

**سند راهبردی**  
**شرکت رنگ و رزین مکرر**  
**۱۴۰۴-۱۴۰۸**

تابستان ۱۴۰۴

کارگروه تدوین: امیر کمپانی، روح اله بوش، فرامرز طواف، سید ناصر یعقوبی، کیوان قربانعلی، رامین قلی نیا لمر،  
زهره یعقوبی

تلفن: ۰۲۱-۹۱۰۹۴۸۰۰

تهران ، یوسف آباد ، خیابان اسد آبادی، کوچه ۶۱ ، پلاک ۸ ، طبقه دوم ، واحد ۳

کدپستی: ۱۴۳۴۹۶۵۸۱۳

<https://mokarrarresin.com>

**شعار شرکت:** تداوم در تولید ، ماندگاری در کیفیت

## مقدمه:

در عصری که تحولات فناورانه و رقابت‌های جهانی با سرعتی بی‌سابقه در حال رخ دادن است، سازمان‌ها ناگزیرند با اتخاذ نگرش‌های راهبردی، بهره‌گیری از نوآوری مستمر و تقویت توانمندی‌های پاسخگویی به تغییرات پیچیده و چندبعدی محیطی، مسیر رشد پایدار و رقابت‌پذیری خود را ترسیم کنند. شرکت رنگ و رزین مکرر، به عنوان یکی از پیشروترین و خوش‌نام‌ترین تولیدکنندگان رزین‌ها و پوشش‌های صنعتی در کشور، با درک دقیق از این واقعیت، اقدام به تدوین سند راهبردی مبتنی بر تفکر سیستمی و مدیریت دانش نموده است.

این سند، نقشه راه عملیاتی و قابل پایش برای دستیابی به چشم‌انداز ۱۴۰۸ شرکت فراهم می‌آورد؛ چشم‌اندازی که در آن، رنگ و رزین مکرر به عنوان پیشگام نوآوری، تأمین‌کننده پایدار و برند معتبر منطقه‌ای در صنعت پوشش‌های صنعتی و رزین‌های تخصصی شناخته خواهد شد. تدوین این سند بر اساس تحلیل جامع محیط بیرونی و درونی، شناسایی منابع و قابلیت‌های کلیدی، درک روندهای بازار، و پاسخگویی هوشمندانه به انتظارات ذی‌نفعان صورت گرفته است.

در راستای تحقق اهداف راهبردی، سند حاضر از ابزارهای مدیریتی و مهندسی نظیر تحلیل محیطی SWOT، بوم مدل کسب‌وکار و کارت امتیازی متوازن (BSC) بهره برده است تا چارچوبی منسجم برای ارتقای مزیت رقابتی، بهره‌وری، کیفیت، توسعه صادرات، تحقیق و توسعه، و استقرار ساختارهای دیجیتال فراهم شود. این رویکرد، فراتر از واکنش به تغییرات محیطی، معطوف به خلق فرصت، نوآوری سیستماتیک و آینده‌سازی است.

تحقق مفاد این سند مستلزم تعهد راسخ مدیریت ارشد، هم‌افزایی سازمانی، تخصیص هدفمند منابع، جاری‌سازی برنامه‌ها و ارزیابی مداوم عملکرد است. با اتکا به این چارچوب راهبردی، شرکت رنگ و رزین مکرر می‌تواند نه تنها عملکرد و بهره‌وری خود را ارتقا دهد، بلکه جایگاه ممتاز و متمایزی در زنجیره ارزش صنعت رنگ و پوشش کشور ایفا کرده و به نمادی از نوآوری، پایداری و مسئولیت‌پذیری صنعتی تبدیل شود.

## سخن مدیر عامل هلدینگ مواد مهندسی مکرر

شرکت رنگ و رزین مکرر یکی از بازوهای تخصصی هلدینگ مکرر در حوزه رزین ها، پوشش های صنعتی و مواد اولیه شیمیایی می باشد که فعالیت خود را از سال ۱۳۸۷، در قالب یک واحد تخصصی با هدف تأمین مواد اولیه مورد نیاز صنایع رنگ، رزین، پوشش و چسب در کشور آغاز کرد. در سال ۱۳۹۳، با راه اندازی خطوط تولید صنعتی، مرحله ای تازه ای در مسیر این مجموعه آغاز گردید. ورود استراتژیک به حوزه تولید رزین ها ی پایه آلکید و همچنین هاردنرهای تخصصی با کاربری در صنایع تولید رنگ های ساختمانی، صنعتی و خودرویی، با هدف تامین نیازهای کارخانجات داخلی و همچنین صادرات محصولات به کشور های منطقه از گام های ارزنده این شرکت می باشد.

با توجه به روند رو به رشد بازار رنگ ها و پوشش های پایه الکید تا سال ۲۰۳۰ و پایداری و سازگاری محصولات این حوزه با الزامات محیط زیست، مسیر توسعه محصولات در راستای تولید محصولات با حداقل ترکیبات آلی فرار و همچنین تولید محصولات آلکیدی با پایه آب و همچنین مقاومت بیشتر در برابر اشعه ماوراء بنفش از راهبردهای کلان این شرکت در راستای سند راهبردی توسعه سرمایه گذاری هلدینگ می باشد.

## سخن معاون استراتژی و نظارت بر شرکت ها هلدینگ مواد مهندسی مکرر

در جهانی که منطق رقابت، نوآوری و فناوری در آن هر روز پیچیده‌تر، سریع‌تر و پیش‌بینانه‌تر می‌شود، نقش مدیریت راهبردی بیش از هر زمان دیگر به‌عنوان ستون فقرات حکمرانی سازمانی اهمیت یافته است. امروز، سازمان‌هایی قادر به پیشتازی‌اند که بتوانند بینش آینده‌نگر، چابکی عملیاتی، و انسجام سیستمی را در یک ساختار منظم و مبتنی بر دانش به هم پیوند دهند.

تدوین «سند راهبردی شرکت رنگ و رزین مکرر» نمادی روشن از این بلوغ استراتژیک است؛ سندی که فراتر از یک برنامه توسعه، چارچوبی برای هدایت سازمان، تقویت مزیت‌های رقابتی، مهندسی فرایندها، مدیریت دانش و خلق ارزش پایدار فراهم می‌سازد. این سند با اتکا به تحلیل عمیق روندهای صنعت رنگ و رزین، ارزیابی دقیق قابلیت‌ها و محدودیت‌ها، و بهره‌گیری از مدل‌های پیشرفته مدیریتی، تصویری روشن از آینده مطلوب شرکت را ترسیم می‌کند.

این سند به‌عنوان نقشه راه، مأموریت دارد تا مسیر حرکت شرکت را از بهبود عملکرد به تحول سازمانی و از پاسخ به تغییرات به ساختن آینده ارتقا دهد. ما در معاونت استراتژی و نظارت بر شرکت‌ها، اعتقاد داریم که موفقیت در چنین مسیری، نیازمند چهار رکن حیاتی است: یکپارچگی راهبردی، تصمیم‌سازی مبتنی بر داده، توسعه سرمایه انسانی، و استقرار نظام‌های پایش و ارزیابی مؤثر.

در پرتو این رویکرد، اطمینان داریم که شرکت رنگ و رزین مکرر می‌تواند جایگاه خود را به‌عنوان برند پیشتاز، نوآور و قابل اتکا در سطح ملی و منطقه‌ای تثبیت کند و در زنجیره ارزش صنعت شیمیایی کشور، نقشی متمایز و اثرگذار ایفا نماید.

این سند آغاز یک مسیر است؛ مسیری آگاهانه، مسئولانه و آینده‌ساز

## سخن مدیرعامل شرکت رنگ و رزین مکرر

در جهانی که سرعت تغییرات فناوری، الزامات زیست محیطی و رقابت صنعتی هر روز شتاب بیشتری می گیرد، آینده از آن سازمان هایی است که بتوانند پیش بینی، نوآوری و اقدام را در یک خط مشی منسجم به هم پیوند دهند. شرکت رنگ و رزین مکرر با اتکا به تجربه ارزشمند گذشته و نگاه آینده ساز هلدینگ مواد مهندسی مکرر، امروز در آستانه یک دوره تحول راهبردی قرار گرفته است؛ دوره ای که در آن، استفاده از ظرفیت های تولیدی، دانش سازمانی و تحقیق و توسعه، محور اصلی خلق مزیت رقابتی خواهد بود.

هدف ما تنها افزایش حجم تولید یا گسترش سبد محصولات نیست؛ بلکه ایجاد نسل جدیدی از رزین ها و پوشش های صنعتی است که همسو با استانداردهای جهانی، نیاز صنایع داخلی را تأمین کرده و قابلیت رقابت پایدار در بازارهای منطقه ای را فراهم سازد. در این مسیر، توسعه رزین های با VOC پایین، پلی استرهای تخصصی، هاردنرهای نوین و افزودنی های کارکردی پیشرفته، در اولویت برنامه های تحقیق و توسعه قرار گرفته است.

ما خود را متعهد می دانیم که با تقویت زیرساخت های تولیدی، ارتقای کیفیت، چابک سازی ساختار سازمانی، تکمیل زنجیره تأمین و بهره گیری از نظام های هوشمند مدیریتی، مسیر حرکت شرکت را به یک تولیدکننده فناور و دانش محور ارتقا دهیم. اعتقاد داریم که ظرفیت های موجود شرکت، به ویژه توسعه خطوط ۲۰ هزار تنی رزین های آلکیدی، پلی استری و هاردنرها، همراه با تمرکز بر صادرات ۵۰۰۰ تنی محصولات منتخب، می تواند جایگاه رنگ و رزین مکرر را در زنجیره ارزش صنعت رنگ و پوشش کشور متحول سازد.

این سند راهبردی، نقشه راه حرکت ما در سال های پیش رو است؛ اما تحقق آن تنها با هم افزایی، مسئولیت پذیری و مشارکت تمام کارکنان امکان پذیر خواهد بود. با تکیه بر سرمایه انسانی کارآمد و رویکرد آینده نگر، اطمینان داریم که شرکت رنگ و رزین مکرر به عنوان یکی از بازیگران پیشرو، نوآور و قابل اتکای صنعت شیمیایی کشور، نقش آفرینی متمایزی در آینده این صنعت خواهد داشت.

## فصل اول

### معرفی شرکت رنگ و رزین مکرر

## ۱-۱- درباره رنگ و رزین مکرر

واحد رنگ و رزین مکرر در سال ۱۳۸۷ به عنوان یکی از بخش‌های تخصصی و توسعه‌ای شرکت مواد مهندسی مکرر، با هدف تأمین پایدار مواد اولیه شیمیایی و پلیمری مورد نیاز صنایع رنگ، رزین، چسب و سایر صنایع وابسته تأسیس گردید. شکل‌گیری این واحد پاسخی راهبردی به نیاز روبه‌گسترش صنایع کشور برای دسترسی به مواد اولیه استاندارد، باکیفیت و قابل اتکا بوده است.

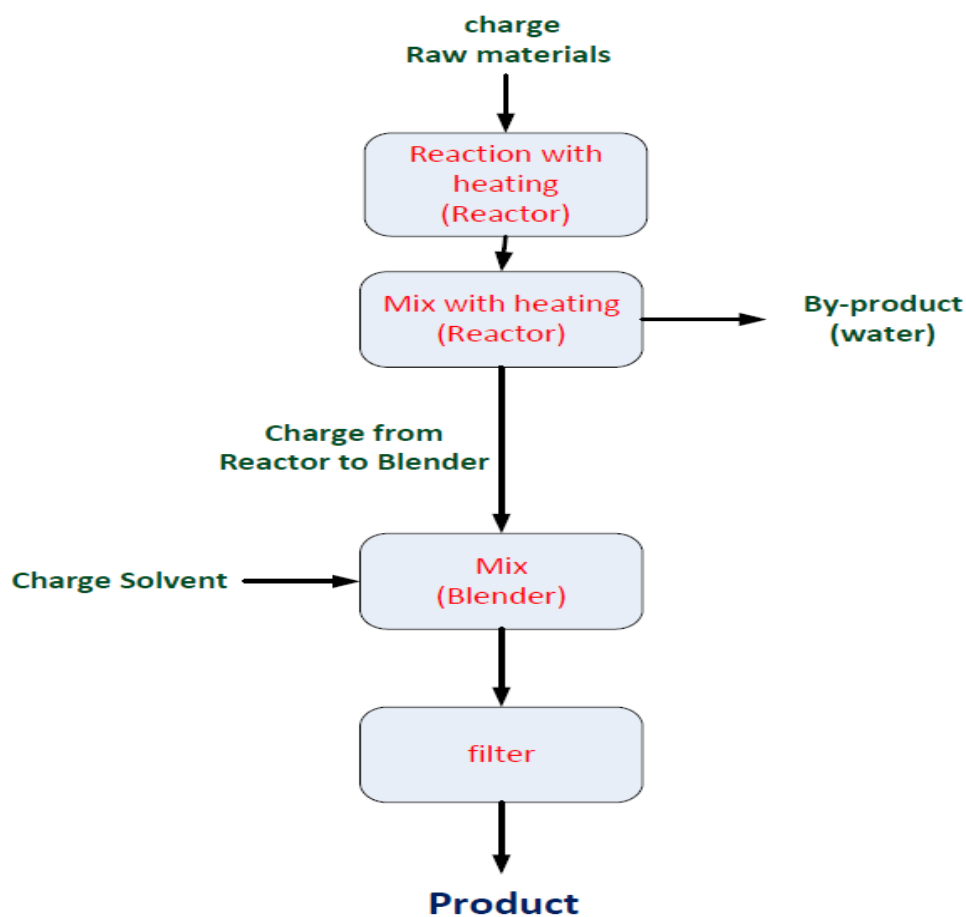
این واحد با بهره‌مندی از نمایندگی‌ها و همکاری با معتبرترین تولیدکنندگان جهانی مواد اولیه شیمیایی، نقش مهمی در زنجیره تأمین صنایع کشور ایفا کرده و توانسته است جایگاه خود را به عنوان یکی از پایگاه‌های مطمئن و پیشرو تأمین مواد اولیه در حوزه‌های رنگ، رزین، چسب و پوشش‌های صنعتی تثبیت نماید. رویکرد این واحد بر مبنای ارائه محصولات با کیفیت بین‌المللی، توسعه سبد محصولات تخصصی و پاسخگویی دقیق به نیازهای تکنیکی صنایع داخلی شکل گرفته است.

در ادامه مسیر رشد و ارتقای ظرفیت‌های فنی، واحد رنگ و رزین مکرر از سال ۱۳۹۳ وارد عرصه تولید محصولات تخصصی شیمیایی شد و تولید مجموعه‌ای از رزین‌های آلکیدی در کلاس‌های Short Oil، Medium Oil و Long Oil و هاردنرهای پلی‌آمید اپوکسی شامل (۱۰۰٪) H-۱۱۵، (۸۰٪) H-۱۱۵، H-۱۳۰، H-۱۴۰ و H-۱۵۰ و رزین اپوکسی پلی‌آمید EPM-۰۱۱ XV۵ را آغاز نمود. ورود به حوزه تولید این محصولات، نقطه عطفی در مسیر تبدیل این واحد از یک تأمین‌کننده صرف به یک بازیگر فناور، تولیدگر و توسعه‌دهنده محصولات تخصصی در صنعت رنگ و رزین کشور محسوب می‌شود.

امروز شرکت رنگ و رزین مکرر با اتکا به زیرساخت‌های فنی، شبکه تأمین بین‌المللی، دانش سازمانی و رویکرد آینده‌محور، در حال گسترش نقش خود در زنجیره ارزش صنایع شیمیایی کشور بوده و به یکی از بازیگران اثرگذار و مورد اعتماد این صنعت تبدیل شده است.

## ۱-۲ - نمای تولید

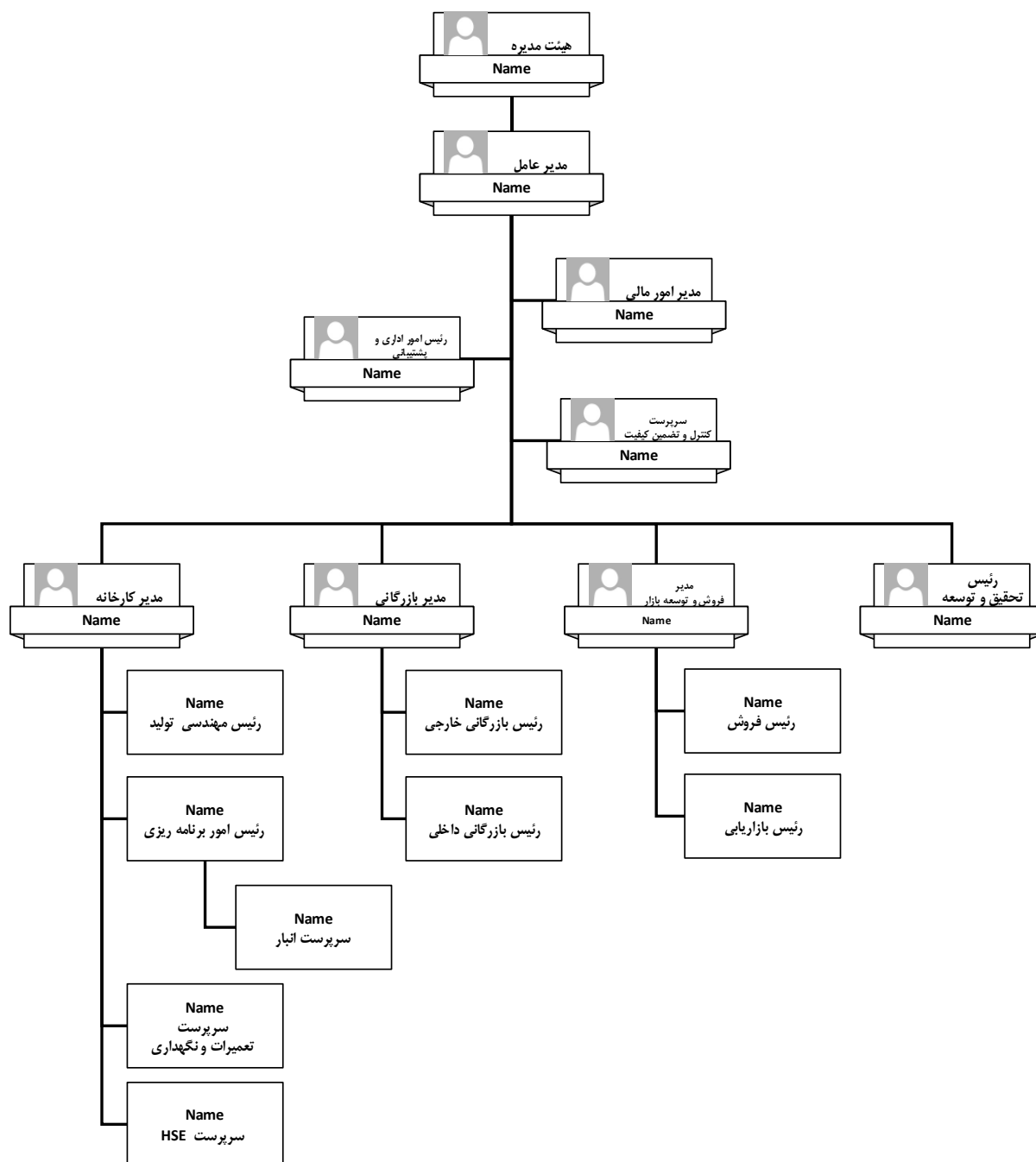
### Production Alkyd systems



## ۱-۳ - اعضای هیئت مدیره

| ردیف | نام و نام خانوادگی   | سمت                        |
|------|----------------------|----------------------------|
| ۱    | آقای کیوان آرا       | رئیس هیئت مدیره            |
| ۲    | آقای حمید شبانی      | نائب رئیس هیئت مدیره       |
| ۳    | آقای فرامرز طواف     | مدیر عامل و عضو هیئت مدیره |
| ۴    | آقای محسن گلپور      | عضو هیئت مدیره             |
| ۵    | آقای سید ناصر یعقوبی | عضو هیئت مدیره             |

#### ۴-۱- ساختار کلان سازمانی



## ۵-۱- محصولات تولیدی و کاربرد آن ها در صنایع

### ۱- رزین آلکیده‌های لانگ اوایل

رزین آلکیده‌های لانگ اوایل (Long-Oil Alkyd Resins) دارای طول روغن بین ۵۵-۷۰٪ هستند و معمولاً بر پایه اسیدهای چرب گیاهی مانند سویا، آفتابگردان و ... تولید می‌شوند. این رزین‌ها در زمان طولانی تری خشک می‌شوند و در آلیفاتیک‌ها انحلال پذیر هستند. رزین‌های لانگ اوایل به دلیل خاصیت چسبندگی و عدم شکنندگی برای استفاده در رنگ‌های ساختمانی، محافظتی و ضد زنگ مناسب هستند.

رزین‌های آلکید لانگ اوایل Alkymok ۱۳۱ W ۷۰ ، Alkymok ۱۱۵ W-۷۰ و Alkymok ۱۱۵ BR W ۷۰ از سری محصولات شرکت مواد مهندسی مکرر هستند. این گروه از رزین‌های هوا خشک بر پایه‌ی اسیدهای چرب سویا تولید می‌شوند و دارای طول چربی حدود ۶۰٪ با انحلال پذیری کامل در وایت اسپریت، زایلن، بوتیل استات، MEK و حلالیت محدود در نرمال بوتانول هستند.

### ۲- رزین آلکیده‌های مدیوم اوایل

رزین آلکیده‌های مدیوم اوایل (Medium-Oil Alkyd Resins) دارای طول زنجیره متوسط حدود ۴۵-۵۵٪ هستند که بر پایه روغن‌هایی نظیر روغن برزک، روغن سویا و ... تولید می‌شوند. زمان خشک شدن این رزین‌ها نسبت به رزین‌های لانگ اوایل، کوتاهتر است و در حلال‌های آلیفاتیک و آروماتیک حل می‌شوند. آلکیده‌های مدیوم در فضاهای داخلی و رنگ‌های روغنی اتومبیل کاربرد دارند.

رزین آلکید مدیوم اوایل با کد Alkymok ۲۱۰ W ۵۵ ، Alkymok ۲۲۰ X ۶۰ و Alkymok ۲۸۴ WX ۵۵ از سری محصولات شرکت مواد مهندسی مکرر است. این گروه از رزین‌های هوا خشک بر پایه‌ی اسیدهای چرب سویا تولید می‌شوند و دارای طول چربی حدود ۴۵٪ هستند. این محصول دارای انحلال پذیری کامل در بوتیل استات، تولوئن، وایت اسپریت، زایلن و MEK بوده در حالی که در نرمال بوتانول نامحلول است.

### ۳- رزین آلکیده‌های شورت اوایل

رزین آلکیده‌های شورت اوایل (Short-Oil Alkyd Resins) دارای طول روغن کوتاه در حدود ۳۰-۴۰٪ هستند. این رزین‌ها عموماً بر پایه روغن‌های خشک شونده مانند روغن سویا و یا روغن‌های خشک نشونده مانند نارگیل و بزرک تولید می‌شوند.

رزین‌های شورت اوایل دارای زمان خشک شدن بیشتر بوده و معمولاً حلالیت محدود در آروماتیک‌ها و حلال‌های غیرآلیفاتیک

دارند. رزین های آلکید شورت اوایل در صنایع گوناگون از جمله صنعت خودروسازی برای تولید رنگ سطوح فلزی و ساختمان سازی برای تولید عامل روان ساز بتن به منظور محافظت از نمای بیرونی مورد استفاده قرار می گیرد. رزین آلکید شورت اوایل ۶۰ X ۳۱۰ Alkymok از محصولات شرکت مواد مهندسی مکرر است که بر پایه اسیدهای چرب سویا تولید میشود و دارای طول روغن ۳۰٪ میباشد که سازگاری خوبی با سایر رزینهای شورت اوایل، رزینهای آمینو و نیتروسولوزها دارد. این محصول دارای انحلال پذیری کامل در بوتیل استات، نرمال بوتانول، تولوئن و MEK بوده در حالی که در وایت اسپریت نا محلول است.

#### ۴- رزین اپوکسی پلی آمید

رزین اپوکسی پلی آمید جهت ساخت رنگهای اپوکسی و زینک ریج مورد استفاده قرار میگیرد. این رزین ها برای شناورهای غوطه ور در آب شامل دکل های نفتی و سایر کاربردهای مشابه به کار می رود.

#### ۵- هاردنر اپوکسی پلی آمید

جهت کیور کردن رنگها و پوششهای اپوکسی و همچنین زینک ریج مورد استفاده قرار میگیرند

## فصل دوم

### ترسیم نقشه راهبردی

## ۲-۱- ترسیم ارکان جهت ساز

### ۲-۱-۱- چشم انداز و اهداف کلان

شرکت رنگ و رزین مکرر با سابقه‌ای درخشان در صنعت رنگ و پوشش، به‌عنوان یکی از پیشگامان تولید رزین‌های آلکیدی شناخته می‌شود. این شرکت در نظر دارد با بازرگانی، تولید و فروش ۲۰,۰۰۰ تن محصولات رنگ و رزین شامل رزین‌های آلکیدی اعم از لانگ اوایل، مدیوم اوایل و شورت اوایل، انواع هاردنرهای پلی آمید، رزین‌های پلی استر اشباع، غیر اشباع و پودری، انواع پوشش‌های محافظتی شامل رنگ‌های دکوراتیو، رنگ‌های ضد خوردگی و رنگ‌های ترافیکی و تولید چسب، مرکب چاپ و حلال‌ها و همچنین انواع هاردنرهای پلی اورتان، رزین اپوکسی پلی آمید، رزین اپوکسی و پلی استر، افزودنی‌های رنگ (ضد رسوب، شتاب دهنده، دیسپرس کننده، ضد کف و حباب، ضد یو وی، همتراز کننده سطح، افزایش دهنده چسبندگی، ضد رسوب پایه حلال)، پخش کننده مخصوص مرکب، انواع پیگمنت، تیتان، خمیر آلومینیوم، حلال‌ها، گلیسرین‌ها و سایر محصولات مرتبط با حوزه رنگ و رزین در بازار داخلی، ۲۵ درصد سهم بازار داخلی را به خود اختصاص داده و در تلاش است تا این سهم را با استمرار در کیفیت و نوآوری به‌طور مستمر افزایش دهد.

ما همچنین در نظر داریم با هدف گسترش حضور خود در بازارهای بین‌المللی ۵,۰۰۰ تن از محصولات تولیدی خود را به کشورهای هدف با اولویت کشورهای همسایه و منطقه خاورمیانه صادر کنیم. این صادرات، فرصت‌های مناسبی برای شرکت فراهم می‌آورد تا سهم خود را در بازارهای بین‌المللی گسترش دهد و به یکی از تأمین‌کنندگان پیشرو در صنعت رنگ و رزین منطقه تبدیل شود.

منبعث از چشم انداز فوق اهداف کلان ۵ ساله شرکت به شرح زیر می باشد:

#### • توسعه سبد محصولات راهبردی

گسترش و تنوع‌بخشی به خطوط تولید شامل رزین‌های آلکیدی، پلی‌استری، اپوکسی، هاردنرهای پلی‌آمید و پلی‌اورتان، پوشش‌های محافظتی و افزودنی‌های تخصصی با هدف استقرار جایگاه رهبری محصول در بازار داخلی.

#### • افزایش سهم بازار داخلی به بیش از ۲۵ درصد

تقویت توان رقابتی از طریق ارتقای کیفیت، نوآوری، توسعه شبکه توزیع و بهینه‌سازی قیمت تمام‌شده برای دستیابی به جایگاه برتر و پایدار در زنجیره ارزش صنعت رنگ و پوشش.

#### • توسعه صادرات و حضور پایدار در بازارهای منطقه‌ای

صادرات سالانه حداقل ۵,۰۰۰ تن محصولات منتخب به کشورهای هدف به‌ویژه همسایگان و بازار خاورمیانه، با هدف تبدیل شدن به یکی از بازیگران اصلی منطقه در حوزه رنگ و رزین.

#### • ارتقای بهره‌وری و ثبات مالی

بهبود بهره‌وری فرآیندهای تولید، مدیریت هزینه‌ها، بهینه‌سازی مصرف مواد اولیه و افزایش بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها با هدف تقویت توان مالی و توسعه پایدار شرکت.

#### • نوآوری فناورانه و توسعه محصولات با ارزش افزوده بالا

سرمایه‌گذاری هدفمند در تحقیق و توسعه، به‌کارگیری فناوری‌های نوین و خلق محصولات دانش‌بنیان و سازگار با الزامات محیط‌زیستی برای افزایش مزیت رقابتی.

• تقویت زیرساخت‌های سازمانی و توسعه سرمایه انسانی

ایجاد ساختارهای سازمانی چابک، توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان، پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت یکپارچه و ارتقای بلوغ سازمانی در مسیر تعالی عملکرد.

## ۲-۱-۲- ماموریت و فلسفه وجودی

شرکت رنگ و رزین مکرر به‌عنوان پیشگام در صنعت تولید و تأمین محصولات رنگ و پوشش، ماموریت خود را بر پایه ارائه بهترین و باکیفیت‌ترین محصولات در زمینه‌های مختلف رزین‌های صنعتی، هاردنرها، پوشش‌های محافظتی، چسب‌ها و مرکب‌های چاپ قرار داده است. ما در راستای این ماموریت، همواره به دنبال ارتقاء کیفیت، نوآوری و بهینه‌سازی فرآیندهای تولیدی خود هستیم تا محصولات و خدماتی ممتاز برای صنایع مختلف فراهم کنیم.

ما به‌طور خاص در تولید رزین‌های آلکیدی اعم از لانگ اویل، مدیوم اویل و شورت اویل، انواع هاردنرهای پلی‌آمید، رزین‌های پلی‌استر اشباع، غیر اشباع و پودری، انواع پوشش‌های محافظتی شامل رنگ‌های دکوراتیو، رنگ‌های ضد خوردگی و رنگ‌های ترافیکی و تولید چسب، مرکب چاپ و حلال‌ها تخصص داریم و با ارائه پوشش‌های محافظتی، چسب‌ها و حلال‌ها، نیازهای متنوع صنایع رنگ و پوشش را برآورده می‌کنیم. همچنین با انجام خدمات پشتیبانی و مشاوره فنی، تحقیقات و آزمایشات کنترل کیفیت، به بهبود مداوم محصولات و کاربردهای مختلف آن‌ها در صنایع هدف کمک می‌کنیم.

ما با بهره‌گیری از توانمندی‌های تخصصی خود و ایجاد زیرساخت‌های نوآورانه، در تلاشیم تا مدیریت تولید و فروش را به‌شیوه‌ای کارآمد و پایدار انجام دهیم. همچنین با توسعه فناوری‌های جدید و سرمایه‌گذاری در صنایع بالادستی و پایین‌دستی، به ارتقاء محصولات پیشرفته و کارآمد پرداخته و گام‌هایی مؤثر در راستای رشد و توسعه صنعت رنگ و پوشش برمی‌داریم.

ماموریت ما همچنین شامل بازرگانی مواد و محصولات رنگ و رزین به صنایع مختلف داخلی نظیر انواع هادرنرهای پلی‌اورتان، رزین اپوکسی پلی‌آمید، رزین اپوکسی و پلی‌استر، افزودنی‌های رنگ (ضد رسوب، شتاب دهنده، دیسپرس کننده، ضد کف و حباب، ضد یو وی، همتراز کننده سطح، افزایش دهنده چسبندگی، ضد رسوب پایه حلال)، پخش کننده مخصوص مرکب، انواع پیگمنت، تیتان، خمیر آلومینیوم، حلال‌ها، گلیسیرین‌ها است تا نیازهای مشتریان خود را از بهترین تأمین‌کنندگان بین‌المللی تأمین کنیم. ما به‌دنبال ایجاد و حفظ روابط مستحکم با مشتریان، تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری خود هستیم و همواره تلاش می‌کنیم تا به‌عنوان شریک تجاری معتبر و قابل اعتماد شناخته شویم.

در نهایت، ما به بهبود مداوم فرآیندهای تولید، ارائه مشاوره فنی به مشتریان و بهینه‌سازی محصولات و کاربردهای آن‌ها متعهد هستیم تا به رشد پایدار و تحقق اهداف راهبردی خود در بازارهای داخلی و بین‌المللی دست یابیم.

## ۳-۱-۲- ارزش‌های بنیادین

- نوآوری مستمر در محصولات و فرآیندها
- تعهد به کیفیت، ایمنی و رضایت مشتری
- شفافیت، صداقت و مسئولیت‌پذیری سازمانی

- توسعه پایدار و حفظ محیط زیست
- یادگیری و توسعه منابع انسانی
- مشارکت، همکاری و شراکت‌های اثربخش
- پاسخگویی به نیاز صنایع و مشتریان به صورت حرفه‌ای و مشورتی

## ۲-۲- استراتژی های کلان

**بهینه‌سازی عملکرد و منابع سازمانی:** تمرکز بر بهره‌وری تولید، مدیریت هوشمند زنجیره تأمین و مدل‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش.

**تقویت برند و جایگاه بازار داخلی:** توسعه بازاریابی صنعتی، حضور فعال در رسانه‌ها و نمایشگاه‌ها و ارتقاء خدمات مهندسی فروش.

**گسترش فعالیت‌های صادراتی و حضور بین‌المللی:** طراحی استراتژی صادراتی، شناسایی بازارهای هدف و همکاری با شرکای تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی.

**نوآوری و توسعه محصول:** سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، معرفی محصولات نوین و بومی‌سازی فرمولاسیون‌ها برای پاسخ به نیازهای متنوع بازار.

**ارتقاء کیفیت و استانداردها:** استقرار و توسعه سیستم‌های مدیریت کیفیت، کنترل فرآیندهای تولید و توانمندسازی مستمر کارکنان.

**تقویت زیرساخت‌های دیجیتال و هوش تجاری:** استقرار سیستم‌های ERP، داشبوردهای مدیریتی و تحلیل داده‌های بازار و مشتریان برای تصمیم‌گیری هوشمند.

**پشتیبانی و خدمات فنی پیشرفته:** ارائه مشاوره تخصصی، آموزش مشتریان و ایجاد سامانه‌های پشتیبانی و خدمات پس از فروش.

**گسترش شبکه فروش و توزیع:** توسعه کانال‌های توزیع، بهینه‌سازی لجستیک و تقویت توانمندی تیم فروش. ایجاد همکاری‌های راهبردی پایدار: برقراری روابط مستمر با شرکای تجاری، علمی و صنعتی و توسعه مشارکت‌های مشترک.

**تقویت زنجیره تأمین و مدیریت مواد اولیه:** تنوع تأمین‌کنندگان، بهینه‌سازی و بومی‌سازی منابع و فرمولاسیون‌ها. توسعه دانش بنیان و R&D: ایجاد تیم‌های تحقیق و توسعه تخصصی، همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز علمی و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته.

## ۲-۴- اهداف راهبردی

- افزایش سودآوری
- افزایش سهم بازار داخلی و ارتقاء جایگاه برند
- گسترش صادرات و حضور در بازارهای بین‌المللی

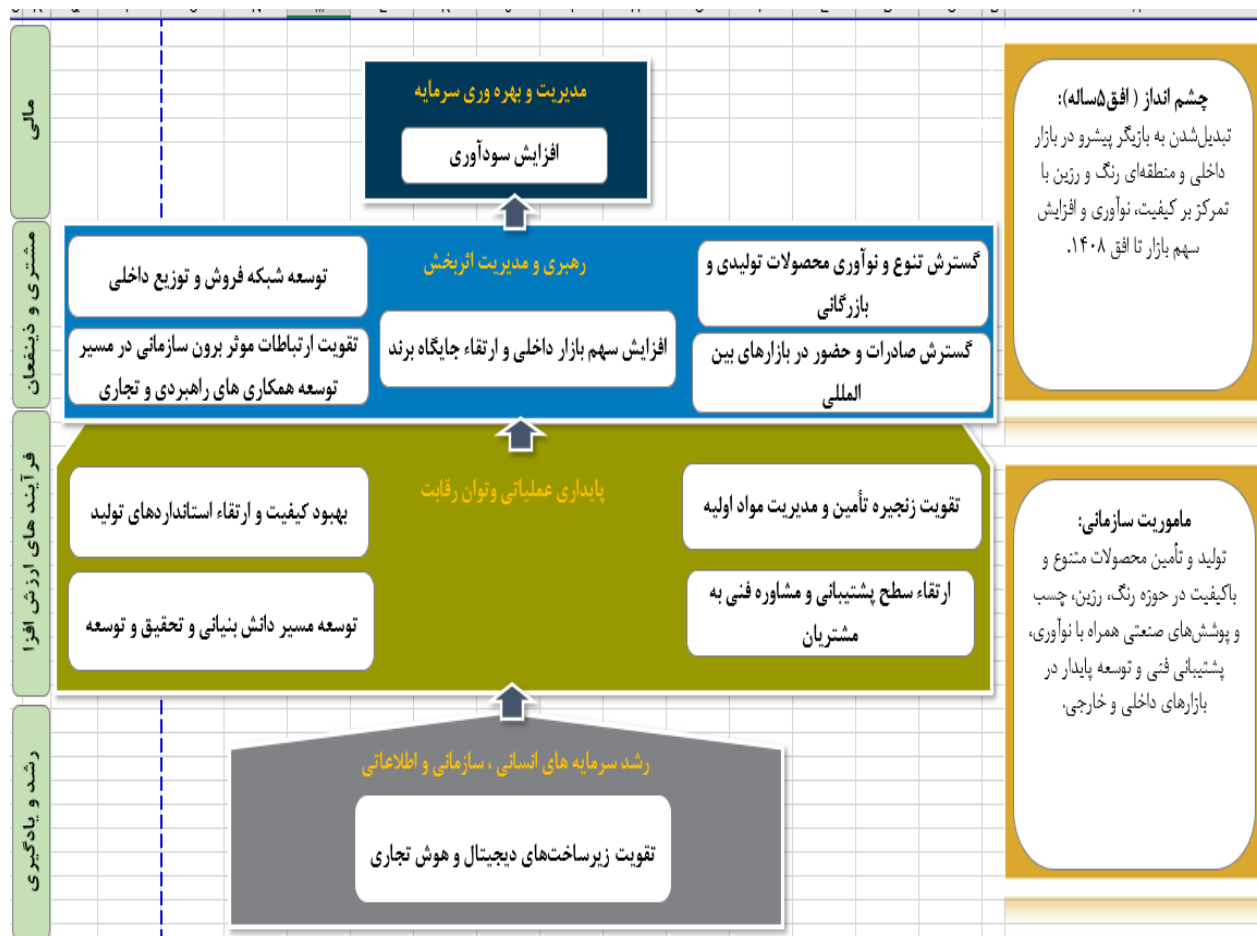
- گسترش تنوع و نوآوری محصولات تولیدی و بازرگانی
- بهبود کیفیت و ارتقاء استانداردهای تولید
- تقویت زیرساخت‌های دیجیتال و هوش تجاری
- ارتقاء سطح پشتیبانی و مشاوره فنی به مشتریان
- توسعه شبکه فروش و توزیع داخلی
- تقویت ارتباطات موثر برون سازمانی در مسیر توسعه همکاری‌های راهبردی و تجاری
- تقویت زنجیره تأمین و مدیریت مواد اولیه
- توسعه مسیر دانش بنیانی و تحقیق و توسعه

## ۵-۲- بوم کسب و کار

| بخش‌های مشتری                                                                                                                                                                                                  | ارتباط با مشتری                                                                                                                                                                 | ارزش پیشنهادی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | فعالیت‌های کلیدی                                                                                                                                                                                                                              | شرکای کلیدی                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>تولید کنندگان رنگ</li> <li>های پودری</li> <li>تولید کنندگان رنگ</li> <li>های مایع</li> <li>تولید کنندگان</li> <li>چسب و پلاستیک</li> <li>بنگاه ها و واسطه ها</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ارتباط تلفنی</li> <li>سایت شرکت</li> <li>CRM</li> </ul>                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>کیفیت محصولات</li> <li>مهندسی فروش(نیاز</li> <li>سنجی مشتری قبل از</li> <li>فروش و خدمات مشاوره</li> <li>ای پس از فروش)</li> <li>تولید با سلیقه مشتری</li> <li>بسته بندی متناسب با</li> <li>سلیقه مشتری</li> <li>تخفیفات</li> <li>امکان فروش اعتباری</li> <li>تحويل به موقع محصول</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>تولید</li> <li>بازاریابی</li> <li>تامین مواد اولیه</li> <li>مدیریت ارتباط با مشتری</li> <li>حضور در محل مشتری</li> <li>فروش</li> <li>تحقیقات</li> <li>توسعه بازار</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>شرکت های تامین</li> <li>کننده مواد اولیه</li> <li>شرکت های</li> <li>کارمزدی</li> <li>باربری ها</li> <li>مجمع تولیدی</li> <li>هولدینگ</li> <li>هولدینگ مکرر</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                | <b>کانال‌های توزیع</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارسال توسط</li> <li>باربری</li> <li>پیگیری پیامکی</li> <li>و تلفنی</li> <li>تحويل درب</li> <li>کارخانه</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>منابع کلیدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>برند مکرر</li> <li>نیروی انسانی (فروش و تولید)</li> <li>مشتریان راضی</li> <li>انبار گمرک</li> <li>بخش اعتباری هولدینگ</li> <li>دفاتر خارج از کشور</li> <li>ظرفیت صادراتی</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                              |
| <b>جریان‌های درآمدی</b>                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                 | <b>ساختار هزینه</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>درآمد حاصل از فروش محصولات انبار</li> <li>درآمد حاصل از خرید اعتباری و فروش نقدی سهمیه ها</li> <li>درآمد حاصل از فروش کالاهای وارداتی در راه</li> </ul>                 |                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>خرید مواد اولیه</li> <li>نیروی انسانی</li> <li>هزینه های مالی</li> <li>اداری تشکیلاتی</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                              |

فصل سوم  
فرآیند جاری سازی استراتژی

### ۳-۱- نقشه استراتژی



### ۳-۲- فهرست اقدامات ابتکاری استراتژیک ۱۴۰۴

- ۱) ارزان سازی آلکید
- ۲) افزایش فروش در حوزه کشورهای CIS
- ۳) حضور و بازدید از سایت مشتریان
- ۴) حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
- ۵) استخدام و آموزش اپراتور جدید
- ۶) تغییر کاربری و اورهال راکتور سازه جدید جهت تولید رزین
- ۷) اصلاحات تولید در قالب دو پروژه کایزن
- ۸) استفاده از مخازن زیر زمینی برای حلال‌ها و مخزن ایستاده برای AR-۵۱۰
- ۹) اصلاح سیستم تهویه سالن تولید
- ۱۰) اصلاحات ایمنی سالن تولید
- ۱۱) بازننگری فرآیند تأمین کالا
- ۱۲) مذاکره مستقیم با تأمین کنندگان با تمرکز بر پتروشیمی و پالایشگاه‌ها و صنایع پایین دستی پتروشیمی

- ۱۳) تولید چسب / محصول بر پایه ۲۵-MPNR
- ۱۴) کاستمیز کردن محصولات فعلی برای بازار جدید
- ۱۵) طراحی و راه اندازی سایت شرکت رنگ و رزین مکرر
- ۱۶) توسعه داشبورد فروش رنگ و رزین
- ۱۷) ایجاد و توسعه داشبوردهای تولید ( کنترل کیفیت / توقفات /...)
- ۱۸) خرید و استقرار سیستم ERP راهکاران

### ۳-۳- ریسک های اجرای استراتژی

| ریسک های اجرای استراتژی                           | احتمال وقوع | شدت اثر | راهکار پاسخ به ریسک                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|-------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| نوسانات نرخ ارز و تحریم ها                        | زیاد        | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تنوع بخشی به تأمین کنندگان داخلی و بین المللی</li> <li>- استفاده از روش های تهاجر و پوشش ریسک ارزی</li> <li>- انعقاد قراردادهای ارزی منعطف و بلندمدت و قیمت گذاری صادراتی بر اساس نرخ ارز</li> </ul> |
| کمبود مواد اولیه داخلی و وابستگی به واردات        | زیاد        | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- توسعه زنجیره تأمین داخلی و بومی سازی فرمولاسیون ها</li> <li>- انعقاد قراردادهای بلندمدت با تأمین کنندگان مطمئن</li> <li>- ایجاد انبارهای راهبردی برای مواد کلیدی</li> </ul>                          |
| تغییر قوانین گمرکی                                | زیاد        | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ایجاد راهکارهای ابتکاری برای ارسال</li> </ul>                                                                                                                                                        |
| ضعف در بازاریابی و برندینگ بین المللی             | متوسط       | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- طراحی و اجرای استراتژی برندینگ بین المللی</li> <li>- جذب مشاوران حرفه ای و بین المللی</li> <li>- توسعه محتوای دیجیتال و حضور فعال در نمایشگاه های جهانی</li> </ul>                                   |
| ناترازی انرژی                                     | زیاد        | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- استفاده از دیزل ژنراتور / تغییر روزهای کاری</li> </ul>                                                                                                                                               |
| ناترازی انرژی منجر به مشکل تامین مواد اولیه داخلی | زیاد        | زیاد    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ایجاد Safety Stock</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| افزایش هزینه های انرژی و حمل و نقل                | زیاد        | متوسط   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- بهره گیری از انرژی های جایگزین و بهینه سازی مصرف</li> <li>- انعقاد قراردادهای بلندمدت لجستیکی و حمل و نقل</li> <li>- مدیریت هوشمند هزینه ها و بازبینی فرآیندهای عملیاتی</li> </ul>                   |
| کاهش قدرت خرید مشتریان داخلی                      | زیاد        | متوسط   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ارائه محصولات اقتصادی تر و بسته های ترکیبی</li> </ul>                                                                                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                    |       |       |                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------------------------------------------------------|
| - فروش اقساطی و ایجاد بسته‌های تشویقی<br>- بهینه‌سازی استراتژی قیمت‌گذاری بر اساس بازار                                                                                                                            |       |       |                                                       |
| - توسعه محصولات تمایز یافته و نوآورانه<br>- تمرکز بر خدمات مهندسی فروش و پشتیبانی فنی<br>- ایجاد مزیت رقابتی پایدار در کیفیت و قیمت<br>- تمرکز بر بازار CIS<br>- استفاده از مزیت فروش همراه کالای تجاری مثل: تیتان | زیاد  | زیاد  | رقابت شدید برندهای داخلی و خارجی                      |
| - اتخاذ تصمیم‌گیری چابک و مبتنی بر داده<br>- تنوع‌بخشی به بازارهای هدف داخلی و خارجی<br>- تدوین سناریوهای جایگزین عملیاتی و مالی<br>- کنترل اعتبار مشتریان / تمرکز بر صادرات                                       | زیاد  | زیاد  | بی‌ثباتی بازار و شرایط اقتصادی کشور                   |
| - بازنگری دوره‌ای در استراتژی صادرات<br>- تقویت همکاری با EMCها و شرکای تجاری<br>- پایش مستمر بازارهای هدف و تسهیل مستندسازی صادرات                                                                                | زیاد  | متوسط | عدم تحقق اهداف صادراتی                                |
| - برنامه تحقیقاتی در نقشه راه سه ساله                                                                                                                                                                              | متوسط | متوسط | روند جهانی کاهش استفاده از رزین‌های حلالی (محیط زیست) |
| - سرمایه‌گذاری در نوسازی و به‌روزرسانی تجهیزات<br>- اجرای برنامه‌های تعمیرات پیشگیرانه<br>- خرید تجهیزات با بهره‌وری انرژی بالا و دوام طولانی                                                                      | متوسط | متوسط | فرسودگی تجهیزات و خطوط تولید                          |
| - توسعه همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز علمی<br>- طراحی برنامه‌های توسعه شغلی و جذب استعداد های جوان<br>- تقویت برند کارفرمایی برای جذب نیروی انسانی متخصص                                                            | زیاد  | زیاد  | کمبود نیروی متخصص                                     |

## فصل چهارم

فرآیند پایش و ارزیابی برنامه راهبردی و عملیاتی

#### ۱-۴ - برنامه راهبردی شرکت رنگ و رزین مکرر

| هدف            | اهداف راهبردی                                 | KRI                                                    | هدف ۱۴۰۸ | برنامه                                            | KPI                        | روش محاسبه KPI                                         | هدف سال ۱۴۰۴ | وزن شاخص |
|----------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------|--------------|----------|
| رشد سود ناویژه | افزایش سودآوری                                | حاشیه سود ناویژه                                       | ۳۰٪      | رشد حجمی فروش                                     | میزان حجمی فروش            | حجم فروش (تن)                                          | ۹,۷۰۰        | ۵۰٪      |
|                |                                               |                                                        |          | رشد حجمی صادرات                                   | میزان حجمی صادرات          | حجم صادرات (تن)                                        | ۱,۷۰۰        | ۱۵٪      |
|                |                                               |                                                        |          | رشد فروش داخلی                                    | میزان فروش داخلی محصول     | حجم فروش داخلی (تن)                                    | ۸,۰۰۰        | ۳۵٪      |
| مشتری/دینفغان  | افزایش سهم بازار داخلی و ارتقاء جایگاه برند   | نرخ خالص ترویج کنندگان برند (NPS)                      | ۴۰٪      | طراحی و پیاده سازی برنامه جامع مدیریت تجربه مشتری | درصد امتیازدهندگان NPS     | (تعداد)<br>Promoters<br>تقسیم بر کل پاسخ دهندگان × ۱۰۰ | ۳۵           | ۱۰۰٪     |
|                | گسترش صادرات و حضور در بازارهای بین المللی    | سهم مقداری صادرات از کل حجم فروش                       | ۲۵٪      | گسترش حضور در بازارهای منطقه                      | تعداد بازارهای صادراتی هدف | تعداد بازار                                            | ۲            | ۱۰۰٪     |
|                | گسترش تنوع و نوآوری محصولات تولیدی و بازرگانی | سهم مقداری محصولات جدید از کل حجم فروش (درصد)          | ۸٪       | رشد محصولات تولیدی و بازرگانی جدید                | تعداد محصولات جدید         | نسبت محصولات جدید به کل محصولات                        | ۵/۶          | ۱۰۰٪     |
|                | توسعه شبکه فروش و توزیع داخلی                 | سهم ریالی فروش به مشتریان جدید به کل درآمد فروش (درصد) | ۲۰٪      | رشد تعداد مشتریان جدید                            | تعداد مشتریان داخلی جدید   | نسبت مشتریان داخلی جدید به کل مشتریان                  | ۳/۱۶         | ۱۰۰٪     |

| مؤشر            | اهداف راهبردی                                                             | KRI                                                               | هدف ۱۴۰۸    | برنامه                                                          | KPI                                              | روش محاسبه KPI                                    | هدف سال ۱۴۰۴ | وزن شاخص |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------|----------|
|                 | تقویت ارتباطات موثر برون سازمانی در مسیر توسعه همکاری های راهبردی و تجاری | نرخ موفقیت در مذاکرات                                             | ۹۱٪         | ایجاد ارتباطات هدفمند و اعتمادساز با شرکای تجاری در زنجیره ارزش | نرخ موفقیت در تبدیل مذاکرات به تفاهم نامه        | نرخ تبدیل پیش فاکتور به فاکتور فروش               | ۹۱٪          | ۱۰۰٪     |
| فرآیندهای داخلی | بهبود کیفیت و ارتقای استانداردهای تولید                                   | راندمان تولید- مواد (نسبت جمع رسید محصول به جمع حواله مواد اولیه) | ۹۴٪         | بهبود فرآیند تولید                                              | درصد نامنطبق                                     | تعداد بچ نامنطبق/تعداد کل بچ ها                   | ۱/۵٪         | ۵۰٪      |
|                 |                                                                           |                                                                   |             |                                                                 | انطباق تولید با برنامه                           | تعداد بچ های تولیدی/تعداد دستور ساخت              | ۹۸٪          | ۳۰٪      |
|                 |                                                                           |                                                                   |             |                                                                 | توقفات                                           | ساعت توقفات (فنی، تولید، کنترل کیفی، انبار و ...) | ۱۲۰          | ۲۰٪      |
|                 |                                                                           | راندمان تولید-میزان تولید نسبت به تعداد نفر ساعت حضور در کارخانه  | ۱۰۰ کیلوگرم | بهبود فرآیند ایمنی و بهداشت                                     | سرانه شبه حوادث تولید                            | تعداد شبه حادثه/تعداد پرسنل                       | ۲۰٪>         | ۷۰٪      |
|                 |                                                                           |                                                                   |             |                                                                 | سرانه حوادث تولید                                | تعداد حادثه/تعداد پرسنل                           | ۵٪>          | ۳۰٪      |
|                 | تقویت زنجیره تامین و مدیریت مواد اولیه                                    | درصد مواد اولیه برگشتی                                            | ۱/۵٪        | بهبود فرآیند تامین کالا                                         | درصد عدم انطباق مواد اولیه                       | تعداد ورودی های نامنطبق / تعداد کل ورودی ها       | ۲٪           | ۳۰٪      |
|                 |                                                                           |                                                                   |             |                                                                 | درصد خرید اعتباری(بالای یک ماه) تقسیم بر کل خرید | درصد خرید اعتباری(بالای یک ماه) تقسیم بر کل خرید  | ۷۰٪          | ۷۰٪      |

| منظر                     | اهداف راهبردی                                   | KRI                                          | هدف ۱۴۰۸                | برنامه                                          | KPI                                                                             | روش محاسبه KPI                       | هدف سال ۱۴۰۴ | وزن شاخص |
|--------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|----------|
|                          | توسعه مسیر دانش بنیان و تحقیق و توسعه           | سهم محصولات نو آورانه در سبد فروش            | ۱۰٪                     | بررسی نیاز بازار و فرصت های نو آوری             | درصد بودجه تحقیق و توسعه نسبت به کل درآمد                                       | نسبت هزینه تحقیق و توسعه به کل درآمد | ۰/۱٪         | ۱۰۰٪     |
|                          |                                                 |                                              |                         | بازاریابی و تجاری سازی                          | تعداد محصولات جدید تجاری سازی شده                                               | تعداد محصولات جدید                   | ۴            | ۱۰۰٪     |
|                          | ارائه خدمات متمایز، پشتیبانی فنی و مشاوره تخصصی | رشد NPS مشتریان صنعتی کلیدی                  | رشد NPS بیشتر از ۶ درصد | ارائه خدمات متمایز، پشتیبانی فنی و مشاوره تخصصی | تعداد خدمات متمایز، پشتیبانی فنی و مشاوره تخصصی                                 | تعداد خدمات ارائه شده                | ۵۰           | ۱۰۰٪     |
| زیر ساخت ها و قابلیت ساز | تقویت زیر ساخت های دیجیتال و هوش تجاری          | میزان تحقق نقشه راه تحول دیجیتال و هوش تجاری | ۱۰۰٪                    | توسعه داشبوردهای مدیریتی                        | محاسبه پیشرفت پروژه طراحی و راه اندازی سایت شرکت رنگ و رزین مکرر                | محاسبه پیشرفت پروژه                  | ۱۰۰٪         | ۴۰٪      |
|                          |                                                 |                                              |                         |                                                 | محاسبه پیشرفت پروژه توسعه داشبورد فروش رنگ و رزین                               | محاسبه پیشرفت پروژه                  | ۱۰۰٪         | ۳۰٪      |
|                          |                                                 |                                              |                         |                                                 | محاسبه پیشرفت پروژه ایجاد و توسعه داشبوردهای تولید ( کنترل کیفیت / توقفات /...) | محاسبه پیشرفت پروژه                  | ۱۰۰٪         | ۳۰٪      |

| منظر | اهداف راهبردی | KRI | هدف ۱۴۰۸ | برنامه                    | KPI                                                   | روش محاسبه KPI      | هدف سال ۱۴۰۴ | وزن شاخص |
|------|---------------|-----|----------|---------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|--------------|----------|
|      |               |     |          | یکپارچگی فرآیندهای سازمان | محاسبه پیشرفت پروژه خرید و استقرار سیستم ERP راهکاران | محاسبه پیشرفت پروژه | ۱۰۰٪         | ۱۰۰٪     |

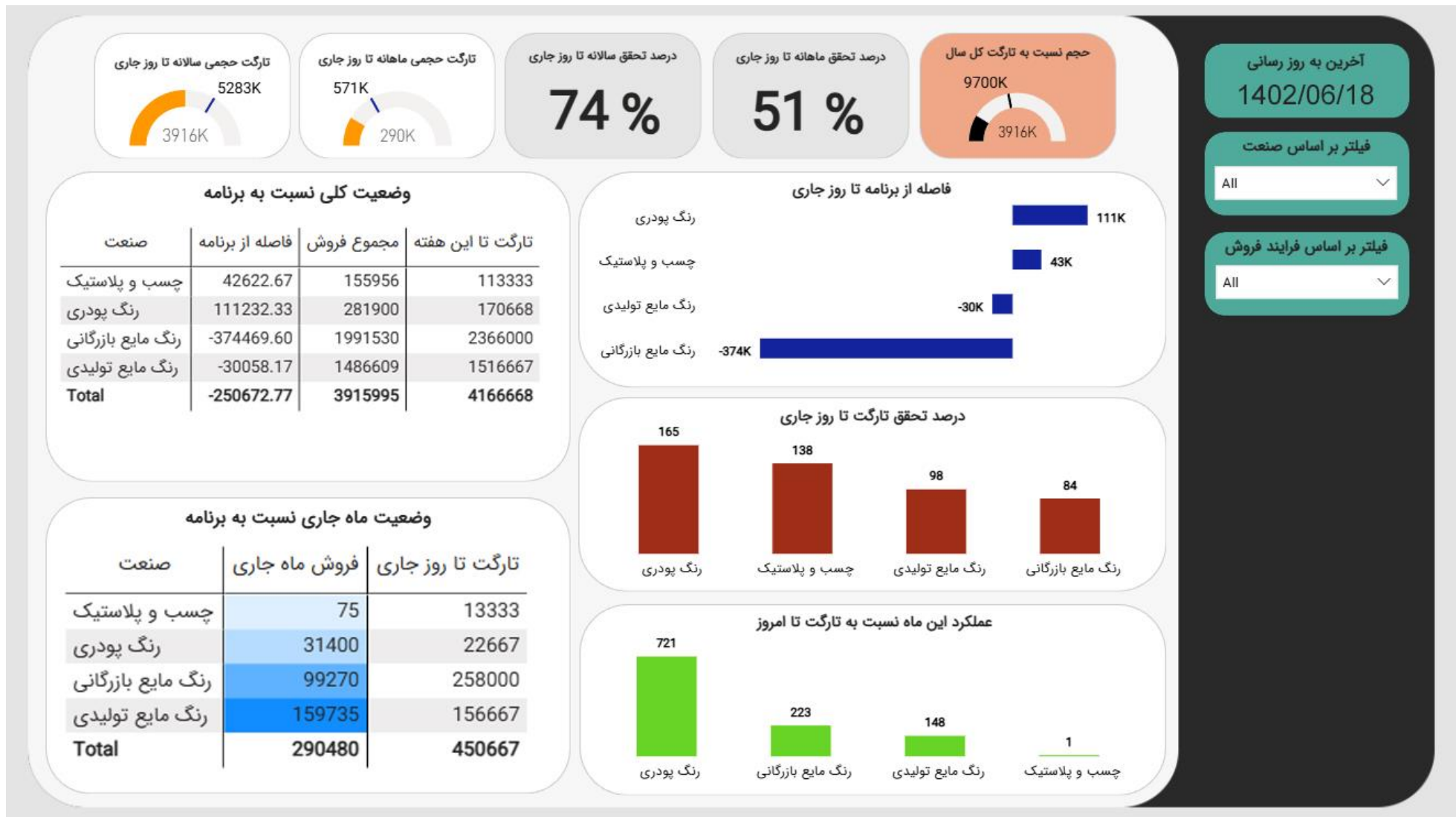
#### ۲-۴- برنامه عملیاتی سال ۱۴۰۴ شرکت رنگ و رزین مکرر

| منظر          | برنامه                                            | KPI                        | روش محاسبه KPI                                            | وزن شاخص | ۱۴۰۴   |        |       | اقدامات ابتکاری سال ۱۴۰۴        |
|---------------|---------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------|----------|--------|--------|-------|---------------------------------|
|               |                                                   |                            |                                                           |          | ۶ ماهه | ۹ ماهه | ۱۴۰۴  |                                 |
| مالی          | رشد حجمی فروش                                     | میزان حجمی فروش            | حجم فروش (تن)                                             | ۵۰٪      | ۳,۸۸۰  | ۶,۷۹۰  | ۹,۷۰۰ | ارزان سازی آلکاید               |
|               | رشد حجمی صادرات                                   | میزان حجمی صادرات          | حجم صادرات (تن)                                           | ۱۵٪      | ۶۸۰    | ۱,۱۹۰  | ۱,۷۰۰ | افزایش فروش در حوزه کشورهای CIS |
|               | رشد فروش داخلی                                    | میزان فروش داخلی محصول     | حجم فروش داخلی (تن)                                       | ۳۵٪      | ۳,۲۰۰  | ۵,۶۰۰  | ۸,۰۰۰ | -                               |
| مشتری/دینفغان | طراحی و پیاده سازی برنامه جامع مدیریت تجربه مشتری | درصد امتیازدهندگان NPS     | (تعداد)<br>Promoters<br>تقسیم بر کل پاسخ دهندگان<br>۱۰۰ × | ۱۰۰٪     | ۲۵     | ۳۰     | ۳۵    | -                               |
|               | گسترش حضور در بازار های منطقه                     | تعداد بازارهای صادراتی هدف | تعداد بازار                                               | ۱۰۰٪     | ۱      | ۵/۱    | ۲     | -                               |
|               | رشد محصولات تولیدی و بازرگانی جدید                | تعداد محصولات جدید         | نسبت محصولات جدید به کل محصولات                           | ۱۰۰٪     | ۳      | ۵/۴    | ۵/۶   | -                               |
|               | رشد تعداد مشتریان جدید                            | تعداد مشتریان داخلی جدید   | نسبت مشتریان داخلی جدید به کل مشتریان                     | ۱۰۰٪     | ۱۰     | ۱۴     | ۳/۱۶  | حضور و بازدید از سایت مشتریان   |

| نقشه                         | برنامه                                                          | KPI                                               | روش محاسبه<br>KPI                                 | وزن<br>شاخص | ۱۴۰۴  |        |        | اقدامات ابتکاری سال ۱۴۰۴                                                                                |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|-------|--------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              |                                                                 |                                                   |                                                   |             | ۱۴۰۴  | ۹ ماهه | ۶ ماهه |                                                                                                         |
| فرآیندهای تولید و تامین کالا | ایجاد ارتباطات هدفمند و اعتمادساز با شرکای تجاری در زنجیره ارزش | نرخ موفقیت در تبدیل مذاکرات به تفاهم نامه         | نرخ تبدیل پیش فاکتور به فاکتور فروش               | ۱۰۰٪        | ۶۵٪   | ۸۰٪    | ۹۱٪    | حضور در نمایشگاه های داخلی و خارجی                                                                      |
|                              | بهبود فرآیند تولید                                              | درصد نامنطبق                                      | تعداد بچ نامنطبق/تعداد کل بچ ها                   | ۵۰٪         | ٪ ۱/۵ | ٪ ۱/۵  | ٪ ۱/۵  | استخدام و آموزش اپراتور جدید                                                                            |
|                              |                                                                 | انطباق تولید با برنامه                            | تعداد بچ های تولیدی/تعداد دستور ساخت              | ۳۰٪         | ۹۸٪   | ۹۸٪    | ۹۸٪    | تغییر کاربری و اورهال راکتور سازه جدید جهت تولید رزین                                                   |
|                              |                                                                 | توقفات                                            | ساعت توقفات (فنی، تولید، کنترل کیفی، انبار و ...) | ۲۰٪         | ۶۰    | ۹۰     | ۱۲۰    | اصلاحات تولید در قالب دو پروژه کایزن استفاده از مخازن زیر زمینی برای حلال ها و مخزن ایستاده برای AR-۵۱۰ |
|                              | بهبود فرآیند ایمنی و بهداشت                                     | سرانه شبه حوادث تولید                             | تعداد شبه حادثه/تعداد پرسنل                       | ۷۰٪         | ٪۲۰>  | ٪۲۰>   | ٪۲۰>   | اصلاح سیستم تهویه سالن تولید                                                                            |
|                              |                                                                 | سرانه حوادث تولید                                 | تعداد حادثه/تعداد پرسنل                           | ۳۰٪         | ٪۵>   | ٪۵>    | ٪۵>    | اصلاحات ایمنی سالن تولید                                                                                |
|                              | بهبود فرآیند تامین کالا                                         | درصد عدم انطباق مواد اولیه                        | تعداد ورودی های نامنطبق/تعداد کل ورودی ها         | ۳۰٪         | ۲٪    | ۲٪     | ۲٪     | بازنگری فرآیند تامین کالا                                                                               |
|                              | درصد خرید اعتباری به کل خرید                                    | درصد خرید اعتباری (بالای یک ماه) تقسیم بر کل خرید | درصد خرید اعتباری (بالای یک ماه) تقسیم بر کل خرید | ۷۰٪         | ۴۰٪   | ۶۰٪    | ۷۰٪    | مذاکره مستقیم با تامین کنندگان با تمرکز بر پتروشیمی و پالایشگاه ها و صنایع پایین دستی پتروشیمی          |

| ردیف                  | برنامه                                          | KPI                                                                            | روش محاسبه KPI                                                                   | وزن شاخص | ۱۴۰۴   |        |       | اقدامات ابتکاری سال ۱۴۰۴                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------|--------|--------|-------|--------------------------------------------------------------|
|                       |                                                 |                                                                                |                                                                                  |          | ۶ ماهه | ۹ ماهه | ۱۴۰۴  |                                                              |
|                       | بررسی نیاز بازار و فرصت های نو آوری             | درصد بودجه تحقیق و توسعه نسبت به کل درآمد                                      | نسبت هزینه تحقیق و توسعه به کل درآمد                                             | ۱۰۰٪     | ٪ ۰/۱  | ٪ ۰/۱  | ٪ ۰/۱ | تولید چسب / محصول بر پایه ۲۵ - MPNR                          |
|                       | بازاریابی و تجاری سازی                          | تعداد محصولات جدید تجاری سازی شده                                              | تعداد محصولات جدید                                                               | ۱۰۰٪     | ۱      | ۲      | ۴     | کاستمیز کردن محصولات فعلی برای بازار جدید                    |
|                       | ارائه خدمات متمایز، پشتیبانی فنی و مشاوره تخصصی | تعداد خدمات متمایز و پشتیبانی فنی و مشاوره تخصصی                               | تعداد خدمات ارائه شده                                                            | ۱۰۰٪     | ۲۰     | ۴۰     | ۵۰    | -                                                            |
| توسعه و قابلیت های نو | توسعه داشبوردهای مدیریتی                        | درصد پیشرفت پروژه طراحی و راه اندازی سایت شرکت رنگ و رزین مکرر                 | محاسبه پیشرفت پروژه طراحی و راه اندازی سایت                                      | ۲۰٪      | ۱۵٪    | ۶۵٪    | ۱۰۰٪  | طراحی و راه اندازی سایت شرکت رنگ و رزین مکرر                 |
|                       |                                                 | درصد پیشرفت پروژه توسعه داشبورد فروش رنگ و رزین                                | محاسبه پیشرفت پروژه توسعه داشبورد فروش رنگ و رزین                                | ۲۰٪      | ۱۵٪    | ۵۵٪    | ۱۰۰٪  | توسعه داشبورد فروش رنگ و رزین                                |
|                       |                                                 | درصد پیشرفت پروژه ایجاد و توسعه داشبوردهای تولید ( کنترل کیفیت / توقفات / ...) | محاسبه پیشرفت پروژه ایجاد و توسعه داشبوردهای تولید ( کنترل کیفیت / توقفات / ...) | ۲۰٪      | ۳۰٪    | ۷۰٪    | ۱۰۰٪  | ایجاد و توسعه داشبوردهای تولید ( کنترل کیفیت / توقفات / ...) |
|                       | یکپارچگی فرآیندهای سازمان                       | درصد پیشرفت پروژه خرید و استقرار سیستم ERP راهکاران                            | محاسبه پیشرفت پروژه خرید و استقرار سیستم ERP راهکاران                            | ۴۰٪      | ۰٪     | ۵۰٪    | ۱۰۰٪  | خرید و استقرار سیستم ERP راهکاران                            |

## ۳-۴- داشبورد نمای کلی فروش



## VISION

Mokarrar Paint & Resin Company, with a distinguished legacy in the coatings industry, is recognized as one of the leading producers of alkyd resins. The company aims to establish a strong position in the domestic market through the trading, production, and sales of ٢٠,٠٠٠ tons of paint and resin products-including long-oil, medium-oil, and short-oil alkyd resins; various polyamide hardeners; saturated, unsaturated, and powder polyester resins; protective coatings such as decorative paints, anti-corrosion coatings, and traffic paints; as well as adhesives, printing inks, solvents, polyurethane hardeners, epoxy-polyamide resins, epoxy resins, polyester resins, and a wide range of additives (anti-settling, accelerators, dispersants, anti-foam, UV stabilizers, leveling agents, adhesion promoters, anti-scaling).

In addition, the company supplies specialized dispersing agents for inks, pigments, titanium dioxide, aluminum pastes, solvents, glycerines, and other materials essential to the paint and resin value chain. Through continuous commitment to quality and innovation, the company seeks to capture ٢٥% of the domestic market share and sustain its upward performance trajectory.

Furthermore, Mokarrar Paint & Resin Company aspires to expand its international footprint by exporting ٥,٠٠٠ tons of its products annually to target markets-prioritizing neighboring countries and the broader Middle East. This strategic expansion will enable the company to strengthen its presence in global markets and position itself as a leading regional supplier in the paint and resin industry.

## MISSION

As a pioneer in the production and supply of paints and coatings, Mokarrar Paint & Resin Company bases its mission on delivering the **highest quality products** across a wide range of industrial resins, hardeners, protective coatings, adhesives, and printing inks. In pursuit of this mission, we are committed to continuously enhancing **product quality, innovation, and production process optimization** to provide superior solutions for diverse industrial applications.

Our expertise specifically encompasses the production of **alkyd resins** (long-oil, medium-oil, and short-oil), various **polyamide hardeners, saturated, unsaturated, and powder polyester resins, protective coatings** including decorative paints, anti-corrosion coatings, and traffic paints, as well as **adhesives, printing inks, and solvents**. By offering high-performance coatings, adhesives, and solvents, we address the diverse needs of the paints and coatings industry. Additionally, through **technical support, consulting services, research, and quality control testing**, we contribute to the continuous improvement of products and their applications in target industries.

Leveraging our technical capabilities and innovative infrastructure, we strive to manage production and sales efficiently and sustainably. Through the development of new technologies and strategic investments in upstream and downstream sectors, we aim to enhance advanced, high-performance products and make meaningful contributions to the growth and advancement of the paints and coatings industry.

Our mission also includes the **commercial supply of raw materials and finished products** to domestic industries, such as polyurethane hardeners, epoxy–polyamide resins, epoxy resins, polyester resins, paint additives (anti-settling, accelerators, dispersants, defoamers, UV stabilizers, leveling agents, adhesion promoters, solvent-based anti-settling agents), specialized dispersants for inks, pigments, titanium dioxide, aluminum pastes, solvents, and glycerines, ensuring access to the best international suppliers. We are committed to building and maintaining **strong, trustworthy relationships** with our customers, suppliers, and business partners, striving to be recognized as a reliable and reputable commercial partner.

Ultimately, we are dedicated to **continuous improvement of production processes, provision of technical consultation, and optimization of product applications**, with the overarching goal of achieving **sustainable growth** and fulfilling our strategic objectives in both domestic and international markets