

قائم مقام مدیر عامل صنایع شیمیایی مارال

رضایت مشتریان و کارکنان هدف نهایی شرکت است



امیرجعفری کیا ۲۹ ساله، دارای مدرک کارشناسی حسابداری از دانشگاه سراسری ارومیه است وی از سال ۱۳۸۰ فعالیت صنعتی خود را در صنایع شیمیایی مارال آغاز می کند و در واحدهای مختلف تولید، آزمایشگاه، حسابداری و مدیریت فعالیت صنعتی خود را به عرصه ی عمل می رساند. قائم مقام مدیرعامل صنایع شیمیایی مارال می گوید: چشم انداز ما برای آینده افزایش سبد محصولات است و با توجه به طیف گسترده ای که مرکب ترافیک دارد این امر محقق می شود. در زیر متن گفت و گوی خبرنگار ماهنامه تولید مصرف را با نامبرده می خوانیم که امیدواریم مورد توجه شما قرار گیرد.

لوح تقدیر در زمینه های مختلف از نهاد های اجرایی و نظارتی دریافت کرده ایم که این مسئله گویای پویایی شرکت مارال رنگ است.

خبرنگار: از محصولات جدید مارال رنگ چه اطلاعی دارید؟
امیرجعفری کیا: با توجه به مطالعاتی که از سال ۱۳۸۵ برای تحقیق، روی نوع جدیدی از مرکب

مطابق برنامه را طی کرد و توانست پله های موفقیت را یکی پس از دیگری طی کند.

خبرنگار: تا کنون چه موفقیت هایی کسب کرده اید؟

امیرجعفری کیا: در زمینه مدیریت، کیفیت و سیستم سنجش مشتریان و استانداردهای مربوط را اخذ و به طور معمول می توانم بگویم، سالانه حداقل یک

خبرنگار: مارال رنگ را چگونه می بینید؟

امیرجعفری کیا: با توجه به اینکه عمده تجربیاتم در این شرکت شکل گرفته، اعتقاد دارم بهترین موفقیت، روند رو به رشد در تولید است که با تلاش و کوشش جمعی پدیدار خواهد گشت از این رو شاهد هستیم که این تجربه در واحد مارال ابتدا سیر صعودی و

عوامل بیرونی و مشکلات اداری که امکان هرگونه تصمیم گیری را سلب می کند بهبود پیدا کند تا بتوان طبق زمانبندی در نظر گرفته شده بتوانیم امور مربوطه را به سر منزل مقصود برسانیم.

خبرنگار: تاثیر واردات بر تولید شما چگونه بوده است؟



امیرجعفری کیا: در مورد رنگ ترافیک تعرفه کنترل شده ولی در مورد مرکب تعرفه در حدی است که قابل رقابت با تولید داخلی است، در نهایت ما در سال گذشته توانستیم در رقابت با کالای اروپایی مشابه موفق شویم و نقش آن را در بازار داخل کم رنگ کنیم.

در شرایط کنونی شرایط رقابت برای ما مساوی نیست و حتی مواد اولیه ما به سختی تهیه می شود، امکانات و تسهیلات به راحتی در اختیار تولید کننده قرار نمی گیرد و برای مسائل کوچکی همچون سوخت زمستانی ما دچار مشکل هستیم، اگر شرایط ما با

یک تولید کننده هم صنف در اروپا برابر بود و آن دید جهانی که بر شرکت هایشان حاکم است بر ما هم حاکم می شد به نظر من تعرفه اگر هم کم بود می توانستیم به خوبی رقابت کنیم ولی ما در حال حاضر شرایط مساوی رقابتی نداریم و در این شرایط نا برابر دفاع از تولید ملی و حمایت از کالای ملی و افزایش تعرفه می تواند مرحمی بر زخم کهنه صنعت گران به حساب آید.



یک محصول به آن اضافه کنیم و گزینه های مهم مشخص شده در حال بررسی نهایی جهت تصمیم گیری است، از نگاه دیگر افزایش رضایتمندی مشتریان و کارکنان را در دستور کار قرار داده ایم و بهبود سیستم مدیریت که در حال حاضر با توجه به آن چه عنوان شده است در مجموع و در جایگاه ممتازی قرار دارد، ولی در مجموع نگاه جهانی به چنین مسائلی داریم که می تواند انگیزه ای برای تلاش مجدد ما شود، امیدواریم

آغاز شد، توانستیم از سال ۱۳۸۷ با بازاریابی که از قبل صورت گرفته بود نمونه آزمایشی را تولید کنیم و با توجه به استقبال گسترده که با آن روبرو شدیم در این شرایط رکود و بازار بد اقتصادی توانستیم ۶۰ درصد افزایش فروش، بوجود آوریم در نتیجه سیستم به لحاظ کیفیت و رضایت مشتری با رشد خوبی روبرو شد.

مرحله بعدی استارت فاز توسعه بود که مهم ترین قسمت عملیات مدل تعالی سازمانی EFQM بود.

خبرنگار: بزرگ ترین مشکل در سال گذشته برای شرکت چه بود؟

امیرجعفری کیا: تشدید تحریم ها و ناکارآمدی بانک ها بزرگترین مشکلی بود که با آن روبه رو بوده ایم.

خبرنگار: چشم انداز را چگونه می بینید؟

امیرجعفری کیا: چشم انداز ما برای آینده افزایش سبد محصولات است و با توجه به طیف گسترده ای که مرکب ترافیک دارد حداقل

