

## دخلوخرج

شنبه ۱۶ شهریور ۱۳۹۸ - شماره ۳۲

**خراسان** شماره ۲۰۱۹۰

## کسب و کار



<div>صاحب امتیاز:</div> <div>موسسه فرهنگی هنری خراسان</div> <div>مدیرمسئول:</div> <div>محمد سعید احدیان</div> <div>سرمدیژ:</div> <div>سیدعلی علوی</div>
<div>دفترمرکزی: مشهد، بلوارشهیدصادقی</div> <div>صندوق پستی: ۵۱۱ - ۹۱۳۲۵</div> <div>تلفن: ۰۵۱ - ۳۷۶۴۰۰۰</div> <div>تلفارمیردیرخانه: ۰۵۱۳۷۶۴۳۹۵</div> <div>پذیرش آگهی و اشتراک: ۳۷۰۱۰ - ۰۵۱</div> <div>پیکلک: ۲۰۰۰۹۹۹</div> <div>چاپ مشهد: شهرچاپ خراسان</div> <div>روابط عمومی: ۳۷۰۰۹۱۱۱ - ۰۵۱</div> <div>نمابر تحریریه: ۳۷۶۲۵۰۱ - ۰۵۱</div>

### یک لقمه نون حلال



بدانید که هر چیزی را به غنیمت گرفتید یک پنجم آن برای خدا و پیمابر(ص) و برای خویشاوندان (او) و یتیمان و یتنویان و در راه ماندگان است، اگر به خدا و آن چه بر بنده خود در روز جدایی (حق از باطل) روزی که آن دو گروه با هم رو به رو شدند نازل کرده ایم ایمان آورده اید و خدا بر هر چیزی تواناست. (انفال، آیه ۴۱)
مخاطب قرآن در این آیه افرادی هستند که از جنگ بدر با کوله باری از غنیمت آمده اند. خدا به صراحت می فرماید که شرط ایمان به خدا افزون بر نماز، روزه و جهاد، ادای واجب مالی یعنی خمس است، پرداخت

## سهم خدا را از مال تان بپردازید

خمس در اسلام بسیار تاکید شده است تا جایی که مالی که سهم خدا از آن کم نشده باشد، حلال نیست و ادای فرایض دینی با آن مال، جای اشکال دارد.
خمس بر هفت چیز واجب شده است: سود و منفعت کسب و درآمد سالانه، گنج، معادن، گوهرهایی که از غواصی به دست می آید، مال حلال مخلوط به حرام، زمینی که کافر ذمی از مسلمان بخرد و در نهایت غنیمت جنگی، طبق روایات اسلامی تنها رسول(ص) و سپس ولی مومنین مرجعی برای سپردن خمس هستند اما در دوران غیبت باید به مجتهد جامع

### همراه با کارآفرینان

**سمیه محمد نیا حناپی**  
*روزنامه نگار*

بیشتر سرنوشت هایی که از کارآفرینان برایتان گفته ام از دوران کودکی شروع شده است.
کودکانی که خیلی زودتر از همنس و سالان شان دلشان می خواست یا شرایط مجبورشان می کرد که مستقل باشند و به فکر کسب درآمد از راه های جدید بیفتند. در این نوشتار زندگی دو جوان موفق را برایتان شرح می دهیم که بعد از ازدواج و تشکیل خانواده مانند خواب زده ای که از خواب پریده باشد سعی کرده اند تا روند های همیشگی اقتصادی شان را تغییر دهند و تبدیل به پول ساز های موفق شوند. این دو جوان که حالا عهده دار تربیت فرزندی هم شده اند از درس هایی که گرفته اند، می خواهند به ما بگویند.
آقای امیر حسین مظاهری و خانم فاطمه جلالی مدیران موسسه آموزش عالی ثروت آفرینان مهمان ما هستند. احتمالاً همین که نام موسسه آن ها به گوش تان خورد یکمی کنجکاو شده باشید که در آن موسسه چه چیزهایی یاد می دهند؟ یعنی آن ها جای گنج های مخفی دنیا را بلدند؟ راه یک شبه پولدار شدن را چه؟ اگر می خواهید تمام پرسش های تان پاسخ داده شود، ادامه مطلب را از

دست ندهید.

از نظر آن ها اگر می خواهید آدم های ثروتمندی شوید باید چند اصل مهم اقتصادی را برای خودتان داشته باشید.
اول از همه این که حسابی پولکی باشید اما نه به معنای کسی که حاضر است برای به دست آوردن پول از هر راهی استفاده کند و نیم نگاهی به مردم اطرافش ندارد. از نظر آن ها پولکی بودن به این معناست که فرد بتواند پول ساز باشد و همچنین حاصل دست رنجش را در بهترین موقعیت ها خرج کند. چیزی که از نظر آن ها متأسفانه در جامعه، گم شده است.
مظاهری می گوید: متأسفانه در جامعه به افراد موفق و کارآفرین به عنوان مرفه های بی درد جامعه و بزرگ شدن لای پر قو نگاه می کنند. در حالی که او برای موفقیت بسیار رنج برده است. تا زمانی که نگاه به مالکیت خصوصی این گونه باشد و پول چرک کف دست، نمی توان اندیشه ثروت اندوزی سراسری را برای جامعه متصور بود.
آن ها برای دیگری را که به جان اقتصاد جامعه افتاده است، ترجیح پولداری به پول سازی می دانند. از نظر خانم جلالی اگر دختران در زمان ازدواج به جای انتخاب فرد پولدار (پسر کارخانه دار) فرد پول ساز را انتخاب کنند، نشانه بلوغ فکری آن ها در زمینه اقتصادی است. با

## کارآفرینانی که پول سازی را به پولداری ترجیح داده‌اند

افراد پولدار می توان لذت ها و خوشی ها را آنی تجربه کرد اما هیچ ضمانتی برای تداوم این خوشی وجود ندارد. در حالی که با انتخاب فرد پول ساز شاید میان تقاضا و برآورده شدن فاصله بیفتد اما در نهایت موفقیت بیمه شده در آینده دو جوان وجود دارد.
آن ها می گویند متأسفانه در خانواده ها چیزی به اسم تربیت اقتصادی نیست. بیشتر بچه ها مفهوم پول و ارزشی را که دارد نمی دانند. نیازهای بچه ها یا بی قید و شرط برطرف یا این که بدون هیچ دلیلی رد می شود. این حالت نوعی جیره خواری دم دمی مزاج را به کودک القا می کند. در نهایت از جوانی که تا به حال برای به دست آوردن چیزی نجنگیده، برنامه ریزی نکرده و حتی از بسیاری از دلخوشی هایش چشم نبسته است چگونه می توان انتظار قبول مسئولیت علاقه‌ان ای داشت؟ از نظر آن ها سومین راه حل برای ثروت اندوزی تربیت کودکانی است که از امور مالی سردرمی آورند و اگر هم آب از سر گذشته بود تغییر نگرش نسبت به دخل و خرج است. هر چند کمی سخت باشد.
اگر پای گفت وگویی آن ها بنشینید حرف های شان پر است از خاطراتی که برای تربیت درست اقتصادی دخترشان داشته اند. خاطراتی گاهی بعد از چند سال هنوز



هم برایشان کمی دردآور است. اما آن ها باور دارند که اگر خودشان این چیزهایی را که الان می دانستند، در اول تشکیل خانواده آگاه بودند حتی ممکن است ۲۰ میلیارد از الانی که هستند جلوتر بودند! خدا را چه دیده اید شاید در آینده نزدیک داستان کودکی پر از انتخاب حانه آن ها را هم به عنوان یک کارآفرین موفق بگوییم.

صفر تا ۱۰۰ راه اندازی فروشگاه خشکبار

# رمز و راز خشکبار فروشی موفق

کانات های ارتباطی با هفته نامه دخل و خرج

@dakhlokharjweekly

t.me/dakhlookharj weekly

تلفن: ۰۹۰۱۸۳۲۴۷۱۰

یوزرنیم: khorasan\_content

### حرف‌های مردم

**چرا پرسش ها را جواب نمی دهید؟**

من یکی از خوانندگان هفته نامه شما هستم. بخش حرف های مردم یکی از بخش های جالب هفته نامه است که می تواند نشان دهنده نظرات مردم باشد. اما یک مسئله وجود دارد و آن این که شما اصلاً به سوالات جواب نمی دهید. لطفاً در این باره نیز جوابگو باشید.

**فقط قیمت بذارید**

در هفته پیش در بخشی از مطالب درباره قیمت های لپ تاپ نوشته بودید. قیمت های کمی را نوشته بودید. به نظر می رسد که بهتر است به جای ارائه توضیحات فقط قیمت ها را درج کنید.

**اقامت گاه ها گرون هستند**

در این هفته درباره انواع سایت هایی که برای شما جا رزرو می کنند، نوشته بودید. تقریباً تمام این اپلیکیشن ها خیلی خوب عمل می کنند و جایی برای رزرو دارند اما فقط مشککش این است که این اقامتگاه ها خیلی گران هستند. در حالی که اگر خودمان بخواهیم این خانه ها را اجاره کنیم با قیمتی کمتر موفق می شویم تا به توافق برسیم.

**آن که یافت نشود آنم آرزوست!**

مطالب آموزشی در ارتباط با آموزش اقتصادی بچه ها، خیلی جالب است اما واقعاً این خیلی غیر قابل باور است که بتوانیم کودکی تربیت کنیم که در این بازارهای پر زرق و برق چیزی دلش نخواهد و اولویت هایش تغییر نکند. اصلاً همچنین بچه ای وجود دارد؟

**تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل**

مطلب جالبی درباره نوشت افزار نوشته بودید. متأسفانه قیمت ها خیلی بالا رفته است. خرید یک عدد مداد سیاه برای خانواده ها چیزی حدود دو هزار تومان در می آید. مداد کوچک ترین و ارزان ترین قلم از نوشت افزار است. بقیه داستان را خودتان حدس بزنید.

**ارزانی در کار نیست**

این که یک کالایی گران بشه بعد ارزان بشه خیلی اتفاق افتاده شاید به قیمت قبل برنگردد ولی تو اوج گرانی هم نمانده است مثل دلار شد ۲۰تومن بعد شد ۱۳۵۰۰الان هم ۱۳۵۰۰هست پوشک بسته ای ۲۰هزاربود شد ۱۰۰هزار الان شده۴۵ چسب حرارتی دونه ای ۳۰۰ بود شد ۱۵۰۰ الان دونه ۸۰۰ خودرو هم ۲۰۶بود۳۵شد ۱۲۰بعد میشه ۸۰تا۷۵ پراید بود ۲۰شد ۴بعد میشه ۴۰ال نودبود ۴۰بعد شد ۱۴۰ بعد میشه ۱۰۰ همیشه توایران افزایش و کاهش این جوری هست، یک کالا ۲۰۰درصد گران میشه بعد ۷۰درصد ارزان میشه ما هم خوشحالیم که اون جنس ارزان شده است!

**میلاد قارونی**  
*روزنامه نگار*

به هر حال این یک بازار است. بازاری که با این همه فروشگاه بسیار زیاد و رقیب اما هنوز هستند آن هایی که به خوبی فعالیت می کنند. نکته این جاست که برخلاف تصور تان، هیچ کار خاصی هم در ظاهر انجام نمی دهند و خیلی فروشگاه ساده ای دارند؛ اما برای موفقیت خود روی دو نکته از همان اول تأکید داشتند: کیفیت و برندسازی.

امروزه در خشکبار هیچ چیزی مانند کیفیت و فعالیت های تبلیغاتی نمی تواند شما را موفق کند. سوآلی که در این جا پیش می آید، این دو مورد باید چگونه باشد تا بتوانیم هم پای رقبای بزرگ خود پیش برویم. ما برای یافتن پاسخ این سوآل، به بیرون از گود مشهد رفتیم- تهران. در تهران فروشگاه های بزرگ خشکباری وجود دارند که بعضی از آن ها مشتریانی از تمامی نقاط شهر و حتی خارج از کشور دارند. مثلاً فروشگاههای با حدود شش سال سابقه در منطقه مرکزی تهران (پنج شمیران) در زمینه فروش انواع خشکبار فعالیت می کنند. مدیریت این فروشگاه را آقای یاری بر عهده دارد. البته آقای یاری به همراه برادران خود تجربه چندین ساله در مدیریت فروشگاه های مختلف از جمله سوپرمارکت و فروشگاه لوازم قنادی را نیز دارند. همچنین قبل از آن هم در بازار تهران در زمینه فروش خشکبار فعالیت داشته اند.

خشکبار فروشی با شش سال فعالیت ، به اصطلاح هنوز در این حوزه جوان است؛ اما به خوبی بین رقبای قدیمی خود فعالیت کرده است. این فروشگاه امروزه به یک برند تبدیل شده است و از تمامی نقاط تهران مشتری دارد. حتی از خارج از کشور هم مشتری دارد. برای همین ما امروز پای صحبت آقای یاری نشستیم تا از او توصیه هایی برای موفقیت در این کسب وکار به دست بیاوریم. اینکه چه کار کنیم تا در این بازار خاص بتوانیم فروش بالایی را به دست بیاوریم و برند شویم.

**مثل بچه رسیدگی می خواهید**

کیفیت حرف اول در خشکبار را می زند؛ نکته ای که بارها آقای یاری از اول تا آخر صحبت خود بر آن تأکید داشت. در خشکبار تنها چیزی که باعث می شود تا مشتری جذب فروشگاه شما شود، کیفیت بالای محصولات تان است. مشتری وقتی وارد فروشگاه می شود، نگاهی به چیدمان یا فروشنده و... نمی کند؛ نه این که اهمیت نداشته باشد، بلکه اول از همه برای او کیفیت خشکبار مهم است. او ابتدا به بررسی و خوردن چند نمونه از خشکبارهای مورد نیاز خود می کند؛ اگر تازه و بدون هیچ گونه کرمی و... بود، خریداری می کند؛ در غیر این صورت حتی اگر لوکس ترین فروشگاه را هم داشته باشید، بدون حتی خرید یک بادام، فروشگاه تان را ترک خواهد کرد.

فقط کیفیت است که شما را در این حوزه برند می کند. به هیچ وجه کیفیت را فدای چیز دیگری نکنید؛ مانند یک بچه باید از آجیل های خود محافظت کنید. برای این که بتوانید کیفیت محصولات خود را افزایش دهید، بهتر است که به صورت سنتی آن ها را تهیه کنید. در پخت سنتی از مواد طبیعی و به مقدار لازم استفاده می شود؛ اما در پخت صنعتی و به اصطلاح بازاری، از جوهر لیمو استفاده می کنند که برای سلامتی بدن هم ضرر دارد.

**ساده ترین چیدمان را داشته باشید**

برای برندسازی به فکر تهیه لوکس ترین چیدمان نباشید. اگر



کیفیت کار شما خوب باشد، مشتری اصلاً به این موارد اهمیتی نمی دهد. همه چیز در خشکبار سنتی است. بیشتر بازار مصرف خشکبار در ایران است. در واقع بهترین محصولات اولیه خشکبار در شهرهای مختلف وجود دارد. پس این کسب وکار ریشه قدیمی دارد. کسب وکاری که ریشه قدیمی داشته باشد، چیدمان سنتی را می طلبد.

خود را اسیر چیدمان لوکس و گران قیمت نکنید. در واقع بهتر است که سرمایه خود را به جای چیدمان، برای افزایش کیفیت محصولات خود اختصاص دهید. هر طور که انواع خشکبار را قرار دهید، آخر مشتری باید برای خرید آن را تست کند. اگر از نظر او کیفیت مناسب بود، مشتری می شود. خشکبار مثل بقیه فروشگاهها نیست که برای برندسازی نیاز به طراحی لوکس داشته باشد.

**قیمت هم متناسب با بازار باشد**

یکی از مهم ترین اصل ها در برندسازی قیمت است؛ اما منظور ما قیمت پایین نیست. قیمت باید مناسب با اوضاع شهر و بازار باشد. از طرفی قیمت نباید به صورتی باشد که شما برای کاهش آن مجبور شوید تا کیفیت کار خود را تغییر دهید. مشتری در خشکبار به دنبال جنس خوب است و واقعا هزینه می کند. شاید یک نفر سالی یکبار از شما خرید کند؛ اما در همان یکبار هم بهترین ها را انتخاب می کند. حالا این نکته در شهر مشهد که بیشتر مشتریان مسافر هستند و ممکن است که هر چند سال یکبار به زیارت بیایند، خیلی مهم است که بتوانید تا باکیفیت بالا و قیمت مناسب، نام برند خود را در ذهن او حک کنید. این حک کردن باعث می شود تا در مسافرت بعدی فقط به سراغ شما برای خرید بیایند.

**فروشنده جنس شناس باشد**

برندسازی که فقط بر کیفیت کار تأکید ندارد. فروشنده تأثیر پنهانی روی این مسئله دارد. خشکبار کسب وکاری است که فروشنده آن باید حوصله داشته باشد؛ یعنی به تمامی سوآلات مشتریان پاسخ دهد. شما در خشکبار هرروز با سوآلات تکراری زیادی مواجه می شوید. نباید خسته شوید و پاسخ کلی دهید. فرض کنید که سوآل هر مشتری کاملاً جدید است.

از طرف دیگر، باید جنس را بشناسد. این که جنس آن خوب است و ما بهترین را می آوریم، پاسخ قانع کننده ای برای مشتری نخواهد بود. بلکه باید مزیت محصول خود را بیشتر توضیح دهید. این که واقعا چرا کیفیت محصول شما مناسب است. این نکته برای فروشگاه های خشکبار در مشهد به ویژه نزدیک حرم یا پاساژهای شلوغ که افراد زیادی برای خرید به فروشگاه آن ها سر می زنند، خیلی مهم است. متأسفانه بارها مشاهده شده است که مسئول فروشگاه فروشنده های بی تجربه ای را که بدون رعایت ادب یا هیچ گونه احترامی درصدد فروش محصول هستند، استخدام می کند. این مسئله کاملاً باعث تخریب برند فروشگاه شما در ذهن مشتریان می شود. در واقع نه تنها مشتری، بلکه رهگذران هم رفتارها را خواهند دید.

**بسته بندی فقط پакتی**

اگر دنبال برندسازی هستید، برای کار خود باید ارزش قائل شوید. به هر حال، هر چقدر کیفیت شما خوب باشد؛ اما نیاز است که از

طریقی در ذهن مشتری بمانید. یکی از بهترین راهها بسته بندی شکل است. بهترین بسته بندی هم به صورت سنتی و استفاده از پاکت های کاغذی است. در این بسته بندی هم شما می توانید نام و لوگوی برند خود را روی آن چاپ کنید و هم این که کیفیت محصول سالم تر باقی می ماند. البته این نوع بسته بندی مناسب آن هایی است که قصد خرید برای خودشان را دارند. برای سوغات بهتر است که از حالت های سلفونی مخصوص یا جعبه ای استفاده کنید. به هر حال، بسته بندی شکل چیزی است که همراه با مشتری یا او به بیرون می رود و در تثبیت برند شما در ذهن آن ها تأثیر گذار است.

**فقط کیفیت؛ دنبال پول نباش**

در این کسب وکار فقط کیفیت حرف اول را می زند. کسب وکار بسیار سختی است و زحمت زیاد دارد. بیشتر سرمایه خود را باید به افزایش کیفیت محصولات خود اختصاص دهید. اگر فقط به فکر پول جمع کردن باشید، شکست می خورید. کار پرزحمتی است و با اینکه قیمت آن ها بالاست؛ اما سود کمی دارد. حالا فرض کنید در شهری مانند مشهد با این همه فروشگاه که رقابت بر سر قیمت بسیار بیشتر از شهرهای دیگر است. برای همین است که همیشه روی کیفیت تأکید می شود. اگر می توانید برای خود کارگاهی بسازید تا خودتان تولیدکننده محصولات تان باشید. بسیاری از فروشگاهها تولیدکننده نیستند و از بقیه یا بازار خریداری می کنند. چنین فروشگاه هایی اگر بعد از یک سال جمع هم نشوند، در اندازه یک مکان معمولی خواهند بود؛ اما آن هایی که در مشهد اسم و رسمی به دست آورند، برای این است که محصولات شان را با برند خودشان تولید می کنند. در واقع فقط فروشنده نیستند. به هر حال، اگر قادر به خرید دستگاه های مخصوص و اجاره یا خرید مکانی برای کارگاه نبودید، بهتر است که از فروشگاه های معتبر محصولات خود را خریداری کنید تا حداقل به هویت برند خود آسیب نرسانید.

