

خبر

آدامس فروشی  
که کار آفرین شد

«مهران بالان» از آدامس فروشی به کار آفرینی رسید. او ۴۹ ساله است، با مدرک دیپلم در رشته علوم انسانی و دارای سه فرزند. اهل روستای «اشکفت‌سیاه» در استان کهگیلویه و بویراحمد است. او با همت و تلاش خود توانست تحول بزرگی در زندگی‌اش به وجود آورد. او برایم باور است که هر کس برای اینکه بتواند کار آفرین شود باید از شاگردی شروع کند و اینکه تنها به سرمایه خود اتکا کند موفق نخواهد شد. او می‌گوید، از روز اول هیچ چیزی نداشتیم و زندگی‌ام را از صفر شروع کردم. وضعیت زندگی‌ام به گونه‌ای بود که حتی گاهی مجبور می‌شدم کاپشن خود را در مغازه‌ها فرو و پس از فروش، منتظر بازگشت سرمایه‌ام می‌ماندیم که متأسفانه چنین امکانی نداشتیم.

**تنها محصول تولیدی کارگاه شما «پی‌واکس» است؟**

«پی‌واکس» در مرحله تجاری‌سازی است، اما تنها محصول نیست. در حال حاضر مشغول کار روی دو محصول دیگر هم هستیم، یکی واکس ژله‌ای است که همه مراحل را طی کرده، اما چون درگیر مسئله کاغذ بودیم، نتوانستیم پیش از عید آن را به بازار برسانیم. در حال حاضر تولید آن آغاز شده است. این واکس ژله‌ای علاوه بر قابلیت‌هایی که «پی‌واکس» دارد، چند ویژگی دیگر هم دارد. یکی اینکه سوپرشاین است و دو سه برابر کرم واکس وسیله را برق می‌کند. از آن طرف بسیاری نگهدارنده خوبی است و لایه اضافی روی جسم باقی نمی‌گذارد. این واکس ژله‌ای تنها محصول چرم نیست و برای چرم مصنوعی و داشبورد ماشین و... هم کاربرد دارد. محصول دیگر «فینیش» است. این بیشتر به کار تولیدی‌های کفش می‌آید. تولیدی‌ها پس از آنکه کار به مرحله نهایی می‌رسد، آن را اصطلاحاً پرداخت می‌کنند که تا رسیدن به دست مشتری برآق بماند. آنچه در تولیدی‌ها استفاده می‌شود ترکیبات نفتی و پارافین است، ولی محصول ما طبیعی است و نتیجه ماندگاری‌اش بسیار بهتر است.

**در حال حاضر چند نفر به واسطه کارگاه شما مشغول به کار شده‌اند؟**

الان در کارگاهم یک اپراتور دارم برای دستگاه تیوب و خودم هم کار تولید را انجام می‌دهم. یک نفر برای چربی‌گاو و گوسفند جمع می‌کند و پنج‌شش نفر هم در خانه‌هایشان محصولات را بسته‌بندی می‌کنند. یک نفر هم کار بازاریابی انجام می‌دهد که شریکم است، اما وقتی کار گسترده شود، هم دستگاه‌های بیشتری می‌خرم که نیاز به اپراتورهای بیشتری دارم. هم اینکه تعداد افراد بیشتری درگیر کار بسته‌بندی می‌شوند. الان در همین ملایر خیلی هاستند که به من می‌گویند چرا برایشان کار ایجاد نمی‌کنم. متأسفانه وسع من در همین حد است. در حالی که اینجا خانواده‌های زیادی وجود دارند که همان پول به‌ظاهر اندکی که از طریق بسته‌بندی می‌تواند وارد زندگی‌شان شود، تاثیر زیادی روی کیفیت زندگی‌شان خواهد گذاشت. به خصوص که این کار را بیشتر، خانم‌ها انجام می‌دهند و بدون اینکه مشکلی برای زندگی‌شان پیش بیاید، به راحتی به درآمد خانواده کمک می‌کنند.

همان‌طور که گفتیم اگر دولت با ما همراهی کند و با ما برای خرید محصول قرارداد ببندد، می‌توانم در منطقه خود به تعداد افراد بیشتری کمک کنم و حتی با صادرات محصول ارزآوری داشته باشم.

## چرا مردم کارشان را ترک می‌کنند؟

برخی افراد به دلیل کسب درآمد بیشتر و پیشرفت شغلی، کار خود را با نارضایتی ترک می‌کنند، عده‌ای دیگر به دنبال کارهای کم‌زحمت و بی‌درد هستند که دوام و ماندگاری بیشتری داشته باشند. در سال‌های اخیر تحولات اقتصادی، شرایط زندگی، داشتن استقلال مالی، افزایش میل به رفاه، کسب درآمد و وضع معیشت، افراد را به ترک شغل و تجربه فرصت‌های شغلی جدید واداشته است. برخی افراد به دنبال کارهایی هستند که امکان پیشرفت شغلی در آن‌ها وجود داشته باشد و وقتی به چنین هدفی دست نمی‌یابند آن را با نارضایتی ترک می‌کنند. در مقابل عده‌ای دیگر به دنبال کسب مقام و پیشرفت نیستند و به دنبال مشاغلی هستند که کم‌زحمت و کم‌دردتر بوده، استقلال کاری، دوام و ماندگاری و درآمد بیشتر یا مناسب‌تری داشته باشد. در این میان احترام و استقلال کاری، مهم‌ترین مسئله‌ای است که اگر نباشد افراد ترک کار می‌کنند. این نشان می‌دهد که احترام، بیشتر از هر چیزی حتی در مواردی حقوق و دستمزد، مهم است.



## محصول من صادراتی است!

گفت‌وگو با محمدرضا آذریون که نوعی واکس طبیعی و دانش محور تولید کرده است

سال‌هاست سیاست‌مداران و صاحب‌نظران، از حجم مهاجرت افراد به شهرهای بزرگ ابراز نگرانی می‌کنند؛ افرادی که با آرزوی دستیابی به مشاغل بهتر و امکانات بیشتر آواره این شهرها می‌شوند و برای رسیدن به آرزوهای خود با نیت مواجه می‌شوند. اما هنوز هم در شهرستان‌های کوچک و بزرگ، هستند کسانی که با تکیه بر قابلیت‌های فردی، هم کسب و کار خود را رونق می‌دهند و هم تلاش می‌کنند برای همشهریان خود شغل ایجاد کنند. چنانچه این قابلیت فردی بر مبنای حرکتی نوآورانه باشد، مسلمان‌ها از شرف افزوده آن بیش از کارهای ساده خواهد بود و این چیزی است که محمدرضا آذریون انجام داده است. آذریون ۳۹ ساله و دیپلمه است و سال‌ها در شهر ملایر به شغل کفashi مشغول بوده است و کم‌کم نتوانسته با اتکا بر قابلیت‌های فردی و دانشی که از مسیر تجربه دست آورده است، «پی‌واکس» را ابداع کند؛ واکسی با مواد طبیعی، استفاده راحت و بدون بو که معتقد است قابلیت صادرات را از آوری هم دارد. او هم اکنون در کارگاهی کوچک فعالیت می‌کند، اما معتقد است با کمک نهادهای دولتی می‌تواند کار خود را گسترش دهد و با محصول دانش محورش در این منطقه برای افراد بیشتری شغل ایجاد کند. او این کمک‌ها را نه در قالب وام، بلکه در شکل و شمایل بازاری‌سازی و تبلیغات می‌خواهد، زیرا معتقد است کیفیت بالای محصول دانش محور او می‌تواند مشتریان پرو قریص برایش ایجاد کند، به شرطی که هر کدام یک بار استفاده از آن را تجربه کرده باشند. آنچه در پی می‌آید، گفت‌وگوی مختصری است با این مبدع که آرزوهای بزرگی در سر دارد.

## شرکت شما در چه دسته‌ای قرار می‌گیرد، گواهی دانش بنیان دارید؟

خیر، شرکت ما دانش محور است. به من گفتند چون تحصیلات آکادمیک ندارم و یکبار آمدم تهران، میدان فردوسی و آن را به مغازه‌دارها معرفی کردم. باورم نمی‌شد که در این حد از آن استقبال کنند. بعد از آن هم در نمایشگاه بین‌المللی کیف و کفش چرم و صنایع وابسته شرکت کردم. سال ۹۴ بود. آنجا هم واکس ابداعی خود را عرضه کردم و بسیار استقبال شد. در حدی که نتوانستم قرار داد یک دستگاه تیوب ببندم تا بتوانم این واکس‌ها را به شکل تیبویی و با ظاهری شبیه تر به بازار عرضه کنم. باید روی این نکته تأکید کنم که کار با «پی‌واکس» هم راحت‌تر است و کثیف کاری ندارد، هم مشکل بوی واکس در آن حل شده است. به علاوه بسیار با کیفیت است. تمام واکس‌های موجود در بازار، رزین و چسب دارند که به مرور زمان چرم را خراب می‌کنند، چون رطوبت چرم در اثر استفاده مداوم گرفته می‌شود و در نهایت آن وسیله خشک و شکننده خواهد شد، اما از آنجا که محصول من کاملاً طبیعی و صددرصد سازگار با چرم است، این تضمین را به مشتری‌هایم داده‌ام که اگر روزی دوبار هم از آن استفاده کنند، بعد از یک ماه می‌بینند محصول چرمشان از روز اول هم بهتر شده است.

## در مسیر تولید و فروش چه مشکلاتی دارید و چه فکری برای حل آن‌ها کرده‌اید؟

مسئله تبلیغات و بازاری‌سازی برایم مهم‌ترین نکته است. من درخواستی را هم به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فرستادم و در آن از آقای دکتر ستاری تقاضا کردم که از محصولات ما برای کارکنان‌شان خرید کند. من برای گسترش کارم نیازی به وام ندارم. وام ضامن می‌خواهد و گرفتاری‌های زیادی دارد که در نهایت از من یک بدهکار بزرگ می‌سازد. تنها چیزی که دغدغه و مسئله من است، این است که افراد بیشتری با محصول آشنا شوند و تعداد مشتری‌ها افزایش پیدا کند. در این صورت خودم می‌توانم با سود حاصل از فروش، کار را گسترش دهم. تبلیغات و بازاریابی، مهم‌ترین مشکل من است، چون از کیفیت محصول مطمئنم و می‌دانم هر کسی یک بار از آن استفاده کند، دیگر رغبتی به استفاده از واکس‌های معمولی نخواهد داشت. همان‌طور که مشتری‌هایم این عقیده را دارند. از طریق فروش محصول، سرمایه‌ای به دستم می‌رسد که می‌توانم آن را به کار تزریق کنم و فعالیت‌هایم را گسترش دهم. راستش در ابتدا خیلی پیگیر بودم که مجوز بهره‌برداری بگیرم و کارخانه داشته باشم، اما همان‌جا بود که فهمیدم ابتدا باید در خارج از شهر و در شهر ک صنعتی سوله‌ای بخرم و جاه عمیق و برق سفاز برایش تهیه کنم. آن زمان حساب و کتاب که کردم، دیدم چیزی حدود ۴۰۰، ۵۰۰ میلیون تومان برایم هزینه دارد و خوب من از پستش برنمی‌آمدم. از سوی دیگر، در آن زمان، واکس تولیدی من از محصولات خارجی مشابه گران‌تر می‌شد و نمی‌توانستم

## چطور شد که «پی‌واکس» را ابداع کردید. قبل از آن مشغول چه فعالیتی بودید؟

کار اصلی من کفashi بود، هم تعمیر می‌کردم و هم تکه‌دوزی داشتم. سفارش می‌گرفتم و از آنجا که کارهایم را با ضمانت دست مشتری می‌دادم، اگر مشکلی برایشان پیش می‌آمد، تعمیراتش را برعهده می‌گرفتم. علاوه بر آن، کفش‌های دیگر را هم تعمیر می‌کردم. هم‌زمان واکسی دست‌ساز هم درست کرده بودم که به مشتری‌هایم می‌دادم.

**فرق این واکس با محصولات مشابهش چه است؟**

فرق این واکس با واکس‌های آماده موجود در بازار این است که در آن از هیچ ماده نفتی استفاده نمی‌شود. ترکیبی است از دنبه گوسفند و حلالی که از روغن گیاه به دست می‌آید و خود فرمولش را درست کردم. این روغن باعث برق‌شدن کفش می‌شود. اوایل محصول را در ظرف‌های کوچک ماست می‌ریختم و دست مشتری می‌دادم. آن‌ها هم به واکس من عادت کرده بودند و هر کدام نظراتی می‌دادند که واکس بهتر شود. یکی می‌گفت بوی خوبی ندارد و همین باعث شد اسانسی به آن اضافه کنم که بویش را بگیرد.

## در حال حاضر استقبال از محصول به چه شکل است؟

هنوز هم استقبال خوب است، ولی اخیراً به دلیل نوسان دلار و گرانی کاغذ و کمبود تیوب با مشکل مواجه شدیم؛ مدتی تیوب‌ها در گمرک گیر کرده بودند و حالا که ترخیص شده‌اند، در مرحله چاپ مانده‌ایم.

لحظه‌ای  
A H A M O M E N T

مهران امیری

کارشناس کسب و کار

## مراقبت و رقابت



برای پیشبرد کسب و کارمان چه می‌زان و چه نوع مراقبت‌هایی را باید در نظر داشته باشیم؟ در کنار مراقبت، به چه شکلی و تا چه اندازه می‌توان وارد رقابت هم شد؟ رقابت با سایر کسب و کارها اجبار و الزام است یا گزینه‌ای است که حق و امکان انتخاب آن را داریم؟

تردیدی نیست که هر کسب و کاری نیازمند مراقبت است. مراقبت از یک کسب و کار چه در زمینه حفظ دارایی‌های ملموس و چه بابت حفظ ارزش‌ها و دارایی‌های معنوی، ضروری است. در دست زمانی که برای حفظ دارایی‌های مادی کسب و کار خود تلاش می‌کنیم باید راهکارهایی را برای حفظ اعتبار و جایگاه کسب و کار، ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای آن، اعتماد مشتریان، و وفاداری کارکنان به عنوان سرمایه‌های غیر ملموس پیدا کنیم. با هر مقیاسی که دشواری‌های اقدام برای مراقبت از سرمایه‌های مادی را بسنجیم، بدون شک حفظ سایر دارایی‌های یک کسب و کار دشوارتر و البته مهم‌تر نیز هست. نکته مهم آنکه رقابت به عنوان ابزاری برای ارتقا و پیشبرد کسب و کار در مواردی به سمت و سویی کشیده می‌شود که صدمات زیادی به سرمایه‌های مادی و معنوی یک کسب و کار می‌زند.

روشن است که ایجاد حس و فضای رقابت در بین کسب و کارها منجر به بهبود خدمات و محصولات خواهد شد و با جلب توجه بیشتر مشتریان، به رشد کسب و کارها در مقیاس کلان کمک می‌کند، اما درگیری مستقیم بین کسب و کارها به عنوان رقابت حرفه‌ای حتماً موجب شکست و نابودی خواهد شد.

به بیان دیگر گرچه از یک سو باید خود، شرکت، کارکنان و گروه اجرایی را برای ورود به عرصه رقابت و تلاش دائمی برای کسب جایگاه بهتر ترغیب کنیم، اما لازم است توجه کنیم چه نوع رقابتی را تا کجا و با چه اصول و قواعدی دنبال خواهیم کرد؟ آیا این رقابت به اصل مراقبت و حفظ کسب و کارمان لطمه نمی‌زند؟ ارزش ایجاد روحیه رقابت با هدف ارزشمند بهبود سطح خدمات و به دست مجوز انجام هر رفتاری را به دست نمی‌دهد.

رقابت علاوه بر آنکه نمی‌تواند وظیفه مراقبت از کسب و کار را مخدوش کند، نباید اصول و قواعد اخلاقی فردی، اجتماعی و حرفه‌ای را هم زیر پا بگذارد.

رسیدن به چنین توازن‌نی نیازمند شناخت درست حوزه کسب و کار، پایبندی به اصولی فراتر از کسب درآمد و درک اهمیت حفظ سلامت فضای کسب و کار است.



مرضیه اسدی

خبرنگار

**شرکت ما دانش محور است. به من گفتند چون تحصیلات آکادمیک ندارم و اختراعی را ثبت نکردم، نمی‌توانم گواهی دانش بنیان داشته باشم. اما به دلیل اینکه صفر تا صد محصول، کار خودم است، دانش محور به حساب می‌آیم. چون همان‌طور که می‌دانید، محصولات اندکی هستند که از صفر تا صدر در داخل تولید شوند**