

4 متحدثين أثروا المؤتمر الثاني للشركات الصغيرة والمتوسطة بتجاربهـم الناجحة

- جهاد القبـندي: شركة الرتاج للاستثمار تعتمد الشراكة الإستراتيجية وتستعد لإطلاق صندوقين للملكيات الخاصة والعامة.
- فرانك ماجوير: القيادة والإدارة الفاعلة من أهم عوامل نجاح أي مشروع
- محمد الرفاعي: الدكان تحولت إلى سلسلة محلات منتشرة في أسواق المنطقة والعالم
- ماجد عبده: شركة مجد للأغذية نقلت مركز مجدي من العمل العائلي إلى المؤسسي.

استطاع المؤتمر الثاني للشركات الصغيرة والمتوسطة الذي تقف شركة الرتاج للاستثمار للعام الثاني على التوالي وراء تنظيمه، تحت رعاية سمو رئيس مجلس الوزراء الشيخ ناصر المحمد الأحمد الصباح، وحضره أكثر من 250 شخصية اقتصادية ورجال أعمال وأصحاب شركات، أن يضع قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في دائرة الضوء من خلال عرض واقع هذا القطاع والتحديات الذاتية والموضوعية التي تواجهه، والتي عبر عنها المتحدثون في المؤتمر، وهم السيد/ فرانك ماجوير نائب الرئيس السابق لشركة فدرال أكسبرس، والسيد/ جهاد محمد القبـندي العضو المنتدب والرئيس التنفيذي لشركة الرتاج للاستثمار، والسيد/ محمد الرفاعي الرئيس التنفيذي لمحمصة الرفاعي، والسيد/ ماجد عبده العضو المنتدب لشركة مجد للأغذية.

وجاء المؤتمر الثاني للشركات الصغيرة والمتوسطة، الذي افتتحه وزير التجارة والصناعة أحمد باقر نيابة عن سمو رئيس مجلس الوزراء، يوم الثلاثاء الموافق 18 نوفمبر الماضي، في غرفة تجارة وصناعة الكويت، في وقت أحوج ما يكون فيه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من الأفراد والعائلات إلى الرد على تساؤلاتهم حول تأثير الأزمة المالية العالمية على مشاريعهم، في ظل تداعيات الأزمة على الاقتصاد الكويتي والتي ظهرت بوادرها في صعوبة حصول أصحاب هذه المشاريع

على تمويل من المصارف التي أخذت تطلب منهم ضمانات إضافية، بعضها شخصي، كما جاء في العرض الذي قدمه في المؤتمر، السيد/ جهاد محمد القبندي العضو المنتدب والرئيس التنفيذي لشركة الرتاج للاستثمار، وحمل عنوان (شركة الرتاج للاستثمار – إنجازات قياسية في زمن قياسي) وتضمن رؤية شاملة لواقع قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة على المستويات العالمية والإقليمية والمحلية، والتأكيد على كونه المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي العالمي، حيث يمثل 90 % من حجم الأعمال عالمياً، و50 % من إجمالي الناتج العالمي، ويوفر 45 % من فرص العمل في الولايات المتحدة الأمريكية، و70 % في الاتحاد الأوروبي، و81 % في اليابان.

وركز السيد/ جهاد القبندي في عرضه على واقع قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي، ودوره المتنامي ليشكل الرافد الثاني للاقتصاد الوطني في هذه الدول بعد النفط، واستدل على ذلك بمجموعة من الأرقام والإحصائيات منها:

- 5000 شركة عائلية ومتوسطة قائمة في دول مجلس التعاون الخليجي.
- 500 مليار دولار أميركي قيمة الأصول الكلية لهذه الشركات.
- تمثل 85 – 90 % من إجمالي الشركات في المنطقة وتدير ما يزيد عن 90 % من الأنشطة التجارية.
- 8 % من هذه الشركات يتم تداول أسهمها في أسواق المال الخليجية.
- 46 % منها تأسست في ستينات القرن الماضي، و73 % تدار من أفراد الجيل الثاني من أفراد العائلة.

إلا أن هذه الأرقام والإحصائيات على الرغم من دلالاتها المهمة لم تحل دون مواجهة هذا القطاع مجموعة من التحديات العامة من أبرزها الافتقار للأهداف الإستراتيجية الواضحة عند التأسيس مما يؤدي إلى زيادة معدلات الفشل في السنوات الأولى للشركات الجديدة، وصعوبة الحصول على التمويل، وعدم وجود بنية قانونية وتشريعية تساهم في دعم القطاع، ومحدودية المهارات الإدارية والمالية لدى نسبة كبيرة من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

أما الآثار المباشرة التي خلفتها الأزمة المالية العالمية وما تبعها من ركود، على قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة فقد تناولها السيد/ القبندي في عرضه، حيث أشار إلى أنها تتمثل في:

أولاً: سحب أو تخفيض التسهيلات الممنوحة للشركات دون إشعار وطلب ضمانات إضافية على القروض.

ثانياً: ضعف الإنفاق الاستهلاكي وتراجع المبيعات وهوامش الربح.

ثالثاً: تأخر الزبائن والعملاء عن دفع المستحقات المالية.
رابعاً: تعليق الاستثمارات والنفقات الرأسمالية للشركات، ولذلك سارعت بعض الدول إلى التحرك الفوري لدعم هذا القطاع، ومنها على سبيل المثال كوريا الجنوبية التي رفعت سقف الدعم إلى حوالي 1,75 مليار دولار، ومصر التي رصدت 8,5 مليار جنيه لاستثمارها في قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة على مدى السنوات الخمس المقبلة، وبنك الاستثمار الأوروبي الذي خصص 30 مليار يورو لمدة 4 سنوات.

واستعرض السيد/ جهاد القبدي تجربة شركة الرتاج للاستثمار، كأول شركة في الكويت والمنطقة تتعامل بروح الشراكة مع قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة، وما حققته من إنجازات في غضون حوالي سنتين من عمرها، باعتماد أسلوب الاستثمار المباشر في هذا القطاع بالدخول في شراكات إستراتيجية مع شركات فردية وعائلية، عبر المساهمة في تأسيس شركة مجموعة خدمات الحج والعمرة (مواسم) بالشراكة مع حملة حسن يوسف الكندري، وشركة مجد للأغذية مع أصحاب مركز مجدي للأغذية، وكذلك زيادة رأسمال شركة (هيلث كومباني) وتحويلها إلى شركة مساهمة، وحصول شركة الرتاج للاستثمار على حصة 51 % فيها، أو من خلال شركة الرتاج القابضة التي يتركز نشاطها الاستثماري على القطاع الصحي، واستحوذت على حصص مؤثرة في شركة الدلتا للصناعات الدوائية، والشركة الفرعونية للأدوية، في جمهورية مصر العربية، والشركة الوطنية للصناعات الدوائية في سلطنة عمان.

وكشف السيد/ جهاد القبدي عن مجموعة من المشاريع المستقبلية التي تستعد شركة الرتاج للاستثمار لتنفيذها تباعاً في الفترة المقبلة، ومنها إطلاق صندوقين، **الأول:** صندوق الرتاج للملكيات الخاصة، **والثاني:** صندوق الرتاج للملكيات العامة، والتخطيط لدخول قطاعات غير تقليدية ومنها مواد البناء والنقل والتخزين، وزيادة استثماراتها في قطاعات المواد الغذائية والصحة والخدمات.

فرانك ماغواير

يتمتع السيد/ فرانك ماغواير نائب الرئيس السابق لشركة فدرال أكسبرس بحياة مهنية ناجحة ومثمرة، عمل في البيت الأبيض إلى جانب الرئيسين جون كنيدي وليندون جونسون، وكان أحد الأعضاء المؤسسين لشركة "فيديرال إكسبريس". ولعب دوراً

رئيسيا في التوسع الدولي للخطوط الجوية الأمريكية، وعمل مع كولونيلز هارلاندرز لإطلاق ثورة "الوجبات السريعة" من مطاعم كنتاكي مع بداية 1970، ولم يتصور أحد أنه يمكن لتعليب الدجاج وبيعه أن يحول تلك الشركة التي كانت صغيرة آنذاك إلى شركة عالمية تمثل نموذجا للتوسع والنجاح. وحسب ماغواير لا يأتي النجاح من مجرد وجود فكرة جيدة، ولكن وبالإضافة إلى ذلك ما يحدد النجاح هو التواجد في المكان المناسب والزمان المناسب، فضلا عن وجود الإدارة التي تسعى وراء الفرص المتوفرة وتقتنصها.

والإدارة حسب ماغواير هي عملية التفكير العقلاني الذي يرتبط بشكل وثيق بالقيادة، حيث يقوم المدير بثلاثة أشياء هي:

1. يتخذ القرارات عن معرفة وإدراك
2. يحل المشاكل عن معرفة وإدراك
3. يضع الخطط. ومن الأهمية بمكان أن يتعلم المدير أن يستفسر عن أتفه الأمور. غير أن الاستفسار عن الأمور التافهة يعني جلاء الأمور وجعلها واضحة أمام نظر المدير، حتى يتمكن من حل أي مشكلة تواجهه من خلال تحديد السبب الجذري للمشكلة، وعلى سبيل المثال إذا حصل أي أمر غير واضح في عملك، فمن واجباتك كمدير أن تسأل دائما:
 - منذ متى يحصل هذا الأمر؟
 - منذ كم شهر؟
 - متى حصل ذلك في هذا الشهر بالتحديد؟ - "كل يوم اثنين".
 - متى كل اثنين؟ - "الساعة الواحدة"

وبهذه الطريقة نكون قد ضيقنا بحثنا عن التغيير، وحن الوقت لاتخاذ الإجراءات المناسبة.

وتطرق السيد/ فرانك ماغواير في عرضه إلى الإجراءات التي يجب أن يقوم المدير باتخاذها عند حدوث أي مشكلة تواجه الشركة بنجاح وهي ثلاثة:

1. إجراءات تصحيحية - تهدف إلى معالجة المشكلة بشكل دائم. وهذا يعني، "احصل على مغرفة وأصلح الفتحة في السقف".
2. الإجراءات المؤقتة - تهدف إلى معالجة المشكلة بصورة مؤقتة وهذا يعني، "بوسعنا أن نفعل ذلك، ونصلحها في وقت لاحق، غير أن الوقت اللاحق قد لا يأتي أبدا".

3. إجراءات تكييف - تهدف إلى التكيف مع مشكلة من دون حلها. وهذا يعني "ليس علينا إصلاح التسرب في السقف، إذا يمكننا وضع دلو هنا". لذلك يجب على المدير اتخاذ الإجراءات التصحيحية. والسعي إلى حل.

وأشار السيد/ فرانك ماغواير إلى أن صنع القرار هو الخطوة التالية التي يجب أن يتخذها المدير، بعد وجود المشكلة واختيار أسلوب حلها، و تتكون القرارات من ثلاثة أجزاء منفصلة عن بعضها البعض هي:

1. اتخاذ إجراءات تصحيحية.

2. اختيار الحل المتوازن الأفضل - فالأشخاص وزملاء العمل لا يتخذون دائما القرارات ذاتها، هناك أكثر من طريقة لفعل أي شيء، ولكن المهم هو اتخاذ أفضل خيار متوازن.

3. معرفة الآثار السلبية التي يمكن أن تنتج عن أي قرار.

أما مفهوم ماغواير للقيادة فيتمثل بالتالي:

- حالة وجودية وليس مجرد حالة ذهنية تتعلق بالعاطفة، فهي الربط بين العقل والقلب في العمل.
- لا يفعل الناس في جميع أنحاء العالم، ولكن بصفقتك الرئيس التنفيذي للشركة عليك أن تكون المشجع وتشعر بالإثارة، للاستحواذ على اهتمام أكبر شريحة من الناس، والمثال على ذلك سئل الكولونيل ساندرز عندما استلم قيادة مطعم كنتاكي عن وصفته السرية، فأجاب: " ليست أنواع الأعشاب والبهارات الـ11 هي التي تجعل هذه الشركة عظيمة، ولكنه المكوّن الـ12، وهو الناس". لم يكن الكولونيل ساندرز يهتم بالدجاج وإنما بالناس، فالناس هم موظفوه وعملاؤه، عندما يدرك القيادي قيمة الناس لــــن يواجه المســــتحيل.

واستعرض السيد/ فرانك ماغواير قوانين وشروط النجاح الثابتة، التي تساعد من يصغي إليها على عدم الفشل وهي:

1. المشاعر- ليس العملية... وإنما العاطفة، من خلال الرد على السؤال التالي ما هو مدى محبتك لشركتك وعملك؟ هل تشعر برابط تجاهها؟ إذا لم تكن متحمسا لما تفعله ، قم بشيء آخر. فالحياة قصيرة جدا، وعلى كل منا أن يقوم بتنمية هذه العاطفة في داخله.

- اهتم بالأمر الصغير، وافهم أن الأمر الكبير تهتم بنفسها.

- الحماس : الجميع يتحمس لشيء ما، الإيمان بالله داخلكم يقول: "نعم يمكنكم ذلك".

- 2 - الموقف : هل تدركون أنكم تكونون موافقكم يوميا؟ وسواء كنت تعتقد أنك قادر أو عاجز ، تكون محقا في كلتا الحالتين، إذا جعلت الناس من حولك يحسون بشعور جيد، فسوف يعملون على نحو أفضل.
- لا تعتمد القيادة عن طريق المراسيم والقانون، وإنما على الإقناع
- ابق متحمسا، لا تدع الآخرين يلاحظون ارتباكك.
- تذكر أن المحنة عبارة عن سحابة تأتي وتذهب بعيدا ونحن نقف تحتها دائما.
- اعتمد العمل الجماعي والتوجيه المشترك.

بعد ذلك استعرض السيد/ فرانك ماغواير قصة شركة فيديكس FedEx، التي ساهم في تأسيسها وتولى على مدى سنوات منصب نائب الرئيس فيها، حيث قال: عام 1973 كنا بحاجة إلى 52 مليون دولار لرأس المال الاستثماري، كنا نملك موقفا ضعيفا لم يكن يسمح لنا بتوفير هذا المبلغ، قبل مغادرتنا والتخلي عن الفكرة، اقترح فريد سميث القيام بمكالمة هاتفية أخيرة وقال: "لنتصل بالاحتياطي الفدرالي ونعرض عليهم خدماتنا لأن خدمة البريد الأميركية" وهذا ما حصل. ذهبنا إلى بنك الاحتياطي الفيدرالي، كان يومها يملك 18 فرعا في أنحاء البلاد، ونحن كان لدينا 23 مروحية صغيرة، فاقترحنا تولي نقل الشيكات من هذه الفروع وإحضارها إلى ممفيس وتصنيفها حسب المناطق وإعادتها إلى حيث يمكن تصفية موازنتهم كل ليلة، وافقوا على اقتراحنا، ولكننا كنا لا نزال بحاجة إلى 52 مليون دولار، لم نستسلم مع أننا لم نكن نملك أية ضمانات، بعد بنك الاحتياطي الفيدرالي في أتلانتا، لم نعد إلى ممفيس بل توجهنا إلى نيويورك وشيكاغو وأجرينا اتصالات مع الممولين المحتملين مزودين بفكرة الاتفاق المبدئي مع الاحتياطي الفدرالي، وبعد ثلاثة أسابيع من المفاوضات وافق جميع أصحاب رأس المال الإستثماري على منحنا خطا من الائتمان وانطلقت فيديكس تحمل اسم عميلها الأول.

ولكن بعد ذلك كان لدى الاحتياطي الفدرالي الكثير من الشيكات، فخرته فيديكس كعميل سابق. لكن شركات رأس المال الاستثماري لم تسمح لنا بالخروج من مجال الأعمال التجارية وتوسيل الطرود، ومن هذا المنطلق أصبحت فيديكس فعلا حقيقيا، التزمت منذ انطلاقتها الأولى بمجموعة رئيسية من الأهداف من أهمها: نيل رضا العميل 100 ٪ بعد كل معاملة. هذا هو الهدف. هل تمكنا من تحقيقه؟ كلا، فلا يمكن الوصول إلى الكمال. إلا أن معدل جودة الخدمات بلغ 97.8 ٪.

بعد ذلك تناول ماغواير مفهومه الخاص لثقافة الشركات وحددها بمجموعة من النقاط وهي:

1. **التواصل:** حيث تكمن إحدى أكبر المشاكل في الشركات في وجود تواصل أو عدمه. ونحن بحاجة لإدراج ثقافة الشركات في شركتنا بالاعتماد على ثلاثة أمور:

- **رؤية مشتركة** : اشترك بالرؤية مع موظفيك كلما سنحت لك الفرصة.
- **تبادل المعلومات** : أخبر الناس بما يجري في شركتك.
- **تقاسم المسؤولية** : أعط موظفيك فرصة للفشل. فهم لن يفشلوا، بل يجب أن تأذن بالفشل. ولكنهم لن يفعلوا.

2. **علاقات العملاء:** يقول السيد موريتا من سوني إن كلمة العملاء مشتق من الكلمة اللاتينية "العرف"، ما يعني وجود علاقة مبنية على الثقة خلال فترة طويلة من الوقت، حيث يريد العملاء ان يعرفوا هل بإمكانهم الوثوق بك؟ وهل تتمتع بمعايير عالية؟ وهل تدير شركة وفقا لمعايير مرتفعة، وجودة عالية، وهل تهتم لأمرى؟، والرد سهل وبسيط
اهتم بجماعتك، وستهتم جماعتك بالعمل ويهتم المال بنفسه.

3. **نجاح العميل:** الشرط المطلق لنجاح العميل "لا تعد أبدا بأكثر مما تستطيع الوفاء به". وكن حريصا على أن تحقق دائما ما تعد به.

4. **"الاهتمام والفرصة والمعلومات" للموظفين:** يريد الموظفون أن يعرفوا أنك تعلم بأمرهم، وأن يعرف كل واحد منهم الفرص المتوفرة خلال عمله في شركتك، وذلك من خلال إعطاء الناس سببا لتواجدهم في مكان عملك، لأنهم يمضون جزءا من حياتهم في العمل، كما يجب أن توفر لهم المعلومات حتى لا يخلد الواحد منهم إلى النوم من دون أن يعرف ما يجري في الشركة.

5. **حسن المعاملة:** سيقوم موظفوك بمعاملة عملائك بالطريقة ذاتها التي تعاملهم بها. هكذا تزيد الأرباح والإنتاجية.

أما شروط بناء فريق حسب ماغواير فهي التالية: المصداقية – الاحترام –
الانفتاح – الثقة.

محمد الرفاعي

انطلق السيد/ محمد الرفاعي – الرئيس التنفيذي لمحمصة الرفاعي، من قصة نجاح بدأت مع والده من دكان صغيرة في شارع المزرعة في مدينة بيروت، لتصبح اليوم المحمصنة الأولى في الشرق الأوسط، وواحدة من أشهر الشركات المتخصصة في هذا المجال، والمتميزة بالجودة التي أهلتها إلى نيل العديد من الشهادات والجوائز العالمية ومنها شهادة الأيزو العالمية (ISO) ، والتوسع على سلسلة من 160 فرعا منتشرة في لبنان وأسواق دول مجلس التعاون الخليجي، ودول الشرق الأوسط، والعديد من العواصم الأوروبية والأميركية، وتضمن العرض الذي قدمه السيد/ الرفاعي استعادة تاريخية لمسيرة محمصنة الرفاعي مع والده الحج موسى الرفاعي الذي افتتح في عام 1948، محلا صغيرا في شارع المزرعة في بيروت لتحميص وبيع المكسرات، في الوقت الذي كانت فيه الأعمال والتجارة كلها تتمركز في منطقة البرج (ساحة الشهداء)، قلب لبنان. بعد مرور نصف قرن، أصبح اسم الرفاعي مرادفا لأفضل تشكيلة من المكسرات والرائد في هذه الصناعة.

وحدّد الرفاعي عوامل النجاح التي رافقت تجربة محمصنة الرفاعي بأربع نقاط هي:

- جودة المنتجات.
- تنوع المنتج، والعلامة التجارية والتغليف.
- إستراتيجية البيع بالتجزئة.
- التسويق والإعلان.

ونتيجة لذلك اكتسب الرفاعي اسما قويا عبر تقديم 25 نوعا مختلفا من المكسرات من البذور ذات الجودة العالية، إضافة إلى مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية والمشروبات اللبنانية الصنع مثل المرببات والحلوى والشكولاته واللبننة والزعر ولاسيما أنواع الشراب المختلفة.

وقد اكتسب الرفاعي بفضل سعيه إلى توفير المنتجات ذات الجودة العالية عددا من الجوائز الدولية في فترات زمنية تراكمت مع خطط التوسع هي:

1. 1990: جائزة الجودة العالمية للمأكولات والمشروبات – برشلونة - اسبانيا.
 2. 1991: ترشح للكأس الدولية للجودة – ميامي - فلوريدا.
 3. 1993: الكأس الذهبية الدولية للجودة – مدريد - اسبانيا.
 4. 1995: الجائزة الأوروبية الدولية للجودة – باريس - فرنسا.
- إضافة إلى ذلك، تم تسجيل محمصنة الرفاعي بتاريخ 11 يونيو 2004، من قبل شركة " كيو.إم.أي." في نظام HACCP-FSMS (تحليل المخاطر وتحديد

النقاط الحرجة لنظام تحليل المخاطر وتحديد النقاط الحرجة لنظام إدارة سلامة الغذاء).
- وحصلت الشركة عام 2008 على شهادة أيزو 22000.

واستعرض السيد/ محمد الرفاعي تجربة افتتاح فروع في الدول الاسكندنافية وفي مقدمتها السويد، والعوامل التي أدت نجاح تلك التجربة وتوسعها حيث تم إطلاق علامة "نوتيزال" الجديدة كعلامة قيّمة لكافة العلامات في أسواق هذه الدول، وتتألف علامة "نوتيزال" من:

1. خط الذواقة "The Gourmet Line"
 2. خط التمتع بالحياة "Enjoy life Line" : يستهدف العائلات والأطفال.
- تم إنتاج تصاميم ومنتجات تحظى بالقبول لدى المستهلكين، واستخدام أسماء فيه جاذبية مثل الخلطة السويدية، الخلطة المتوسطية، وأسماء أخرى ساهمت في المزيد من النجاح.
 - تمكنت الشركة من إدخال سلاسل التجزئة الكبيرة من البداية بمساعدة فريق مبيعات متخصص يمتلك الخبرة العالية.
 - التقيد بالإرشادات السويدية الصارمة في ما يتعلق بسلامة الغذاء وسلامة المصنع ومتطلبات أخرى.

أما الرؤية المستقبلية فقد أشار إليها السيد/ محمد الرفاعي في عرضه قائلاً إن عائلة الرفاعي تخطط لفتح الباب أمام المستثمرين الخارجيين للمساهمة في الشركة. وهي في صدد إعادة هيكلة مجموعة أعمالها في ظل شركة قابضة، وستتم دعوة المستثمرين للمشاركة في رأس مال الشركة القابضة.

عبده

"عام 1961 عرفت الكويت منتجات مخزن مجدي من البهارات والحبوب والأعشاب، لتدخل كل بيت، ومع توالي السنوات وازدياد المنافسة مع شركات محلية وخارجية حافظت منتجات (مجدي) على مكانتها ولم تتراجع حصتها عن 40 % في السوق الكويتي"، هذا بعض ما تضمنه العرض الذي قدمه السيد/ ماجد عبده، وحمل عنوان (مركز مجدي من العمل العائلي إلى المؤسسي) وتضمن قصة نجاح بدأها والده قبل 47 عاماً، واستكملها مع شقيقه، بمقتضى خطة عمل متكاملة تعتمد على:

- اختيار تشكيلة واسعة من البهارات والأعشاب ذات الجودة العالية وابتكار خلطات خاصة ومميزة.
- اعتماد الشروط والمواصفات الصحية الخليجية والعالمية اللازمة في تغليف المنتجات.

• الاستعانة بأحدث آلات وأدوات الطحن و التجهيز والتغليف والتحميص .

وأكد السيد/ ماجد مجدي أن هذه المفاهيم دعمتها باستمرار فلسفة أساسها (مستهلك – منتج – موزع) وأبرز عناصرها:

- جودة عالية قادرة على المنافسة.
 - التعرف على احتياجات السوق لتلبيتها.
 - اختيار موزعين مميزين معتمدين لديهم الرغبة والقدرة على تنفيذ احتياجات منتجات مجدي
 - أسعار مدروسة.. تتلاءم مع القدرات الشرائية للمستهلكين مع الأخذ في الاعتبار المنافسة والأسعار الخارجية .
- ومن أجل تحقيق أقصى درجات الجودة اعتمد مركز مجدي مجموعة من الشروط الصارمة على مدى تاريخه وهي:

1. إنتاج صحي وأسلوب تخزين علمي ومدروس .
2. الحرص على تلبية مقاييس ومعايير الجودة العالمية والمعتمدة في دول مجلس التعاون الخليجي.
3. تفتيش صارم على جميع المنتجات قبل تسويقها حاملة علامة مجدي.
4. ابتكار وسائل عرض تجعل تسوق وشراء منتجات مركز مجدي متعة.
5. التغليف بأكياس شفافة ومحكمة الإغلاق حتى تكون المنتجات واضحة الرؤية للعميل.
6. كتابة معلومات دقيقة واضحة عن كل منتج بثلاث لغات هي العربية والانجليزية و لغة الأوردو

وأشار السيد/ ماجد عبده إلى أن هذه العناصر وسواها جعلت الثقة بمنتجات مجدي تتعزز باستمرار، حيث دخلت كل بيت كويتي ونالت ثقة أجيال من ربات البيوت والطهاة في الفنادق والمطاعم، ورغم المنافسة من الإنتاج المحلي والمستورد حافظت على صدارتها وحافظت على حصتها في السوق الكويتي تبلغ 40%، وأمام هذا الواقع وصل مركز مجدي إلى أعلى مستوى تصل إليه شركة عائلية، وكان الخيار أمامنا كعائلة الحفاظ على الوضع القائم أو تحقيق نقلة نوعية من أجل بلوغ مجموعة من الأهداف ومن أبرزها:

أولاً: حرصنا كعائلة على إخراج الشركة من الإطار العائلي إلى الإطار المؤسسي، لضمان استمرارها وتطورها.

ثانياً: السعي إلى تنفيذ المعايير المعتمدة في الشركات العالمية التي سبقتنا إلى التحول من شركة عائلية إلى شركة مساهمة.

ثالثاً: مواجهة المنافسة في السوق المحلي لزيادة حصة مجدي على الرغم من ازدياد عدد الشركات المحلية والخارجية التي تعمل في هذا القطاع.

رابعاً: التوسع في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي والشرق الأوسط، تحقيقاً للطموح في أن تصبح شركة إقليمية كبرى، وهنا بدأ البحث عن الجهة التي تساعدنا على ترجمة هذه الأهداف مع الحفاظ على (تراث) مجدي، ولم يكن الاختيار صعباً.. لأننا وضعنا شركة الرتاج للاستثمار نصب أعيننا لاختيارها في المساعدة على التحول من العمل العائلي إلى المؤسساتاتي.

والسؤال الذي يطرحه الكثيرون لماذا الرتاج؟

1. لأنها رائدة في التعامل مع الشركات الصغيرة والمتوسطة الفردية والعائلية.
2. تعتمد أسلوب الشراكة الإستراتيجية وليس السيطرة والاستحواذ في التعامل مع هذا القطاع.
3. لديها فريق عمل مؤهل ومحترف في تقديم الحلول.. ولديه الخبرة الكافية لإعادة الهيكلة.
4. تمتلك وضوح الرؤية المستقبلية لآفاق النمو والتوسع التي يحتاج إليها مركز مجدي.

وهكذا التقت إرادتنا مع إرادة شركة الرتاج للاستثمار لنعقد العزم على تأسيس شراكة إستراتيجية، وكان يوم 28 مايو 2008 ميلاد كيان جديد اسمه شركة مجد للأغذية كشركة مساهمة مغلقة رأسمالها 2,000,000 دينار كويتي، تبلغ حصة شركة الرتاج للاستثمار 51% وحصة عائلة مجدي 49%.

أما أهداف هذه الشراكة فحددها السيد/ ماجد عبده بالتالي:

- الالتزام بالمعايير المعتمدة في الشركات العالمية في نظمها الإدارية والمالية والمحاسبية والإنتاجية والتسويقية.
- بدء الخطوات العملية لإطلاق منتجات مجدي نحو الآفاق الإقليمية وخصوصاً في دول مجلس التعاون الخليجي والشرق الأوسط وشمال أفريقيا.