز بسیاری از امور را با ارز آزاد انجام می‌دهیم هرچند آنجا هم که می‌خواهیم با پول خودمان مراد خارجی انجام دهیم مشکلات فراوانی وجود دارد. موضوع بعدی قطعی برق است. قطعی برق برای واحدهای مسکونی، ممکن است مشکلات چندان به وجود نیاورد اما برای واحدهای صنعتی خسارت‌بار است. شما از هر کارشناسی سؤال کنید خواهد گفت وقتی یک ماشین به هر دلیل خاموش شود و بعد روشن، میزان خرابی افزایش می‌یابد. به همین دلیل است که در بسیاری از صنایع برای کاهش هزینه‌ها ماشین‌آلات در خط تولید در سه شیفت کار می‌کنند و به ندرت خاموش می‌شوند. حالا شما می‌خواهید هر هفته برق را قطع کنید، معلوم است که هزینه‌های تولید و قیمت تمام‌شده افزایش پیدا می‌کند.

وضع این دوره از نمایشگاه را چطور ارزیابی کردید؟

متأسفانه من اوضاع را خوب ندیدم. من چندین سال است که به این وضع انتقاد دارم چون بازدهی که باید داشته باشد، برای ما وجود نداشته است. درباره ساعت برگزاری که باید گفت خیلی بد بود. ساعت ۸ صبح تا ۳ بعداز ظهر، ساعت خوبی نیست. همه سرکار هستند. یا باید نمایشگاه از عصر شروع می‌شد یا زمان بهتری برای برگزاری باید انتخاب باشد. تازه ما سر زمان که سه‌شنبه تا جمعه انتخاب شد، کلی چک و چانه زدیم و کلی نامه‌نگاری کردیم چون اول زمان برگزاری شنبه تا سه‌شنبه بود. وقتی هزینه نمایشگاه این قدر زیاد است باید برگزاری آن در زمان مناسب باشد و امکانات مناسبی هم به مشارکت‌کنندگان داده شود. متأسفانه این نادیده گرفتن مشارکت‌کنندگان است.

تولید با کیفیت دستور کار ما است

اشاره

پنجره ایرانیان؛ شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره و صنایع وابسته تهران فرصتی بود تا تولیدکنندگان مختلف از استان‌های سراسر کشور، دور هم جمع شوند و جشنواره‌ای از تولید و خدمات در زمینه پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی را برگزار کنند. سالن ۳۸ در این نمایشگاه، بخش قابل توجهی از تولیدکنندگان محصولات استاندارد در این زمینه را در خود جای داده بود. غرفه رئال وین، یکی از غرفه‌های حاضر در این سالن بود.

«رئال وین» در اصل یک نام تجاری است که توسط «شرکت آروین فناوران صنعت ناب» به بازار عرضه شده است. شرکتی که در سال ۱۳۹۵ به ثبت رسیده و کار خود را از سال ۱۳۹۶ در زمینه تولید پروفیل‌های در و پنجره یوپی‌وی‌سی آغاز کرد و به قول «هادی باقری» مدیرعامل این شرکت: «طی این سال‌ها به یکی از تولیدکنندگان بنام در ایران تبدیل شد». باقری تاکید دارد: «رئال وین بر اساس استانداردهای روز دنیا، دارنده استاندارد اجباری ایران و ایزوهای مربوطه از TUV آلمان و همچنین ضمانت ۱۵ ساله محصولات در سطح کشور است. این شرکت با توجه به نیاز صنعت ساختمان در ایران، محصولات تولیدی خود را در چهار سری پنج کاناله، چهار کاناله، سه کاناله و کشویی تولید و روانه بازار می‌کند». آن‌طور که پیش از این هم در پنجره ایرانیان منتشر شده است: پنجره دوجداره طرح اُرسی (طرح سنتی) محصولاتی است که در مجموعه رئال وین عرضه می‌شود. پنجره طرح اُرسی یا پنجره طرح سنتی، همواره در معماری سنتی بخصوص در معماری ایرانی جایگاه ویژه‌ای داشته است و هنوز هم علاقه‌مندان خود را داشته و در بسیاری از ساختمان‌های نوساز نیز استفاده می‌شود». باید بر این موضوع تاکید داشت که با توجه به شرایط کشور، ضرورت کاهش مصرف انرژی و عایق‌بندی صوتی، استفاده از پنجره‌های دوجداره افزایش زیادی داشته و بیشتر ساختمان‌ها با این پنجره‌ها ساخته می‌شوند. از مهم‌ترین مزایای پنجره‌های یوپی‌وی‌سی، تنوع بالا در طراحی آن‌هاست و پنجره دوجداره طرح سنتی اُرسی نیز برای علاقه‌مندان به این سبک از طراحی فراهم شده است. در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره تهران، فرصتی دست داد تا در غرفه رئال وین حاضر شویم و با هادی باقری مدیرعامل این مجموعه گفت‌وگو کنیم. در ادامه مشرح این گفت‌وگوی رسانه‌ای آمده است:

یکی از مشکلاتی که برخی از کارشناسان در زمینه تولیدات پروفیل یوپی‌وی‌سی مطرح می‌شود وجود تعداد زیادی از تولیدکنندگان است که در آمارهای رسمی هم چنین بیان می‌شود که عرضه پروفیل یوپی‌وی‌سی از تقاضا به مراتب بیشتر است. اغین وضع چه تاثیری بر روند کارهای شما داشته است؟

ببینید! این‌هایی که می‌گویید آمارهای رسمی است که در واقعیت این‌گونه نیست. اگر منظور این است که زیرساخت‌های تولید مازاد است، ممکن است حرف درستی باشد اما بسیاری از این کارخانه‌ها یا پروانه‌های بهره‌برداری، در حال حاضر تولید ندارند و به دلیل مشکلات مختلفی که دارند، خط تولیدشان خوابیده‌اند. من معتقدم یکی از مشکلات اساسی که در این زمینه وجود دارد، این است که ما تولیدکنندگان پروفیل یوپی‌وی‌سی، امکان صادرات چندان نداریم و بسیاری از تولیدکنندگان نمی‌توانند در مقیاس درست و در مقدار بالا، صادر و به تبع آن تولید کنند. معتقدم اگر بحث صادرات حل شود و تمام ظرفیت تولید به کار گرفته شود، هم برای اهالی تولید و هم برای کشور، خوب است.



PDF Compressor Free Version



کیفیت و قیمت؛ من به عنوان یک مشتری تمایل دارم محصولی را با کیفیت بالا و قیمت کم در اختیار داشته باشم ...

دقیقا! ما در رئال وین داریم همین موضوع را عملی می کنیم. یعنی در حال تولید محصولی با کیفیت بالا و قیمت مناسب و ارائه آن به بازار هستیم. این موضوع نه تنها بحثی منفی نیست بلکه باعث پیشرفت مجموعه شده است.

ما در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی در و پنجره و صنایع وابسته آن در تهران هستیم. رئال وین با چه دستور کاری به این نمایشگاه آمده است؟

ما نه سال مستمر است که در نمایشگاه شرکت می کنیم. در طول این سال ها، هدف ما از حضور در نمایشگاه به عنوان یک اولویت، برندسازی است و علاوه بر آن حضور ما در نمایشگاه بر این اساس طراحی شده که باعث دلگرمی مشتریان باشند. ما در نمایشگاه حضور پیدا می کنیم که برنمان شناخته تر شود و بخشی از این تبلیغات وجود محصولات با کیفیت رئال وین است. نمایشگاه به ما کمک می کند که این ویژگی ها سینه به سینه به گوش تمام صنعت برسد.

اینکه شیوه های نوین هم برای کار شما قابل اجرا است یا خیر بحث من نیست اما سوال این است با همین تعریفی که از حضور در نمایشگاه دارید، نتیجه مناسبی گرفتید؟

بله خدا را شکر، نتیجه بسیار خوب بود. اما درباره شیوه های دیگر غیر از نمایشگاه که می فرمایید، هزینه بسیار بالایی دارد و هزینه تمام شده محصولات را افزایش می دهد که مغایر با سیاست های ما در رئال وین است.

همانطور که گفتید نه سال متوالی در نمایشگاه حاضر هستید؛ این نمایشگاه را چطور دیدید؟

متأسفانه یکی از ایرادات اصلی این نمایشگاه، هزینه های فوق العاده بالای آن بود. ما اعتراضاتی هم در این زمینه داشتیم که هر جا هم گله کردیم و شکایت داشتیم، کسی حرف ما را نشنید و حرفمان به جایی نرسید. شما در کشوری هستید که در آغاز سال، نام «جهش تولید با مشارکت مردم» برای انتخاب شده است. حالا سوال این است آیا با این شرایط چنین شعاری محقق خواهد شد؟ من بعید می دانم.

سوالات من تمام شد. اگر مطلبی باقی مانده که به نظر شما باید می پرسیدم یا نکته قابل تأکیدی وجود دارد، بفرمایید...

اول اینکه از مجموعه پنجره ایرانیان تشکر می کنم. دوما تأکید من همان هزینه های بالای نمایشگاهی است که باید برای آن فکری کرد و بدتر از آن پاسخ ندادن مسئولان به شکایت های تولیدکنندگان

شما در بازار رقابتی دارید که کار مشابه شما انجام می دهند و همان محصولات شما را تولید می کنند؛ همه تولیدکنندگان در اصل، دور یک میز نشسته اند؛ و هر کدام از بازار سهمی دارند. این سهم باید مناسب باشد چون اگر کمتر باشد دچار مشکل خواهد شد، سوال این است آیا سهم شما از بازار مشخص است یا خیر؟

بله! سهم ما از بازار کاملا مشخص است اما گفتن عدد و رقم آن خیلی کار درستی نیست. در بازار نه تنها سهم ما که سهم هر کدام از تولیدکنندگان حاضر در بازار، میزان تولید، فروش و... کاملا مشخص است.

منظورم این است در چنین بازاری رقابت به وجود می آید. با رقبا چه خواهید کرد؟

ما در این بازار یک حرف اصلی داریم، اینکه چیزی به نام رقیب نمی شناسیم؛ همه را همکار خود می دانیم و از حضور آن ها در بازار استقبال می کنیم؛ به این دلیل که تعدد تولیدکننده را مطمئنا باعث افزایش کیفیت می دانیم. این یک اصل در اقتصاد است که انحصار همیشه باعث رانت و فقدان کیفیت می شود. خوشبختانه در بازار پروفیل پوی وی سی انحصار وجود ندارد.

بله در این بازار، نه تنها انحصار نیست بلکه از آن طرف برخی محصولات بسیار کم کیفیت هستند، یعنی شما در بازار، پروفیلی را می بینید که فقط یک قوطی است. برخی از کارشناسان اعتقاد دارند امثال رئال وین که محصولات استاندارد تولید می کنند، کم کاری کرده اند که این محصولات بازار را فراگرفته اند. شما این نظر را قبول دارید یا خیر؟

نه به هیچ عنوان. بعید می دانم این نظر درست باشد. اینکه رئال وین محصولات استاندارد تولید می کند کاملا درست است اما به همان میزان هم بازار را پوشش می دهد اما واقعیت بازار این است هر محصولی با هر کیفیتی که تولید می شود، بازار خودش را دارد. در این بازار محصولاتی بسیار با کیفیتی وجود دارد که بازار بسیار خوبی دارند و محصولاتی هم با کیفیت نازل وجود دارد. اما اینکه قرار باشد وجود این کالا کنترل شود یکی از موضوعات اساسی، این است که باید نظارت ها در این حوزه بیشتر باشد. من معتقدم باید با این محصولات مقابله شود.

آنچه مشخص است، استاندارد همان طور که اطلاع دارید کف کیفیت است و باید بر آن تأکید کنیم؛ درست است؟

ببینید، این را باید عرض کنم در ایران ما متأسفانه در برخی موارد کیفیت ها را سطح بالا در نظر می گیرند که بسیاری از شرکت ها نمی توانند به این سطح از کیفیت برسند؛ نمونه اش استانداردهای خودرو است که گاهی در اخبار می بینید فلان شرکت بسیار معتبر هم نمی تواند استانداردهای کشور را پاس کند. در عین حال من معتقدم در برخی موارد هم اعطاف از خودمان نشان می دهیم و استانداردهای بسیار ضعیفی مصوب می کنیم. به هر حال به نظرم باید استانداردهایی درستی را در دست اجرا داشته باشیم و از آن مهم تر باید نظارت ها را افزایش داد و نه تنها در پروفیل، که در پنجره نیز استانداردهایی را لحاظ کرد و بر آن ها نظارت دائم و مستمر داشته باشیم.

فرض کنید من مشتری جدید هستم. از میان تعداد زیادی تولیدکننده در بازار اگر قرار باشد سراغ شما بیایم، باید ویژگی هایی داشته باشید. رئال وین چه ویژگی هایی دارد؟

سوال شما را با یک سوال پاسخ می دهم که فضا را شفاف تر کند. به نظر شما یک مشتری دنبال چه می گردد؟



کم‌خطرترین و کم‌خطاترین مشاوره‌ها را می‌دهیم

اشاره

پنجره ایرانیان؛ آن‌طور که علما و کارشناسان حوزه صنعت می‌گویند یک بخش مهم در این حوزه تسهیلگری است. به‌طور معمول در همه جای دنیا شرکت‌هایی فعال‌اند که در حوزه صنعت تسهیلگری می‌کنند. تاراز پلیمر ایرانیان از جمله این شرکت‌هاست که مطابق گفته مسئولان و مدیران آن، از سال ۹۳ شروع به فعالیت کرده است. مدیران تاراز پلیمر می‌گویند: نیاز صنعت‌گران و تولیدکنندگان برای مشاوره و تامین مواد اولیه مرغوب و باکیفیت با بهترین قیمت‌ها و عبور از تمرکزگرایی که قرار باشد همه چیز در پایتخت تمرکز پیدا کند، ما را بر آن داشت تا مجموعه تاراز پلیمر را در استان اصفهان تاسیس کنیم؛ به گفته آن‌ها: اکنون پس از سال‌ها کسب تجربه، نه تنها به عنوان شرکت بازرگانی بلکه به عنوان مجموعه‌ای دارای فکر و ایده برای تولید مواد اولیه مورد نیاز صنعت پلیمر در خدمت همه تلاشگران عرصه صنعت پلیمر ایران هستیم.

در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره و صنایع وابسته در تهران، فرصتی دست داد تا در غرفه تاراز پلیمر ایرانیان با شفق محمد فارسانی مدیر عامل گفت‌وگو کنیم که مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:



بهره‌وری و رفع موانع و مشکلاتی که در روند تولید وجود دارد، خدماتی داریم که در هر مورد به صورت جدا بررسی می‌کنیم و به صنعت‌گران، مشاوره می‌دهیم. موضوع سوم در مجموعه تاراز، تحقیق و توسعه است. ما در تاراز در موضوعات تولید و زیرساخت تولید تحقیقات کاملی داریم و بنا به نیاز تولیدکنندگان به آن‌ها در زمینه بهبود فرآیندها کمک می‌کنیم. بهبود زیرساخت‌هایی که از قبل بوده و به‌روزرسانی تجهیزات و ماشین‌آلات، تامین قالب‌ها، طراحی، مشاوره خرید ماشین‌آلات و تامین و واردات آن‌ها نیز بخش فرعی کار ما است.

این‌هایی که گفتید به‌طور طبیعی طیف زیادی از خدمات را در برمی‌گیرد. کمک به روند تولید و تامین مواد اولیه تا ماشین‌آلات. این‌ها طیف بسیار وسیعی است. سوال من به‌عنوان یک ناظر این است آیا این‌ها سخت نیست؟

خیر کار سختی نیست به این دلیل که ما در مجموعه تاراز کارها و اقدامات قابل انجام را دسته‌بندی کرده‌ایم. ما هم از نظر نیروی انسانی این تقسیم را کرده‌ایم و هم از نظر امکانات مجموعه تقسیم‌بندی مختص به هر زمینه فعالیت را داریم. به

ایده شکل‌گیری تاراز پلیمر از کجا شکل گرفت؟ امروز در این مجموعه چه می‌کنید؟

تاراز پلیمر ایرانیان، در اصل بر اساس نیاز صنعت‌گرانی که در استان اصفهان بودند شکل گرفت. این صنعت‌گران نیاز به خدماتی داشتند که باید در حالت عادی از پایتخت این خدمات را دریافت می‌کردند به همین دلیل بر آن شدیم تا مجموعه‌ای شکل بگیرد که بتواند نیاز این عزیزان را برطرف کند. ما در تاراز تمام اموری را انجام می‌دهیم که بتوانیم به‌واسطه آن به صنعت تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی کمک کنیم. بخش اول و اساسی کار ما تامین کالاهای موردنیاز صنعت از جمله مواد افزودنی و دیگر مواد اولیه برای تولید پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی است. تلاش ما این است که بتوانیم بهترین کالا و مواد اولیه را تهیه کنیم و در اختیار تولیدکنندگان قرار بدهیم. در این زمینه هم خدمات ما کامل است. شناخته‌ترین و کامل‌ترین سبد کالا را تامین می‌کنیم.

کار دیگری هم در مجموعه تاراز انجام می‌دهید؟

بله! موضوع دوم ما این است که در زمینه فرمولاسیون، بهبود و ارتقای خط تولید،

PDF Compressor Free Version



که می‌گویم منظور تمام مراحل مشاوره‌ای در زمینه خرید تجهیزات، ماشین‌آلات، قالب‌ها یا حتی پیش‌تر از آن نوع طراحی و مسیری که قراست طی شود تا کالا و مواد مورد نیاز به دستشان برسد تا مرحله پیاده‌سازی در محل استقرار کارخانه، یا آموزش نیروی انسانی و ... را کامل انجام داده‌ایم. به عنوان نمونه یکی از آن‌ها در جایی مستقر است که نیروی متخصص نداشت و ما نیرو را تامین کردیم و ... این‌ها مختص مقطع زمانی یک ساله نیست، سه سال زمان برده است اما پارسال این سه مجموعه تقریباً هم‌زمان، افتتاح شده‌اند. ما برای این مجموعه‌ها پشتیبانی و خدمات مشاوره‌ای شبانه‌روزی داریم که در مجموع نتیجه بسیار مثبت بوده است. این کار، بسیار چالشی و سنگین بود و خود مان هم گمان نمی‌کردیم بتوانیم هر سه پروژه را در یک زمان افتتاح کنیم.

باید تاکید کنم در این موفقیت خود مشتریان نیز سهیم هستند چون تجربه خود آن‌ها نیز در کنار ما بود و علاوه بر آن، شرکت‌های خارجی که با آن‌ها کار می‌کنیم نیز همراهی کامل داشتند. همه دست به دست هم دادیم تا با کمترین هزینه، کمترین مشکل و کمترین چالش‌ها امروز این عزیزان به چرخه پروفیل اضافه شدند.

تاراز پلیمر، شعار هم دارد؟

بله شعار ما این است: بهترین‌ها را از ما بخواهید

می‌دانید چرا این سوال را پرسیدم چون تصور می‌کردم شعارتان درباره امنیت خاطر باشد ...

تصورتان درست بوده که امنیت خاطر در همین شعار نهفته است و وقتی ما به همه می‌گوییم بهترین‌ها را از ما بخواهید یعنی ما آن‌قدر به کار خودمان ایمان داریم و تجربه هم همین را تایید می‌کند که به کلیه مشتریان می‌گوییم چیزی غیر از بهترین را از ما انتظار نداشته باشید. یعنی ما خودمان را جای مشتری می‌گذاریم و به او تاکید داریم که خدمات ارائه شده در تاراز پلیمر به مرحله‌ای رسیده که شما غیر از بهترین‌ها، انتظار دیگری نمی‌توانید از ما داشته باشید.

این معنا که قرار نیست همه کارها را یک نفر یا چند نفر انجام دهند بلکه تقسیماتی وجود دارد که گروه‌های تخصصی امور را در هر زمینه بر عهده می‌گیرند.

توفیقی هم در زمینه خدماتی که می‌دهید، داشته‌اید...

قطعاً همین‌طور است، موضوعی که باعث شده ما در این زمینه موفق باشیم این است مجموعه تاراز پلیمر ایرانیان از سال ۱۳۹۳ که فعالیت خود را آغاز کرد به‌صورت تخصصی در بخش تامین کالا و مواد اولیه ورود کرده بود. در آن زمان از راس مدیریت شرکت تا ذیل همه کسانی بودند که در بخش تامین مواد اولیه، کارشناس بودند. با این حال سال‌های بعد که دامنه خدمات گسترش پیدا کرد، به همان نسبت افراد متخصص دیگر که در بخش‌های تولید، فرمولاسیون و ... به صورت تخصصی کار کرده بودند و تجربه علمی و پیشینه آکادمیک هم داشتند و علاوه بر آن، در مجموعه‌های تولیدی هم فعالیت داشتند و تجربه کافی اندوخته بودند و بعد هم به ما اضافه شدند. علاوه بر آن، ما منابع خارجی اصلی داریم که به طور تخصصی در زمینه ماشین‌آلات، در بخش قالب، میکسرها و ... کار کرده‌اند و آن‌ها هستند که در کنار متخصصین ما قرار می‌گیرند تا بتوانیم مشاوره‌ای امن ارائه دهیم. کسی که ما برای مشاوره به ما رجوع می‌کند، هرچند یک نفر روبه‌رویش نشست که خودش کوله‌باری از تجربه است اما در تمام زمینه‌ها، یک تیم کامل پشتش قرار دارد به همین دلیل ما ادعا داریم همیشه سعی می‌کنیم کم‌خطرترین و کم‌خطراتین مشاوره را به مشتری بدهیم.

احتمالاً در مجموعه تاراز پلیمر مواد موفق هم از این مشاوره‌ها وجود دارد؟

بله همین‌طور است. ما سال پیش وقتی در نمایشگاه با هم گفت‌وگو کردیم این موضوع را طرح نکردیم. دلیل هم این بود که مشتریان انتظارات خاصی از داشتند و نمی‌خواستند آن زمان موضوع طرح شود اما باید عرض کنم که ما از سال پیش تا اکنون، توانستیم سه کارخانه را از صفر تا صد راه‌اندازی کنیم. صفر تا صد



آکپا بر مدار خواست مشتریان حرکت می کند

اشاره

پنجره ایرانیان؛ غلامرضا حکیمی مدیر عامل آکپا ایران می گوید: شرکت آکپا ایران تولیدکننده انواع پروفیل های اختصاصی آلومینیوم (نرمال و ترمال بریک) و رنگ کاری فلزات به روش های الکترواستاتیک (پودری)، دکورال و آنادایزینگ در سال ۱۳۸۷ در شهرک سرمایه گذاری خارجی و با سرمایه گذاری بخش خصوصی و مشارکت شرکت آکپای ترکیه به بهره برداری رسید.

او ادامه داد: طی این چند سال به عنوان برند مطرح در کل کشور شناخته شده ایم و در زمینه تولید پروفیل ساختمانی فعالیت کرده ایم. شرکت آکپا ایران را می توان در زمره موفق ترین تولیدکنندگان پروفیل های آلومینیومی در ایران دانست که با استفاده از گنجینه علمی و تجربی مدیران خود و اتکاء بر سیاست مشتری مداری و ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی توانسته است در کوتاه ترین مدت، بیشترین حجم تولید پروفیل های اختصاصی آلومینیوم کشور را به خود اختصاص دهد، به طوری که امروزه شاهد افزایش ۷۰۰ درصدی توان تولید نسبت به زمان بهره برداری هستیم....

فرصتی دست داد تا در روزهای برگزاری نمایشگاه درو پنجره تهران، با مدیر عامل آکپا به گفت و گو بنشینیم که حاصل این گفت و گو در ادامه آمده است:



پنجره ها یوپی وی سی باشد دیگر پنجره ها به درد نمی خورد اما اگر در ساختمان شما، پنجره آلومینیومی استفاده شده باشد با پایان یافتن عمر ساختمان می توانید آن پنجره ها را دست کم به قیمت روز آلومینیوم خام به فروش برسانید. مزیت بعدی، تنوع بسیار زیاد محصول در صنعت آلومینیوم و پنجره های آلومینیومی است. شما در رنگبندی پروفیل های یوپی وی سی، محدودیت دارید اما در صنعت آلومینیوم چنین محدودیتی وجود ندارد. مساله بعدی این است که پروفیل های یوپی وی سی برای پنجره های با ابعاد بزرگ عملاً کاربرد ندارند اما پروفیل های آلومینیومی چنین محدودیتی ندارند. مساله بعدی زیبایی خاص پروفیل های آلومینیومی است. در حال حاضر در دنیا به دلیل استفاده زیاد نور در معماری، پنجره های قدی و بزرگ مرسوم شده است. این پنجره ها در تمام دنیا بیشتر با پروفیل آلومینیومی ساخته می شود و امکان ساخت آن ها با پروفیل های یوپی وی سی کم است.

بخشی از آنچه گفتید مربوط به کل صنعت آلومینیوم است یعنی اینکه صنعت آلومینیوم تبلیغاتی کرده یا به قول شما آگاهی رسانی هایی کرده تا مشتری بداند پروفیل های آلومینیومی به صرفه تر است ما اختصاصاً از جنابعالی می پرسیم آکپا برای این موضوع چه اقداماتی انجام داده است؟

یادتان باشد زمانی بخش زیادی از مردم ایران، تلویزیون استفاده می کردند اما اکنون بیشتر آن ها اطلاعات خود را از فضای مجازی کسب می کنند و برخی حتی در فضای مجازی زندگی می کنند. یعنی در جریان مراجع اطلاع رسانی و آگاهی تغییرات فرهنگی به وجود آمده است. یکی از شیوه هایی که ما برگزیدیم به ویژه برای مخاطبان خاص مان که معماران و مهندسان ساختمان هستند این بوده که از طریق فضای مجازی اطلاعات مناسبی برای معرفی پروفیل های آلومینیومی (که در ساخت در و پنجره استفاده می شود) در اختیار آن ها قرار داده ایم و توانستیم آن ها را به استفاده از پروفیل های آلومینیومی و درو پنجره هایی

احتمالاً شما بهتر از من می دانید بعد از اینکه درو پنجره های آلومینیومی روی بورس بود، از اواسط دهه ۸۰، بازار به سمت استفاده از پروفیل های یوپی وی سی رفت و جایگزین پروفیل های آلومینیومی شد؛ قاعدتاً در اقتصاد وقتی کالایی به عنوان کالای جایگزین تعریف می شود، بازار کالای اصلی مختل خواهد شد. شما برای حفظ بازار خود از آن زمان تا کنون چه کردید؟

بله همین طور است که می گوید. متأسفانه در مقطعی وقتی صحبت از پنجره دو جداره شد، به دلیل تبلیغاتی که انجام می شد، همه گمان می کردند پنجره دو جداره یعنی پنجره ای که با پروفیل یوپی وی سی ساخته شده باشد. آن زمان که ما شروع کردیم، سیستم های کورنت و آلومینیوم های معمولی، رونق داشت و خوشبختانه تلاشی که در این چند سال انجام شده، باعث شد کارفرمایانی که از سیستم های دو جداره آلومینیونی اطلاعی نداشتند، کم کم به این سمت رغبت پیدا کنند.

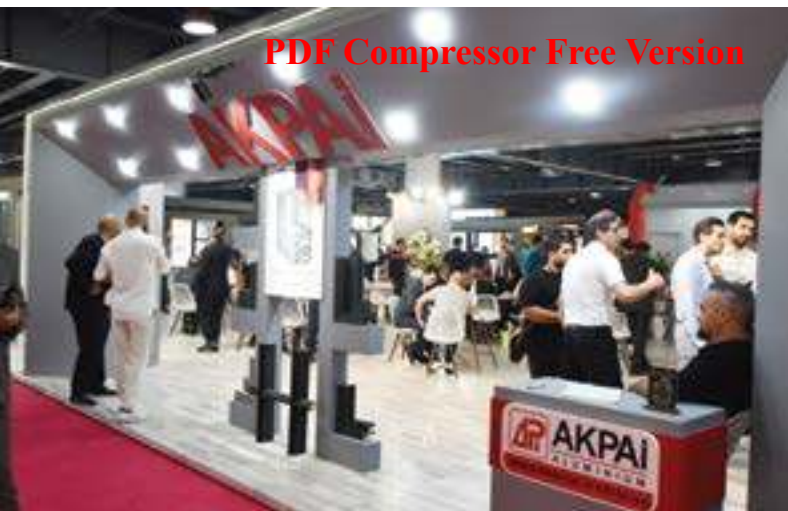
چه چیزی باعث رغبت آن ها به بازار پروفیل های آلومینیومی شد؟

شیوه های مختلفی در این زمینه وجود داشت که بسیاری از همکاران از آن استفاده کردند. ما هم از این شیوه ها استفاده کرده ایم؛ به عنوان مثال، در این مدت نمایشگاه های زیادی شرکت کردیم و به موازات آن در سمینارها، همایش ها و کنفرانس های مختلف حضور یافتیم تا بتوانیم معرفی درست و مناسبی از این محصول داشته باشیم و خوشبختانه این مسیر به ما کمک کرد تا بتوانیم محصول را به کارفرمایان به درستی معرفی کنیم.

سیستم آلومینیومی چه مزایایی در برابر سیستم یوپی وی سی دارد که توانستیم بخشی از کارفرمایان را به استفاده از آن ترغیب کنید؟

مزایای این سیستم متعدد است. یکی از آن ها ایجاد ارزش افزوده است. وقتی ساختمانی عمرش به پایان برسد یا اگر قرار باشد پنجره های ساختمان را تعویض کنید، در صورتی که

PDF Compressor Free Version



از فروش جبران می‌کنیم.

یکی از سوالاتی که تولیدکنندگان صنعتی داریم این است که نمایشگاه چه کمکی به صنعت شما کرده است؟

ما در نمایشگاه‌های مختلفی شرکت کرده‌ایم به ویژه در نمایشگاه صنعت ساختمان و دروینجره تهران. یکی از اهداف اصلی ما در این نمایشگاه‌ها این است که رونمایی محصولاتمان را در نمایشگاه انجام می‌دهیم. به نظر من نمایشگاه بستری مناسب برای این کار است به این دلیل که هم مشتریان حضور دارند و هم همکاران مختلف در بخش‌ها و زیر بخش‌های صنعت دروینجره؛ بنابراین اگر شرکتی بتواند رونمایی محصولش را در بستر نمایشگاه انجام دهد به خودی خود یک افتخار برای او به حساب می‌آید. ما این اقدام را انجام داده‌ایم.

اگر بخواهید مقایسه کنید، این دوره نمایشگاه را چطور ارزیابی می‌کنید؟

نمایشگاه در مجموع بد نبود و برگزاری آن ایراد خیلی بزرگی نداشت که قرار باشد کل نمایشگاه را به چالش بکشد اما یکی از مشکلاتی که برای ما وجود داشت ساعت برگزاری نمایشگاه بود. ما به این دلیل که از شهرستان آمده‌ایم این موضوع به به عنوان یک دغدغه برآیمان مطرح بود. به نظر من شروع نمایشگاه از ساعت ۸ یکی از ایرادات نمایشگاه به حساب می‌آمد اما در بقیه موارد من از نمایشگاه راضی هستم.

محصول جدیدی هم برای رونمایی به نمایشگاه آورده‌اید؟

بله ما سه سیستم جدید به نمایشگاه آورده‌ایم. یکی پنجره و کیوم که برای نخستین بار در خاورمیانه تولید شده است. دیگری سیستم مونوریل داخل بازشو است که آن را نیز در این نمایشگاه رونمایی کردیم. سیستم شاتر را نیز اسمال رونمایی کردیم.

به عنوان سخن پایانی اگر مطلبی باقی مانده بفرمایید...

خیر از شما و همکارانتان تشکر می‌کنم.



که با این پروفیل‌ها ساخته می‌شود، ترغیب کنیم اما امروز علاوه بر آنچه که در فضای مجازی انجام می‌دهیم به این نتیجه رسیده‌ایم که یکی از شیوه‌های اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات، آگاهی‌رسانی چهره‌به‌چهره است در این شیوه هر کدام از مشتریان که از محصولاتی استفاده می‌کنند، در صورت رضایت، آن را به دیگران معرفی می‌کنند؛ خوشبختانه تاکنون این اتفاق افتاده و با هر کدام از مشتریان که همکاری کرده‌ایم، آن‌ها، مجموعه ما را به شرکت‌های دیگر معرفی کرده‌اند. یکی دیگر از شیوه‌های ما همانطور که عرض کردم، حضور در نمایشگاه‌ها بوده است. همان‌طور که ملاحظه می‌فرمایید در جریان برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروینجره تهران بازدیدکنندگان زیادی به نمایشگاه آمده‌اند، که بیشتر آن‌ها مهندسین و معماران هستند. آن‌ها در زمان بازدید از نمایشگاه اطلاعاتی کسب می‌کنند و آموزش‌هایی می‌بینند و سیستم‌های جدید را از نزدیک مشاهده می‌کنند و با تکمیل اطلاعات خود رغبت بیشتری پیدا می‌کنند تا از پروفیل‌های آلومینیومی استفاده کنند.

یکی از سوالات این است که شما برای ساماندهی بازاری که رقبایان نیز در آن حضور دارند چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

واقعیت این است که چون اکپا یکی از پیشگامان و تولیدی‌های پیشرو در صنعت پروفیل آلومینیومی ساختمان است، رقیب جدی خود در بازار ایران نمی‌بیند. بر این موضوع شرکت همکار اکپا در ترکیه نیز تاکید دارد. اما یک رویه‌ای در شرکت وجود دارد حتی شریک تجاری ما در ترکیه که شاید بیش از ۱۰ شرکت مطرح و قدر در ترکیه وجود دارد، تعاملاتی با آن‌ها برقرار کرده است. ما نیز مسیری را طراحی کرده‌ایم و برای رسیدن به اهدافمان در این مسیر در حال حرکت هستیم. ممکن است شرکت‌هایی باشند که از اکپا الگوبرداری کرده باشند اما ما در مسیر تولید با کیفیت، افزایش محصول و تنوع آن در حال تلاش هستیم.

مزیت خاص مجموعه اکپا نسبت به سایر رقبا چیست؟

اکپا دو سه ویژگی و مزیت مختص به خود دارد. همان‌طور که احتمالاً در بازدید از کارخانه، ممکن است دیده باشید یکی از ویژگی‌های ما این است که ماده اولیه ما شمش است یعنی تمام تولیدات ما از ماده اولیه دست اول است. ما به هیچ عنوان از ضایعات در تولید استفاده نمی‌کنیم. این ویژگی باعث می‌شود که سختی پروفیل همیشه بالا باشد که ارتباط مستقیمی با کیفیت پروفیل دارد. مضاف بر آن مقاطعی که پیش از این ما تولید می‌کردیم، از ترکیه وارد می‌شد اما در حال حاضر با مشارکت اکپای ترکیه، آن‌ها را در داخل تولید می‌کنیم. ما مقاطع پروفیل‌ها را به روز کردیم. موضوع بعدی به رنگ پروفیل‌ها مربوط می‌شود. ما کیفیت آنادایزمان بسیار بالاست. موضوع بعدی مربوط به لیبیل یا باندی است که روی پروفیل‌ها کشیده می‌شود کیفیت این بخش نیز بسیار بالاست. همه این‌ها مواردی است که دست به دست هم داده و توانسته محصولی را با کیفیت بسیار مناسب در اختیار مشتری قرار دهد. جالب است بدانید در تمام نمایشگاه‌هایی که شرکت کردیم تاکنون هیچ نارضایتی از مشتریان دریافت نکرده‌ایم و همیشه اکپا در زمینه‌ای کیفیت حرف اول را زده است.

به هر حال خط تولید، محصولی از ماشین و نیروی انسانی است. هر چقدر که کیفیت محصولات اکپا بالا باشد باز ممکن است که نیروی انسانی خطا کند؛ اگر چنین اتفاقی افتاد چه می‌کنید؟

بله من هم این را می‌پذیرم و حرف درستی می‌زنید اما بخش خدمات پس از فروش برای موارد این چنینی تدارک دیده شده تا اگر احیاناً از محل اقدامات نیروی انسانی خطاهایی صورت گرفت، جبران شود. شما به کارخانه بنز هم که تشریف ببرید، این بخش فعال است یعنی اینکه احتمال خطای انسانی در جریان تولید وجود دارد. مهم این است که یک مجموعه تولیدی خدمات پس از فروش مناسبی داشته باشد تا بتواند حداکثر رضایت را در مشتری ایجاد کند. بر همین اساس تاکید می‌کنم، در سراسر ایران اگر محصولات ما دارای مشکل باشد، مشتریان می‌توانند به نمایندگی‌های ما در سراسر کشور یا به کارخانه مراجعه و ایرادهای احتمالی را رفع کنند. رفع ایراد در اکپا خارج از نوبت انجام می‌شود و زمانبندی تحویل محصول برای این گروه از مشتریان زمانبندی معمول نیست.

آماری از این خدمات که به مشتریان داده شده است، دارید؟

بله! ما رقم عودتی بسیار ناچیز داریم. اکپا در سال حدود ۱۳ تا ۱۴ هزار تن تولید می‌کند اما عودتی‌اش، کمتر از ۵ تن است. ما در روند تولید و در خط تولید دقت بسیار زیادی داریم و اگر محصولی را دارای ایراد ببینیم، از خط خارج و لیبیل زده نمی‌شود اما همانطور که گفتید ممکن است خطای انسانی موجب برخی از نارسایی‌ها شود که آن را در بخش خدمات بعد

روی ریل پیشرفت قرار داریم

اشاره

پنجره ایرانیان؛ یکی از ویژگی‌های برگزاری نمایشگاه آن طور که کارشناسان حوزه بازار و اهالی صنعت می‌گویند این است که دست کم سالی یکبار، اهالی یک صنعت دور هم جمع می‌شوند و دید و بازدیدها رونق می‌گیرد. در میان شرکت‌هایی که در نمایشگاه حاضر بودند، شرکت آلتون وین به همان دلیل قبلی، توجه را جلب می‌کند. اینکه روی نشان شرکت، نقشی از دریاچه ارومیه هنوز وجود دارد و توجه تمام آنهایی که دغدغه محیط زیست را دارند، جلب می‌کند. خوب در یاد مانده که آقای امیدنیسا مدیرعامل آلتون تجارت که با آلتون وین در صنعت تولید پروفیل، شناخته می‌شود، در تبریز گفته بود: به این دلیل که به موضوعات محیط زیستی توجه داشتیم، در علامت تجاری شرکت، شکل دریاچه ارومیه را قرار دادم تا پیام حمایت ما از محیط زیست باشد. نمایشگاه صنعت دروینجره تهران این فرصت را دوباره ایجاد کرد تا با «رضا امیدنیسا» مرد شماره یک شرکت آلتون وین دیدار کنیم. او با روی گشاده در غرفه این شرکت ما را پذیرفت و از اوضاع و احوال مجموعه تحت مدیریتش با او به گپ و گفت نشستیم. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:



بسیار بالایی دارد و در مواقعی از سال حتی دما به حدود ۵۰ درجه هم می‌رسد. نمایندگی ما در استان خوزستان و در شهر اهواز بسیار از استقبال مشتریان رازی است و در روزهای برگزاری این نمایشگاه خوبی از مناطق مختلف کشور داشته‌ایم به عنوان نمونه افرادی از استان خراسان و شهر مشهد درخواست نمایندگی داشته‌اند و دوباره نیز از اهواز درخواست نمایندگی داشته‌ایم. در مجموع می‌خواهم عرض کنم که از مجموعه آلتون وین استقبال خوبی شده است و این استقبال روند رو به رشد دارد.

به نظر می‌رسد که در نمایشگاه روزهای شلوغی داشته‌اید؟

خوشبختانه همین‌طور است. یکی از نکاتی که در نمایشگاه برایم جالب بود این است که یک روز در غرفه نشستیم و ناگهان دیدم آقای معاون وزیر صمت که برای بازدید از نمایشگاه آمده بود، خیلی ناگهانی بدون هیچ اطلاعی به غرفه ما سر زد و مدت نسبتاً طولانی هم در غرفه ماند. من از این موضوع به آن دلیل خوشحال شدم که نشان می‌دهد آلتون وین در نمایشگاه هم جا افتاده است و غرفه آن طور است که دیده می‌شود. در مجموع می‌خواهم بگویم به آینده آلتون وین بسیار امیدوار هستم و تولیدات آن بازار کشور را خواهد گرفت. به ویژه اسپیسرها. در ادامه سوال اول‌تان این را هم عرض کنم که ما در این مدت سایزها و اندازه‌های مختلف اسپیسرها را تکمیل کرده‌ایم. همانطور که می‌دانید در ایران تعداد تولید کنندگان اسپیسر بسیار کم است و ما می‌توانیم در این حوزه موفقیت‌های زیادی داشته باشیم. آن روز که در تبریز با هم صحبت می‌کردیم، سید کالایی ما در زمینه اسپیسرها بد نبود اما امروز این سید کامل شده است. امروز اگر مشتری به ما مراجعه کند

ما یک بار در تبریز با هم مصاحبه کردیم آن روز شما توضیحاتی درباره آلتون وین دادید سوال من اکنون این است از آن روز تا امروز چه تغییراتی در آلتون وین انجام شده است؟

بله! هنوز هم صحبت‌های آن روز را در ذهن دارم که توضیحات کاملی درباره کارکرد آلتون وین ارائه کردم اما دیگر به عقب بازمی‌گردم و می‌خواهم خدمتان عرض کنم که از آن روز تا امروز چه اتفاقی افتاده است. یکی از بزرگترین تغییراتی که در آلتون وین رقم خورده این است که توانسته‌ایم یک آزمایشگاه مناسب در این مجموعه تأسیس کنیم. آزمایشگاهی که در زمینه کنترل کیفیت، جز آزمایشگاه‌های سرآمد کشور است. اخیراً هم اقداماتی شده تا این آزمایشگاه، به عنوان یکی از آزمایشگاه‌های همکار سازمان استاندارد ادامه کار دهد. همه این‌ها برای این انجام شده است تا ما بتوانیم رویه‌ها و شیوه‌هایی را برگزینیم که بر اساس آن محصولی با کیفیت مناسب به دست مشتریان و هم‌وطنان عزیزمان برسد. همانطور که قبلاً هم عرض کردم، ما غیر از پروفیل پوی‌وی‌سی و اسپیسرهایی که در آلتون وین تولید می‌کنیم، به تازگی شروع به تولید قفل سرویس کرده‌ایم که در همین ماه روانه بازار شده و اکنون می‌توانید آن را در همین نمایشگاه نیز ببینید که خدا را شکر استقبال بسیار خوبی از این محصول شده است. خوشبختانه پروفیل آلتون در این مدت که وارد بازار شده است در شمال و جنوب غرب با استقبال بسیار خوبی مواجه شده است. بخشی از تولیدات ما مدت زیادی است که در استان خوزستان و به ویژه در شهر اهواز استفاده می‌شود؛ یعنی در منطقه‌ای جغرافیایی که بخش زیادی از سال، دمای



PDF Compressor Free Version

در تمامی اندازه‌ها، از سایز ۶ تا سایز ۲۸ تولید داریم.

یکی از موضوعاتی که تاکید داشتید کیفیت محصول بود. این موضوع هنوز هم در دستور کار شما قرار دارد؟

بله. یاد تان نرود که در زمینه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی یک بخشی آشکار وجود دارد که در منظر و دید مشتریان است. اما بخش مهم‌تر آن قسمتی است که از دید مشتریان پنهان است و مربوط به روند تولید محصول است که بیشتر به استفاده از مواد اولیه مرغوب و مناسب ارتباط پیدا می‌کند. در پروفیل یوپی‌وی‌سی افزودنی‌های مورد نیاز در روند تولید، دارای اهمیت فراوان هستند که مستقیماً بر کیفیت پروفیل تاثیر دارد. بر ثبات رنگ، شکنندگی و ...! ما در آلتون‌وین افزودنی‌ها را که پیش‌تر در بورس عرضه می‌شد، خودمان به صورت مستقیم از ترکیه وارد می‌کنیم. محصولاتی که خریداری می‌شوند نیز از بهترین شرکت‌های تولید کننده تهیه می‌شوند و در روند تولید محصولات آلتون‌وین از آن استفاده می‌شود. ما در حال حاضر تمام مواد اولیه را از برندهای معتبر دنیا تهیه می‌کنیم.

مثل شما کسانی هم هستند که تولید می‌کنند و طبیعی است آنها می‌توانند سهم شما را از بازار، محدود کنند. برای حفظ سهم خود چه کرده‌اید؟

ببینید! در بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی یکی از مهمترین مسائل کیفیت است. این موضوع چگونه قابل اثبات است؟ حداقل با داشتن استاندارد. این گزینه نشان می‌دهد که تولیدات شما از حداقل‌های کیفیت برخوردار است. آلتون‌وین دارای نشان استاندارد است و این در میان سیل زیادی از تولیدات بی‌کیفیت خودش به عنوان یک شاخص به حساب می‌آید که می‌تواند بخشی از بازار را به ما جذب کند. ما محصولی را روانه بازار کرده‌ایم که در قیاس بین کیفیت و قیمت، جایگاه بسیار خوبی دارد. همین عامل باعث می‌شود که بتوانیم سهم خودمان را در بازار حفظ کنیم. مشتریان ما توان مقایسه محصولات تولید شده در بازار را با محصول ما دارند بنابراین وقتی تمایل به همکاری با ما دارند و این همکاری به صورت مستمر ادامه دارد یعنی اینکه در میان تولید کننده متعدد و مختلف بازار، دست به انتخابی زده‌اند که آن انتخاب می‌تواند منافع آنها را در مقیاس با هزینه‌ای که می‌کنند حفظ کند و این مهم‌ترین مشخصه‌ای است که می‌تواند بر حفظ بازار ما تاکید داشته باشد.

در شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره حاضر هستید. این نمایشگاه چگونه بود به نظر شما، برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی، به درد صنعت می‌خورد؟

آن طور که در خاطرم هست، سال‌های دورتر نمایشگاه باکیفیت بسیار مناسب برگزار می‌شد یعنی تمام آن ویژگی‌هایی که ما به عنوان تولید کننده از نمایشگاه انتظار داشتیم، برآورده می‌شد. متأسفانه چند سالی شاید به دلیل شیوع کرونا یا هر چیز دیگر، نمایشگاه‌ها از کیفیت چندانی برخوردار نبود اما امسال روند رو به رشدی را در برگزاری نمایشگاه مشاهده می‌کنیم. من به نوبه خودم از این دوره نمایشگاه راضی هستم. به نظرم استقبال مناسب بود و ما توانستیم در روزهای برگزاری نمایشگاه ارتباط‌های بسیار خوبی را با مشتریان و ذینفعان صنعت در و پنجره برقرار کنیم.

اگر شما برگزار کننده بودید، چه کار می‌کردید که نمایشگاه بهتر برگزار شود؟

اگر چنین بود، من به عنوان برگزار کننده شرایطی را اتخاذ می‌کردم که بتوانم حمایت بیشتری را از سوی ارکان مختلف موثر در تولید از مشارکت کنندگان و غرفه‌داران جلب

کنم. تولید کنندگان با توجه به شرایط امروز جامعه در خط مقدم جنگ اقتصادی قرار دارند بنابراین نیازمند این هستند که حمایت و پشتیبانی شوند همانگونه که شما از سربازی که در خط مقدم می‌جنگد، دفاع و حمایت می‌کنید باید از حاضران در خط مقدم جنگ اقتصادی نیز حمایت کنید. به ویژه در سال‌های اخیر که همیشه مساله تولید ملی به عنوان یکی از مسائل اساسی در کشور مطرح بوده است بنابراین معتقدم در نمایشگاه‌ها که تولید کنندگان حاضر هستند باید بیشترین حمایت انجام شود. به هر حال یک چاه‌های نفت در این کشور ته خواهد کشید آن روز این تولید است که کشور را حفظ خواهد کرد بنابراین با حمایت از تولید کننده باید آینده کشور را تضمین کنیم. من بر این موضوع اشراف دارم هر قدر که تولید کننده زیاد باشد و شرکت‌ها و تولید کنندگان مطرح در نمایشگاه حضور داشته باشند اعتبار نمایشگاه افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین من زمینه حضور آنها را فراهم می‌کردم.

سوالات من تمام شده است اگر گمان می‌کنید در طول مصاحبه سوالی را باید می‌پرسیدم و نپرسیدم یا نکته‌ای وجود دارد که می‌خواهید تاکید کنید بفرمایید

ضمن تشکر از شما تاکید من این است که مجموعه ما با شیب مناسبی در حال پیشرفت است. ما معتقد هستیم که روی ریل پیشرفت قرار داریم که می‌توانیم به واسطه اعتماد مشتریان عزیز، آهسته و پیوسته پیش برویم.



پروفیل جدید در راه است

اشاره

پنجره ایرانیان؛ آن طور که در سوابق شرکت آلتین پلیمر ایرانیان آمده، این شرکت در سال ۱۳۹۲ ثبت شده و فعالیت خود را در زمینه تولید پروفیل‌های دروپنجره یوپی‌وی‌سی با برندهای «اوروین» و «آلتین پروفیل» آغاز کرده است. آلتین پلیمر ایرانیان فعالیت خود را با تولید پروفیل‌های سری لولایی آغاز کرد و هم‌زمان خط تولید لاستیک‌های درزگیر دوجزئی را نیز به خطوط تولیدش افزود. به گفته مدیر عامل آلتین پلیمر ایرانیان: این مجموعه برای تکمیل محصولات خود تولید پروفیل‌های سری کشویی را نیز در سال ۱۳۹۹ آغاز کرد و پس از آن نیز پروفیل‌های پوشش سقف پارکینگ نیز به سبد محصولات این مجموعه اضافه شده است.

از ویژگی‌های این مجموعه صنعتی آزمایشگاه کنترل کیفی آن است که با داشتن دستگاه‌های مختلف تست پروفیل، قادر به انجام کلیه آزمون‌های مربوطه است، شرکت آلتین پلیمر ایرانیان علاوه بر نشان استاندارد ملی موفق به دریافت گواهی ISO9001 و CE اروپا نیز شده است.

در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره، فرصتی دست داد تا با رضا حسینی، مدیر عامل این مجموعه به گفت‌وگو بنشینیم، مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:

اگر موافق باشید برای آغاز بحث درباره مجموعه آلتین پلیمر ایرانیان صحبت کنیم. خوب است پاسخ این سوال که چه می‌کنید را از زبان خودتان بشنویم...

مجموعه آلتین پولیمر ایرانیان، مجموعه ناشناخته‌ای نیست و بیشتر اهالی صنعت با آن آشنا هستند. ما در زمینه تولید پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی و گالوانیزه‌های تقویتی فعالیت داریم. پروفیل‌های ما از نظر کیفیت پروفیل‌های مناسبی هستند و از همان آغاز تولید نیز سعی‌مان همیشه بر این بوده است تا تولیداتمان دارای کیفیت خوبی باشد. ما در آلتین پولیمر ایرانیان بیش از هر چیز به شان برندی که با آن تولید



می‌کنیم می‌اندیشیم به همین دلیل تمام سعی‌مان این است بیشتر، کیفیت محصول را در نظر بگیریم تا عواید مادی و سودی که از تولید و فروش آن حاصل می‌شود. مادر دوره اخیر تلاش کرده‌ایم تا بتوانیم در ابعاد مختلف مجموعه را توسعه دهیم.

این توسعه در چه زمینه‌هایی بوده است؟

هر آنچه که در ارتباط با بهبود کیفیت و ارتقای سطح تولید باشد. به عنوان نمونه یکی از زمینه‌ها این بوده است که توانسته‌ایم قالب‌هایمان را توسعه دهیم و قالب‌های جدیدی وارد چرخه تولید کنیم. ما تعداد قالب‌ها را افزایش داده‌ایم و قالب‌های کمکی در چرخه تولید را تکمیل کرده‌ایم. علاوه بر آن قالبی برای سقف



PDF Compressor Free Version



شرکت کرده‌اید درست است؟

بله ما ۴ سال پیش و قبل از آن، در تمام دوره‌ها حضور داشتیم و همواره در نمایشگاه‌ها شرکت می‌کردیم اما به این دلیل که در مقطعی نمایشگاه را ضعف می‌دیدیم و پاسخ مناسبی هم دریافت نمی‌کردیم، از حضور در نمایشگاه منصرف شدیم البته معتقدم شاید تقصیر برگزار کنندگان نمایشگاه‌ها نبوده است بلکه بازار در شرایطی بوده که استقبال کافی از محصولات نمی‌شد.

خوب با تجربه‌ای که از حضور در نمایشگاه، از سنوات قبل دارید، اگر بخواهید مقایسه کنید این دوره با دوره‌های پیش چه تفاوت‌هایی داشت؟
ما چهار سال است در نمایشگاه حضور پیدا نکردیم. در این دوره‌هایی که نبودیم، به نظر می‌رسید نمایشگاه ضعیف برگزار شده است. آخرین بار ۴ سال قبل در نمایشگاه شرکت کرده بودم و اگر قرار باشد این نمایشگاه با نمایشگاه ۴ سال قبل را مقایسه کنم، خواهم گفت در این دوره برگزاری مناسب‌تر بوده است و آنطور که در روزهای برگزار مشاهده کردیم، استقبال هر روز از روز قبل بیشتر شد و این نکته مثبتی است.

مرسوم است که تولیدکنندگان در هر دوره از نمایشگاه، محصول جدید ارائه می‌کنند. شما چه محصولی به نمایشگاه آورده‌اید؟

ما در این دوره، تنوع لمینت‌های مان را بالا برده‌ایم و مهمتر از همه، موجودیمان را که یکی از پارامترهای بسیار مهم است، افزایش داده‌ایم. علاوه بر آن، پروفیل کمکی به بازار آورده‌ایم که البته برای سقف پارکینگ‌ها استفاده می‌شود. یک قالب دیگری که جدید است و در حال کار روی آن هستیم و از نظر خودمان، خاص است طوری که در کشور وجود ندارد؛ به زودی به بازار خواهد آمد. این پروفیل تنوع رنگ بالایی دارد و دو لایه است که تاکنون در صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی، سابقه نداشته است. امیدوارم به زودی مراحل مختلف تولید آن تمام شود و به صورت انبوه بتوانیم آن را تولید کنیم.

اگر مطلبی باقیمانده است که در طول این گفت‌وگو به آن نپرداخته‌ایم، بفرمایید...

خیر همه چیز کامل بود. از شما هم تشکر می‌کنم.

پارکینگ‌ها طراحی و به روند تولید اضافه کرده‌ایم. ما تنوع پروفیل‌های لمینت را افزایش داده‌ایم. در زمینه بهبود آب‌بندی پروفیل‌ها، با استفاده از لاستیک‌های مناسب، این بخش را بهبود بخشیده‌ایم و سعی کرده‌ایم مشکلاتی که در روند تولید در این زمینه وجود داشته را شناسایی کنیم و آن را بهبود بخشیم.

شما در شانزدهمین نمایشگاه در وینجره حضور پیدا کرده‌اید. یکی از سوالاتی که از تولیدکنندگان می‌شود این است که آیا برگزاری نمایشگاه‌ها، می‌تواند به صنعت کمک کند یا خیر؟ نظر شما چیست؟
پیش از هر چیز باید بر این نکته تاکید کنم که برگزاری نمایشگاه در دوره‌های پیش و قبل از بروز همه‌گیری کرونا، بهتر از امروز بود. یکی از دلایل به نظر من این است که تعداد برندها یا شرکت‌های تولیدکننده پروفیل در آن زمان کمتر از این میزان فعلی بود و بازار آن روز، بازار وسیع و بازتری بود. به هر دلیل امروز وضعیت نسبت به گذشته تغییر کرده است و مشتریان در پی استفاده از پروفیل‌های اکونومی هستند. به همین دلیل بازار از نظر ما کمی افت پیدا کرده است به این دلیل که کیفیت دیگر عنصر مهم و تعیین کننده در بازار نیست. شرایط امروز طوری شده است که بر تولیدکنندگان قدیمی‌تر که محصولات با کیفیت استاندارد بالا تولید می‌کنند، فشار می‌آید.

دلیل این وضع چیست؟

دلیل خیلی مبهم نیست. واضح است که وقتی برخی محصولات تولید می‌کنند که کیفیتی بالا دارند، به همان نسبت نیز از نظر قیمت، بالاتر هستند به همین دلیل تولیدات آنها نسبت به محصولاتی که قیمت کمتری دارد (به این دلیل که به جای کیفیت قیمت جایگزین شده است)، از استقبال کمتری برخوردار می‌شوند و به طور طبیعی فشار بیشتری را تحمل می‌کنند. اتفاقی که اکنون افتاده این است که جای این پروفیل‌های با شخصیت را پروفیل‌هایی کم‌کیفیت گرفته است که برخی از آنها هم حتی در نمایشگاه حضور دارند و به طور طبیعی به دلیل ویژگی‌های محصولاتشان، از امثال ما بسیار راحت‌تر کار می‌کنند.

نمایشگاه شانزدهم برگزار شده و احتمالاً شما در سنوات قبل نیز



می خواهیم در بازارهای جهانی بدرخشیم



اشاره

پنجره ایرانیان؛ آلومینیوم جزو فلزات بسیار پرکاربرد در صنایع مختلف است. این فلز دامنه گسترده‌ای از استفاده در صنایع حساس و غیر حساس را دارد. از این فلز هم در کیت‌های الکترونیکی و هم در صنعت ساختمان استفاده می‌شود. آن طور که کارشناسان می‌گویند، ویژگی‌هایی چون شکل‌پذیری عالی، جوشکاری خوب، استحکام در برابر وزن بالا و خوردگی، سبب شده آلیاژهای آلومینیوم کاربرد گسترده‌ای در سازه‌ها و صنایع مختلف داشته باشند. در صنعت ساختمان نیز از این فلز پیش از این به صورت پروفیل‌های نرمال برای ساخت دروپنجره استفاده می‌شد و حالا با پیشرفت علم و فناوری، نمونه‌های نوتری از پروفیل‌های قدیمی آلومینیوم به بازار آمده تا هم از زیبایی این فلز در ساختمان‌ها استفاده شود و هم مصرف انرژی ساختمان تحت کنترل باشد.

در این زمینه البته تولیدکنندگان مختلفی با نشان‌های تجاری و وبرندهای مختلف، محصولاتشان را روانه بازار کرده‌اند و در حال تامین نیاز بازار هستند. شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته، فرصتی به وجود آورد تا بتوان با بخشی از این تولیدکنندگان گفت‌وگو کنیم و از کم و کیف محصولاتی که به بازار ارائه می‌کنند، اطلاعاتی به دست آوریم. شرکت گلبار پروفیل مرکزی، یکی از این تولیدکنندگان است که با آقای مرتضی گل‌محمدی مدیرعامل آن، به تبادل نظر در زمینه محصولات تولیدی این مجموعه پرداخته‌ایم. آنچه در ادامه آمده است، مشروح پرسش‌های ما و پاسخ‌های آقای گل‌محمدی است:

ما در حدود سال ۱۳۹۰ در استان مرکزی کار را به صورت مدرن آغاز کردیم هر چند پیش از آن با یک دستگاه پرس اکستروژن، فعالیت داشتیم. و اکنون این مجموعه در زمینی به مساحت ۶ هزار مترمربع با سه سالن فعال و خط رنگ الکترواستاتیک تمام‌خودکار و چهار دستگاه پرس اکستروژن با ظرفیت ۴۰۰۰ هزار تن در حال فعالیت است و قرار است فاز جدید کارخانه با بیش از ۳۰ هزار مترمربع توسعه پیدا کند. ما در گلبار با استفاده از کادری مجرب و متخصص و همچنین ماشین‌آلات و خطوط تولید پیشرفته، ساخت انبوه محصولات و مقاطع آلومینیومی با برندهای خاص شرکت که شامل «گلبار پروفیل مرکزی»، «ست آلومین» و «آگل» است، می‌کوشیم تا همان‌طور که تا به امروز هدفمان جلب رضایت مشتری‌های عزیز بوده است همچنان این ویژگی در دستور کار شرکت قرار دارد. باید تاکید کنم حضور گسترده محصولات گلبار در بازارهای داخلی و صادرات به کشورهای دیگر افتخاری است

بد نیست برای آغاز بحث، اطلاعاتی از مجموعه تحت مدیریتتان در اختیار مخاطبان نشریه تخصصی پنجره ایرانیان قرار دهید تا با محصولات این مجموعه بیشتر آشنا شوند...

مواظم. بگذارید از آغاز داستان شرکت گلبار پروفیل مرکزی بگویم. شرکتی که به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان در حوزه صنعت آلومینیوم و تولیدکننده مقاطع اختصاصی ساختمانی و صنعتی فعال است. شرکت گلبار پروفیل مرکزی، با سابقه حدود ۱۵ ساله کار خود را با یک پرس اکستروژن آغاز کرد و در زمینه تولید مقاطع اختصاصی نرمال و ترمال فعال شد و اکنون بعد از ۱۵ سال با ۴ پرس اکستروژن و کوره ریخت‌دی‌سی با ظرفیت تولید ۳۵ تن بلیت ۶۰-۶۳ و نیز دو خط رنگ با ظرفیت روزی ۳۰ تن رنگ‌کاری و همچنین خط آنادایز تمام‌اتومات در حال فعالیت است.

PDF Compressor Free Version



بلیتهایی در سایزهای مختلف اعم از ۵، ۶ و ۸. ما علاوه بر مصرف مجموعه خودمان تا روزی ۳۰ تن می‌توانیم بلیت در اختیار همکاران قرار دهیم. موضوع دیگر این است که به هر حال ما داریم ۱۵ سال کار می‌کنیم، اگر یک پرس اکستروژن ما در این چند سال به ۴ پرس تبدیل شده است اگر ده مشتری ابتدایی ما به ۱۰۰ مشتری تبدیل شده و به همان ترتیب در حال افزایش است، اگر تولیدات ما از سطح داخلی فراتر رفت و علاوه بر ایران، به کشورهای مختلف خلیج فارس و افغانستان رسید، این‌ها همه مرهون کیفیت محصولات ما بوده است و این ویژگی ماست.

در کار شما خدمات پس از فروش هم معنا دارد؟ اگر بله چه خدماتی ارائه می‌دهید؟

بله، یکی از ویژگی‌های ما در خدمات پس از فروش ما است به طوری که تمام محصولات ما چه محصولات ساختمانی، چه تیغه کرکره یا هر محصول دیگری که باشد، ضمانت دارند. ما خرده فروشی در مجموعه نداریم اما نمایندگان ما به پشتوانه مجموعه اصلی، برای هر محصول خدمات قابل توجهی دارند و اگر ایراد یا اشکالی در محصول وجود داشت حتما محصول قابل تعویض است.

در نمایشگاه، محصول جدیدی هم ارائه کرده‌اید؟

بله ما سیستم‌های جدید مقاطع دروپنجره را در این دوره ارائه داده‌ایم و علاوه بر آن، تیغه کرکره را به سبد محصولات اضافه کردیم. سیستم ترمال‌بریک، لامل لیفت را نیز به نمایشگاه آوردیم، درهای کرکره‌ای نیز جزو همین محصولات است که از یک سال نیم پیش‌تر تولید آن‌ها را در دستور کار داریم و در نمایشگاه نیز به مشتریان ارائه داده‌ایم.

معمولا شرکت‌های در حال رشد، برنامه‌های توسعه‌ای دارند. شما هم چنین برنامه‌ای دارید؟

قطعا. ما سال گذشته ۵۰ نیرو داشتیم و امروز بالای ۱۰۰ نفر در مجموعه ما استخدام شده‌اند. این خودش نشانه این است که شرکت در حال حرکت رو به جلو است. وقتی به کارگیری نیروی انسانی در عرض یک سال بیش از ۱۰۰ درصد رشد می‌کند یعنی پشت این اقدام، یک برنامه است. برای سال آینده نیز همین است. در فاز بعدی ما افزایش صادرات را در دستور کار داریم و می‌خواهیم محصولاتی تولید کنیم که کیفیت جهانی داشته باشد تا ما را به بازار جهانی فکر می‌کنیم سوق دهند. ما می‌خواهیم در بازارهای جهانی بدرخشیم و با آنها رقابت داشته باشیم.



که به واسطه کیفیت بالا، نوآوری و مطابق با استانداردهای روز دنیا در محصولات به دست آورده‌ایم. ما تلاش می‌کنیم تا با انتقال دانش و تجربیات ارزشمند به دیگر صنایع، شرکای سازمانی و مشتریان و مخاطبین گلبار، زمینه‌ساز اعتلای صنعت کشور باشیم.

اگر قرار باشد لیستی از خدمات و محصولاتی که در گلبار پروفیل مرکزی انجام می‌شود، ارائه دهید، این لیست شامل چه مواردی است؟

ما در گلبار به ترتیب محصولات و خدمات زیر را ارائه می‌دهیم: تولید انواع مقاطع آلومینیومی برای کاربردهای گوناگون؛ خط رنگ الکترواستاتیک تمام اتوماتیک و رباتیک با امکان ارائه رنگ‌های متنوع و دکورال؛ عرضه انواع ورق آلومینیومی در ابعاد و ضخامت‌های متفاوت با توجه به نیاز مشتری؛ بازگانی شمش و بیلست استاندارد ایرالکویی و بیلست دی‌سی در آلیاژهای مختلف؛ ارائه متنوع و گسترده‌ای از قالب‌های اکستروژن؛ ارائه خدمات آبکاری و آنادایزینگ با کیفیت بالا؛ و نیز خرید و فروش انواع شمش و بیلست با مواد اولیه استاندارد و بازافتی. این نکته را باید عرض کنم که ما در این مجموعه از صفر شروع کرده‌ایم و از قضا کار در آن آغاز تقریباً یک و نیم دهه پیش به صورت سنتی شروع شد اما امروز تمام سیستم‌های آلومینیومی را با فناوری روز ارائه می‌دهیم.

در شانزدهمین دوره نمایشگاه در وینجره و صنایع پنجره حضور یافته‌اید. سوال مشخص درباره این موضوع این است که چندمین دوره حضور شما در این نمایشگاه است و آیا انتظاری که قبلاً از حضور در نمایشگاه داشتید، برآورده شده است یا خیر؟

ما اولین دوره حضورمان در این نمایشگاه است و به نظرم این نمایشگاه عالی بود و برای ما بازخورد خوبی داشت. تصور من قبل از برگزاری چیزی بود که بعد از برگزاری کاملاً تغییر پیدا کرد. به نظرم بازخورد نمایشگاه دو یا سه برابر انتظار ما بود.

تمرکز شما در طول دوران فعالیت بر چه موضوعی بوده است؟

ما در گام نخست از همان روز اول بر موضوع کیفیت تمرکز کردیم دلیل این موضوع هم جلب رضایت مشتریان بود. اما همه این اقدامات، اقدامات اقتصادی است و ما علاوه بر تولید و سوددهی و بازدهی کیفیت، یک موضوع دیگر را هم در دستور کار داریم و آن عشق و علاقه است که برای تولید با کیفیت داریم. وقتی مشتری زنگ می‌زند و از کیفیت محصول، تعریف می‌کند، وقتی همه مرتب‌مان مجموعه از نصاب و مونتاژ کار گرفته تا دیگران، همه راضی‌اند، این انرژی‌ای به وجود می‌آورد که ما از کار می‌گیریم و برای ما اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد.

یکی از سوالات ما درباره بازار است. به هر حال در بازار همکاران شما محصولات می‌مانند همین محصولات ارائه می‌کنند شما باید ویژگی یا ویژگی‌های خاصی داشته باشید تا من به عنوان مشتری سراغ شما بیایم. این ویژگی‌ها در مجموعه شما چیست؟

یکی از مواردی که ما در حوزه خودمان به آن ویژگی خاص می‌گوییم این است که می‌توانیم «بلیت» به همکارانی که اکستروژن دارند و دیگر تولیدکنندگان ارائه دهیم.

پاک‌پن در مسیر آینده قرار داد

ظاهراً تولیدات شما در پاک‌پن بیشتر از سری ۶۰ است و آن طور که کارشناسان می‌گویند تمایل بازار برای استفاده از سری ۷۰ بیشتر شده است. نظر شما چیست؟

این اتفاق باید بیفتد؛ همین حالا در اروپا سری ۶۰ عملاً از دایره استفاده خارج شده است. کشور ما هم از این قاعده مستثنی نیست و ما هم قطعاً به این سمت می‌رویم. سری ۷۰ که جای خود ما در برخی از موارد پروفیل سری ۸۰ و ۸۵ استفاده می‌کنیم و به طور طبیعی بازار ایران هم به این سمت خواهد رفت.

شما هم برنامه‌ای برای تولید این نوع پروفیل‌ها دارید؟

بله ما دوست داریم بازار به این سمت بیاید تا بر اساس تقاضا در بازار، این محصولات را تولید و عرضه کنیم.

در برخی از شرکت‌ها واحدی داریم که مسئولیت نیاز سنجی را بر عهده دارد. مجموعه شما هم چنین واحدی دارد؟

ما در پاک‌پن بر اساس نیازمان ارتباط مستمری با بازار داریم بنابراین اینکه واحد مستقلی برای نیازسنجی وجود داشته باشد، خیر اینگونه نیست اما به این دلیل ارتباط مناسبی که با مشتریانمان داریم آن‌ها این وظیفه را برای ما انجام می‌دهند و با تقاضای خود میزان تولیدات ما را در هر بخش مشخص می‌کنند. ما ارتباطات بسیار مناسبی با مشتریانمان داریم آن‌ها به ما لطف دارند و حتی ایرادات ما را به خودمان منتقل می‌کنند تا درصدد رفع آن باشیم.

شما در بازار رقیب دارید بنابراین باید ویژگی‌هایی داشته باشید که بر اساس آن مشتریان از بین جمع تولید کنندگان شما را انتخاب کنند. حالا سوال این است ویژگی تولیدات شما چیست که مشتریان بر اساس آن به شما رجوع کنند؟

پروفیلی که ما تولید و به بازار عرضه می‌کنیم پروفیل ۴ کاناله سری ۶۰ است. این پروفیل با قیمت اکتونومی به بازار عرضه شده است اما اگر کیفیت آن را با پروفیل‌های حاضر در بازار مقایسه کنید، خواهید دید کیفیت بالایی دارند. به عنوان یک پارامتر اگر وزن این پروفیل را محاسبه کنید خواهید دید وزن فریم آن یک کیلو و ۱۹۰ گرم است یعنی اینکه پروفیل ما در مقایسه با پروفیل‌های حاضر در بازار از باکیفیت‌ترین آن که وزنش حدود یک کیلو و ۲۰۰ گرم است، چیزی کم ندارد. این کیفیت ادامه‌دار خواهد بود و مقطعی نیست. به نظرم این موضوع برگ برنده ماست و مشتریان ما در بازار به آن واقف هستند. مشتری امروز در بازار باهوش است و دست به انتخاب درستی خواهد زد به همین دلیل ما انتظار داریم در آینده نه چندان دور استقبال بسیار خوبی از محصولات پاک‌پن به وجود بیاید.

یکی از افتخارات برخی از شرکت‌ها این است که در پروژه‌های معروف حضور داشته‌اند تا وقتی مشتری می‌شنود، به این اعتماد برسد که این محصول در پروژه‌های معتبری استفاده شده است. در مجموعه شما چنین چیزی وجود دارد؟

ببینید ما ۶ ماه است که وارد بازار شده‌ایم. خود من سابقه کار زیادی در این حوزه دارم اما با برند پاک‌پن، حدود ۶ ماه است که وارد بازار شده‌ام البته یادتان باشد گاهی اوقات در این حوزه نباید این چنین نگاه کرد زیرا درست است که قدمت محصول ما در بازار قدمت زیادی نیست اما پشت این پروفیل تجربه بسیار زیادی وجود با این حال در همین مدت کوتاه نیز همکاران به ما لطف داشته‌اند و از پروفیل ما در پروژه مسکن ملی استفاده کرده‌اند که نمونه‌های آن به وفور وجود دارد چون کیفیت خوب است در پروژه‌های انبوه‌سازی از محصول ما به وفور استفاده می‌شود.

با توجه به سوابق حضورتان در این صنعت، آسیب و ضعف بازار را چه



اشاره

پنجره‌ایران؛ مدیران پاک‌پن می‌گویند: شرکت پروفیل «پاک‌پن» یک تولیدکننده برجسته پروفیل یوپی‌وی‌سی در و پنجره است. ماموریت «پاک‌پن»، ارائه راه‌حل‌هایی است که به مشتریان امکان می‌دهد محیط زندگی خود را بهبود بخشند و با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و خدمات مشتری محور، به دنبال ایجاد ارتباطات بلندمدت و موفق با مشتریان، توزیع کنندگان و شرکای تجاری خود است.

شانزدهمین نمایشگاه دروینجره و صنایع روزهای ۸ تا ۱۱ خرداد برگزار شد. فرصتی دست داد تا در این نمایشگاه در غرفه پاک‌پن با حیدر زارعی مدیر فروش این مجموعه به گفت‌وگو بنشینیم. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:

کنند و در اختیار مشتری قرار دهند، مطمئن باشند بازار از آنها به خوبی استقبال خواهد کرد. یکی از سوالات این است که آیا شما در پاکستان دورما هم دارید؟

قطعاً! یکی از دورماهای ما تولید سری ۸۰ و تولید سری لیفت‌انداسلاید پروفیل یوپی‌وی‌سی است که می‌خواهیم در آینده بر اساس نیاز بازار تولید کنیم متأسفانه الان لیفت‌انداسلاید محدود به پروفیل‌های آلومینیوم است در حالی که در کشورهای دیگر با یوپی‌وی‌سی این محصولات را تولید می‌کنند با اضافه شدن قالب‌های بزرگتر و بهتر، ما به بهبود تولیداتمان فکر می‌کنیم و آن را در دورمای خود گنجانده‌ایم. ما مذاکرات بسیار خوبی درباره صادرات به کشورهای همسایه انجام داده‌ایم و موضوع صادرات را نیز در دورمای فعالیت‌های شرکت گنجانده‌ایم.

پیش از راه‌اندازی خط تولید معمولاً نقشه‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد پس از ۶ ماه اول، دوم، سوم و ... کجای بازار قرار داریم. آیا اکنون در همان نقطه‌ای هستید از پیش محاسبه کرده بودید؟

واقعیت این است مطابق آنچه ما محاسبه کردیم قرار نبود این گونه در بازار حضور داشته باشیم و اینطور دیده شویم. قرار بود آرام و آهسته در بازار پیش برویم اما واقعیت این است کیفیت محصولات و نوع قالب ما طوری بود که بازار استقبال بسیار خوبی از ما کرد و برخلاف انتظار ما، امروز در نقطه بسیار پیش‌تر از آنچه محاسبه کرده بودیم قرار داریم. ما گمان نمی‌کردیم که در نمایشگاه حضور داشته باشیم و استقبال این چنین از ما بشود. ما سه سال است که برنامه‌ریزی کرده‌ایم تا بتوانیم محصولات پاک‌پن را به مرحله تولید برسانیم و خوشبختانه ۶ ماه است که تولید محصولات پاک‌پن به نتیجه رسیده و اوضاع خوب است.

با چه هدفی در نمایشگاه حضور پیدا کردید؟

ما در این نمایشگاه شرکت کردیم برای اینکه خلأهای بازار را بیشتر بشناسیم و به مشتریان نیز اعلام کنیم آنچه به عنوان محصول باکیفیت و قیمت مناسب وجود نداشت را تولید کرده‌ایم و آن‌هایی که دنبال محصول باکیفیت و قیمت مناسب هستند می‌توانند به ما مراجعه و با ما همکاری کنند.

نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های قبل چطور بود؟

امسال اولین سالی است که با پاک‌پن در نمایشگاه حضور داریم البته من قبلاً با برندهای دیگر همواره در نمایشگاه حضور داشته‌ام. به نظر من کیفیت نمایشگاه نسبت به چند سال گذشته ارتقا پیدا کرده و به ویژه در بحث غرفه‌سازی خوب ظاهر شده است. بازدیدها مناسب است. پیش از این مثلاً در حوزه بین‌المللی ضعف‌هایی وجود داشت اما اکنون در بین بازدیدکنندگان افرادی از کشورهای همسایه دیده می‌شوند و استقبال خوبی از نمایشگاه شده است.

به عنوان سخن پایانی اگر مطلبی باقیمانده بفرمایید...

من تأکید می‌کنم بازار ما وسیع‌تر از آن چیزی است که فکرش را می‌کنیم. این بازار محدود به یک برند یا تولیدکننده خاص نیست. در این بازار هر کسی که سالم کار کند و بتواند تولیدات مناسب، قیمت مناسب و کیفیت مناسب در اختیار مشتری قرار دهد و بازی برد-برد را با مشتری ادامه دهد از او استقبال خواهد شد و سهم مناسبی از بازار خواهد گرفت.



می‌دانید؟ دلیل این سوال آن است که وقتی شما ایرادها و موانع بازار را بشناسید می‌توانید برای آن راه حل پیدا کنید؟

حرف کاملاً درستی است. به نظر من مساله اصلی در بازار پروفیل وجود محصولات کم کیفیت است. متأسفانه آنچه به عنوان پروفیل اکونومی در بازار ارائه می‌شود در موارد متعدد دارای کیفیت نامناسب است. ما در همین نمایشگاه، به موارد متعددی از شکایات‌ها برخوردیم که مثلاً در مورد تولیدات فلان کارخانه تأکیدشان این بود که آن‌ها پروفیل اکونومی تولید می‌کنند اما لنگه‌اش یک رنگ است و فریم رنگ دیگر؛ جوش‌ها پفکی است و می‌شکند، رنگ لیل روی پروفیل می‌ماند. برخی این را می‌گفتند که تعدادی از تولیدکنندگان حتی وزن پروفیل را با شیوه‌هایی بالا نگه می‌دارند اما از موارد دیگر که موید کیفیت است، عدول می‌کنند. این نقاط منفی باعث می‌شود کل یک صنف زیر سوال برود و اعتماد مشتریان به این محصول صرف نظر از اینکه با چه برندی تولید شده باشد، از بین برود. در این وضع، مشتری به تمام تولیدات بدبین می‌شود و ممکن است نتواند بین این تولیدکننده یا آن تولیدکننده تفکیک قائل شود. ما خودمون سعی می‌کنیم در بحث کیفیت بسیار سختگیرانه عمل کنیم و این مسیر را انشالله تا انتها ادامه خواهیم داد و از تمام همکاران نیز همین خواسته را داریم.

یکی از سوالات اساسی که در زمینه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی مطرح می‌شود این است که وقتی تولیدکنندگان متعدد هستند، انگیزه شما از ورود به این بازار با وجود این همه تولیدکننده، چه بوده است؟

نیاز بازار مهم‌ترین دلیلی است که باعث شد ما وارد این زمینه تولیدی شویم. بازار در شرایطی بود و هست که نیاز به یک پروفیل اکونومی دارد که ویژگی‌های حداقلی از کیفیت و قیمت را داشته باشد.

یعنی این موضوع که می‌گویند بازار پروفیل اشباع شده را قبول ندارید؟

نه! در همین نمایشگاه ما استقبال بسیار خوبی داشتیم و در ارتباط با مشتریان به این نکته رسیدیم که هنوز بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، بازاری است که ظرفیت تولید مناسب را دارد طوری که ما احساس می‌کنیم باید چند خط دیگر به خطوط تولیدمان اضافه کنیم.

چندی پیش یکی از مسئولان صنفی مصاحبه کرده بود و او تأکید داشت که بازار اشباع شده است...

من نمی‌دانم این مسئول صنفی چگونه این حرف را زده اما ما در بازار حضور داریم و در کف بازار ارتباط بسیار خوب و البته مستقیم با مشتریان داریم که نیاز آنها را از نزدیک مشاهده می‌کنیم و به این واقعیت دست پیدا کردیم که هنوز بخش‌هایی از بازار تشنه است. این بازار از پروفیلی که هم کیفیت مناسب داشته باشد هم قیمت مناسب استقبال می‌کند و من تضمین می‌کنم که شما هر مقدار از چنین تولیدی داشته باشید، بازار آن را با آغوش گرم خواهد پذیرفت. همین الان شما پروژه مسکن ملی را ببینید. پروژه ابعاد بسیار بزرگی دارد اخبار را ببینید که دولت اعلام کرده چیزی حدود دو و نیم میلیون واحد مسکونی در حال ساخت است. این تعداد مسکن نیاز به در و پنجره دارد یا دیگر محصولات مورد نیاز در صنعت ساختمان. بنابراین ابعاد بازار نسبت به آنچه برخی می‌گویند تفاوت کرده است. اگر تولید کنندگان نگرش‌شان به بازار درست باشد، یعنی سود منصفانه، کالای با کیفیت و تیراژ مناسب تولید



«زهره فرجی» مدیر عامل نورلو پلاست در گفتگو با پنجره ایرانیان PDF Version

تعداد خطوط تولید پلی آمید در نورلوپلاست به ۳۶ خط ارتقا خواهد یافت

اشاره

پنجره ایرانیان: «زهره فرجی» مدیر عامل شرکت آذر صنعت نورلو پلاست با برند تجاری (نورلو) است. از مدیرانی است که در بخش خصوصی فعالیت خود را آغاز کرده و تا امروز، در قامت یک تولیدکننده در حال فعالیت است. او را پیش تر در تبریز ملاقات کردیم. در محل کارخانه آذر صنعت نورلوپلاست. حالا این شرکت در خدادی به نام شانزدهمین نمایشگاه بین المللی دروینجره تهران، حاضر شده است.

«زهره فرجی» هنوز هم مانند آن روز که در تبریز حرف می زد به توسعه مجموعه تحت مدیریتش می اندیشد. هنوز هم درباره کیفیت می گوید: «معتقدم اهالی صنعت آلومینیوم بیشتر از اینکه بُعد مالی را در نظر بگیرند، باید به موضوعاتی مثل کیفیت توجه کنند چون سود در این صنعت سود خوبی است». او می گوید: «اگر از ما کیفیت خوب بخواهند در بالاترین سطح حاضر به تولید هستیم اما متأسفانه این درخواست وجود ندارد. بیشتر از ما قیمت پایین می خواهند». او می گوید: نورلوپلاست اولین تولیدکننده تخصصی محصولات اکسترودی ترموپلاستیکی در ایران است. ما انواع مقاطع اکسترودی پلی آمیدی مصرفی پروفیل های آلومینیوم ترمال بریک و مقاطع اکسترودی ریجید پی وی سی در زمینه های ساختمانی و صنعتی را تولید می کنیم و از اواخر سال ۱۳۹۴ شروع کرده ایم. تمرکز اولیه شرکت، طراحی و تولید تیغه های عایق پلی آمید تقویت شده با الیاف شیشه با تکنولوژی پیشرفته و بسیار دقیق اکستروژن سرد بود. شانزدهمین نمایشگاه در وینجره تهران در روزهای ۸ تا ۱۱ خرداد در محل دائمی نمایشگاه های تهران، برگزار شد. در یکی از این روزها، مهمان خانم فرجی در غرفه نورلو پلاست بودیم و درباره اوضاع و احوال نورلوپلاست، گپ و گفتی زدیم. آنچه در ادامه می آید خلاصه این گفت و گو است:



بخش پلی آمید خواهیم داشت و تعداد خطوطمان را در بازه یک ساله آینده به ۳۶ خط ارتقا خواهیم داد. در بخش پی وی سی نیز خط میکسرهای رنگی را در سال جاری اضافه خواهیم کرد یعنی هم در ریجید پی وی سی و هم پلی آمید افزایش خواهیم داشت. در سال جاری و جدید پروژه های مهمی در دست اجرا داریم که خبرهای خوش آن از نورلوپلاست، در نیمه دوم امسال منتشر خواهد شد.

در چنین وضعیتی، این اقدامات سخت نیست؟

ببینید بالاخره همه ما در این کشور زندگی می کنیم. ممکن است فضای عمومی اقتصادی برای رشد مناسب نباشد اما همه ما تلاش می کنیم تا در حد وسعمان بتوانیم قدمی رو به جلو برداریم. از سوی دیگر غیر از این مساله، در بخش صنعتی، ماندگاری شرکت های تولیدی در گرو رشد آن ها است. اگر یک

است و با اینکه از پارسال خاطره خوشی نداشتیم اما امسال خوشحالم که در این نمایشگاه حضور پیدا کردیم.

چرا خاطره خوشی ندارید؟

درباره دیگران نمی دانم اینطور است یا نه اما همانطور که در سوال قبل عرض کردم، ما واقعا اذیت شدیم چون هماهنگی ها بد بود و خدماتی که به غرفه داران ارائه شد، وضع نامطلوبی داشت.

وضع این روزهای خودتان در نورلوپلاست چطور است؟

در حال حاضر وضعیت خوبی در نورلوپلاست حاکم است. همه می دانیم سال گذشته و سال جاری از نظر اقتصادی، وضعیت خاصی بود یعنی وضعیت اقتصاد چندان مناسب نبود و اکنون نیز مناسب نیست با این حال ما پروژه های توسعه ای خود را در دست اجرا داریم. اکنون پروژه عمرانی داریم و در حال اضافه کردن دو سالن به مجموعه هستیم. در کنار آن، طرح توسعه در

بیا بید مستقیم سر اصل مطلب برویم و نظراتان را درباره شانزدهمین نمایشگاه در وینجره ببرسیم. موافقید؟

بله حتما! واقعیت این است بر خلاف پارسال، من امسال از وضعیت برگزاری نمایشگاه کمی بیشتر از گذشته راضیم. به نظرم یکی از موضوعات این است که نمایشگاه در زمان مناسب برگزار شده است اما معتقدم یکی از ایرادات نمایشگاه، زمان شروع و پایان آن است. نمایشگاه در این روزها، ساعت ۸ صبح شروع می شد که به نظر اصلا مناسب نبود. از منظر خدمات نمایشگاهی نیز امسال خدمات بهتری دریافت کردیم. اگر یادتان باشد سال گذشته تهویه وضعیت نامطلوبی داشت و موارد دیگری هم بود که از طرح آن می گذرم اما امسال به مدد تلاش های برگزار کنندگان، وضعیت مناسب تر است. از نظر بازدیدها نیز، تعداد بازدید کنندگان، از سال های گذشته بیشتر و کیفی تر

PDF Compressor Free Version



است که آیا برگزاری نمایشگاه‌ها به درد اهل صنعت می‌خورد؟ شما در نورلویپلاست نگاهتان به نمایشگاه چگونه است؟

شاید این موضوع را برخی دیگر از اهالی صنعت نیز دنبال کنند اما ما به نمایشگاه به عنوان بستری تبلیغاتی نگاه نمی‌کنیم. به نظر من نمایشگاه پلتفرمی ایجاد می‌کند برای دیدار با مشتری‌ها. با توجه به اینکه مشتریان و نمایندگان ما در سراسر ایران حضور دارند نمایشگاه به ما فرصت می‌دهد تا آن‌ها را از نزدیک ببینیم. مشکلاتشان را بفهمیم و نظرات و پیشنهادات آنها را بشنویم. نمایشگاه فرصت دیدار چهره‌به‌چهره را ایجاد می‌کند. بنابراین اگر خوب برگزار شود حتماً به درد صنعت خواهد خورد و گره‌ای از گره‌های آن را خواهد گشود. در چنین صورتی من پدیده‌ای به نام نمایشگاه را دوست دارم و حتماً در آن حضور خواهم داشت و به نظرم اتفاق خوب و قشنگی است.

سوالات من تمام شد اگر نکته‌ای باقی مانده، به عنوان سخن پایانی بفرمایید...

جا دارد از نشریه پنجره و تیم رسانه‌ای آن تشکر کنم که سال‌های سال در کنار این صنعت بوده‌اند و حرف‌های ما را به مخاطبان رسانده‌اند.

وضع موجود توسعه پیدا کرده‌اند و به ابعاد تولید خود افزوده‌اند بنابراین این حرف که ممکن است رشد وجود نداشته باشد حرف نزدیک به واقع نیست. با این حال ما در دو سطح بازار رشد را در نظر داریم. اول رشد در بازارهای داخلی مد نظر ماست و در سطحی دیگر، رشد در بازارهای صادراتی را مد نظر داریم. بر همین اساس هر چند تا کنون ۲۰ درصد از محصول کل را در سید صادرات قرار داده بودیم اما با تکمیل ابعاد مختلف طرح توسعه که خدمت‌تان عرض کردم، این سهم به ۶۰ درصد خواهد رسید. این افقی است که در نورلویپلاست طراحی شده است. ما بازخوردهایی که از بازارهای بین‌المللی داریم، بازخوردهای بسیار خوبی است و با اینکه مثلاً در کشور امارات، شرایط قبول کیفیت محصولات خارجی بسیار سخت است اما به نظر می‌رسد که بتوانیم در این حوزه کارهای مثبتی انجام دهیم. از طرف دیگر برنامه‌ای مدون برای افزایش تنوع کالا داریم و در این سطح تولید خواهیم کرد. اکنون مطابق یک برنامه تدوین شده، محصولی کاملاً جدید تولید خواهیم کرد که از این طریق توسعه در سبد کالایی خواهیم داشت.

یکی از سوالات ما از اهالی صنعت این

وضعیت یک تولیدکننده ثابت و راکد بماند، از بین خواهد رفت. واقعیت این است یک واحد تولید اگر به لحاظ تنوع کالا و به لحاظ حجم تولید ثابت بماند ناخودآگاه تحلیل خواهد رفت و دیگر ادامه حیات آن بسیار سخت است.

سوالی که با توضیحات شما مطرح می‌شود این است که به هر حال اندازه بازار شما یا هر کسب‌وکار دیگر در کشور، مشخص است بنابراین برداشت این است از یک سطحی بیشتر، نمی‌توان به ابعاد توسعه‌ای دست پیدا کرد، این برداشت را قبول دارید؟

خیر! اینکه می‌گویند اندازه بازار مشخص است، حرف درستی است اما رشد در هر مختصاتی از بازار قابل دستیابی و اجتناب ناپذیر است. من در گفتگوی قبلی هم عرض کردم اگر آلومینیوم در دنیا به اندازه ۱۰ واحد رشد کند، در ایران هم با یک نسبت مناسب، رشد خواهد کرد ولو اینکه به اندازه ۲ واحد باشد اما رشد خواهد کرد. همین نمایشگاه را ببینید، امسال شرکت‌های جدیدی را می‌بینید که کار در زمینه آلومینیوم را آغاز کرده‌اند. این‌ها به صورت بالقوه مشتریان جدید ما هستند. این شرکت‌ها در همین



همواره به دنبال توسعه، نوآوری و خلق محصولات جدید هستیم

اشاره

پنجره ایرانیان؛ روایت تولید محصولات توری از زبان یک تولیدکننده از آن جهت شنیدنی است که می‌تواند ماجرای تولید این نوع محصولات را از صفر تا صد، بیان کند. مجتبی جانجان مدیرعامل تورآسا، از جمله مدیران مجموعه بخش خصوصی است که یکی از همین مجموعه‌ها را تاسیس کرده و حالا دارد در مسیر تولید این محصولات؛ آن طور که خودش می‌گوید دست به نوآوری می‌زند. مجتبی جانجان درباره شرکت تورآسا می‌گوید: شرکت مهندسی بازرگانی تورآسا در سال ۱۳۸۸ با زمینه فعالیت تولید توری‌های رولینگ تاسیس شد. این شرکت در سال ۱۳۹۰ برای تامین و تکمیل فرآیند تولید، فعالیت رسمی خود را در زمینه تولید انواع توری‌های پلیسه اعم از پلیسه معمولی و پلیسه آنتی باکتریال (قابل شستشو)، پرده‌های پلیسه و فانتزی آغاز کرده و تا امروز ادامه حیات داده است.

در خلال روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره تهران و صنایع وابسته به آن فرصتی دست داد تا در غرفه تورآسا، حضور پیدا کنیم و با مدیرعامل این مجموعه گفت‌وگو کنیم. مشروح گفت‌وگو با سعید جانجان در ادامه آمده است:



ما در شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره تهران حضور داریم. قبل از پرداختن به موضوعاتی درباره مسائل مرتبط با نمایشگاه از دستاوردهای اخیر مجموعه تورآسا برای‌مان بگویید...

ما امسال در مجموعه تورآسا چند دستاورد مهم داشته‌ایم. یکی از این دستاوردها، توری پرستیژ است. این توری برای برای پنجره‌های بزرگ و لیفت‌انداس‌تایل ساخته شده و قابلیت این را دارد که در ارتفاع ۴ متر در عرض ۶ الی ۱۰ متر تولید شود. یکی از ویژگی‌های این محصول، نرم و روان بودن آن است و بلبرینگ‌هایی در مسیر تولید آن، در عرض

خیلی کارآمد به نام «مینی زبرا» که روی پنجره‌ها نصب می‌شود؛ رونمایی شده است. برای نصب در این محصول از زهوار خود پنجره استفاده می‌شود که فضای زیادی اشغال نمی‌کند. ویژگی این محصول این است توری که از پنجره بیرون می‌آید را به طور کامل محصور و محدود می‌کند.

ما در هر شماره خوانندگان جدیدی داریم. اگر موافق باشید درباره نحوه آغاز به کار تورآسا نیز اطلاعاتی در اختیار خوانندگان نشریه قرار دهید...

شرکت تورآسا در سال ۱۳۸۸ به ثبت رسید و در زمینه تولید توری‌های رولینگ شروع به کار کرد. در ادامه با

بالا و پایین استفاده و مضاف بر آن از بالا و پایین مهار شده است. به عنوان مکمل این محصول، سیستم دیگری تولید کرده‌ایم به نام «پرستیز هواپند» که برای محصور کردن بالکن‌ها از آن استفاده می‌شود. در تولید این محصول، از طلق‌های شیشه‌ای در هواپندی آن استفاده شده که محکم و مقاوم است. به همین دلیل پروفیل بزرگتر، و «اسلایس»‌های ده سانتی‌متری که مقاومت زیادی در برابر باد دارد، در ساختمان آن استفاده شده است. ما پس از رونمایی این دو سیستم، پرده‌های پلیسه را رونمایی کردیم. و بعد از آن در ۱۳۰ مدل طرح و رنگ، پرده پلیسه را رونمای کردیم. در کنار این محصولات «پرده‌های زبرا» و محصولی

PDF Compressor Free Version



که وظیفه ساخت تمامی قطعات و ملزومات پلاستیکی ساخت توری را برای مجموعه تورآسا انجام می‌دهد. واحد تولید تسیمه و لاستیک نیز در کنار واحد تزریق پلاستیک فعالیت می‌کند.

ویژگی تورآسا نسبت به دیگر تولیدکنندگان چیست؟ این سوال را به آن دلیل می‌پرسیم که شما باید ویژگی‌هایی مختص به خود داشته باشید تا مشتریان سراغ شما بیایند...

بله کاملاً درست است. به همین دلیل ما در تورآسا همیشه نوآوری و خلاقیت را دنبال کرده‌ایم و محصولات جدیدمان را با متد روز دنیا به بازار عرضه می‌کنیم و خلا بازار و نیاز مشتریان را به چنین محصولاتی، پر کنیم. ما روند تولید محصولات را دقیقاً از روی نیاز آنها پیگیری می‌کنیم. مشتریان از ما محصولاتی را می‌خواهند و ما هم خواسته آن‌ها را دنبال می‌کنیم. ما زمانی درو پنجره یوپی‌وی‌سی می‌ساختیم و مشتری می‌گفت ما محصولات مدرن می‌خواهیم. ما یک نمونه از ترکیه آوردیم و از روی آن توری رولینگ ساختیم و آن را بومی سازی کردیم.

نمایشگاه در و پنجره و صنایع وابسته در این دوره را چطور ارزیابی می‌کنید؟

علت حضور ما در نمایشگاه دید و بازدید با مشتریان است. غیبت ما در نمایشگاه فاصله‌مان را با آنها زیاد می‌کند. به همین دلیل هدف جذب مشتری جدید نبود فقط دید و بازدید با مشتری خودمان در دستور کار بود از نظر اجرا هم نمایشگاه را خیلی دوست داشتیم چون فصل کار ما بود و بازخورد خوبی داشت.

خود مصرف‌کننده می‌تواند به راحتی مراحل نصب آن را در کمترین زمان ممکن انجام دهد. چون بسیاری از مردم دوست ندارند که افراد غریبه وارد فضای خانه‌شان شوند ما با ساخت یک تیزر کوتاه مراحل اندازه‌گیری و نصب این توری را به مشتریان آموزش می‌دهیم. به این شکل که مشتری خودش اندازه‌گیری را انجام می‌دهد و بعد از ساخت و ارسال توری از طرف ما، خودش نیز در منزل اقدام به نصب می‌کند. به دلیل مزایای زیادی که این محصول دارد و میزان رضایتمندی بالای مشتریان از این محصول، ما در حال تلاش هستیم که حجم عمده‌ای از تولیدمان را به این محصول اختصاص دهیم. گفتنی است، تمامی مراحل طراحی و ساخت پروفیل، قطعات و یراق‌آلات این توری توسط خودمان و در مجموعه تورآسا انجام شده است.

مواد اولیه مورد نیاز ساخت توری در روند تولید آن چقدر اهمیت دارد و شما چه مواد اولیه‌ای استفاده می‌کنید؟

مشخص است که به کار بردن مواد اولیه، در روند تولید هر محصول چقدر دارای اهمیت است و اصلاً درباره میزان اهمیت آن، نیاز به توضیح اضافه نیست. شرکت تورآسا نیز از سال‌های گذشته همواره به فکر توسعه و گسترش فعالیت‌هایش بوده و به همین دلیل اقدام به راه‌اندازی واحدهای تزریق پلاستیک و تولید پروفیل در داخل مجموعه کرده است. بر همین اساس تولید انواع مقاطع آلومینیومی مورد نیاز در ساخت فریم توری در واحد اکستروژن و تولید پروفیل ما در اراک تولید می‌شود. همچنین واحد تزریق پلاستیک مجموعه

توجه به نیاز بازار، فعالیت شرکت از سال ۱۳۹۰ با تولید توری‌های پلیسه گسترش چشمگیری یافت. در ابتدا توری پلیسه تک فریم تولید می‌کردیم که با توجه به استقبال گسترده‌ای که مشتریان از توری‌های پلیسه به عمل آوردند ما را ترغیب کردند تا محصولات جدیدتری را به سبد کالایی مجموعه اضافه کنیم. در همین راستا توری‌های جدیدی با ابتکار خودمان در مجموعه تورآسا طراحی کردیم از جمله توری پلیسه دبل فریم مگنتی که حجم انبوهی از این محصول وارد بازار شد و بخشی از این محصول را به خارج از کشور نیز صادر کردیم. محصولات ما شامل انواع توری فیکس، رولینگ، پلیسه تک فریم، پلیسه دبل فریم، پلیسه دکوراتیو و پلیسه آنتیک (نصب بدون پیچ) است که همه این مدل‌ها در ۳ تیپ عمودی، افقی و دوطرفه تولید می‌شوند. همه این مدل‌ها در رنگ‌بندی‌های مختلف شامل آرشو کامل رنگ طرح چوب و آنادایز به مشتریان عرضه می‌شود. تورآسا با توجه به خواسته مشتریان اقدام به تولید مدل‌های مختلفی از توری پلیسه کرده است که توری پلیسه دکوراتیو و توری پلیسه آنتیک از همین سری هستند. در شیار عرضی توری پلیسه دکوراتیو یک نوار مویی برای ایزوله کردن آن و جلوگیری از عبور حشرات ریز تعبیه شده است که باعث می‌شود کارایی این توری به میزان زیادی افزایش پیدا کند. تفاوتی که توری پلیسه آنتیک با سایر توری‌های موجود در بازار دارد این است که بدون پیچ نصب می‌شود. از دیگر مزایای توری آنتیک این است که نصب این توری بدون نیاز به حضور نصاب و فرد متخصص انجام می‌شود و



تیم حرفه‌ای را گرد هم آورده‌ایم



اشاره

پنجره ایرانیان؛ فوم اینداستری آن طور که مدیرعامل نمایندگی این مجموعه در ایران تعریف می‌کند: «جدیدترین ماشین‌آلات تولید دروپنجره و نمای آلومینیوم از کشور ایتالیا را ارائه می‌دهد که در شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره و صنایع وابسته آن در تهران نیز حاضر شده است».

در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی در و پنجره که در روزهای ۸ تا ۱۱ خرداد در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد، فرصتی دست داد تا با «ژوین ملک‌کیانی»، مدیر مجموعه جام ماشین که نمایندگی فوم اینداستری در ایران را نیز در اختیار دارد، پرسش‌هایی را طرح کنیم. پاسخ‌های آقای ملک‌کیانی را در ادامه خواهیم خواند:

می‌کنیم که تحریم وجود دارد و این کار را سخت می‌کند. بنابراین سرمایه‌گذاری را باید درست انجام داد تا یک‌بار انجام شود، نه اینکه هر روز به دلیل دقت نکردن در خرید مناسب ماشین‌آلات با کیفیت، مشکلاتی در این زمینه را تجربه کنیم.

طبیعی است که در بازار کسان دیگری هم هستند که کاری مشابه شما انجام می‌دهند، چه در زمینه تولید و چه عرضه ماشین‌آلات، شما چه ویژگی‌ای دارید که مشتریان بخواهند به جای دیگران، شما را انتخاب کنند؟

ببینید! مخاطبان ما در زمینه خرید ماشین‌آلات، مخاطب صفر نیستند، بیشتر مخاطبان ما مجموعه‌هایی در حال تولید هستند که پیش از این با دستگاه‌های سطح پایین‌تر شروع کرده‌اند و حالا می‌خواهند کارشان را به این دلیل که حجم تولیدات بیشتر شده و کیفیت ارتقا پیدا کرده، توسعه دهند. به همین دلیل به ندرت پیش می‌آید که کارگاهی را از صفر تجهیز کنیم. از طرفی دیگر در این زمان، کارفرمایان دقت می‌کنند که در خط تولید سازندگان از چه دستگاه‌هایی استفاده می‌کنند به این دلیل که در صنعت آلومینیوم

ماشین‌آلات جزوی از مجموعه تولید است، نخستین سوال این است چطور این ماشین‌آلات بر کیفیت محصول نهایی موثر است؟

کیفیت ماشین‌آلات تولید عاملی بسیار مهم است. این اهمیت در محصولی مانند آلومینیوم دوچندان می‌شود چون اگر ماشین خطا داشته باشد، ضایعات بیش از حد در خط تولید به وجود می‌آورد. این عامل در آلومینیوم به دلیل گرانی مواد اولیه اهمیت بیشتری دارد اما دستگاه باکیفیت مناسب، این ضایعات را به حداقل می‌رساند. اگر در روند تولید به دلیل افزایش ضایعات، مثلاً یک شاخه از مواد اولیه آلومینیومی کم بیاورید، ناگاه می‌بینید پروژه‌ای که در دست دارید یک ماه یا ۴۵ روز با وقفه مواجه می‌شود. چنین موضوعی و چنین عملکردی هزینه‌های فراوانی در بر خواهد داشت که هم در خط تولید و هم در عرضه مسائلی را به وجود می‌آورد. کیفیت ماشین‌آلات، فناوری ماشین‌آلات، به این دلیل بسیار مهم است و به نظر من باید ملاک مشتریان باشد. مشتریان نباید اولویت‌شان قیمت باشد. آن‌ها باید برای خرید ماشین‌آلات، وقت کافی و هزینه کافی صرف کنند تا در آینده مشکلات کمتری داشته باشند. به هر حال ما در کشوری زندگی

از آن به گمانم دو دوره شرکت کرده بودیم و این دوره پس از ۵ دوره غیبت در نمایشگاه حاضر شده‌ایم. دلیل این امر هم این بوده که ما چند سالی است که یک «شو روم» دائمی راه‌اندازی کرده‌ایم که مشتریان ما هر زمان که بخواهند می‌توانند از آن بازدید کنند و به گمانم در ایران تک باشد. ولی امسال به این نتیجه رسیدیم که به نمایشگاه بیاییم و هم به کسانی که جدید وارد بازار شده‌اند ارتباط برقرار کنیم و هم با آن‌هایی که به مرحله‌ای رسیده‌اند تا خطاها را گسترش ندهند. نتیجه‌ای که گرفتیم این بود که بسیار کار درستی کرده‌ایم. در این مدت هم توانستیم مشتریان را به‌روز کنیم و هم دیداری با مصرف‌کنندگان داشتیم و خدا را شکر در ارتباطی که با مشتریان قدیمی داشتیم همه راضی بودند. خلاصه اینکه این نمایشگاه برای ما مفید بود.

امروز بعد از ۵ دوره غیبت اگر بخواهید نمایشگاه را با دوره‌هایی که حضور داشتید، مقایسه کنید؛ اوضاع چطور بود؟

به نظر من کیفیت نمایشگاه مثل زمان قدیم بود چون استقبال خوب بود. به هر حال مردم ایران تشنه فناوری‌های نو هستند، هرچند ممکن است گاهی شرایط مالی به آن‌ها اجازه استفاده را ندهد، اما همه این هدف را دارند که وقتی کاری را انجام می‌دهند، بهترین را انجام دهند و درباره ماشین‌آلات نیز چنین است. آن‌ها نشان داده‌اند تمایل دارند از بهترین ماشین‌آلات استفاده کنند.

معمولا شرکت‌های بزرگ تولیدی یا خدماتی، وقتی در نمایشگاه حاضر می‌شوند خدمات یا تولیدات جدید خود را به نمایش می‌گذارند. شما در این زمینه چه کردید؟

ما در این دوره پانچ جدید معرفی کردیم که قدرت بیشتری دارد. مدل قبلی کمی ضعیف‌تر بود اما این دستگاه به‌روزرسانی شد و در این نمایشگاه در معرض دید قرار گرفت. ما در این نمایشگاه این امکان را برای مشتریان در نظر گرفته‌ایم که بتوانند پانچ قدیمی خود را با این دستگاه به‌روز شده، تعویض کنند. ما آخرین فناوری‌های فوم‌پانداستری را نیز ارائه داده‌ایم. برخی از ماشین‌های جدید هم ارائه شده که به دلیل فضایی که در نمایشگاه در اختیار ما قرار گرفته، امکان نمایش آن‌ها وجود ندارد. اما توضیحات را در اختیار مشتریان قرار دادیم.

اگر نکته پایانی وجود دارد بفرمایید...

اول اینکه از مجموعه شما و همکارانتان تشکر می‌کنم. دوم اینکه به دوستانی که قصد دارند در این صنعت فعالیت کنند توصیه‌ام این است قبل از هر خرید، خوب تحقیق کنند و حتماً از مصرف‌کنندگان قدیمی سوال کنند و نظرسنجی انجام دهند. باید توجه داشته باشند از چه مجموعه‌ای خدمت دریافت می‌کند و آیا آن مجموعه در خدمات قبلی خود موفق بوده یا خیر، بعد تصمیم‌گیری کنند.

رقم‌های مبادلات بسیار سنگین شده است و فاکتورها ارقام بزرگی را به خود اختصاص می‌دهند بنابراین وقتی مشتریان قرار است هزینه سنگین انجام دهند، ترجیحشان این است که هم اطلاعات دقیقی از مجموعه‌های تولیدکننده داشته باشند و هم درباره روند تولید و کیفیت محصولات و اینکه با چه ماشین‌آلاتی تولید می‌شود، اطلاع کسب کنند؛ بنابراین ترجیح آن‌ها این است با مجموعه‌ای که حرفه‌ای‌تر است، کار کنند. ما تیمی حرفه‌ای را گرد هم آورده‌ایم، و این ویژگی مهم ما است.

مجموعه شما واردکننده ماشین‌آلات است. به طور طبیعی مشتری ایرانی در دوره تحریم به این فکر می‌کند که آیا در این دوران ماشین‌آلات خارجی پشتیبانی کامل را از سوی نمایندگی‌ها دارند یا خیر؟ «آن‌ها باید به مجموعه‌ها اطمینان کنند. این اطمینان چطور کسب می‌شود؟

به نظر من اطمینان مشتریان به یک مجموعه، به رزومه واردکننده برمی‌گردد. این روزها گاهی برندهایی وارد کار می‌شوند، که رزومه چندانی ندارند و نام‌های آشنایی نیستند. یکی دو تا دستگاه توسط آن‌ها وارد می‌شود و بعد از مدتی هم نه واردکننده وجود دارد و نه خدماتی که از قبل قول داده شده بود. بنابراین رزومه آن مجموعه که این خدمات را ارائه می‌دهد، اهمیت دارد. این که شما چند سال است در این صنعت حضور دارید، چه مدت خدمات مستمر می‌دهید و در خدمات قبلی چگونه اقداماتی انجام داده‌اید و چه کارنامه‌ای از خود به‌جا گذاشته‌اید، دارای اهمیت است. مشتریان هم باید تحقیقات کافی در این زمینه انجام دهند. ما در مجموعه جام ماشین، حدود بیست سال در صنعت درون‌چرخه ایران سابقه داریم؛ نزدیک ۱۰ سال در کار ماشین‌آلات شیشه بوده‌ایم و پس از آن در ده سال اخیر نیز که نمایندگی فوم را داریم، بالغ بر ۱۲۰ یا ۱۳۰ مجموعه در حال استفاده از ماشین‌آلاتی هستند که توسط مجموعه ما تهیه شده است. ما تنها مجموعه‌ای هستیم که برای مجموعه‌هایی که خط کامل ما را دارند، چه در دوره گارانتی چه غیر از آن، سالی حداقل یک سرویس دوره‌ای را به‌صورت رایگان ارائه می‌دهیم و چون تعداد ماشین‌آلات ما زیاد است وقتی نیروهای فنی ما وارد یک شهرستان می‌شوند، به دیگر مشتریان هم اطلاع داده می‌شود که اگر مشکلی دارند، نیروهای فنی ما برای سرکشی آماده‌اند. اگر خارج از این سرکشی‌های دوره‌ای نیز مشکلی پیش بیاید اقدامات آنی انجام می‌دهیم و ائبار قطعات ما پر است. در این زمینه این مساله اهمیت دارد که کار با چه هزینه‌ای انجام می‌شود و در چه زمانی؟ اگر قرار باشد هزینه تامین و نگهداری بالا باشد برای تولیدکننده به صرفه نیست.

ما در شانزدهمین نمایشگاه صنعت در و پنجره هستیم. شما با چه دستور کاری به این نمایشگاه آمده‌اید؟

واقعیت این است ما در ۵ سال اخیر، در نمایشگاه در و پنجره شرکت نکردیم اما قبل



تسهیلات ویژه به مشتریان ارائه می‌دهیم

اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ «سینا زرنیخی» مدیرعامل شرکت پنام پنجره سال گذشته از ۲۱ سالگی مجموعه گرفت‌مولر خبر داد. شرکتی که بنا به گفته او، عرضه‌کننده ماشین‌آلات تولید، مونتاژ و اتوماسیون پنجره‌های دوجداره یوپی‌وی‌سی و آلومینیوم و ماشین‌آلات خم و لمینت در کشور است که طرح‌هایی مانند طرح تعویض دستگاه‌های فرسوده با دستگاه‌های نو و به‌روز، با نام «تازه‌نفس» را اجرا کرده است. در زمان اجرای این طرح پنجره‌ایرانیان نوشته بود: در طرح فوق که به گفته «زرنیخی» با هدف نوسازی صنعتی و افزایش بهره‌وری در ماشین‌آلات صنعتی کشور در سال ۱۴۰۰ اجرا شد، قصد مجموعه گرفت‌مولر این بود تا بتواند با جایگزین کردن ماشین‌آلات نو، به‌جای ماشین‌های کهنه در خط تولید، هم در مصرف انرژی و هم در افزایش بهره‌وری تولید، کاهش خستگی نیرو انسانی و پیشگیری از حوادث احتمالی و ... گامی موثر در مسیر افزایش بهره‌وری در کلان تولید، بردارد. حالا «زرنیخی» در روزهای برگزاری نمایشگاه در وینجره، اعلام کرده است که این مجموعه طرح تسهیلاتی از ۳۰ تا ۴۰۰ میلیون برای مشتریان خود در نظر گرفته است تا خرید آنها سهل‌تر شود. با مدیرعامل پنام پنجره، گفتگویی انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید:



می‌تواند به ما مراجعه کند بخشی از خرید خود را نقد پرداخت کند، بخش دیگری را به صورت چک و بخشی را هم با استفاده از این تسهیلات که توضیحش را خدمت‌تان عرض کردم. این شیوه می‌تواند برای مشتریان امکان خرید بیشتری را فراهم کند. که تقریباً شبیه همان خرید قسطی است. ما سعی کرده‌ایم با این شیوه، شرایط خرید و میزان خرید را گسترده‌تر کنیم.

کالایی که توسط مجموعه شما ارائه می‌شود شامل چه چیزهایی است؟

لاستیک‌هایی که در آغاز توضیح دادم، جزو کالاهای ارائه شده توسط مجموعه ما است. ما فروش ماشین‌آلات نیز داریم. با توجه به اینکه در صنعت آلومینیوم آنچه که اهمیت دارد، فروش هنر تولیدکننده است یعنی اگر تولید محصولات آلومینیومی را هنر بدانیم، تولیدکننده چنین محصولاتی، در اصل دارد هنرش را می‌فروشد. ما بر همین اساس در پی تأسیس کارگاه‌های کوچک پر قدرت هستیم. قرار نیست این کارگاه‌ها مثلاً با ماشین‌آلاتی که ۱۰ میلیارد تومان هزینه دارد کار را آغاز کنند. ما در پی این هستیم که بشود کارگاه‌هایی را تجهیز کرد که با هر مقیاسی توان تولید سطح مقطع مختلف آلومینیوم را داشته باشند. کارگاه‌هایی که عمر مفید بالایی داشته باشد و محدودیت‌های کار کردن با آلومینیوم را حذف کنند. ما به این مجموعه‌ها ماشین جوش خاص یا پانچ خاص، یا متر دیجیتال را پیشنهاد می‌دهیم تا این کارگاه‌ها با حداقل هزینه تجهیز شوند تا بتوانند تولید خود را آغاز کنند. در مجموعه گرفت‌مولر، پروفیل آلومینیوم برای استفاده در بخش پنجره و نما هم داریم.

اگر موافق باشید برای ورود به بحث درباره طرحی که به نمایشگاه آورده‌اید، اطلاعاتی در اختیار مخاطبان قرار دهید...

بهانه حضور ما در این نمایشگاه، تولیدات لاستیک است که در ساخت پنجره‌های آلومینیومی استفاده می‌شود. اما طرحی مالی هم با خودمان به نمایشگاه آورده‌ایم. ما توانستیم با یکی دو تا از بانک‌ها، شرایطی را فراهم کنیم تا بتوانیم وام یک ساله یا دو ساله به کارگاه‌های تولیدی که جواز معتبر کار داشته باشند، بدهیم. این وام بین ۳۰ تا ۴۰۰ میلیون تومان است که بازپرداخت آن می‌تواند یک یا دو ساله باشد. مشتریان ما می‌توانند این وام را برای خرید لاستیک یا خرید ماشین‌آلات استفاده کنند.

یعنی در این طرح نقش شما این است که تولیدکنندگان را به بانک معرفی می‌کنید و بانک به آنها وام می‌دهد؟

خیر! ما کل مسیر را برای متقاضیان انجام می‌دهیم یعنی آنها به ما مراجعه می‌کنند و درخواست خود را مبنی بر اینکه مبلغی برای خرید پروفیل، لاستیک یا ماشین‌آلات نیاز دارند، ارائه می‌دهند. پس از آن، آن‌ها اطلاعاتشان را برای ما ارسال می‌کنند و ما آن‌ها را اعتبارسنجی می‌کنیم و بسته به اعتباری که آن فرد داشته باشد، بین ۳۰ تا ۴۰۰ میلیون تومان برای آن‌ها وام اخذ می‌کنیم.

این روش چه کمکی به مشتری می‌کند؟

ما در فروش‌های اعتباری، همیشه چک مشتریان را قبول داریم. مشتری برای خرید خود

PDF Compressor Free Version



به عنوان یک مخاطب که از دور شما را می بیند این سوال برای من پیش می آید که وقتی تعدد کار را در یک مجموعه دارید، آیا این تعدد باعث کاهش کیفیت در یکی از این زمینه ها نمی شود؟

ما در بخش ماشین آلات که وارد کننده هستیم و عملاً کار تولیدی انجام نمی دهیم یعنی در آن بخش کار بازرگانی انجام می دهیم. محصول وارد می شود، فروش می رود و ما خدمات پس از فروش ارائه خواهیم کرد. در زمینه لاستیک، ما مشتری های خاص خودمان را داریم و وقتی یک بار محصولی را به مشتری ارائه می کنیم به این دلیل که محصول دارای کیفیت ویژه ای است، بازار مسیر خودش را خواهد رفت. در بحث پروفیل نیز به این دلیل که ما سال های زیادی است که در این حوزه کار می کنیم، شناختی مناسبی از ما وجود دارد بنابراین این سه حوزه عملاً تداخل عملکردی با هم ندارند که قرار باشد بر روی هم تاثیر منفی بگذارند.

کار جدیدی انجام داده اید که قرار باشد اطلاع رسانی کنید؟

در بازار پروفیل مقاطع تولید شده، مقاطع قدیمی است. ما چندی است بر تولید مقاطع نوین تمرکز کرده ایم و در حال ایرانیزه کردن این مقاطع به روز و نوین هستیم. در این زمینه ما مشتریان خاصی داریم و اساساً دنبال تولید با تیراژ بالا نیستیم. به همین دلیل امکانات تولید با تیراژ بالا را هم در مجموعه فراهم نکرده ایم و با مشتریان محدود در ارتباطیم.

چرا؟

در روند کار به این نتیجه رسیده ایم که هر چقدر با تعداد آدم های کمتر کار کنیم راحت تر هستیم به این دلیل که هم می توانیم در زمان کوتاه تر محصول آلومینیومی را در اختیار آن ها قرار دهیم هم به لحاظ فنی می توانیم پشتیبانی فنی از آنها کنیم. شاید رفتار ما در این زمینه، ویژه باشد به این صورت که حتی محصولی که با تیراژ کم است، به قیمت کلی می فروشیم. این محصولات هم، محصول لاکچری است که می شود ساعت ها درباره آن حرف زد اما این شیوه فروش را درباره آن در نظر گرفته ایم.

مشابه کاری که شما انجام می دهید، احتمالاً توسط افراد دیگری هم انجام می شود. یعنی مشابه ماشین آلاتی که شما وارد می کنید، دیگران هم وارد می کنند. مشابه لاستیکی که در اختیار تولید کنندگان قرار می دهید یا پروفیل ها، دیگران هم همین کار را انجام می دهند. شما چه ویژگی هایی دارید که یک مشتری به واسطه آن ویژگی ها به شما مراجعه کند؟

ویژگی های مجموعه ما این است که ما قدمت داریم. نمی گویم خیلی قدیمی هستیم اما در این صنعت دو تا پیراهن پاره کرده ایم. مشتری در این بازار نمی تواند با نام های جدید کار و به او اعتماد کند. او با مجموعه ای ارتباط خواهد داشت که پیش از این امتحان خودش را پس داده است. ما دنبال این هستیم که بخش های مختلف کارمان با هم هم پوشانی داشته باشد طوری که به درد مشتری هم بخورد. وقتی مشتری از ما ماشین آلات می خرد، یا پروفیل می خرد برای اتقای کیفیت محصولاتش به او پیشنهاد می دهیم لاستیک را هم ای بی دی ام بخرد. این ترکیب تا جایی که قابل کنترل باشد، سعی می کنیم پیشنهاداتی بدهیم که منافع مشتری مان را در این قالب تامین کنیم و بتوانیم به او هدف بدهیم. به او می گویم اگر از ما دستگاه می خرید، میزان مشخصی تخفیف برای خرید لاستیک پیش ما دارید. یا میزانی از تخفیف، در خرید پروفیل پیش ما دارید. این ها به هم کمک می کند کار جمع بندی شده ای در حوزه تخصص مان ارائه بدهیم.

این شیوه برای مشتری مفید است؟

به احتمال زیاد چون من خودم را جای مشتری قرار می دهم این طور می اندیشم که اگر جای مشتری باشم، انتخابم این است با چنین مجموعه ای در ارتباط باشم که سری محصولات را داشته باشد تا بتوانم حداکثر نیازم را از او تهیه کنم نه اینکه برای هر هر مورد با یک نفر درگیر باشم.

در این دوره از نمایشگاه چه محصول جدید ارائه کرده اید؟

ما در این نمایشگاه با لاستیک آمده ایم و بر آن متمرکز هستیم. چیزی که به صورت تخصصی انحصاری روی آن کار می کنیم، تولید مقاطعی است که در اصطلاح تخصصی آلومینیوم کارها، یا کا است. محصولی که برای کرتون وال استفاده می شود. این مقاطع تا کنون وارد می شده و تولید کمی دارد. ما این ها را ارائه کرده ایم و استقبال خوبی داشته ایم.

در بلندمدت، کیفیت، برنده جنگ قیمت و کیفیت است



اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ مجموعه کارا فعالیت خود را از واردات ماشین‌آلات شروع کرده است، اما پس از مدتی با تدابیری که «عارف ساداتی» مدیرعامل این مجموعه اندیشید، سر از تولید ماشین‌آلات شیشه و یوپی‌وی‌سی در آورد. مسیری که به گمان با موفقیت طی کرده و مطابق آنچه می‌گوید: قرار است در آینده‌ای نه چندان دور محصولات خود را به بازارهای جهانی صادر کند. آنچه ساداتی می‌گوید بر این موضوع تاکید دارد که ما ایرانی‌ها می‌توانیم با به کار بردن نتیجه تحقیقات بومی محصولات تولید کنیم که قابلیت رقابت در بازارهای جهانی را دارد. در سایت گروه کارا، در معرفی این مجموعه آمده است: کارا از سال ۱۳۸۰ فعالیت خود را در زمینه شیشه دوجداره و مونتاژ دروپنجره یوپی‌وی‌سی آغاز کرد و با توجه به احساس نیاز بازار ایران مبنی بر استفاده از ماشین‌آلات مدرن و جدید، از سال ۱۳۸۸ واردات ماشین‌آلات مدرن و پیشرفته شیشه دوجداره و یوپی‌وی‌سی نیز انجام شد و در ادامه اقدام به تولید برخی از ماشین‌آلات مطابق با استانداردهای بین‌المللی کرد.

در روزهای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنعت دروپنجره و صنایع وابسته، فرصتی دست داد تا با عارف ساداتی گفت‌وگویی انجام دهیم که در ادامه مشروح این گفت‌وگو آمده است:

که بتوانیم با ارائه محصولات باکیفیت با آن دسته از شرکت‌هایی که نمایندگی از سایر کشورهای خارجی دارند و محصولاتی مشابه محصولات ما را وارد می‌کنند، رقابت کنیم. پیش‌ازاین همیشه این موضوع در ذهن تولیدکنندگان شیشه و پنجره دوجداره وجود داشته که وقتی نیاز به محصولات باکیفیت در زمینه کاری خودشان داشتند، تصور می‌کردند باید ماشین‌آلات موردنیاز خود را وارد کنند. ما این نیاز را تشخیص دادیم و درباره ابعاد مختلف آن بررسی‌های زیادی انجام دادیم و پس از

اگر موافق باشید برای آغاز گفت‌وگو کمی درباره مجموعه کارا صحبت کنید...

بله موافقم. گروه کارا تولیدکننده انواع ماشین‌آلات مدرن شیشه‌های دوجداره و یوپی‌وی‌سی است. ما اولین و تنها تولیدکننده‌ای هستیم که مجوز صادرات محصولاتمان را دریافت کرده و در حال حاضر به دو کشور به صورت مستقیم صادرات داریم. یکی از موضوعاتی که در استراتژی‌های شرکت وجود دارد این است

چگونه جرات کرده‌اید وارد چرخه تولید ماشین‌آلات شوید؟

ببینید! من قبل از اینکه وارد چرخه تولید ماشین‌آلات شوم، در بخش فروش فعالیت می‌کردم و در این زمینه تجربیات بسیار مناسبی دارم. به همین دلیل معتقدم وقتی وارد یک حوزه کاری می‌شویم باید با تمام وجود به آن ورود کنیم. من به قبل از سال ۸۸ برمی‌گردم، جایی که از آنجا فروش دستگاه‌های شیشه دوجداره را شروع کردم. تقاضا آن زمان برای ماشین‌آلات شیشه‌های دوجداره بسیار کم بود، به این دلیل که تولیدکنندگان ایرانی تعدادشان زیاد نبود و به همان نسبت تولیدات هم ناچیز بود. در آن زمان بیشتر دستگاه‌ها از ترکیه و چین وارد می‌شد و به دلیل قیمت بالای محصولات وارداتی تقاضای چندانی نبود و تولیدکنندگان تا حد ممکن با شیوه‌های دستی کار می‌کردند. ما با دریافت این اطلاعات و مسائل موضوعات آن از حدود سال ۸۹ وارد پروسه تولید ماشین‌آلات شدیم.

احتمالا برای ورود به بازار استراتژی مشخصی هم داشته‌اید، درست است؟

بله! هر مجموعه‌ای فلسفه‌ای برای وجود خود دارد؛ پیشنهادی دارد و این‌ها ماهیت آن مجموعه را تشکیل می‌دهند. من با توجه به ویژگی‌های شخصی‌ام وقتی کاری را آغاز می‌کنم، باید بهترینش را انجام دهم. ما بررسی‌های زیادی کردیم و دیدیم بخش زیادی از افراد که وارد بازار می‌شوند و مبادرت به خرید می‌کنند، قیمت را به عنوان مهم‌ترین مولفه در نظر می‌گیرند و به دنبال خرید محصولاتی هستند که با بودجه آن‌ها مطابقت داشته باشد. در این صورت خیلی به کیفیت محصول توجه ندارند. بررسی که آن روز کردم نشان می‌داد حدود ۷۵ درصد مشتریان در این دسته قرار می‌گیرند. یک جمله‌ای دارم که خودم به آن رسیده‌ام و جایی نوشته نشده است اینکه «در بلندمدت کیفیت، برنده جنگ قیمت و کیفیت است». یادمان باشد اگر قرار بود مشتریان صرفاً به قیمت نگاه کنند و به آن اهمیت بدهند، در طول تاریخ هرگز شرکت‌های با اصل و نسب که محصولات با کیفیت و دارای قیمت نسبتاً بالا تولید می‌کنند، دوام نمی‌آوردند. در واقعیت شرکت‌های معتبر، صرف نظر از قیمت بالا اعتبارشان را از کیفیت محصولشان می‌گیرند. من این را به عنوان یک اصل در کار خودم قرار دادم و با اصل قرار دادن این موضوع، این استراتژی را اتخاذ کردم که من نمی‌خواهم برای ۷۵ درصد از بازار کالا تولید کنم و مشتریانم را از میان آن

تحقیقات زیاد و مطالعات فراوان در این زمینه، با همراهی تیمی مجرب نقاط ضعف محصولات ایرانی را (که همواره باعث می‌شده مصرف‌کنندگان، دنبال محصولات وارداتی باشند) شناسایی کردیم.

بنابراین باید نتیجه بگیریم از مسیر تحقیقات و نیازسنجی وارد عرصه تولید شده‌اید. درست است؟

بله همان‌طور که عرض کردم، ما تحقیقات فراوانی در این حوزه انجام دادیم و بر ضعف‌های محصولات مورد نظر کار و آن‌ها را برطرف کرده‌ایم. در این مسیر اقدامات مختلفی برای افزایش کیفیت آن‌ها انجام داده‌ایم و خوشبختانه به نتایج بسیار خوبی هم رسیده‌ایم طوری که اکنون بخش بزرگی از مشتریان ایرانی از رجوع به محصولات وارداتی صرف نظر کرده‌اند. مسیری که ما در این زمینه طی کردیم مسیر بسیار موفقیت‌آمیزی بوده است و به گواه مشتریان و تمام کسانی که با مجموعه ما در ارتباط بوده‌اند، اکنون کیفیت محصولات ما در مقایسه با نوع خارجی آن‌ها، بسیار مناسب است. مخاطبان ما تاکید دارند اگر ما لوگوی مان را از روی این ماشین‌ها برداریم، قطعاً تصور می‌شود این ماشین‌ها وارداتی هستند. ما در زمینه کیفیت و ظاهر حساسیت زیادی به خرج داده و تمام توان خود را برای بهینه کردن آن به کار برده‌ایم و توان این را داریم با دیگر محصولات خارجی اعم از محصولات ترک یا دیگر کشورها رقابت کنیم. صحت این گفتار را می‌توان در گفتگو با مشتریان ما دریابید. آن‌ها وقتی با کیفیت این محصولات مواجه می‌شوند، می‌گویند ما از یک ماشین شیشه‌دوجداره چه می‌خواهیم که قرار باشد به محصول خارجی رجوع کنیم؟ آن‌ها معتقدند به این دلیل که محصول ما تولید داخل است و کیفیت آن‌ها بسیار بالاست و با قیمت مناسبی می‌توان آن را خریداری کرد، صرفه اقتصادی دارد ضمن اینکه مجموعه خدمات پس از فروش و پشتیبانی از این سیستم‌ها اطمینان کافی را برای استفاده از این محصولات در مشتری ایجاد می‌کند. ما بیش از ۱۵ سال است که در بازار ایران سابقه داریم و در این زمینه به صورت مداوم و مستمر و پر قدرت حاضر بوده‌ایم و شاید بر همین اساس باشد که بخشی از اعتماد مشتریان را به خوبی جلب کرده‌ایم.

ماشین‌آلات، در کنار نیروی انسانی و مواد اولیه هر کدام یکی از سه راس تولید است بنابراین موضوع حساسی در روند تولید است. ضمن این که شما رقبای قدر خارجی دارید بنابراین سوال اصلی این است



PDF Compressor Free Version



یک اتاق فکر داریم. افرادی را استخدام کرده‌ایم که کارشان فقط فکر کردن است. فکر می‌کنند که مردم چه چیزهایی را احتیاج دارند و ما از میان نیاز مردم کدام را می‌توانیم بومی‌سازی کنیم و در اختیار آن‌ها قرار دهیم. این‌ها نشان‌دهنده پویایی مجموعه کارا است. من هر سال در تمام نمایشگاه‌های بین‌المللی حاضر هستم نمایشگاه‌های، چین، دبی، ترکیه و تمام نمایشگاه‌های مهم منطقه‌ای را بازدید می‌کنم و از ماه‌ها قبل این بازدیدها دنبال این نکته می‌گردم که کدام یک از ویژگی دستگاه‌ها را می‌توان بومی‌سازی کرد. اگر چنین چیزی در محصولات بین‌المللی وجود داشته باشد و توان بومی‌سازی آن را داشته باشیم، شک نکنید در سال آینده آن آپشن در محصولات کارا دیده خواهد شد. امکان ندارد در کارا محصولی را ببینید که سال آینده، ورژن یا نمونه جدید آن و نمونه ارتقا یافته‌اش به بازار نیاید. ما هر سال دستگاه‌های قدیمی را از رده خارج می‌کنیم و نمونه جدید با ویژگی‌های جدید را وارد بازار خواهیم کرد و به همین ترتیب مانند تمام شرکت‌های بزرگ اعتبارمان را از مشتریانمان می‌گیریم. ما هر سال این امکان را برای آن‌ها قرار می‌دهیم تا با بهترین شرایط محصولات قدیمی خود را به‌روز کنند.

آن‌طور که از فحوای کلام شما فهمیدم به نظر می‌رسد غیر از برنامه‌های کوتاه میان و بلندمدت دورنمایی هم در شرکت کارا وجود دارد. کمی درباره این دورنما برای ما صحبت کنید....

اگر شما یک‌بار در جلسه‌ای که من با تیم فروش می‌گذارم بنشینید و صحبت‌های ما

۲۵ درصد که دنبال کیفیت مناسب هستید، انتخاب خواهیم کرد و به مرور پس از گذشت ۵ سال که تولید کردیم و کیفیت خود را به بازار معرفی کردیم، با جلب اعتماد مشتریان، از آن ۷۵ درصدی که محصولات با کیفیت پایین استفاده می‌کردند، نیز به سبب ۲۵ درصدی خودم افزودم. ما با چنین سیاستی خلاء محصولات با کیفیت در ایران را پر کردیم. روزهای اول بسیاری از عزیزان می‌گفتند، این کار نشدنی است. خیلی‌ها در آغاز به ما نقد داشتند که کارا قیمت بالایی دارد اما ما به محصول خودمان اعتقاد داشتیم. ما به کیفیتمان اعتقاد داشتیم و من همیشه به تیم خود می‌گفتم کمی پایمردی و پایداری کنند و منتظر بمانند که شرایط به نفع آن‌ها تغییر خواهد کرد و روزی خواهد رسید که اگر کسی نتواند محصولات کارا را استفاده کند حسرت استفاده آن را خواهد برد. بنابراین فقط ما بر کیفیت تمرکز کردیم و هیچ عاملی ما را از کیفیت منصرف نکرد. همین استراتژی و پایمردی بر عنصر کیفیت باعث شده است که امروز تمامی اهالی صنعت بر این اصل شهادت دهند که کیفیت محصولات کارا کیفیت بالایی است.

با این حساب باید شیوه خاصی برای مدیریت امور در کارخانه داشته باشید؟

بگذارید با نمونه عرض کنم. ما امسال آپشن‌ها و ویژگی‌هایی را به محصولاتمان اضافه کردیم که واقعا دغدغه مشتریان بود. این‌ها را با تحقیقات بسیاری که در بازار انجام داده‌ایم، به دست می‌آوریم. جالب است که بدانید ما در مجموعه خودمان





آوردیم. ما در زمینه تولید برنامه داریم ما حتی فضای سبز مجموعه‌مان را درست و بر اساس مبانی علمی طراحی کرده‌ایم تا هم کارگرانمان بتوانند از آن محیط استفاده کنند و هم مشتریان لحظات آرامی را در مجموعه ما داشته باشند. ما با استفاده از روانشناسی رنگ و دیگر مولفه‌های علمی تمام سعی‌مان این بوده تا برای کارگری که در مجموعه کاره، کار می‌کند لحظات آرامش‌بخش را ایجاد کنیم تا او احساس خستگی نکند و با استفاده از دیدن طبیعت، دریافت سرویس مناسب، احترام، و ... امید بیشتری به زندگی و آرامش بیشتری داشته باشد. نیروی انسانی ما باید این دستگاه را تولید کند. نیروی انسانی که با دغدغه پای دستگاه بایستد نمی‌تواند تولید مناسبی داشته باشد و کیفیت محصولات را تحت تاثیر خودش قرار می‌دهد.

آیا می‌شود امیدوار بود با توجه به حرف‌هایی که درباره بازارهای خارجی زده‌اید محصولات شما شانه‌به‌شانه دیگر تولیدات شرکت‌های بزرگ در صنایع استفاده شود؟

همان‌طور که در بخش دورنما عرض کردم بله ما چنین برنامه‌ای را داریم. می‌خواهیم در نمایشگاه‌های بین‌المللی با برند کارا با ارائه و معرفی محصولات این مجموعه با محصولات دیگر کشورها و شرکت‌های معتبر آن‌ها رقابت کنیم و افتخاری برای کشورمان بیافرینیم. این باید متناسب با خط تولید ما باشد و در سال آینده افزایش فاز تولید داریم و در نظر داریم کارخانه جدید را فقط برای بازار صادراتی اختصاص دهیم.

را گوش کنید خواهید دید تاکید من این است که کف و سقف هر شرکت یا حتی هر فرد را خودش تعیین می‌کند. اگر می‌بینیم محصولی در کشور ما از هزاران کیلومتر آن طرف‌تر آمده و بین مردم معروفیت دارد این یک نکته مثبت است و ما باید آن را یاد بگیریم ما هم می‌خواهیم همین کار را بکنیم. ما هم می‌خواهیم محصولی تولید کنیم که هزاران کیلومتر آن طرف‌تر هم نام ما را بشنوند. شما وقتی این حرف را می‌شنوید ممکن است در ذهنتان خطور کند که شرکت‌های ایرانی چنین توانی را ندارند اما من به شما ثابت می‌کنم من می‌توانم محصولی در ایران تولید کنم که قابلیت رقابت با محصولات سطح بالای دنیا را داشته باشد. به جرات عرض می‌کنم دورنمای کارا داشتن شعب متفاوت در کشورهای دیگر دنیا است. همین‌الان از برخی کشورها مانند آفریقای جنوبی متقاضی داریم که می‌خواهند خط تولیدمان را آنجا راه‌اندازی کنیم متأسفانه ما این ضعف را داریم که فکر می‌کنیم نمی‌توانیم و همین موضوع خسارت‌های بزرگی به کشور ما وارد کرده است. ما باید این را بپذیریم که در کشور ما اعتماد به نفس در زمینه تولید پایین است به همین دلیل برخی از تولیدکنندگان خارجی که این ضعف را شناخته‌اند محصولاتی باکیفیت پایین با ایرادات بالا به کشور ما وارد می‌کنند. من عمرم را صرف این کردم که ایراد دستگاه‌های مختلف را پیدا کنم و محصولی تولید کنم که آن ایراد را نداشته باشد. ما قبل از هر چیزی تحقیقات مطالعه و پژوهش را سرلوحه کار خودم قرار دادیم تمام شرکت‌های معروفی که دیگران نامش را شنیده‌اند، من در خط تولید آن حاضر شدم از آن بازدید به عمل



البرز یراق سرمایه‌ای برای کشور

اشاره

پنجره ایرانیان؛ شرکت البرز یراق از جمله فعالان در زمینه تولید و عرضه انواع پروفیل، یراق آلات و ملزومات دروپنجره دوجداره یوپی‌وی‌سی و آلومینیوم در کشور است. مجموعه‌ای که در آغاز در زمینه واردات یراق آلات دروپنجره فعالیت می‌کرد و از سال ۹۵ با آماده‌سازی زیرساخت‌ها اقدام به طراحی، تولید و عرضه یراق آلات دستگیره و لولا در داخل کشور کرده است. در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره تهران با «جواد جعفری» مدیرعامل این مجموعه به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه آمده شرح این گفت‌وگو است:

اگر موافق باشید بحث‌مان را از اینجا شروع کنیم که در البرز یراق چه می‌کنید؟

ما در البرز یراق غیر از تولید یراق آلات دستگیره و لولا اسپانیولت‌های تک‌حالته و اسپانیولت‌های دری و ... را تولید می‌کنیم. ما سعی کرده‌ایم در مجموعه البرز یراق با بهترین مواد اولیه که در دسترس ما است، محصولاتمان را تولید کنیم. حتی بخشی از کسری‌های مواد اولیه که در کشور وجود ندارد را از کشورهای دیگر تهیه کرده‌ایم. آنچه در البرز یراق، وجود دارد، عشق به کارآفرینی است که مجموعه ما را در مسیر تولید این بخش از محصولات قرار داده است.

یراق بسیار جز جز است و به همین دلیل تولید آن بسیار سخت است. مجموعه‌های تولیدی در این حوزه موفق نمی‌شوند مگر اینکه سید کالایی کاملی داشته باشند. درباره سید کالایی‌تان در البرز یراق چه می‌توان گفت؟

در سوال قبل بخشی از پاسخ، داده شد، با این حال سید کالایی ما شامل انواع و اقسام دستگیره‌های یوپی‌وی‌سی که برای پنجره استفاده می‌شود و دستگیره‌های در، دستگیره‌های سرویس و تمام قطعاتی که داخل پنجره‌های یوپی‌وی‌سی استفاده می‌شود، اسپانیولت‌های تک‌حالته، اسپانیولت‌های دوحالته اسپانیولت‌های بالکنی، قفل در انواع زبانه، خرچنگی و ... مجموعه کاملی است که در مجموعه ما وجود دارد. باید بر این موضوع تاکید کنم که ما در حال رشد و توسعه هستیم و در هر لحظه این سید کالایی گسترده‌تر خواهد شد.

به طور طبیعی هر شرکت برای اینکه در بازار حفظ شود نیاز به توسعه دارد؛ درباره برنامه توسعه‌ای البرز یراق چه می‌توانید بگویید؟ نخستین گام برای توسعه یک مجموعه استفاده از ماشین آلات مناسب و با کیفیت است که بخشی از آن در خط تولید ما وجود دارد اما اگر قرار باشد این خطوط تولید توسعه بیشتری پیدا کند نیاز به حمایت است. اگر مجموعه ما حمایت شود سیستم‌های به روز در حوزه اتوماسیون، ماشین آلات جدید، نیروهای متخصص آموزش دیده، به مجموعه اضافه خواهد شد و در مسیر تامین نیازهایی که در کشور وجود دارد گام بر خواهیم داشت.

مشکلاتی که در زمینه تولید یراق آلات تجربه کرده‌اید چه مواردی بوده است؟

یکی از مشکلات این صنعت تعداد زیاد کپی‌کنندگان است. به همین دلیل وقتی محصولی در این صنعت، تولید می‌شود، ممکن است با کپی برداری، سر از بازار در بیاورد. البته مساله صرفاً کپی یک محصول نیست بلکه روند تولید آن است زیرا وقتی این محصولات کپی می‌شوند با مواد اولیه بسیار بد تولید خواهند شد و وقتی وارد بازار می‌شوند به دلیل مشابهت با نمونه اصلی، به برند اصلی ضربه و خسارت وارد خواهند کرد. مجموعه ما در این حوزه تاوان داده و هزینه‌های گزافی بر او بار شده است. باید تاکید کنم ایجاد یک سید کالایی زحمت بسیار زیادی دارد به قول معروف برای ساختن این سید کالایی در مجموعه البرز یراق ما خون دل‌ها خورده‌ایم بنابراین نمی‌توان شیوه‌هایی را به کار بگیریم که این سرمایه که در اصل سرمایه یک کشور است از بین برود.

البته مشکلات دیگری نیز در زمینه تولید یراق آلات وجود دارد مثلاً ما در زمینه مواد اولیه مشکل داریم؛ در زمینه حمایت‌های دولتی مشکل داریم؛ در دارایی مشکل داریم؛ در اداره کار مشکل داریم؛ در بیمه مشکل داریم همه این مشکلات



PDF Compressor Free Version



وجود دارد اما در نهایت ما باید بتوانیم با ایجاد هماهنگی و ارائه راه حل برای آن‌ها، به مسیر تولید ادامه دهیم

آیا در میان محصولات یراق آلات استاندارد اجباری هم وجود دارد که ملزم به رعایت آن باشید؟

خیر چنین استاندارد وجود ندارد اما هر تولیدکننده برای اینکه در بازار بماند و رقابت کند نیاز دارد تا محصولات با کیفیتی تولید کند. ما هر چند استاندارد اجباری در این زمینه نداریم اما در تک تک محصولاتمان پارامترهایی را در نظر می‌گیریم و خود را ملزم به رعایت آن می‌دانیم که در مجموع می‌تواند کیفیت حداکثری در محصول ایجاد کند.

من به عنوان مشتری برای اینکه محصولات شما را انتخاب کنم باید در تولیدات شما ویژگی‌هایی ببینم تا از میان تعداد زیادی از تولیدکنندگان سراغ شما بیایم. ویژگی‌های شما چیست که بتواند من را به عنوان یک مشتری، جذب کند؟

قطعاً کیفیت. پاسخ من به این سوال شما همین یک کلمه است آنچه که ما را در بازار انگشت‌نما می‌کند، کیفیت محصولات تولید شده در البرز یراق است. ما چنان به مقوله کیفیت در البرز یراق اعتماد داریم که این موضوع را بیان کرده‌ایم اگر مشتریان ما محصولی دارند که می‌خواهند آن را مرجوع کنند، حتی اگر خرید ۵ یا ۶ سال پیش هم باشد ایرادی ندارد؛ ما آن را تعویض خواهیم کرد. این یعنی اینکه ما خدمات پس از فروش مناسبی هم داریم خدمات پس از فروشی که زمان برای آن محدودیت حساب نمی‌شود. برای یک محصول این دو ویژگی کافی است که در بازار مورد توجه قرار گیرد.

شانزدهمین نمایشگاه در و پنجره تهران در حال برگزاری است. این سوال را از بسیاری از تولیدکنندگان پرسیده‌ام که با چه دستور کاری به نمایشگاه آمده‌اید؟

همه می‌دانند که نمایشگاه هزینه‌بر است و هزینه‌های زیادی بر مجموعه‌های تولیدی و صنعتی تحمیل می‌کند. با این حال آنچه که در این نمایشگاه‌ها بیشتر به دنبال آنیم مراداتی است که بین اهالی صنعت انجام می‌شود. اهالی صنعت از سراسر کشور اینجا جمع شوند ما می‌توانیم همکاران را در این فرصت ملاقات کنیم و با آن‌ها که هر سال برای حضور در نمایشگاه می‌آیند، تبادل نظر داشته باشیم. علاوه بر آن مشتریان نیز به نمایشگاه می‌آیند. از شرق و غرب؛ از شمال و جنوب. نمایشگاه فرصتی است که مشتریان به غرغه بیایند با ما حرف بزنند خواسته‌هایشان را بگویند. به ما پیشنهاد بدهند و حتی انتقاداتی که به نظرشان می‌آید را مطرح کنند. اینجا فرصت بسیار خوبی است که آن‌ها بتوانند با کادر ما در ارتباط باشند. یکی از موضوعات هم این است که ما سبد کالایی را در طول سال تکمیل می‌کنیم و در نمایشگاه در معرض دید مشتریان قرار می‌دهیم. گاهی اوقات نیاز است که مشتری بتواند محصول تولید شده را به صورت فیزیکی لمس کند و از نزدیک آن را ببیند. نمایشگاه برای ما و دیگر تولیدکنندگان این فرصت را پیش می‌آورد.

شرکت‌ها در هر دوره محصولات جدیدی در نمایشگاه ارائه می‌کنند شما این کار را کرده‌اید؟

سبد کالایی ما هر سال نسبت به سال قبل فرق می‌کند و توسعه پیدا خواهد کرد. به طور طبیعی فرصت نمایشگاه فرصت رونمایی برای کالایی جدید است که در هر دوره به طور طبیعی اتفاق می‌افتد.

اگر بخواهید این نمایشگاه در پنجره را با دوره‌های قبل مقایسه کنید چه می‌گویید؟

ما تا الان از شرایط راضی بوده‌ایم. نظم نمایشگاه خوب بوده و امور مطابق روال در حال انجام است. ما در دوره‌های قبل ما پنجشنبه جمعه نداشتیم اما در این دوره پنجشنبه و جمعه جزو روزهای برگزاری نمایشگاه است و این یک نقطه مثبت است زیرا مشتریان ما از سراسر کشور حضور پیدا می‌کنند و اگر تعطیلی در بین روزهای نمایشگاه نباشد کار سخت می‌شود در مجموع نمایشگاه خوبی است.

تولیدات ماکو به نفع کشور است

اشاره

امیرحسین قدسی، مدیرعامل یراق سازان ماکو است. چندی پیش با او در جریان بازدید اعضای هیات مدیره انجمن کارفرمایی تولیدکنندگان دروپنجره ایران از مجموعه تحت مدیریت او، گفت‌وگویی انجام دادیم. آن روز درباره‌اش در آغاز آن گفت‌وگو نوشتیم: او جانشین و میراث‌دار شغل پدری است. کاری را ادامه می‌دهد که پدرش در یکی دو دهه قبل تر آغاز کرد و این امید را داشت که ادامه پیدا کند. او علاقه زیادی به این شغل دارد و در بازدید از خطوط تولید، خودش پیش می‌افتد و یک‌به‌یک کارها و اقدامات انجام شده در خط تولید را توضیح می‌دهد. ماشین‌آلات و اجزایش را معرفی می‌کند و در مورد نحوه انجام کار و پروسه تولید، به سوالات پاسخ می‌دهد.

حالا دوباره در روزهای برگزاری نمایشگاه دروپنجره تهران، در غرفه این مجموعه با او ملاقات کردیم. او راهبری مجموعه‌ای را بر عهده دارد که تولید دروپنجره، واردات یراق‌آلات و ملزومات و تولید یراق‌آلات از جمله زمینه‌های فعالیت آن است. گروه صنعتی یراق سازان ماکو، در اصل زیرمجموعه و از جمله آخرین دستاوردهای شرکت ماکو پی‌وی‌سی است که مدیریت جدید، آن را در زمینه تولید یراق‌آلات دروپنجره یوپی‌وی‌سی تاسیس و راه اندازی کرده است. یراق سازان ماکو فعالیتش را از سال ۱۳۹۸ آغاز کرده است و هم اینک با تولید اسپانیولت تک حالت استیل و زاماک و... در صنعت دروپنجره حاضر است. محصول گفت‌وگوی پنجره‌ایرانیان با امیرحسین قدسی در حاشیه نمایشگاه، در ادامه می‌آید:



بزرگی دارد و تیراژ مصرفی محصولات مورد نیاز در این صنعت نیز ظرفیت خوبی ایجاد کرده است. بنابراین بر اساس اصول مسلم اقتصادی، تولید در این زمینه به سود کشور خواهد بود. درست است که ترکیه در این صنعت جزو صادرکنندگان بزرگ بوده و حتی به کشورهای اروپایی هم صادرات دارد، اما تولید ما می‌تواند زمینه انتقال تکنولوژی به کشور را نیز فراهم آورد. این امر در گذر زمان ما را قادر می‌سازد ضمن انجام این انتقال، سبد کالایی مورد نیاز کشور را تکمیل نموده و از واردات کالا بی‌نیاز گردیم. اگر چنین اتفاقی رخ دهد، می‌توان علاوه بر تامین نیاز کلیه تولیدکنندگان داخلی، به ایجاد بازار صادراتی در خارج از مرزهای کشور نیز نظری داشته باشیم. به نظرم وجود رقیبی مانند کشور ترکیه که در این صنعت پیشکسوت بوده و تجربه‌ای حدوداً بیست‌ساله دارد، فرصت مناسبی را در ایجاد این دورنما در منظر تولیدکنندگان داخلی ایجاد کرده است.

شما از چه زمانی در این زمینه در حال تولید هستید؟

ما حدوداً چهار پنج سال هست که وارد این حوزه شده‌ایم و برخی دیگر از همکارانمان حدود ده سال است که وارد این صنعت شده‌اند، اما باید بر این نکته تاکید داشت که همه ما تکنولوژی را از ترکیه وارد کرده‌ایم. بنابراین تولیدکنندگان کشور ما در این صنعت نوظهور به حساب می‌آیند.

وقتی وارد زمینه تولید می‌شویم، هدف‌گذاری‌هایی وجود دارد. یکی‌اش

مثل همیشه با این سوال آغاز می‌کنیم که محصولات شما چیست و چه تولید می‌کنید؟

این مجموعه در حال حاضر تولیدکننده بخشی از یراق‌آلات مورد نیاز در صنعت یوپی‌وی‌سی از جمله اسپانیولت‌های تک حالت استیل و زاماک، اسپانیولت کشویی، اسپانیولت‌های در قفل‌دار، دستگیره دوطرفه باریک قفل‌دار، دستگیره پنجره و لولای نود طرح reze است و این تولیدات در حال حاضر سبد کالایی ما را تشکیل می‌دهد.

لازم به ذکر است که در طرح توسعه اولیه، تمامی اقدامات و طراحی و قالب‌سازی در خصوص تولید دستگیره‌های سوئیچی و سرویسی باریک و پهن انجام گرفته و به زودی شاهد اضافه شدن این محصولات به سبد کالا خواهیم بود.

سوالی که در زمینه تولید یراق‌آلات وجود دارد این است که ما در همسایگی‌مان کشوری مانند ترکیه داریم که یکی از مراکز تولید یراق است که کالای باکیفیتی هم دارد، چرا تولیدکنندگان ما وارد چرخه تولید این محصولات شده‌اند؟

آنچه مشخص و واضح است این است که اگر هر مجموعه تولیدی در هر کشور بتواند محصولات مورد نیاز صنایع خود را تولید و تامین کند، عملاً برای خود و مابقی صنایع پایین‌دست موجود، مزیت ایجاد کرده است. ایران ما جمعیت قابل توجه و بالطبع بازار مصرف



PDF Compressor Free Version



دستیابی به بازار منطقه‌ای و در سطح دیگر بازار بین‌المللی است. به نظر شما با توجه به وجود ترکیه می‌شود در این حوزه موفق بود؟

واقعیت این است که ما ابتدا باید به فکر تامین نیاز داخلی کشور بوده و سبد کالایی خود را بر اساس نیازهای این بازار، توسعه دهیم. موید این حرف نیز عدم وجود سبد کامل ملزومات مورد نیاز و کمبود در برخی زمینه‌ها حتی در مجموعه‌های بزرگ و اصلی تامین کننده است. تمامی تولیدکنندگان ایران تا تامین قطعاتی نظیر پراک آلات دو حالته، فرانسوی، فولکس‌واگن و ... فاصله زیادی دارند. با این توضیح هنوز هم معتقدم ورود به این حوزه و کسب موفقیت شدنی است. این صنعت غیر از نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری، به یک سری تجهیزات نیاز دارد و توانمندی تامین آن نیز موجود است. اگر شما به صنعت دروپنجره یوپی‌وی‌سی و علی‌الخصوص پروفیل آن نگاهی بیندازید، می‌بینید که از سال هشتادویک وارد کشور شد و در سال نودوچهار واردات آن ممنوع گشته است. دلیل این بود که ما در داخل نیاز به تامین این محصولات را حس کرده و اراده تامین آن را داشته‌ایم. از طرف دیگر خودمان از تولیدکنندگان مواد پتروشیمی بوده و در اصل دسترسی کامل به مواد اولیه مورد نیاز را داشتیم. بنابراین تنها فرآیند تامین و تجهیز ماشین‌آلات تولیدی مورد نیاز بود که این امر نیز در گذر زمان انجام شد. این فرآیند چه در ترکیه و چه در ایران، بر اساس روند یکسانی انجام می‌گرفت و در حال حاضر در این زمینه به‌طور کامل به خودکفایی رسیده‌ایم.

خب اگر یکسان است چرا در تولید پراک آلات عقب‌ماندگی داریم؟

اگر ایران در این چرخه عقب‌مانده به این دلیل است که گستردگی کار در بخش پراک بسیار بالاست. شما در تولید پروفیل نیاز به دستگاه اکسترودر و قالب دارید. اما در پراک جزئیات کار زیاد است. شما برای تولید پراک نیاز به پرس کاری، دایکست آلومینیوم و زاماک، تزریق پلاستیک و بخش مونتاژ بسیار گسترده دارید. برای اینکه یک مجموعه سبد کاملی از پروفیل داشته باشد، نیازمند حدود ۶ یا ۸ قالب اکسترودر و دستگاه آن است. اما برای تولید یک سری سازه کامل اسپانیولت تک حالته، به بیش از ۶۰ قالب نیاز است. گستردگی قالب، پیچیدگی کار، استفاده شدن از مواد مختلف و پیچیدگی بخش مونتاژ، یکی از دلایلی بوده و هست که صنعتگران داخلی ما، خیلی دیر به سراغ تولید پراک آلات رفته‌اند.

مرسوم است هر کدام از تولیدکنندگان در مقاطعی مانند حضور در نمایشگاه یا به مناسبت‌های دیگر، از محصولات جدید خود رونمایی می‌کنند. شما چنین اقداماتی انجام داده‌اید؟

بله! ما تا سال گذشته در سبد کالایی‌مان دستگیره پنجره و دستگیره باریک را نداشتیم. این‌ها محصولات جدید ما هستند که به‌تازگی به سبدمان اضافه شده‌اند.

در چه دوره‌هایی در نمایشگاه دروپنجره حاضر بودید؟

مجموعه پراک‌سازان در سال ۱۳۹۸ تاسیس شد. وقتی برای نخستین بار تولیداتمان را روانه بازار کردیم با دوران شیوع کرونا هم‌زمان شد که عملاً دوران غروب نمایشگاه‌ها بود. وقتی هم که نمایشگاه‌ها دوباره برگزار شد، تجدید قوا کرده و امسال مجدداً در نمایشگاه حاضر شده‌ایم.

برگزاری نمایشگاه‌ها مراحل مختلف دارد. مرحله ثبت‌نام، تحویل غرفه، ارائه خدمات، تجهیز غرفه و...

در رابطه با برگزاری نمایشگاه باید این نکته را عرض کنم که سال اول کرونا به گمانم همین مجموعه برگزارکننده نمایشگاه بود در سال‌های بعد برگزارکننده تغییر کرد و حالا پس از چند سال، دوباره برگزاری به عهده پیمانکار اولیه گذاشته شده است. خدماتی که در نمایشگاه‌ها ارائه می‌شود خدمات ثابتی است. بخشی از کارها توسط ما انجام می‌شود نظیر تکمیل فرم، غرفه سازی و ... و بخشی که شامل هماهنگی و زمان‌بندی و اطلاع‌رسانی است توسط برگزارکننده به‌صورت معمول انجام می‌شود. باین‌حال بدترین و بی‌نظم‌ترین دوره‌ای که دیده‌ام، سال ۱۴۰۱ بود.

سوالات من تمام شد. در پایان اگر مطلب خاصی مانده یا سخن پایانی دارید، بفرمایید.

خیر، مطلب خاصی نیست. تنها برای تمامی همکارانمان در این صنعت آرزوی موفقیت می‌کنم.



گزارشی از یک رویداد؛

انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران در نمایشگاه

ساتیان و همارشتن به یاری انجمن آمدند

پنجره‌ایران‌یان؛ انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران یک شکل صنفی است. تشکیلاتی که بر اساس قوانین تاسیس شده و قرار است در قامت پرچمدار دفاع از منافع اعضای خود، اقدامات صنفی انجام دهد. این انجمن مطابق گفته دبیر تشکیلاتش، دو دهه است که فعالیت می‌کند و مطابق آنچه به عنوان اساسنامه تصویب کرده باید از منافع تولیدکنندگان دروپنجره در ایران حمایت کند. همین چندی پیش بود که رئیس هیات مدیره انجمن در گفت‌وگو با پنجره‌ایران‌یان از اوضاع و احوال تشکیلاتی صنفی در ایران می‌گفت. تشکیلاتی که گاه اعضای آن تلاشی برای ارتقای سطح

صنعت خود نمی‌کنند.

شانزدهمین نمایشگاه صنعت دروپنجره و صنایع وابسته تهران در روزهای ۸ تا ۱۱ خردادماه ۱۴۰۳ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. در این نمایشگاه انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران از تمامی فعالان صنعت دروپنجره دعوت کرده بود تا در روزهای برگزاری شانزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره تهران از غرفه این انجمن در سالن خلیج فارس بازدید به عمل آورند. آنچه در ادامه خواهد آمد گزارشی از عملکرد غرفه این انجمن در خلال روزهای برگزاری نمایشگاه صنعت دروپنجره است.



چندی پیش در گفت‌وگویی با جلالی‌پوردیر انجمن دروینجره ایران، موضوعات مختلفی طرح شد. او می‌گفت: یکی از مهم‌ترین مشخصاتی که برای تشکلهای شبیه ما می‌توان برشمرد، این است که انجمن‌های صنفی متشکل از اعضای یک صنف هستند یعنی تعدادی از افرادی که یک شغل دارند و در یک زمینه فعالیت دارند در انجمن عضویت دارند بنابراین آدم‌های مختلف که در اصل رقیب هم هستند باید کنار همدیگر جمع شوند. این یعنی اینکه چنین اقدامی احتیاج به یک تعامل و پیشرفتگی ذهنی دارد. با این حال ما شعارمان از همان آغاز «انجمن چتری برای همه» بوده است و هنوز هم اعتقاد داریم که انجمن چتری است که باید همه اعضای مرتبط با صنف را پوشش و همکاری و هم‌راستایی بین آن‌ها را افزایش دهد. ما پس از تأسیس انجمن، کمیته‌های مختلفی را در داخل انجمن تعریف کردیم، کمیته‌هایی که زمینه‌ها و حوزه‌های مختلف را در برمی‌گرفت و باعث می‌شد اعضا را بیشتر کنار همدیگر قرار بدهد. ما برای تعامل درون و برون‌سازمانی، برای اینکه همفکری بیشتر بین اعضا اتفاق بیفتد کمیته‌های حقوقی، آموزش، بازرگانی و دیگر کمیته‌ها را سامان دادیم. این کمیته‌ها زمانی نقش خیلی پررنگی داشتند و حالا هم کماکان کار خودش را انجام می‌دهد اما به این معنا که قرار باشد حتماً نام کمیته را داشته باشد، نه زیرا عملاً هیات‌مدیره انجمن با کمک اعضا دارند بار مسئولیت کمیته‌ها را به دوش می‌کشد و این هم‌افزایی را در کنار همدیگر انجام می‌دهند.

بعید است از آن روز تا امروز نظر جلالی‌پور تغییر خاصی کرده باشد به ویژه اینکه در روزهای برگزاری نمایشگاه، سر اهالی این غرفه، بسیار شلوغ بود. آن طور که مسئولان





به صورت مناسبی معرفی و ضمن روزهای برگزاری تفاهم‌نامه‌هایی نیز امضا شد.

انجمن چطور جایی است؟

انجمن‌های صنفی عملاً محل تعامل اعضای یک صنف است. اعضای که کنار هم جمع می‌شوند و بدون چشم داشت در مسیر نفع عمومی اعضا حرکت خواهند کرد. در زمینه تشکیل انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران آن‌طور که منابع رسمی انجمن بارها تاکید کرده‌اند انجمن به این دلیل تاسیس شد که: هرروز شاهد ظهور و توسعه کارخانه‌ها و کارگاه‌های بزرگ و کوچک در اقصای نقاط ایران هستیم و علی‌رغم افزایش تقاضای بازار مصرف پنجره، با نوعی نابسامانی در و تولید کیفی و ارائه محصولات نامرغوب مواجه بودیم انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران باهدف سامان دادن به بازار پی‌وی‌سی و همچنین ارائه محصول باکیفیت فعالیت خود را از سال ۹۱ شروع کرد. یکی از اهداف انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران آموزش و بالا بردن دانش عمومی است که در راستای این هدف فعالیت‌های بسیاری صورت گرفته است. بهره‌گیری از دانش کارشناسان و پیشکسوتان این صنعت و به‌کارگیری تجربیات آن‌ها باعث شده است، محصولی تولید و روانه بازار شود که رضایت مشتری در ایران جلب کند. برای رسیدن به این هدف والا، انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران راه پریپ‌وخمی را پیموده است که

انجمن گزارش داده‌اند: غرفه انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران در روزهای برگزاری، بیش از ۱۵۰۰ بازدید کننده و مراجعه کننده داشته است. علاوه بر آن، در روزهای برگزاری نمایشگاه، اهالی صنعت و اعضای انجمن این احساس را داشتند که می‌توان از غرفه این انجمن برای دید و بازدیدهایی (که شاید برای مدتی هم به تعویق افتاده بود)، استفاده کنند. روزهای برگزاری نمایشگاه غرفه انجمن عملاً به محلی تبدیل شده بود که اهالی صنف آنجا را تقاطع دیدارهای خود و جلساتی برای رفع مشکلات و پیشبرد بهتر عملکرد این صنعت می‌دانستند. در روزهای برگزاری نمایشگاه شانزدهم، انجمن چند دوره آموزشی نیز برگزار کرد. دوره‌های آموزشی در سالن ۴۰، طبقه دوم با عنوان «فناوری‌های نوین مطرح در جدارهای نورگذر با عملکرد حرارتی بهبود یافته و پنجره‌های نوین در ساخت‌وساز امروزی و مباحث حقوقی ویژه صنعت دروپنجره» با حضور آقای دکتر کاری از سازمان نظام‌مهندسی و موسسه حقوقی و عضو ارشد کانون وکلا برگزار شد. روابط عمومی انجمن گزارش داده است: مشارکت‌کنندگانی که در این صنف فعالیت داشتند با شناخت از این تشکل برای عضویت در انجمن اعلام آمادگی کردند.

مطابق این گزارش طی برگزاری نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره و صنایع وابسته، از سوی بخش‌های مختلف بازدیدهایی صورت گرفت. به ویژه از سوی سازمان نظام‌مهندسی و نشریات و رسانه‌هایی از جمله خبرگزاری صداوسیما، ایستنا، پنجره‌ایرانیان و چاپک آنلاین که مصاحبه‌هایی نیز انجام و در شبکه‌های خبری بخشی از آن‌ها را منتشر شد و انجمن

PDF Compressor Free Version



غرفه انجمن، ایفای نقش کرده‌اند. دو شرکتی که نامی آشنا در صنعت دروپنجره دارند و هر دو نیز از اعضای انجمن هستند.

ساتیان

گروه ساتیان، در اصل تامین کننده انواع یراق‌آلات دروپنجره است. در معرفی این شرکت آمده: باهدف ارتقاء سطح کیفیت یراق‌آلات دروپنجره و نمای ساختمان در کشور راه‌اندازی شده و تاکنون به‌عنوان نماینده فروش و واردکننده با برخی از برترین برندهای حوزه دروپنجره همکاری کرده است. در سایت اختصاصی ساتیان آمده است: ما در این شرکت بر آنیم تا خدمات مطلوب صنعت خود، از جمله فروش محصول به‌روز و باکیفیت و همچنین ارائه مشاوره پیش از خرید برای پیدا کردن مناسب‌ترین محصول را به شما ارائه کنیم.

همارشتن

همارشتن در معرفی خود آورده است: با توجه به بروز بحران انرژی در حال و آینده و باهدف استفاده بهینه از سرمایه‌های ملی، همچنین در جهت استانداردسازی صنایع مرتبط با ساختمان و همچنین بهینه‌سازی مصرف سوخت، گروه صنعتی همارشتن با بیش از ۲۰ سال تجربه در زمینه تولید انواع محصولات پلیمری، در سال ۱۳۸۴ با رویکرد طرح توسعه‌ای، اقدام به انتقال دانش فنی و واردات ماشین‌آلات تولید پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی برای ساخت دروپنجره‌های نوین کرد.

حاصل آن تولید پنجره‌ای استاندارد در کلیه کارگاه‌ها و کارخانه‌ها عضو انجمن و ترغیب دیگر تولیدکنندگان کشور به رعایت این استانداردها به جهت بودن در بازار و رقابت با دیگر کارگاه‌ها شده است. هم‌اکنون انجمن ضمن مدون کردن مقرراتی برای اعضای خود، ایشان را موظف و متعهد به رعایت استانداردهای مورد تایید انجمن کرده است. به برای دستیابی به یک محصول با استانداردهای جهانی، انجمن خود را موظف به آموزش کلیه کارکنان خط تولید اعضا خود می‌داند و در این راستا کلاس‌های آموزشی برگزار می‌کند. این رده‌ها شامل طراحی مناسب، شناخت عوامل تاثیرگذار باکیفیت پنجره، معیارهای انتخاب پروفیل، یراق‌آلات، متعلقات و همچنین نصب صحیح دروپنجره یوپی‌وی‌سی است. علاوه بر این انجمن خود را موظف می‌داند که این استانداردها به‌صورت دقیق و به‌روز در کارخانه‌ها رعایت شود به همین منظور بازدیدهای دوره‌ای از کلیه‌های شرکت‌های عضو انجمن صورت گیرد و ماشین‌آلات، پروفیل‌ها و یراق‌آلات مورد استفاده به‌صورت دقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

همارشتن و ساتیان همراه انجمن

آن‌طور که منابع رسمی انجمن تولیدکنندگان دروپنجره ایران اطلاع داده‌اند، در این دوره از برگزاری نمایشگاه دو شرکت ساتیان و همارشتن به‌عنوان اسپانسرهای اصلی



PDF Compressor Free Version

PDF Compressor Free Version



PDF Compressor Free Version



PDF Compressor Free Version





PDF Compressor Free Version



معماری ساختمان مسکونی سایه، علی حقیقی

شرح پروژه از زبان معمار

پروژه معماری ساختمان مسکونی سایه در زمانی به معماران ارجاع داده شد که ساختار آن بر اساس طرحی نئوکلاسیک بود. درخواست کارفرما بازنگری در طراحی پلان ها و نما به سبک مدرن بود. این ساختمان دارای ۵ واحد مسکونی به مساحت ۳۳۰ متر مربع در هر طبقه، یک واحد مسکونی در طبقه همکف در جوار لابی و سه طبقه زیر زمین می باشد. با توجه به سازه موجود و اجرای رمپ های زیرزمین به منظور تامین حداکثری پارکینگ در طبقات مذکور، قسمت های مشترک ساختمان شامل فضای ورزشی و فضای اشتراکی با سقف متحرک بر روی پشت بام و در مجاورت روف گاردن قرار گرفت.

سازه اجرا شده محدودیت هایی مانند ستون های ثابت، ارتفاع کم کف و اریب ۴۵ درجه در نما را برای طراحان ایجاد کرده بود. همزمان با تغییر پلان و دستیابی به نظم فضایی بهتر، ایده اصلی طراحان طراحی نما بود. که علاوه بر درک کلی از سادگی در زمینه ای که تنوع رنگ ها، مصالح و جزئیات زائد ظاهر شهری را مخدوش کرده است؛ با مراجعه به اصول زیبایی شناسی شامل تناسبات، مقیاس، ریتم و تعادل خطوط عمودی و افقی می توان به ترکیب بندی ایستا به طور کلی و در عین حال پویا در جزئیات دست یافت.

PDF Compressor Free Version

استفاده از شمش های سنگ تراش خورده صیقلی که به صورت حائل (بادگیر) عمودی با مقطع دوزنقه ای از پوسته نما عبور کرده و وارد فضاهای اصلی می شوند، علاوه بر محصور بخشیدن به فضاهای خصوصی تر (اتاق مهمان و تراس)، نور خورشید را منعکس می کنند.

این دیوار در قسمت مشرف به همسایه شرقی بسیار فشرده است و مانع از رویت و دیده شدن می شود و در قسمت مشرف به همسایه های جنوبی بنا به نیاز باز شده و امکان ارتباط با شهر و بیرون را فراهم می کند. به عبارت دیگر، در خصوص موضوع نور و حریم خصوصی، به جای استفاده از پاسخ های رایج مانند دو پوسته متحرک، با بهره مندی از عناصر سنگی ثابت، نما در مرز دو پوسته قرار می گیرد.

تغییر زاویه برش شمش های سنگ تراشیده شده در چینش پوسته باعث ایجاد سایه ها و نیم سایه های متنوعی در ساعات مختلف روز می شود و سطح سفید و صیقلی آنها نیز در انعکاس نور خورشید در داخل نقش دارد. همچنین امتداد شمش های سنگ در فضای داخلی و ترکیب با آینه های عمودی با ایجاد هماهنگی نور، سایه و انعکاس، علاوه بر تعمیق نما، به ایجاد توهم و درک شاعرانه از فضای داخلی کمک می کند.





خود را به عنوان نمونه ای پیشگام از داروخانه نوآورانه در منطقه معرفی کند. آنها بر اهمیت ایجاد فضایی دلپذیر برای مشتریان و در عین حال نشان دادن رویکردی منحصر به فرد برای تجربه خرید خدمات بهداشتی تأکید کردند.

با در نظر گرفتن نیاز مشتری برای یک فضای کاربردی، طراحان طرح را با سهولت پیمایش در فروشگاه در اولویت قرار دادند. یکی از تصمیمات مهم طراحی این بود که قفسه دیواری با دیوار ادغام شود و در زاویه ای قرار گیرد تا مشتری به محض ورود به داروخانه بتواند همه دسته های مختلف را ببیند.

همچنین نورپردازی مستقیم و غیرمستقیم در فروشگاه به طور کامل مورد مطالعه قرار گرفت. نورپردازی مستقیم و کلی با ایجاد یک سیستم جعبه شبکه با جعبه های نور جداگانه که به طور یکنواخت و کارآمد کل فضا را روشن می کند، مورد توجه قرار گرفت. با این حال، یک نمونه از نورپردازی غیرمستقیم را می توان با نورپردازی ملایم مخفی پشت قفسه دیواری مشاهده کرد که صحنه ای عالی، برای برجسته کردن محصولات نمایش داده شده را ایجاد می کند.

طراحی داخلی داروخانه فوق از نظر پالت رنگ و انتخاب مواد و متریال، انتخاب یک پالت سرد و خاکستری با فولاد ضد زنگ، شیشه ای آجدار، سنگ خاکستری با چوب بود که با الگوی شبکه ای سقف پیوند خورده و کمی گرما به فضا می بخشد. انتخاب پالت با توجه به جهت طراحی تعیین شد و هدف آن ایجاد فضایی مدرن، ساده و کمی آینده نگر بود.

پنجره ایرانیان؛ طراحی داخلی داروخانه های مدرن نه تنها بر بهبود تجربه مشتریان تأکید دارد، بلکه به بهینه سازی فضای کاری کارکنان نیز کمک می کند. با توجه به نیازهای روزافزون جامعه به خدمات بهداشتی و درمانی، ایجاد فضایی کارآمد، زیبا و آرامش بخش در داروخانه ها اهمیت زیادی پیدا کرده است. استفاده از رنگ های ملایم، نورپردازی مناسب و چیدمان هوشمندانه از جمله عناصری هستند که در طراحی مدرن داروخانه ها مورد توجه قرار می گیرند. در ادامه، نمونه ای از یک داروخانه به سبک مدرن که با رعایت تمامی این اصول طراحی شده است را معرفی خواهیم کرد.

کانسپت طراحی داخلی داروخانه مدرن فوق ایجاد یک فضای نوآورانه در داروخانه بود که قبلاً در منطقه دیده نشده بود. هدف طراحان این بود که عناصر مدرن را به گونه ای ترکیب کنند که پاسخ نیازهای آینده را داده و فضایی ایجاد کنند که نه تنها کاربردی باشد بلکه از نظر زیبایی نیز دلپذیر باشد. استفاده از رنگ های سرد و خاکستری باعث ایجاد حس آرامش و پیچیدگی می شود، در حالی که گرمی حاصل از به کار بردن چوب، کل فضای داخلی را متعادل می کند. این طراحی با موفقیت جزئیات ساده و مدرن را با یک حس آینده نگرانه ترکیب می کند، که منجر به یک فضای بصری چشمگیر می شود که مظهر نوآوری است و نگاهی اجمالی به آینده فروشگاه های داروخانه ارائه می دهد.

جزئیات کلیدی

کارفرما یک کانسپت خلاقانه می خواست که داروخانه آنها را از سایر رقبا متمایز کند و

طراحی کافه پرگاس

PDF Compressor Free Version

انبار، آشپزخانه و ...)

ایجاد مزیت رقابتی در محله ای که به خاطر کافه های فراوانش شناخته شده است. با این اوصاف، سوال اصلی تیم طراحی این بود که چگونه می توان پروژه را در بخشی از فضای شهری (شهری پلازا) ضمن رفع دغدغه های ذکر شده قرار داد؟ با ایجاد تداوم بصری در کالبد شهری، تمایزی در ساختار گونه شناسی و ریخت شناسی بستر شهری ایجاد می شود و رهگذران به فضای درونی آن دعوت می شوند. بنابراین معماران تصمیم گرفتند جعبه ای طراحی کنند که پارتیشن های جدید را با کمترین تداخل روی پارتیشن های موجود نصب کند. در عین حال به آن ها این امکان را داد که با فضاهای میانی که در اختیارشان قرار می دهد تا حد امکان از فضاهای خرد و بخش خدمات استفاده کنند.

با توجه به وجود دو بخش اصلی (فروشگاه و کافه)، جعبه موجود را نیز در دو قسمت ایجاد کردند که در عین داشتن کاربری های متفاوت، با یک رنگ و یک آینه دستی یکپارچه شدند. وجود آینه در بدنه و سقف نه تنها برای انسجام فضا بلکه برای ایجاد بعد جدیدی طراحی شده است. همچنین وجود این عنصر در فضاهای تجاری نقش بسزایی در تبلیغات و جذب مشتری دارد.

پنجره ایرانیان؛ کافه پرگاس در محله پرتردد ارامنه جلفا اصفهان واقع شده است و موقعیت ملک پتانسیل های خود را دارد. وجود پارکینگ در ضلع شرقی و همسایگی هتل جلفا و کلیسا وانک فرصتی برای احیای مغازه کوچک ۳۶ متری واقع در یکی از مهمترین میدان های شهری اصفهان است.

معمولا در کافه ها و رستوران ها با یک گونه شناسی فضایی خاص مواجه هستیم. آنها در حاشیه خیابان اصلی قرار دارند، تمام پنجره های آنها بسته است و دارای یک فضای خدماتی است و فقط از یک پنجره به مشتریان خدمات رسانی می کنند. یکی از دغدغه های اصلی طراحان در این پروژه تغییر پنجره کافه و حذف مرز بین فضای داخل و خارج، ساماندهی فضای فروش و کافه و انتقال بخش خدمات و انبار به پشت است.

سایر مسائل در طراحی داخلی شاپ فوق به چند دسته اصلی تقسیم شدند: حفظ کلیه دیوارهای قبلی ملک (تزیینات چوبی) بدون کمترین تداخل. محدود کردن مدت زمانی که کارفرما برای اجاره بالا مغازه داشت (حداکثر یک ماه) و امکان بهره برداری از پروژه در کربسمس که اوج فروش اصلی در آن محله است. کوچک بودن ملک و در عین حال تعداد فضاهای کوچک مورد نیاز (کافه، فروشگاه،



طراحی داخلی اداری آموزشی با سبک و رنگ آمیزی مدرن

PDF Compressor Free Version



پاستلی نقطه ورود را برجسته می کند. یک مجسمه با هدف رسیدن به ارتفاعات نشان دهنده ارزش اصلی مرکز آموزشی قرار داده شده اند. منطقه کنفرانس در فضای مرکز قرار دارد و به عنوان مرکزی برای کلیه جلسات رسمی و غیر رسمی عمل می کند.

پلان مجموعه اداری آموزشی

به محض ورود، سمت راست پلان طبقه به چهار گروه اصلی تقسیم می شود که هر کدام نماینده بخش های خاصی هستند. ایستگاه های کاری این فضای مدرن در زیر "درخت فلزی بدون برگ و در عین حال گسترده" پنهان شده اند. بقیه فضا در سمت راست به بخش هایی اختصاص داده شده است که در جنبه آموزشی کسب و کار درگیر نیستند.

در سمت چپ، یک اتاق بزرگ برای مدیر عامل با سالن کنفرانس خود وجود دارد. چند کابین برای گروه اصلی شرکت برای دسترسی آسان در کنار کابین مدیر عامل قرار گرفته است. سمت چپ نیز شامل استودیوها و ایستگاه های کاری است که به طور مستقیم به مدیر عامل متصل هستند. ایستگاه های کاری استودیو و «direct to CEO» سمت چپ طراحی را تکمیل می کنند.

المان های نمادین مدرن در دکوراسیون اداری آموزشی

عناصر فلزی مورد استفاده نمایانگر درختان در بال آموزشی، یک موج پارامتریک در پذیرایی، یک مجسمه نماد روشنگری در سالن انتظار، و نقاشی های کوبیسم در فضاهای مختلف نشان دهنده رشد، الگوی خلاقانه سیستم، هدفی که باید به آن رسید و ایدئولوژی بازیگوش و در عین حال منضبط شرکت می باشد.

پنجره ایرانیان؛ طراحی داخلی فضای آموزشی با سبک مدرن می تواند فضایی ارزشمند و مناسب برای ارتقاء سطح کیفی در آموزشگاه و مکان های آموزشی داشته باشد. محیط های آموزشی باید دارای ویژگی های باشند تا تمرکز افراد را برای یادگیری در آن محیط افزایش دهند بنابراین طراحی داخلی فضاهای اداری آموزشی از اهمیت ویژه ای برخوردار است که با استفاده از افراد متخصص در این زمینه می توان نتایج مطلوبی گرفت. در این بخش قصد داریم سبک مدرن را در دکوراسیون اداری آموزشی در یک پروژه به صورت مثال بررسی کنیم.

طراحی داخلی اداری آموزشی بر اساس نیاز کارفرما

زمانی که مدیر عامل این مجموعه، یک مرکز آموزشی چند رشته ای با بیش از ۵۰۰۰ دانشجو در سراسر ایالت ساحلی کراالا در هند، تصمیم گرفت به معماران برای دکوراسیون داخلی اداری آموزشی مراجعه کند تادرخواست طراحی دفتر مرکزیش را که ریشه در ایدئولوژی های آنها داشته باشد، در یک فضای حدود ۳۰۰۰ متر مربع طراحی کنند، معماران به بررسی ایده های مختلف در این زمینه پرداختند. یک رویکرد جدید به طراحی با حفظ ارزش های اصلی معیارهای داده شده.

رنگبندی مناسب در فضای اداری آموزشی

آن ها تصمیم گرفتند فضاهای عمومی تحت سلطه پالت رنگ سفید باشد. رنگ های زرد، قرمز و آبی برای یک اسپلش طرح انتخاب شدند. سکوهایی برجسته در مکان های مختلف نشان دهنده سلسله مراتب بالاتر فضا است. سالن انتظار برجسته در رنگ های آبی و زرد



طوری که به مرور بدل به نشانه ای از سازمان و فعالیت هایش در سطح استان و کشور شود. بنابراین تعریف پروژه می باید بسیار فراتر از یک ورودی عمل کند به تبع بعد فرمالیستی پروژه می توانست اهمیت ویژه ای پیدا کند. بررسی های بیشتر پیرامون سایت پروژه، نشان می داد که مسیر پیاده رویی که در مجاورت ورودی قرار دارد یک جریان پویا از حرکت مردم است، که می تواند در فرایند طراحی دخیل شود، بنابراین ورودی حتی برای این مسیر هم می تواند نقش یک گره و نشانه داشته باشد، در فرایند طراحی سعی شده است ضمن استفاده از ظرفیت های معماری ایرانی بخصوص ورودی ها، علاوه بر تامین و سازماندهی برنامه فیزیکی به بعد هویت بخشی توجه ویژه ای شود.

پارک علم و فناوری استان قزوین (سازمانی دولتی وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می باشد که مراکز رشد و نوآوری تحت مدیریت آن فعالیت می نمایند) در منطقه ای کوهستانی با چشم اندازهای وسیع که بخش شمالی شهر قزوین محسوب می شود قرار دارد. قسمت ورودی (پروژه) مجاور بلوار و مسیر پیاده روی (موسوم به جاده سلامت) است که به سمت ارتفاعات می رود ضمناً به علت کیفیت هوا و مناظر وسیع مردم زیادی در ساعات مختلف شبانه روز این مسیر را برای پیاده روی های گروهی و انفرادی انتخاب می کنند. فرایند مطالعاتی پروژه با طرح این دغدغه از سوی کارفرما شروع شده است که آیا سردرب می تواند ضمن تعریف ورودی و تامین فضاهای مورد نیاز، عنصری هویت بخش باشد به



دکوراسیون داخلی ساختمان اداری کلینیک پارک وی



نامنظم پلان پاسخ می دهد. این فرم همچنین حس اولیه کوچکی را هنگام مشاهده توسط بازدیدکنندگان کاهش می دهد. (زمانی که خطوط تیز از گوشه ها برداشته می شود و گوشه های گرد جایگزین می شوند، ابهام در درک حدود فضا ایجاد می شود) در مرحله بعد، فضای عمومی به فضای درمان نفوذ می کند و یک محور بصری کاربردی را تشکیل می دهد که مخاطب را به اتاق ها هدایت می کند.

یک شکاف حداقلی وجود دارد که اجازه می دهد نور و نمای بیرونی در انتهای مسیر وارد فضا شود. حفره ای که علاوه بر جداسازی اتاق های درمان، به چشم مخاطب این امکان را می دهد که فضا را از مرز نمای جنوبی تا لبه نمای شمالی دنبال کند.

هدایت مخاطب با استفاده از طراحی داخلی پرده ای بافته شده از میله های ظریف با گیاهان بالارونده، علاوه بر تاکید بر جهت مسیر حرکت، سعی در ایجاد سایه ملایمی برای نور خیره کننده پنجره ها دارد که با پرورش این گیاهان در این شبکه منعطف، روحی سرزنده به فضا می بخشند. این شبکه در جلوی پنجره های جنوبی با صندلی بازدیدکننده شکل می گیرد، جلوی پنجره ها کشیده می شود، روی سقف می خزد، در انتهای پروژه به شکاف نفوذ می کند و مرز سبزی بین دو اتاق درمان ایجاد می کند. فن آوری شیشه ای، امکان خصوصی سازی دو اتاق در صورت لزوم وجود دارد.

دکوراسیون داخلی ساختمان اداری کلینیک پارک وی با متراژ کوچک ۸۵ متر مربع و هندسه بی شکل در حالی به تیم طراحی آن ارجاع داده شد که کارفرما نگران رفع نیازهای کمی و کیفی خود به دنبال حداکثر استفاده از فضا بوده است. در این بخش به بررسی ویژگی های طراحی داخلی کلینیک پارک وی متناسب با نیاز کارفرما و استانداردها و خلاقیت طراحان آن می پردازیم.

چالش های اصلی در پروژه

جدای از ابعاد کوچک فضا و پلان نامنظم آن، یکی دیگر از چالش های پروژه، پنجره های عریض ضلع جنوبی رو به بزرگراه مدرس بوده که از یک سو فرصتی برای دید وسیع شهر و تامین نور طبیعی بوده و از طرفی دیگر نور و گرمای تند موجود. در مرحله اولیه، فضا تا حد امکان از هرگونه آیتام اضافی پاک شده است. سقف های کاذب نیز به دلیل ارتفاع کم فضا برچیده شده است. پس از آن، طراحی پروژه با جداسازی فضایی، عملکردی و بصری به دو بخش انتظار و درمان آغاز شده است.

انتخاب رنگ و استفاده از تضاد در پلان هندسی نامنظم فضا

تضاد بین سبز خشن و سفید ملایم دوگانگی منحصر به فردی ایجاد می کند. فرم مجسمه که سفید و سیال است در فضای سبز و بافتی قرار گرفته است که به روابط عملکردی هندسه

ترکیب سبک مدرن و کلاسیک در طراحی داخلی کافه قهوه سفید

PDF Compressor Free Version



مهمانی شخصی دارد. قسمت خصوصی دارای صندلی های نرم عمیق، عثمانی، نیمکت، منسوجات و نورپردازی خاص است.

اهمیت نورپردازی در برخورد اولیه مشتری نورپردازی نقش مهمی در فضای داخلی دارد. نئون منعطف واقع در بالای کافه بار اولین چیزی است که مهمانان کافه هنگام باز کردن درب آن را می بینند زیرا ایجاد اولین تاثیر بسیار مهم است. لوله های نئون شیشه ای معمولی در سالن دوم کافه، ریتم و نور کلی را تنظیم می کنند که فضا را پر کرده و سایه های دنج می دهد.

انتخاب سبک ترکیبی برای طراحی داخلی کف با کاشی های شاه ماهی تزئین شده است که هر دو سالن را متحد می کند. مبلمان در داخل کشور و توسط طراحان روسی طراحی و ساخته شده است. فضای داخلی کافه از فضای داخلی پاریس الهام گرفته شده است. طراح قصد داشته است فضای داخلی "نو" در نظر گرفته نشود. آن ها تصمیم داشتند سبک کلاسیک، میراث تاریخی و جزئیات مدرن، یک کافه و یک بار را ترکیب کنند.

ترکیب سبک مدرن و کلاسیک در طراحی داخلی کافه قهوه سفید تاریخچه ای از نحوه تعامل موفقیت آمیز با پس زمینه کلاسیک و مبلمان و دکوراسیون مدرن را بیان می کند. کافه قهوه سفید با مساحت ۸۰ متر مربع در شلوغ ترین خیابان عابر پیاده شهر ساراتوف در یک ساختمان آپارتمان سابق ساخته شده در اواخر قرن نوزدهم واقع شده است. در این مقاله به بررسی طراحی مدرن و متزیال های مورد استفاده در طراحی داخلی کافه قهوه سفید خواهیم پرداخت.

تقسیم بندی اصلی فضای داخلی کافه در پس زمینه گچ کاری، می توانید یک لوستر زیبا را ببینید که منحنی ناهمواری از نئون انعطاف پذیر آزادانه آویزان است که روی میله معلق است. همچنین مانند سایر عناصر داخلی قهوه سفید، بخشی جدایی ناپذیر از فضا است. کافه از دو بخش تشکیل شده است:

قسمت ورودی که در آن یک کافه بار با چهارپایه بار، یک ویترین با قنادی ها، میزهای قهوه خوری بار و یک قسمت خصوصی کافه با میزهایی که فضای آرام تری برای جلسات یا

روش های نوین طراحی داخلی در دفاتر اداری متمرکز بر کارایی



ایجاد می کنند. فضاهایی که نیاز به عملکردهایی مانند جذب و انزوا دارند، مانند اتاق جلسات یا دفاتر اجرایی، به عنوان اتاق های مستقل اختصاص داده شده به عملکردهای خاص خود طراحی شده اند که مانند قطعات در یک فضای بزرگ پراکنده شده اند. در میان این قطعات، فضاهایی با اندازه های مختلف ایجاد شده تا مکان های مشترکی مانند غذاخوری ها، سالن ها، ایستگاه های OA، قسمت های نشستن در فضاهای اداری، و مسیرهای مخفی که همه آنها را به طور یکپارچه به هم متصل می کند، در خود جای دهد.

فضای گرم ایجاد شده توسط انعکاس نور بر روی مبلمان چوبی با ورود به دفتر، سقفی با ارتفاع ۵ متر و ۴۰۰ آویز نقره ای که سقف گسترده ای را تزئین می کند، روبرو می شود و اولین تصور را ایجاد می کند. فضاهای زندگی که در آن کارمندان در آن زندگی می کنند و تعامل دارند، فضایی متضاد را با سقف سازه آهنی عمودی-افقی، شامل مبلمان چوبی در معرض دید و اتاق های کوچک احاطه شده با پانل های چوبی، ایجاد می کند و فضایی گرم و دنج را ایجاد می کند.

نور خورشید که در طول روز عمیقاً نفوذ می کند با مبلمان چوبی و قفسه های شیشه ای در تعامل است و سایه های متنوعی ایجاد می کند که پویایی را به فضا می بخشد. در طول شب های تاریک، نور گرم چراغ های آویز از پانل های چوبی و سازه های آهنی منعکس می شود و فضای اداری را با راحتی و گرما پر می کند.

جمع بندی نهایی

هر فضای اداری، که فضاهای متنوعی را به عنوان مناظر در حال تغییر بیرون پنجره ها به نمایش می گذارد، به کارمندان جنسیس با استفاده از صندلی های مستقل، برنامه ای روزمره مملو از هیجان را ارائه می دهد.

با شروع اولین جلسه بین تیم فضایی برند جنسیس و COM در اکتبر ۲۰۲۳، پروژه دفتر جنسیس برج مقیاس گانگنام را به مقر جدید گروه موتور هیوندای تبدیل کرد که در مجموع شامل دو طبقه برای دفتر جنسیس - ۹۹۰ متر مربع در طبقه ۱۶ و ۱۶۴۰ متر مربع در طبقه هفدهم. پس از یک دوره ساخت و ساز سه ماهه، این پروژه با موفقیت در ۲۵ مارس ۲۰۲۴ جایگاهی را به پایان رساند و نقطه عطف قابل توجهی در تعریف مجدد زیبایی شناسی و عملکرد فضای کاری به حساب آورد.



روش های نوین طراحی داخلی در دفاتر اداری متمرکز بر کارایی در پی همه گیری COVID-19، و اهمیت فضاهایی که در آن زندگی می کنیم توجه قابل توجهی را به خود جلب کرده است. تقاضا برای بهبود در محیط های اداری بزرگ که بیش از ۲۰۰ نفر را در خود جای می دهند، به اندازه علاقه متمرکز بر فضاهای شخصی است. دفاتر متمرکز بر کارایی، با میزها و صندلی هایی که بین پارتنرشن های مترکم فشرده شده اند، نشان دهنده واقعیتی پیش پا افتاده است که مردم دیگر تمایلی به مواجهه با آن ندارند.

روند رو به رشدی به سمت تبدیل فضاهای کاری شرکت ها به فضاهای رفاه محور برای رفاه همه، با هدف تبدیل شدن به بخشی از شعاع زندگی اعضای سازمان وجود دارد. در این بخش نمونه ای پویا از این دفاتر اداری و دکوراسیون داخلی اداری آن ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

دفتر معماری COM

چالش دفتر طراحی COM به سوی یک فضای کاری جدید، که به دلیل ایجاد فضاهایی که فروش را از طریق کیفیت طراحی تصفیه شده افزایش می دهد، شناخته شده است. اخیراً در پروژه های بزرگ فضای اداری شرکت کرده است که منجر به طنین بین نسل جدید و ارائه راه حل هایی برای افزایش کارایی کار شده است.

این چالش به سمت "فضای کاری جدید دفتر معماری COM را به عنوان یک مورد متمایز در حوزه شرکت های طراحی داخلی درجه یک استودیو متمایز می کند. COM با همکاری تیم فضایی برند جنسیس، پروژه دفتر مرکزی گانگنام را با موفقیت به پایان رساند. دفتر مرکزی کسب و کار جنسیس، شبیه به یک سازمان استارت آپی که در آن کارشناسان از همه زمینه ها برای یک نام تجاری واحد گرد هم می آیند، آرزوی دفتر جدید را دارد تا گرمایی را الهام بخشد که خلاقیت را در بین اعضا القا می کند، شبیه به یک استودیوی صنعتگر که می خواهند در آنجا دراز بکشند.

نورپردازی مناسب در فضای کار

این دفتر سقف شیروانی با جلوه آشکار و سیستماتیک چراغ های فلورسنت خیره کننده و پانل های سقف سفید در محیط اداری معمولی را حذف کرده تا سقف های بلند را نمایان کند و حس باز بودن خنک را تضمین کند. آنها با معرفی نورپردازی آویز با الگوی شبکه ای، کل دفتر را با درخششی ظریف و گرم پوشانده اند و تصویری از سقفی سبک اما منظم



بازسازی و تزئین نما ساختمان مسکونی با آجرکاری بافت دار

PDF Compressor Free Version

پلکانی و یک بار دوستانه و دوست داشتنی محله قرار داشته است. برای رسیدگی به تغییر مقیاس بین خیابان ها، حجم کلی را بر روی ردپای بزرگ تر که از طریق یک سری ایوان ها یا بالکن های داخلی انجام می شود، جبران شده است، که سپس به خطوط مختلف اطراف می پردازد. این منجر به یک سری از حجم های مفصلی می شود که با آجرکاری بافت دار تزئین شده در سرتاسر هر صفحه طبقه، ایجاد حس هویت می کند. حفظ مجموعه از طریق بازسازی هدف طراحانش این بوده که تحت فرآیند فشرده سازی معماری زیبا با کمترین بودجه و مهمتر از همه فراهم کردن خانه های با کیفیت با حداقل امکانات باشد. این خیریه امروز بدون این برنامه مسکن نمی توانست در جای خود باقی بماند. این روند حفظ استفاده مدنی به عنوان یک سود جبرانی ناشی از فشار تجاری یک مذاکره است. یکی از مواردی که اغلب در بسیاری از پروژه های مقاوم سازی بزرگ تر با آن رو به رو هستیم که اغلب این تنها راه برای جلوگیری از متروک شدن ساختمان های فهرست شده بزرگ تر است.

بازسازی و تزئین نما ساختمان مسکونی با آجرکاری بافت دار پروژه ای است با غیر کاربر به جهت حفظ سرمایه که در شهر لندن قرار گرفته است. این مکان محل استقرار خیریه جوانان لندن بوده است که اکنون به ۹ واحد مسکونی جدید تبدیل شده است. London Youth یک موسسه خیریه است که بر حمایت از باشگاه های جوانان در سراسر لندن تمرکز دارد، اگرچه آنها مجبور بودند سایت های خود را به دلایل هزینه و نگهداری بفروشند. آنها فضاهای آینده خود را از طریق توافق نامه های حقوقی و برنامه ریزی ایمن کرده اند تا اطمینان حاصل شود که فضای کنترل شده اجاره ای به عنوان بخشی از قرارداد فروش و مجوز تضمین می شود. موقعیت سایت پروژه

این مکان اکنون شامل یک سالن ورزشی و یک باشگاه جوانان محلی است که همگی در زیر فضاهای تجاری قرار دارند و می توانند به خرید مسکن کمک کنند. سایت اینجا یک سوله بدون پنجره و بدون گرمایش با قاب پورتال بوده است. سایت گوشه ای بین خانه های





TOORASA
تورآسا
JANJAN COMPANY

تخصصی ترین مرجع تولید توری های پلیسه در ایران
تنها تولید کننده توری های مخصوص پنجره های
لیف اند اسلاید و اور سائز با توان تولید
ارتفاع ۴ متر در ۶ متر طول

محصول
جدید و ویژه



با محصولات تور آسا خاص بفروشید و خاص بدرخشید

www.toorasa.com

شهرستان ملارد، ابتدای جاده صفادشت، بعد از پلیس راه، شهرک صنعتی قیچاق، خیابان اول شرقی

تلفن: ۰۲۱-۶۵۵۸۲۰۴۰

تلفن: ۰۲۱-۶۵۵۸۲۰۵۰

وین دُر WIN DOOR

PDF Compressor Free Version

Door & Window Profile Producer

تولید کننده متنوع ترین تیپ های پروفیل های در و پنجره UPVC



series 60 five channels General
series 65 five channels Super (NEW)
sliding series 90 single rails
sliding series 73 double rails (NEW)
sliding series 70 double rails

دفتر مرکزی: ۰۳۱ - ۵۷ ۷۷ ۵۵ ۸۲ (خط ۱۰) فکس: ۰۳۱ - ۵۷ ۷۷ ۶۳ ۶۸
دفتر تهران: ۲۲ ۱۱ ۱۱ ۱۵ همراه: ۰۹۱۲ ۰۳۳ ۸۸ ۳۸

PDF Compressor Free Version

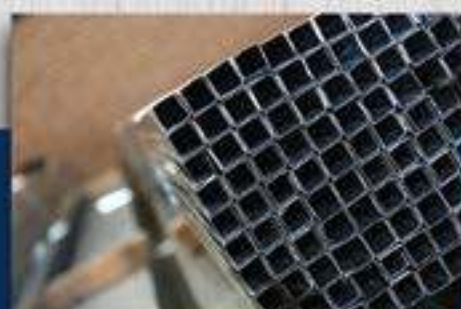


Pars Profile Sazan

Manufacturer Of Galvanized Profiles

تولید کننده انواع پروفیل های تقویتی گالوانیزه و سازه های سقف کاذب

پارس پروفیل سازان



تهران، فلکه دوم صادقیه، بزرگراه اشرفی اصفهانی، برج نگین رضا، طبقه ۲۰ جنوبی

تلفن: ۰۲۱-۴۴۰۳۳۲۳۵-۶ ۰۲۱-۴۴۰۳۱۰۸۷

  **PARS_PROFILE**

www.parsprofile.ir



از انتخاب خود
لذت ببرید...



وین تک، پنجره یک



“دارنده گواهینامه نشان کیفیت رال آلمان برای
ششمین سال متوالی”

“برگزیده جشنواره ملی نشان اقتصاد مقاومتی
در سال ۱۴۰۳”