

دخلوخرج

شنبه ۶ مهر ۱۳۹۸ - شماره ۳۵

خراسان شماره ۲۰۲۰۶

کسب و کار



<div><div> </div></div>
صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری خراسان مدیرمسئول: محمد سعید احدیان سردبیر: سیدعلی علوی
<p>دفترمرکزی: مشهد، بلوارشهیدصادقی صندوق پستی: ۵۱۱ - ۹۱۷۳۵ تلفن: ۰۵۱ - ۳۷۶۲۴۰۰۰ نمابردریخانه: ۰۵۱۳۷۶۲۴۳۹۵ پذیرش آگهی و اشتراک: ۳۷۰۱۰ - ۰۵۱ پیکلک: ۲۰۰۰۹۹۹ چاپ مشهد: شهرچاپ خراسان روابط عمومی: ۳۷۰۰۹۱۱۱ - ۰۵۱ نمابر تحریریه: ۳۷۶۲۶۵۰۱ - ۰۵۱</p>

همراه با کارآفرینان

سمیه محمد نیا حناپی
روزنامه نگار

ما امروز پای داستان زندگی جوانی موفق نشستیم ایم که آرزوهایش همراه با خودش

بزرگ و بزرگ تر شده است. او مانند کسی که از پلکانی بالا می رود هر روز آفاق جدیدی را در برابر خودش می بیند و برای رسیدن به آن دوباره از نو برنامه ریزی می کند. محمد حسن سید شجاعی صاحب برند خوشنام اریکا، کسی است که هیچ موفقیتی برای او نقطه محسوب نمی شود. موفقیت ها برای شجاعی مانند تخته پرشی هستند که او را به سوی توفیق دیگری پرتاب می کنند.

محمد حسن در یک خانواده کارگری به دنیا آمد. پدر او در حوزه تولید پوشاک کودک مشغول کار بود و همین موضوع باعث شد که محمد حسن از همان ابتدای کودکی با حوزه تولیدی پوشاک آشنا شود. محمدحسن مجبور شد به دلیل شرایط مالی خانواده اش کار را به تحصیل ترجیح دهد. با آن که در سال سوم دبیرستان نفر سوم المپیاد ریاضی کشوری شده بود زمانی که به دانشگاه رسید، تصمیم گرفت درس زندگی

را عملی و کف بازار بیاموزد تا به صورت تئوری و در پشت میزهای دانشگاه!

محمد حسن حدود ۱۰ سال در یک مغازه به عنوان فروشنده کار کرد. اما از نظر او این ۱۰ سال برایش چندین دستاورد مهم داشت. اول این که به خوبی با برندهای خارجی و نقاط قوت آن ها که باعث می شد خریداران آن ها را انتخاب کنند، آشنا شد. دوم این که در این ۱۰ سال توانست اعتبار و خوشنامی خوبی برای خودش به دست بیاورد. به گفته خودش وقتی یکی می شنید که من ۱۰ سال مورد اعتماد یک نفر بوده ام آن ها هم به من اعتماد می کردند.

اولین رویای محمدحسن تبدیل شدن به بهترین فروشنده بازار رضا بود! او می خواست بهترین فروشنده پاساژشان شود اما زمانی که تقریباً به این رسیده بود در سرش رویای دیگری داشت و آن اجاره کردن یکی از مغازه های همان پاساژ بود. محمد حسن با شراکت یکی از دوستانش بالاخره توانست یک مغازه را رهن و اجاره کند. او برای این که مبلغ رهن و اجاره را جور کند، مجبور شده بود خط ثابت همراه و موتورش را

ضرورت یادگیری احکام تجارت

در هفته پش گفتیم که کاسب حبیب خداست و فعالیت او در بازار اگر همراه با اخلاص باشد برای او هزار حسنه ثبت خواهد شد. اما این به معنای هر کاسبی نیست بلکه کاسب باید دارای شرایط خاصی باشد که مهم ترین آن ها دارا بودن علم لازم برای ورود به حوزه تجارت است.

پیامبر اکرم(ص) فرمودند:«مَنْ أَتَجَرَ بغير فقه تَوَزَّطَ فِي الشُّبُهَاتِ». به این معنی که هر کس بدون یادگیری احکام فقه به تجارت بپردازد در گرداب شبهات می افتد (مستدرک الوسائل، ج ۱۳، ص ۲۴۸) حضرت

علی(ع) نیز یکی از مهم ترین علت های گرفتاری کسبه در دام ربا را ندانستن احکام تجارت می داندند: «مَنْ أَتَجَرَ بغير علم ارتطَمَ فِي الرِّبَا». هر کس بدون علم به احکام تجارت بپردازد گرفتار ربا می شود. (الکافی، ج ۵، ص ۱۵۴)

اصبح بن نباته می گوید: از امیر المومنین(ع) شنیدم که در بالای منبر سه مرتبه فرمودند: «يا مَعْشَرَ التَّجَّارِ الْفَقَهَ ثُمَّ الْمُتَجَرِّ الْفَقَهَ ثُمَّ الْمُتَجَرِّ الْفَقَهَ ثُمَّ الْمُتَجَرِّ الْفَقَهَ» ای گروه تجار ابتدا یادگیری فقه و احکام و سپس تجارت (الکافی، ج ۵، ص ۱۵۰)

دیروز، شاگرد مغازه؛ امروز، صاحب برند جهانی

بفروشد و حتی شهریه دانشگاه خواهرش را نیز از او قرض بگیرد. او با اعتباری که در بازار به دست آورده بود، شروع به خرید پوشاک به صورت امانی کرد و پول آن ها را بعد از فروش شان می پرداخت. اما این هم نتوانست انگیزه آرمان خواهی او را اشباع کند. محمد حسن به فکر تولید جنس هایی افتاد که فروش خوبی داشتند. بنابراین جنس هایی را که خوب فروش می رفت تولید می کرد و می فروخت.همین موضوع باعث شد کسانی که با او کار می کردند دیگر به او جنس ندهند چرا که او با کپی از کار آن ها سود خوبی به دست می آورد. شجاعی کم کم به این نتیجه رسید که باید خودش طراحی و تولید کند. بنابراین با یک طراح لباس دست به کار شد و کم کم کار گاه تولیدی خود را ساخت. با شروع کار تولیدی درآمد خوبی عاید شجاعی شد و او توانست دو تا از مغازه های همان پاساژ را بخرد. همین موفقیت ها برای او کافی بود که اندیشه جدیدی در او جرقه بزند. بله او می خواست تا برند خودش را صنعتی کند بنابراین کارخانه تولید پوشاک را با ۱۱۰۰ کارگر در شیراز تاسیس کرد و تبدیل به یکی از برندهای معروف حوزه

آشنایی با کسب و کاری که همیشه پررونق است

رهنم و راز یک کسب و کار خوشمزه

کانال های ارتباطی با هفته نامه دخل و خرج

@dakhlokharjweekly

t.me/dakhlookharj_weekly

تلفن: ۰۹۰ ۱۸۳۷۴۷۱۰

یوزرنیم: khorasan_content

حرف های مردم

از سبدهای معیشتی خبری نیست؟

پارسال دولت قبول داده بود که چندین سبد معیشتی و حمایتی به تمام اقشار جامعه عطا کند. اما فقط یک بار آن هم با یک عالمه اما و اگر به عده ای دادند و به عده ای ندادند. امسال هم دیگر حرفی از آن نزنند. آیا با توجه به بازگشایی مدارس و خرج های سنگینی که روی دست مردم گذاشته شده است باز هم خبری از سبدهای حمایتی دولت نیست؟

قیمت خودروها ششوار است

من حدود دو ماه است که می خواهم خودرو بخرم. اما هر روز که به بازار خودرو سر می رزم با یک سری قیمت جدید رو به رو می شوم. این بالاتر کیفی از یک طرف هم دامن من را گرفته است و هم دامن فروشنده ها را. آن ها هم تا پای معامله می آیند اما باز فکر می کنند ممکن است فردا اوضاع برای شان بهتر شود، بنابراین معامله نمی کنند. اگر دستگاه یا وزارتخانه ای مسئول این کار است لطفاً ثبات را دوباره به بازار خودرو برگردانید. مشکل من که امروز و فردا بالاخره حل می شود. آن دسته از بنگاه دارانی که فقط با همین معامله ها پول درمی آورند چه باید بکنند؟

ثبت سفارش خرید خودرو یک میلیون تومان!

احتمالا شما هم شنیده اید که به محض باز شدن سایت های ثبت نام ایران خودرو و سایپا این سایت ها در عرض ۳۰ تا ۴۵ دقیقه تکمیل ظرفیت و بسته می شوند. این اتفاق برای من هم افتاد و من دو دوره متوالی نتوانستم برای خرید خودرو ثبت نام کنم. بعد ها از یکی از آشنایانمان که توانسته بود به صورت اینترنتی خودرو ثبت نام کند پرسیدم چگونه این کار را کرده است. او گفت برای ثبت نام یک میلیون تومان دستمزد ادم! شرکت هایی وابسته به ایران خودرو و ... خودشان برای کسانی که می خواهند خودرو ثبت نام کنند یک میلیون تومان می گیرند.

خرج های سلامت بالا رفته است

متأسفانه تورم بیشتر از هر چیز دیگری در حوزه دارو و درمان خودش را نشان داده است. تا قبل از این ها یک سرماخوردگی ساده چیزی حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان خرج داشت. اما دیروز من سررم را به دلیل سرماخوردگی به دکتر بردم و با آن که سرماخوردگی ساده ویروسی بود چیزی حدود ۹۰ هزار تومان برای ما هزینه داشت. تازه یکی از داروهای اصلی اش را هم ایرانی تهیه کردیم. با این وضعیت معیشت تکلیف افرادی که بیماری های خاص و سرطانی دارند چه می شود؟

صفحه خودروی تان خیلی جالب است

صفحه ششم تان که درباره خودرو می نویسید خیلی با حال است و موضوعات متنوعی دارد. هر چند بعضی وقت ها آن قدر قیمت هایش بالاست که آدم اصلاً باور نمی کند افرادی هستند که این همه پول داشته باشند و با آن ها برای خودشان خودرو بخرند.

از این روایات برمی آید که نداشتن علم یکی از اصلی ترین دلایلی است که می تواند انسان ها را در گرداب اشتباه بیندازد. از نظر انمه اظهار اگر فردی از زیر و بم احکام تجارت با خبر نباشد به راحتی در دام ربا، غش در معامله و... می افتد و بدون آن که بداند این حقه های زیر کانه مخالف مبانی اسلامی است به کار می بندد .

برگرفته از کتاب آموزه های پیشرفت

و رونق در کسب و تجارت

غلامرضا حسن پور اشکذری



پوشاک در کنار هاکوپیان و گراد شد. در

سر محمد حسن دیگر داشتن نبض بازار تهران مهم نبود و به سراسر ایران فکر می کرد. اما در سال ۱۳۸۸ هنگامی که به عنوان برترین برند ملی دست یافت حوزه فعالیت‌هایش را به ورای مرزهای ایران گسترش داد. او توفیق اریکا را در کشورهای دیگر همان سابقه آشنایی اش در دوران کار گری اش می داند. چرا که در آن ۱۰ سال به خوبی با جنس های خارجی آشنا شده و تقریباً ذائقه خریداران خارجی هم به دستش آمده بود. محمد حسن شجاعی همراه با اریکا توانست برای اولین بار در کنار تولیدات پوشاکی ایتالیا، فرانسه و اسپانیا در مقام چهارم مسابقات جهانی پوشاک بایستد و نام اریکا را جهانی کند.

کسب و کاری که مرتبط با شکم باشد، حرف اول را می‌زند. جمله‌ای که این روزها بارها از افراد مختلف به ویژه مردم در خیابان می‌شنوید. افرادی که ادعا می‌کنند با افتتاح یک تهیه‌غذای ساده یا هر کسب و کاری که مرتبط با شکم باشد، بعد از یک سال پول پارو خواهند کرد. در ظاهر درست است و خیلی از جوانان در سودای پولدار شدن، مغازه‌ای برای عرضه انواع غذاهای سنتی یا فست فود باز می‌کنند؛ اما این یک سمت قضیه است، برای این که خیلی از همین افراد بعد از مدتی که سختی‌های آن را می‌بینند، مجبور به بستن مغازه خود می‌شوند. اگر هم بتوانند مقاومت کنند، فروش و سود پیش بینی شده خود را به دست نخواهند آورد. متأسفانه بسیاری از افراد فقط ظاهربین هستند. از نظر آن‌ها، مردم در هر چیزی صرفه‌جویی کنند. از شکم خود غافل نمی‌شوند؛ اما آن‌ها از سختی‌های این کار خبر ندارند. عرضه غذا کار پرسودی است؛ اما زحمت بسیار زیادی دارد. پسران کریم، رضایی، حاج حسن، ارم، امیر شاهان و سدروس در طول یک شب به محبوبیت و معروفیت دست پیدا نکرده‌اند بلکه رستوران‌هایی هستند که برای رسیدن به موفقیت امروزی خود تا الآن بسیار زحمت کشیده و سختی‌های زیادی را تحمل کرده‌اند.

در تبلیغات استفاده کنید؛ اما کیفیت غذای تان مناسب نباشد، موفقیتی به دست نخواهید آورد. اگر مشتری یک بار غذای شما را میل کند و از آن راضی باشد، مطمئناً باشید که دفعه بعد، نه تنها مشتری شما خواهد شد بلکه برند شما را هم به دیگران معرفی خواهد کرد. پس بهترین کار، تمرکز روی بهبود کیفیت غذای تان است.

برای موفق شدن در عرصه تهیه غذا شما باید روی کیفیت کار خود سرمایه‌گذاری کنید؛ اما وقتی صحبت از کیفیت می‌شود، دقیقاً حواسمان باید به چه چیزی باشد؟

اول از همه این که شما باید برخوردتان با مشتری بسیار محترمانه باشد؛ چه در هنگام دریافت سفارش و چه در هنگام نازچاینتی. در واقع باید گفت که به کیفیت رفتاری خود باید اهمیت دهید. یک برخورد نامناسب به راحتی مشتری را دور خواهد کرد. پس باید تمامی اقرار، نه فقط مسئول پذیرش، آداب و معاشرت اجتماعی را به خوبی بلد باشند.

بعد این که تمامی افراد به ویژه خود مدیر باید با اصول آشپزی آشنا باشند. نکته‌ای که آقای رحیمی خیلی روی آن تأکید داشت. در واقع ۹۰ درصد این کار آشپزی است و همه افراد فعال و درگیر باید تکنیک‌های طبخ غذا را بدانند. فکر نکنید که حالا چون مدیر مجموعه هستید، نباید آشپزی بلد باشید. گاهی پیش می‌آید که خود شما هم باید در کنار آشپز در طبخ غذا کمک کنید.

آقای بصیرت نیا حالا بیشتر روی مسئله دیگری تأکید دارد؛ کیفیت طبخ غذا. چیزی که باعث تمایز شما با برند موفق دیگر می‌شود، نوع طبخ غذاست. برای مثال چرا رستوران‌هایی که در بالا نوشتیم، در مشهد معروف هستند؟ فقط برای کیفیت بالای طبخ غذای آن‌هاست. برای موفقیت در این کار باید حوصله و دقت داشته باشید. آشپزی کار یک ساعت نیست. مواد غذایی شما باید از روز قبل آماده طبخ شود. خورشت را باید از شب قبل آماده بارگذاری کنید و هرچند ساعت یک بار به آن سر بزنید. آماده کردن برنج و مرغ را باید از ساعت ۵ صبح شروع کنید. اگر هم میزان سفارش شما در طول روز خیلی زیاد است باید از نیمه شب فعالیت خود را آغاز کنید. آشپزهای موفق همه وقت و حواسشان باید به مواد غذایی و طبخ باشند.

به روز بودن و داشتن ایده در تهیه غذا بیشتر شامل چینش و تزیینات روی غذا و غیره می‌شود. کیفیت از قدیم به همان صورتی بوده است که الآن هم شما مشاهده می‌کنید. ذائقه‌های افراد متغیر است؛ اما همه آن‌ها به دنبال غذای باکیفیت هستند. شما باید بدانید که برای تهیه قیمه چقدر گوشت، لپه و از چه چاشنی‌هایی استفاده کنید. مواد خود را از کجا تهیه کنید که باکیفیت و به روز باشند. باید بدانید که اگر کمی غذای تان شور یا بی‌نمک شد یا تغییر طعم پیدا کرد، چه کار کنید. باید هرقدر که می‌توانید اطلاعات خود را در آشپزی افزایش دهید.

برای موفقیت در تهیه غذا، فقط باید به دنبال کیفیت باشید. تمیزی و بسته‌بندی و غیره در وجه دوم اهمیت قرار دارند. مطمئن باشید کسی که به کیفیت غذای خود اهمیت می‌دهد، برای بقیه موارد از قبل فکری کرده است.



ابزارهای بسته‌بندی هم مانند ظروف یک بار مصرف استاندارد و پلاستیک و غیره که هزینه تهیه آن‌ها ماهیانه گاهی به چهار میلیون هم می‌رسد. بعد حداقل باید پنج نفر در تهیه غذای شما کار کنند؛ یک نفر مدیر، آشپز، ظرف شور، تخته کار و پیک. اولین کاری که شما باید انجام دهید، مراجعه به اتحادیه مربوط است، مدیر، آشپز و تمامی کارگران باید کارت بهداشت تهیه کنند که اعتبار آن‌ها شش ماهه است. شرایط دریافت کار در اتحادیه نوشته شده است. بعد از این که بازرس بهداشت افراد و مکان را تایید کرد، مجوز فعالیت داده می‌شود.

کیفیت دربرندسازی

این روزها تهیه غذایی موفق است که کیفیت را سرلوحه کار خود قرار دهد. همین الآن اگر به سایت‌های سفارش اینترنتی غذا نگاهی بیندازید، انواع رستوران و تهیه غذای مختلف را مشاهده می‌کنید که هر کدام هم ستاره بالایی را دریافت کرده‌اند. این نشان دهنده سخت بودن رقابت است. البته به غیر از کیفیت باید به موارد دیگر هم توجه داشته باشید.

اولین مورد بسته‌بندی است. مشتریان به نوع بسته‌بندی خیلی حساس هستند. لازم نیست حتماً از بسته‌های بسیار شیک استفاده کنید. مهم بهداشتی بودن آن‌هاست. این که مشتری شما جس کند غذا از لحظه تمام شدن طبخ تا رسیدن به دست او، کاملاً در محیط کوچک بهداشتی و به دور از هرگونه تماس با هوای آلوده بوده است.

بعد تبلیغات است. تهیه غذاها در شهرهای بزرگ بیشتر محلی کار می‌کنند؛ یعنی تا مناطق نزدیک خودشان خدمات عرضه می‌کنند. پس خیلی مهم است که روی بعد تبلیغات محلی و تکنیک‌های آن تمرکز داشته باشید. حالا این می‌تواند به صورت فیزیکی مانند تراکت یا بنر یا اینترنتی مانند سایت یا تبلیغ در سایت‌های پذیرش غذا باشد. حتی می‌توانید از دیگر ابزارها مانند ایمیل و پیامک استفاده کنید. به هر حال نیاز است که حتماً از مشاور تبلیغاتی در این زمینه کمک بگیرید؛ اما مهم‌ترین روش تبلیغاتی، کیفیت شماس‌ت، هرچه شما از تکنیک‌های به روز



حداقل فضایی که

شما نیاز دارید،

۹۰ متر است

که باید بیشترین

قسمت آن را هم

آشپزخانه‌تشکیل

دهد. مسلماً هرچه

فضای آشپزخانه

بیشتر باشد، دست

آشپز برای کار بازتر

خواهد بود. فقط

مکانی را برای قرار

دادن میز سفارش

و مدیر و استراحت

کارگران اختصاص

دهید