
هفتاد و دو مسیر
از افراد موفق ایرانی
گرد آوری توسط محمد ملک
1NETWORKER.IR



سایت یک نتورکر دات آی آر

هفتاد و دو مسیر از افراد موفق ایرانی

گردآوری توسط

محمد ملک

تیر۱۴۰۳

WWW.1NETWORKER.IR



فهرست مطالب

۱. درباره ی حسام آرماندهی (بنیانگذار اپلیکیشن دیوار و کافه بازار)---۷
۲. مصاحبه با سعید ابراهیمی(مدیر سایت بیتوته)---۹
۳. سرگذشت محسن اصفهانیان (بنیان گذار برند گراد)---۱۴
۴. سرگذشت آقای ارجمند (صاحب دستمال کاغذی پالیز)---۱۶
۵. سرگذشت علی اکبر اصفهانی (شرکت کمجا)---۱۸
۶. سرگذشت حسن علی باغبانیان (مالک فروشگاه اینترنتی ۵۰۴۰)---۲۰
۷. سرگذشت مجید باویلی (شرکت مان پلاستیک)---۲۱
۸. بختیاری بابک (کارآفرین موفق ایرانی و موسس آیس پک)---۲۴
۹. سرگذشت برادران بیوک (موسس شرکت داداش برادر (آیدین ، شونیز و ...))---۳۰
۱۰. عباس برزگر (تبدیل روستایش به قطب گردشگری)---۳۱
۱۱. زندگینامه علیرضا بوستانی (مدیرعامل تبرک)---۳۵
۱۲. زندگینامه ایوب پایداری (پدر صنعت بستنی ایران)---۳۷
۱۳. مصاحبه نبی اله تقی زاده خطیر(مدیر عامل خطیر ماشین)---۴۰
۱۴. زندگینامه تقی توکلی (بنیانگذار کبریت توکلی)---۴۶
۱۵. زندگینامه جلیل تواضع (بنیانگذار خشکبار و آجیل تواضع)---۴۸
۱۶. زندگینامه حسین ثابت (هتل دار مشهدی)---۵۰
۱۷. زندگینامه ابراهیم جمیلی (مالک شرکت زرین معدن آسیا)---۵۲
۱۸. سرگذشت ابوالفضل جوکار (بنیان گذار ناشر برند کمک اموزشی گاج یا گروه آموزشی جوکار)---۵۸
۱۹. زندگینامه سهیلا چوبدار کلاهی (کارآفرین در حوزه پوشاک و موسس شرکت ایلیا کوثر پارس)---۶۱
۲۰. زندگینامه پروفسور محمود حسابی (وزیر آموزش و پرورش و بنیانگذار فیزیک دانشگاهی)---۶۳
۲۱. زندگینامه احمد حلت (بنیانگذار مجله موفقیت)---۷۰
۲۲. زندگینامه رضا حمیدی (مالک چرم مشهد)---۷۲
۲۳. زندگینامه علی اصغر خدا دوست (پدر چشم پزشکی ایران)---۷۴
۲۴. زندگینامه محمود خلیلی (چگونگی تاسیس شرکت بوتان)---۷۸
۲۵. زندگینامه مهدی خان محمدی (موسس نان سحر)---۸۴

WWW.1NETWORKER.IR

۲۶. زندگینامه فاطمه دانشور (وارد و صادر کننده سنگ آهن)----۸۶
۲۷. زندگینامه نازنین دانشور (بنیان گذار تخفیفان)----۹۰
۲۸. زندگینامه محمدرضا دیانی (مالک اسنوا و گروه صنعتی انتخاب)----۹۳
۲۹. زندگینامه علیرضا رضایی عارف (کارآفرین موفق ایرانی)----۱۱۲
۳۰. سرگذشت حمیدرضا راسخ (شرکت تولید دارو)----۱۱۹
۳۱. درباره ی علی اکبر رفوگران (بنیانگذار برند خودکار بیک در ایران)----۱۲۱
۳۲. درباره ی احمد روستا (پدر بازاریابی ایران)----۱۲۵
۳۳. زندگینامه مژگان روستایی (پرورش دهنده کروکدیل در ایران)----۱۲۷
۳۴. سرگذشت محسن سلاجقه (فروشگاه ساز اینرنتی جهان دیتا)----۱۳۰
۳۵. سرگذشت آقای سلسله (صاحب شرکت سهاطب در زمینه تجهیزات پزشکی اتاق عمل)----۱۳۴
۳۶. مصاحبه با غلامعلی سلیمانی (موسس شرکت کاله)----۱۳۷
۳۷. زندگینامه پروفسور سمیعی (جراح مشهور دنیا)----۱۴۸
۳۸. زندگینامه منوچهر سلطانی حسینی (بنیانگذار شرکت بس)----۱۵۰
۳۹. زندگینامه مرتضی سلطانی (بنیانگذار هلدینگ زر و خالق برند زر ماکارون)----۱۵۵
۴۰. زندگینامه عظیم شفیعی نژاد (کارخانه دار یاسوجی)----۱۶۰
۴۱. سرگذشت نورا شهبازیان (گروه صنعتی آلیاژکار)----۱۶۴
۴۲. سرگذشت جمیله صادقی (بنیان گذار شرکت تاکسی سرویس بانوان در ایران)----۱۶۷
۴۳. سرگذشت فاطمه طریقت منفرد (مؤسس رستوران هانی - نخستین رستوران دار خانم در ایران)----۱۶۸
۴۴. سرگذشت شاهرخ ظهیری (بنیانگذار و مدیرعامل صنایع غذایی مهرام)----۱۷۰
۴۵. سرگذشت داوود عابدی آملی(بنیانگذار گروه صنعتی تاژ)----۱۷۲
۴۶. سرگذشت حسین عالیزاد (بنیانگذار سن ایچ)----۱۷۴
۴۷. سرگذشت حسین عبدی (کارآفرین و مدیرعامل مفصل سازان راوین)----۱۷۶
۴۸. سرگذشت اسدالله عسگراولادی (تاجر بزرگ ایرانی)----۱۷۷
۴۹. سرگذشت عزت عصمت پناه (از مستمری بگیر کمیته امداد تا کارآفرینی)----۱۸۴
۵۰. سرگذشت احد عظیم زاده (سرمایه دار و تاجر در حوزه فرش)----۱۸۶
۵۱. سرگذشت مهدی غریب زاده (آقای عقیق ایران)----۱۸۸
۵۲. سرگذشت شهرام فخار (صاحب رستوران های زنجیره ای پدرخوب)----۱۹۲

۵۳. سرگذشت بهروز فروتن (بنیان گذار صنایع غذایی بهروز)----۱۹۶
۵۴. سرگذشت حسین فتاحی (بنیانگذار کارخانه امرسان)----۱۹۸
۵۵. سرگذشت سعیده قدس (کارآفرین، نیکوکار و موسس خیریه محک)----۲۰۰
۵۶. سرگذشت مجید قنادان (بنیانگذار گروه صنایع غذایی مجید)----۲۰۲
۵۷. سرگذشت محمد کریم فضلی (بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ)----۲۰۴
۵۸. زندگینامه تبسم لطیفی (بنیانگذر استارت آپ مامان پز)----۲۰۸
۵۹. سرگذشت فرحناز مظفری (مدیر عامل شرکت نخ و طناب مظفری)----۲۱۰
۶۰. مصاحبه با نیما محسنی (موسس سایت همگردی)----۲۱۴
۶۱. زندگینامه محسن محسنی (احیا کننده صنعت فرش دستباف ایران)----۲۱۸
۶۲. زندگینامه محمدرضا محسنی (بنیانگذار پیک برتر)----۲۲۰
۶۳. سرگذشت حمید و سعید محمدی (بنیان گذاران دیجی کالا)----۲۲۸
۶۴. زندگینامه مهدی معصومی اصفهانی (مالک شرکت تلاونگ)----۲۳۱
۶۵. سرگذشت عبدالله مقدم (بنیانگذار کارخانجات فاستونی مقدم)----۲۳۳
۶۶. سرگذشت سیده فاطمه مقیمی (اولین بانوی میلیاردر ایرانی)----۲۳۷
۶۷. مصاحبه با میلاد منشی پور (بنیانگذار و مدیر عامل سابق تپسی)----۲۳۹
۶۸. سرگذشت سید عباس موسوی رهپیما (صاحب شرکت فومن شیمی)----۲۵۱
۶۹. مصاحبه با علیرضا نبی (منجی زندانیان)----۲۵۳
۷۰. درباره ی آیدین نعمتی منصور (بنیانگذار موسسه فناوری های منجی)----۲۶۲
۷۱. سرگذشت خلیل نظری (مدیرعامل کارخانه چسب هل)----۲۶۶
۷۲. سرگذشت شکوه السادات هاشمی (مخترع سوسک کش امحا)----۲۷۰
منابع----۲۷۵

WWW.1NETWORKER.IR

۱. درباره ی حسام آرماندهی (بنیانگذار اپلیکیشن دیوار و کافه بازار)

حسام آرمندهی، کارآفرین و از بنیانگذاران کافه بازار و دیوار متولد ۲۴ شهریور ماه سال ۱۳۶۴ شمسی در شهر تهران می باشد.

حسام آرمندهی فارغ التحصیل مقطع کارشناسی مهندسی کامپیوتر از دانشگاه صنعتی شریف در سال ۱۳۸۸ شمسی می باشد. او در سال ۱۳۸۹ شمسی (در سال ۲۰۱۰ میلادی) برای ادامه تحصیل در رشته مورد علاقه خود به کشور سوئد رفت و در رشته کارآفرینی و کسب و کار دانشگاه فناوری چالمرز مشغول به تحصیل شد.
جالب است بدانید وی در بین تحصیل و رفت و آمدهای خود به ایران چند ایده کسب و کار را عملی کرد و سرانجام در اواخر سال ۱۳۸۹ شمسی با همکاری چند نفر دیگر اولین نسخه از اپلیکیشن اندرویدی کافه بازار را در کنگره موبایل ایران منتشر کرد!

ماجرای شکل گیری کافه بازار :
در بیان جزئیات این ماجرا بایستی گفت حسام آرمندهی در تمام سال های تحصیل خود به دنبال کارآفرینی بود، اما بعد از شکست در پروژه ای که با همکلاسی های خود در سوئد داشت، برای تعطیلات به ایران بازگشت! وی بعد از ملاقات با دوست قدیمی خود یعنی رضا محمدی متوجه شد که رضا و چند نفر دیگر روی پروژه فارسی تل کار می کنند.

حسام آرمندهی و رضا محمدی دوستی عمیقی داشتند و حتی در دوران دانشجویی وبسایتی با عنوان طوطی راه اندازی کرده بودند که فعالیت آن چاپ تصویر روی تیشرت بود! فعالیت آنها به این صورت بود که سفارش اینترنتی را از مشتریان می گرفتند و بعد از چاپ تصاویر، محصول را به مشتری تحویل می دادند. البته این فعالیت به دلیل مهاجرت حسام آرمندهی نیمه تمام ماند.

حسام آرمندهی بعد از مطلع شدن از پروژه فارسی تل که هدف آن فارسی سازی اندروید و تولید تعدادی برنامه ضروری فارسی بود، تصمیم گرفت که دو هفته بیشتر در ایران بماند اما ماندن وی همیشگی شد! آن ها بعد از مدتی تصمیم گرفتند تا ماهیت کار را تغییر دهند. به همین دلیل به سراغ ایده راه اندازی یک اپ استور رفتند! این ایده امروزه کامل شده است و اکثر گوشی های اندرویدی از آن استفاده می کنند.

کافه بازار کمک بزرگی به صاحبان گوشی های اندرویدی کرد؛ چرا که تا آن زمان افراد برای نصب برنامه روی گوشی های خود مجبور بودند از طریق کامپیوتر یا مغازه های موبایل اقدام کنند.

حسام آرمندهی و تلاش های خستگی ناپذیر :
وی در ادامه وبسایت و اپلیکیشن دیوار را به عنوان بزرگ ترین بستر تبلیغات طبقه بندی شده در ایران تاسیس کرد!

از جمله دیگر مسئولیت های وی می توان به کارشناس نرم افزار گروه تحلیل MRI مرکز تحقیق علم و فناوری پزشکی دانشگاه تهران از سال ۱۳۸۳ شمسی تا ۱۳۸۶ شمسی، موسس و مدیرعامل شرکت نرم افزار زیرک از سال ۱۳۸۵ شمسی تا ۱۳۸۸ شمسی، مدیرعامل شرکت آگه پردازان هوشمند یا دیوار از سال ۱۳۹۱ شمسی تا ۱۳۹۵شمسی و عضو هیئت مدیره این شرکت از سال ۱۳۹۵ شمسی تاکنون و همچنین مدیرعامل شرکت آوای همراه هوشمند هزاردستان یا کافه‌بازار از سال ۱۳۹۰ شمسی تا ۱۳۹۶ شمسی و رئیس هیئت مدیره این شرکت از سال ۱۳۹۶ شمسی تاکنون اشاره کرد.

لازم به بیان است در شرکت بازار محصولات دیگری شامل اپلیکیشن بلد به عنوان یک پلتفرم نقشه خوانی و مسیریاب و اپلیکیشن رسید به عنوان که یک سرویس پرداخت پول با موبایل، طراحی و پیاده سازی شده است.

همه چیز درباره دیوار :
دیوار (یکی از زیرمجموعه های فروشگاه نرم افزار کافه بازار) وبسایت و اپلیکیشن نیازمندی های اینترنتی و بستری برای خرید و فروش کالاهای نو و دست دوم و ارائه خدمات در ایران می باشد؛ که در سال ۱۳۹۲ شمسی راه اندازی شد. آگهی نیازمندی های میلیون ها ایرانی در سراسر کشور از طریق دستگاه های اندروید و آی‌اواس از برنامه دیوار دریافت می شود و ارائه می گردد!

لازم به بیان است تا سال ۱۳۹۶ شمسی این امکان برای مردم بیش از ۵۰ شهر بزرگ ایران فراهم شد تا کالاهای خود را با تفکیک منطقه و محله خود در دیوار ثبت نمایند. وبسایت دیوار در ادامه فعالیت های خود توانست با ایجاد دیوار افغانستان امکان ثبت نیازمندی ها را در ۴ شهر کابل، هرات، قندهار و مزار شریف نیز فراهم کند!

جوایز و افتخارات حسام آرمندهی :
حسام آرمندهی در دومین جشنواره امین الضرب که در ۱۸ دی ماه سال ۱۳۹۶ شمسی در تالار وحدت تهران و توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و با هدف تجلیل از کارآفرینان ایرانی برگزار شد، نشان امین‌الضرب را به عنوان یکی از ۱۰ برگزیده در حوزه کارآفرینی دریافت کرد! {۴}

۲. مصاحبه با سعید ابراهیمی (مدیر سایت بیتوته)

سایت «بیتوته» beytoote با مدیریت سعید ابراهیمی ۳ سال است که کار خود را آغاز کرده و در این مدت تمام تلاشش این بوده که سایتی با محتوای منظم و کاربردی در حوزه سلامت و روانشناسی، پزشکی، دکوراسیون، اشپزی و...

+ آقای ابراهیمی، کمی از بیوگرافی سایت بیتوته بگویید و اینکه چطور تصمیم گرفتید چنین سایتی را راه اندازی کنید؟

- سایت بیتوته حدودا ۳ سال پیش فعالیت خود را آغاز کرد. هدف ما از راه اندازی چنین سایتی این بود که پرتال جامعی را به دست آوریم تا از طریق آن نقص های سایت های دیگر را بپوشانیم. سایت هایی که در اینترنت وجود دارد مطالبشان، جزیی از مطالب سایت های دیگر به حساب می آید. اخبار، سرگرمی و مطالب دیگری که در این سایت ها وجود دارد دسته بندی ندارند یا دسته بندی خوبی نمی شوند. بنابراین کابر نمی تواند مطلبی که در نظر دارد را به راحتی پیدا و از آن استفاده کند.
اینطور شد که چنین سایتی را راه انداختیم و تا امروز هم خوب پیش رفته است. در ابتدای راه ۵ نفر بودیم که بعد از ۳ سال این ۵ نفر به ۹ نفر افزایش پیدا کرد. ۵ سال پیش، در کنار تحصیل می خواستم در اینترنت هم فعالیت کنم و کار اقتصادی انجام دهم. با چند نفر از دوستانم یک تیم ۸ نفره را تشکیل دادیم. همه ما در یک گروه سنی و مرد بودیم. این کاری که می خواستیم راه بیندازیم تصمیم بزرگی بود و از آنجایی که ما در سنی قرار داشتیم که یا می خواستیم تشکیل خانواده بدهیم یا ادامه تحصیل یا به سربازی برویم بعد از یک سال فعالیت متاسفانه نتوانستیم کاری از پیش ببریم و موفقیت آمیز نبود.

+ بعد از این شکست چطور دوباره تصمیم گرفتید از نو کار را شروع کنید؟

- یک سال تجربه کار در دنیای مجازی را داشتم و تا آن روز دست به کار گروهی نزده بودم و بعد از یک سال در این کار گروهی، شکست هم خوردم که خیلی برایم تلخ بود. اما باز کار را از نو شروع کردم و سایتی دیگر راه انداختم. اما قبل از آن با توجه به تجربه یک ساله ام متوجه این موضوع شدم که مهمترین علتی که اکثر سایت ها با شکست روبرو می شوند در این است که مدیران این سایت ها طراح وب ندارند و خودشان هم از طراحی وب سردر نمی آورند. برای همین بدون اینکه بخواهم به کلاسی بروم، طراحی وب را در مدت زمان ۲ ماه یاد گرفتم. گروهی را هم که برای راه اندازی سایت انتخاب کردم کسانی بودند که به هم اعتماد داشتیم و از طرف دیگر اخلاق خوب و توقع کم از هم و جمع کردن افراد متخصص باعث شد که اینبار شکست دیگری را تجربه نکنم. ایده سایت بیتوته تقریبا از خودم بود.

قبل از بیتوته در نظرم این بود که یک سایت فروشگاه الکترونیک راه بیندازم که البته یکی از مشکلات راه اندازی چنین فروشگاه مجازی به ویژه در آن زمان پست، پرداخت الکترونیک و نبود کاربر بود و صد البته اعتماد مردم به چنین سایت هایی. تبلیغات در موفقیت چنین سایت هایی خیلی اهمیت دارد که البته تبلیغ کردن هزینه هم می خواهد. تبلیغ در رادیو و تلویزیون و روزنامه ها آنقدر زیاد است که اصلا در توان من نبود و فقط می توانستیم در خود اینترنت تبلیغ کنیم. ولی از آنجایی که سایت ها پیچ و خم زیادی دارند که خودشان هم از آن سردر نمی آوردند؛ تبلیغات موثری در اینترنت نمی توان داشت. برای همین فروشگاه اینترنتی را در آن زمان فراموش کردم و سایت بیتوته را به وجود آوردم و از بستگانم برای این کار کمک گرفتم که توقع مالی زیادی هم نداشتند و برای من در آن زمان خیلی هم خوب بود. با تلاش هایی که انجام دادیم در سال ۸۹ هم موفق شدیم در جشنواره رسانه های دیجیتال در بخش خانواده برنده شویم.

+ هنوز هم نمی خواهید فروشگاه اینترنتی را راه بیندازید؟

- پروژه بعدی که در نظر دارم و می خواهم آن را پیش ببرم همین فروشگاه های مجازی است که به صورت تخصصی می خواهم کار را پیش ببرم. فروشگاه هایی که به درد مردم بخورد و فرامنطقه ای باشد به طوری که کل کشور را دربرگیرد.

+ اهداف اولیه سایت در زمانی که بیتوته راه انداختید چه بود و در این ۳ سال چقدر به آنها نزدیک شدید؟

- هدف اولیه ما این بود که از طریق سایتمان، ضعف سایت های دیگر را بپوشانیم. ما قشری در اینترنت داریم که قشر خاص محسوب می شود. مثل متخصصان، تحصیل کرده ها و دانشجویان که اگر این ها را از کل جامعه تفکیک کنیم، می ماند عموم مردم که کار خاصی در اینترنت ندارند و می خواهند از طریق آن وقت خود را بگذرانند و مطالب جدید و تازه ببینند. لازم است اطلاعات عمومی مردم عادی را بالا ببریم. سایت های مثل بیتوته به مخاطب عام کمک می کند یکسری اطلاعات به دست آورد که برایش جالب است، در زندگی عادی خود می تواند از آنها بهره ببرد و در البته در خاطرش هم بماند. تا امروز که ۳ سال از راه اندازی سایت بیتوته می گذرد ۷۰ تا ۸۰ درصد ایده ای که در ابتدای کار داشتیم به آن دست پیدا کرده ایم.

بیتوته جای کار زیاد دارد و هنوز کامل نیست. تمام تلاش ما این است که در سایت دسته بندی اطلاعات درست باشد و کاربر را گیج نکند. عنوان مجموعه ها اضافه نداشته و قابل فهم باشد تا مخاطب به راحتی بتواند به آنچه که درنظر دارد دست پیدا کند. در آینده هم درنظر داریم به بخش های سایت یک بخش مشاوره اضافه کنیم که چند ماه وقت لازم است تا چنین بخشی را سایت بیتوته به خود ببیند. درخواست مردم زیاد بوده و ما برای این کار به یک تیم متخصص نیاز داریم و انشاالله تا چند ماه آینده این بخش را هم به سایت اضافه خواهیم کرد.

+ مشکلاتی که در حین فعالیت در سایت برای شما پیش می آید چیست؟

- عمده ترین مشکل، فیلترینگ است. البته الان نسبت به ۳ سال قبل خیلی بهتر شده. ماه های اول ، به خاطر همین مشکل فیلترینگ ناامید شده بودیم و می خواستیم کار را رها کنیم. تجربه در این کار خیلی مهم است. ما در ابتدا ۲ بار فیلتر شدیم آن هم به خاطر بی تجربگیمان بود. البته هر دو بار را بدون اینکه به ما بگویند و تذکر بدهند فیلتر کردند. الان خیلی خوب شده؛ اگر مشکلی وجود داشته باشد در ایمیل به ما تذکر می دهند و ما هم مشکل را برطرف می کنیم.

مشکل بعدی سرور است. سایت باید در همه جا در دسترس باشد. سایت های تخصصی خوب کار می کنند. آنها معمولا به یک وکیل، شرکت، دکتر و... وابسته هستند؛ اما می بینیم که سایت بالا نمی آید. طراحی وب و اینکه وب سبک و قابل دسترس باشد خیلی مهم است. بخش مالی مشکل دیگر است. من در ابتدا که توانستم کار را پیش ببرم برای این بود که همکارهایم از بستگانم بودند و توقع مالی نداشتند و کار پیش رفت. در آن زمان من مشغول به تحصیل بودم و نیاز مالی آنچنانی نداشتم. اما همه که اینطور نیستند. الان به عنوان مستر ۳ سال است کار کرده

ام و تمام تلاشم این بوده که کار خیلی عمقی و اصولی پیش برود. مشکل دیگر زمانی بود که می گفتند اینترنت قطع می شود. به ما در آن مدت فشار روحی زیادی وارد شده بود که چه کار باید بکنیم و همین مشکلات به میزان استرس ما اضافه می کرد.

+ روند تولید مطالب سایت بیتوته به چه صورت است؟

- زمانی که سایت را ایده پردازی کردیم ۳ فاز را برای آن درنظر گرفتیم.
فاز اول این بود که مطلب ایجاد کنیم. اطلاعات در اینترنت زیاد است. اما به خاطر اینکه نظم خاصی ندارد، مخاطب را آشفته می کند و مهمترین دلیل آن این است که کاربر ناآشنا اکثرا اطلاعات خود را از موتورهای جستجوگر مثل گوگل پیدا می کند. آنقدر سرچ در میان کاربران ایرانی کارایی دارد که موتور جستجوگر گوگل، رتبه اول را در ایران به خود اختصاص داده است. همین موضوع باعث می شود که وب مسترها نتواند کار خود را به درستی پیش ببرند و در قعر موتورهای جستجو جای بگیرند. نیاز است که مطالب را سامان دهی کنیم. هر مطلبی که در سایتمان به کار می بریم، اگر از جای دیگر باشد؛ حتما با ذکر منبع آن را در سایت بیتوته استفاده خواهیم کرد و سعی می کنیم حق کپی رایت را خودمان رعایت کنیم.

فاز دوم که ۲ ماه است آن را راه اندازی کرده ایم، ترجمه است که البته تا بتوانیم این سیستم را به خوبی در سایت جا بیندازیم نیاز به زمان دارد. سعی کرده ایم مطالب را به خوبی دسته بندی کنیم؛ چون آنقدر مطلب در اینترنت هست، اما بلااستفاده؛ برای همین آنها را جمع آوری و به روز می کنیم یا ازآنهایی استفاده می کنیم که تاریخ انقضا ندارند.

فاز سوم نیز که انشاالله تا چند ماه آینده راه می اندازیم تولید محتوا خواهد بود. اگر درآمد را به خوبی مدیریت کنیم می تواند کمک خوبی باشد و مردم بیشتر از قبل می توانند از این سایت بهره ببرند.

+ میزان استقبال چطور است؟

- اگر سایت جهانی الکسا را بررسی کنید از روی نمودار آن متوجه خواهید شد که سایت چه میزان بازدید دارد و کاملا گویا است. البته هیچ کاربری از طریق ایمیل یا خبرنامه جذب سایت بیتوته نشده که خود برای ما امتیاز بزرگی

به حساب می آید. در حال حاضر که با شما صحبت می کنم سایت ما در جهان رتبه ۳۰۰۵ را دارد و در کشور ۳۵ است که این رتبه ها متغییر هستند و مثلا رتبه در کشور بین ۳۰ تا ۴۰ در نوسان است. به جرات می توانم بگویم غیر از وب سایت هایی که با ایمیل و خبرنامه کار می کنند؛ هیچ سایتی به اندازه سایت ما روند رو به رشد ندارد. ما می خواهیم با روند طبیعی رشد کنیم و سعیمان این است که اصول اخلاقی را هم در حین کار رعایت کنیم.

+ پیشنهاد شما درباره بهبود وضعیت تولید محتوای وب فارسی چیست؟

- همه معتقد هستند در اینترنت تولید محتوای غنی وب فارسی کم است. اینترنت جدای از جامعه نیست. خود ما کاری کرده ایم که فاصله بین اینترنت و جامعه از بین برود وگرنه اینترنت هم مانند رادیو، تلویزیون و روزنامه باید جایی در خانواده ها داشته باشد. حتی اینترنت از این رسانه ها نیز بهتر است؛ چون امکان ارتباط دوطرفه وجود دارد. برای مطالبی که در اینترنت گذاشته می شود کاملا مشخص خواهد شد که چه میزان از آن مطلب استقبال شده. باید دلیل اینکه تولید محتوا، درست انجام نمی شود را بررسی کرد. چرا در اینترنت این اتفاق رخ نمی دهد به نظر من به این خاطر است، وقتی که یک نفر CD آموزشی، بازی یا هر چیز دیگری را درست می کند؛ نمی داند چطور می تواند برای آن بازار فروش به وجود آورد و اینترنت چقدر می تواند در این خصوص کمک حال آنها باشد. هزینه این کارها هم بالاست برای همین کیفیت ها پایین می آید. اولین کاری که برای بهبود وضعیت باید انجام داد؛ بازاریابی است. تولیدکننده ای ببیند که کارش نمی گیرد آن را رها می کند. در رکود بازار، بازاریاب می تواند کمک بزرگی باشد. خیلی ها حاضر هستند برای محصول پول پرداخت کنند. لازم است کالایی که تولید می کنند را به مردم معرفی کنند که این کار هم هزینه براست. مثلا اگر قرار باشد نمایشگاه بزنند باید هزینه زیادی بپردازند. لازم است یک شبکه مویرگی درست ایجاد شود و به اینترنت، آن را وصل کنند.

از این طریق می توان به راحتی موانع را از سر راه برداشت. حمایت نکردن دولت هم علت دیگری است. تقریبا همه می گویند دولت باید این مشکلات را سروسامان دهد. مثلا وقتی CD بازی یا آموزشی ساخته می شود به راحتی می توان از روی آن کپی کرد. قانون حق کپی رایت وجود دارد، اما جنبه اجرایی ندارد. شرکت ها هم نمی توانند شکایت کنند. اگر دولت در اجرای قانون محکم پیش برود مشکلات به مرور زمان حل خواهد شد. منبع : آی تی سلام{۱}

۳. سرگذشت محسن اصفهانیان (بنیان گذار برند گراد)

اگر جزو طبقه متوسط جامعه هستید و برای خرید یک دست کت‌وشلوار مردانه برنامه‌ریزی کرده‌اید، بهترین مارک‌های تولید داخل را احتمالا "هاکوپیان"، " گراد"، "ماکسیم" یا" ایکات" می دانید. اما به نظر می رسد نمی‌توانید از قیمت مناسب و تنوع محصول در کت‌وشلوارهای " گراد" چشم‌پوشی کنید.

گراد به چه معناست؟

"گراد" جامه‌ای بوده است که ایرانیان باستان بر تن می‌کرده‌اند. این نام باستانی را " محسن اصفهانیان" –مدیر عامل- برای این برند برگزید.

نام: محسن اصفهانیان/ سال تاسیس گراد: ۱۳۷۰/ نام شرکت : گراد آفرینwww.gerad.ir / محصولات: انواع پوشاک مردانه کت و شلوار، پیراهن، تی‌شرت، کروات، پاپیون، جوراب، لباس زیر، کیف، کفش، کمربند، دکمه سردست و انواع لباس‌های زمستانی.

سال ۱۳۷۶ابتدای راه بود و آموزش و تحقیق. محسن اصفهانیان -مدیر عامل- به همراه محمودی - عضو هیات مدیره - برای آموختن طراحی و تکنولوژی روز دنیا در کارخانه های مطرح جهان راهی نقاط گوناگون دنیا شد. (کشورهایی مثل آمریکا، ایتالیا، آلمان) و با آموختن دانش نوین صنعت پوشاک برای پایه گذاری روال جدیدی در تولید و بومی کردن صنعت پوشاک کشور به ایران بازگشت.

او از بدو سرمایه‌گذاری برای افزایش میزان تولید، برنامه‌ریزی گسترده‌ای برای آموزش پرسنل داشت، به‌گونه‌ای که تعداد زیادی از تکنیسین‌های گراد، دوره‌های آموزشی مختلفی در معروف‌ترین انستیتیوهای مد و پوشاک از جمله موسسه معروف " مولر" در آلمان گذرانده‌اند.

اصفهانیان، خط تولید " گراد آفرین" را تا سال ۱۳۸۳ گسترش داد به نحوی که ۴۰۰ کارگر و تکنیسین، روزانه ۳۰۰ دست کت‌وشلوار مردانه تولید می کردند. وی بعدها تعداد کارگران شرکت را به ۶۰۰ نفر رسانید تا ظرفیت دوخت و دوز ۴۰۰ دست کت‌وشلوار در این کارخانه امکان پذیرشود. امروزه، آن‌گونه که مدیران گراد آفرین می‌گویند، فروش سالانه گراد، فراتر از ۱۵۰ هزار دست کت‌وشلواراست که ازطریق افزایش شیفت کاری کارگران امکان‌پذیر شده است.

گراد پس از هاکوپیان، دومین تولیدکننده تمام صنعتی پوشاک درایران است که البته درمقایسه با هاکوپیان، خط تولید و توان نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مدرن‌تری نیز دارد.

گراد: هر آنچه از طرح و رنگ بخواهید. شما به هر شکل و سایزی در گراد می‌گنجید!

گراد، سایزبندی محصولات خود را براساس متد موسسه مولرآلمان، تنظیم کرده است. بنابراین، نخستین تولیدکننده ایرانی است که برای ۹۵ درصد مردان ایرانی در ۹ گروه سایزی، کت‌وشلوار تولید می‌کند. ادعای مدیران شرکت گراد آفرین این است که تولیدکننده رقیب آنها (هاکوپیان) براساس متد مولر، تنها در سه سایز کت‌وشلوار تولید می‌کند اما تعداد سایزهای گراد، سه برابر این تولیدکننده قدیمی‌و پرطرفدار است. بنابراین اگر خیلی چاق هستید یا خیلی کوتاه آفریده شده اید یا در هرصورت، اندازه‌ای منحصربه‌فرد دارید، به‌طور قطع، کت‌وشلوار برازنده شما درمیان محصولات گراد موجود است!

گراد جامه ای با نام های کهن، در جستجوی محبوبیت در عین اصالت :
محصولات گراد، براساس نام‌های ایران باستان نامگذاری شده است. به‌طور مثال، ایساتیس- نام قدیمی‌یزد- یا سورن- به معنی نیرومند- و کلاردر – نام رشته کوهی در استان چهارمحال بختیاری و نام‌هایی از این دست، بر کت‌وشلوارهای گراد حک شده است. هرچند نام‌های قدیمی و کهن بر محصولات گراد گذاشته شده اما نکته مهم این است که تولیدات گراد، برای افراد ۱۸ ساله تا ۵۰ساله طراحی شده و همان گونه که اشاره شد، در ۹ سایز به خریداران عرضه می‌شود.

نانو گراد :
در راستای ارتقای سطح کیفی و نزدیک شدن به استانداردهای روز دنیا این شرکت موفق به تولید پوشاک با خاصیت ضدلک، ضدآب، ضدحساسیت، ضدتعریق و آنتی‌باکتریال شده است. الیاف به کار رفته در این پوشاک نشأت گرفته از طبیعت است و با استفاده از آن، مصرف سرانه آب و پودرهای شوینده کاهش می‌یابد. این مساله افزایش عمر پوشاک را به همراه دارد. به جز کت‌وشلوارهای معروف به نانو گراد، دیگر پوشاک نانو، ازجمله جوراب‌های نانو در فروشگاه‌های گراد وجود دارد که نسبت به جوراب‌های معمولی، بوی بسیار کمتری دارد.
برند گراد در سایت رسمی شرکت، این گونه خود را معرفی می نماید:
راه گراد: ارتقا کیفیت زندگی از طریق تامین آراستگی جامعه

گراد، سازمانی تعالی خواه و استراتژی محور است که خلق ارزش و تامین رضایت مشتریان را از طریق ارائه محصولاتی با کیفیت برتر و هماهنگ با مدهای منتخب جستجو می کند و برای دستیابی به آن، از یک سو با ایجاد شرایط مطلوب کاری، فرصت لازم برای کسب مهارت ها و بروز شایستگی ها را برای کارکنانش فراهم می آورد و ارتقا کیفیت زندگی ایشان را از طریق تامین حقوق مادی و معنوی آنها جستجو می کند و از سویی دیگر روابطی پایدار با تأمین کنندگان را تعقیب می نماید.

رعایت نظم، شایسته سالاری، احترام به کرامت انسانی و صداقت از جمله باورهای گراد در ایجاد محیطی مناسب برای پرورش و توسعه است، این درحالی است که احترام به محیط زیست را احترام به خود تلقی می کند و نسبت به وارثان آتی آن احساس مسؤولیت کرده، به قوانین و ارزش های فرهنگی و اجتماعی احترام گذاشته و از پتانسیل های آن به طور هوشمندانه استفاده می کند.

تمامی افراد جامعه که به آراستگی خود اهمیت می‌دهند مشتریان امروز و فردای گراد هستند.گراد برای دستیابی و توسعه مشتریانی پایدار، ضمن استفاده مستمر از فن آوری های نوین و علوم مدیریت، شایستگی های خود را در انعطاف پذیری، نوآوری هوشمندانه و کیفیت برتر محصولات جستجو می کند، « تا نشان گراد همواره مترادف با نوآوری، خوشنامی و اعتماد باشد. »{۱}

۴. سرگذشت آقای ارجمند (صاحب دستمال کاغذی پالیز)

مصاحبه با آقای ارجمند: شرکت پاییزان

نام: آقای ارجمند

شرکت: پائیزان

نام محصول: دستمال کاغذی پالیز

تحصیلات: دیپلم

پدرم کارمند حسابداری وزارت بهداشت بود ومادرم خانه دار و به دلیل اینکه پدرم کارمند بود از طفولیت دوست داشتم که کارمند باشم. از سال ۷۳ یک کارخانه متروکه ای که چندین کارخانه داشت که بعد از انقلاب کارخانه هایشان متروکه شده بود و فعال نبود این کارخانه ها در ورامین، کاشمر، قم و همدان قرار داشتند. صاحب کارخانه

شخصی به نام آقای عبدالله مسلحی که کارخانه ایشان را خریداری کردیم کارخانه اش غیرفعال بود و تأسیس آن به سال ۱۳۵۶ برمی گشت که بعد از انقلاب چند سالی کار می کرد و بعد به بحران جنگ و واردات مواد اولیه بر خورد و دیگر نتوانست کار کند و کارخانه تقریباً تعطیل شد. از سال ۷۳ که ما این کارخانه را خریدیم آن را باز سازی و نوسازی کرده و با یک محدودیت تکنولوژی شروع به تولید کردیم.

به تدریج از سال ۷۳ تا الان که سال ۸۰ است هر ساله در کارخانه خود بنایی را ایجاد کردیم، و ماشین هایی را نصب کردیم که امروز قادریم کالایی را تولید کنیم که دیگران قادر به تولید آن نیستند. به عنوان نمونه جدای از فرم وشکل بسته بندی که یک تغییراتی در اشکال بسته بندی دادیم مثل محصول توپ و ستاره یا ذوزنقه محصولات دیگری مانند دستمال ویژه ی سرما خوردگی داریم و امروزه ما دستمال کاغذی را با چاپ تک رنگ می زنیم. داخل جعبه با همان طرح خود جعبه بیرون می آید مثلاً اگر دستمال توپی، یک طرح چهار رنگ است. کاغذ داخل آن هم با همین طرح بیرون می آید. در برنامه های آینده، سیستم لمین بوتینگ را داریم که در ایران برای اولین بار ملحفه و سفره یک بار مصرف می زند که یک طرف آن پلی اتیلن است و طرف دیگر کاغذ تیشو با چاپهای متنوع و همچنین دستمالهای معطر و خوراکی مثل اسانس سیب وهلو...

در کار هایم با شکست روبرو شدم. ولی به هر حال اعتقاد من این است که اگر شکست هم داشتیم این شکست ها باعث شده که تجربیات ما اضافه شود. یعنی وقتی ما شکست خوردیم فهمیدیم که حتماً راهکاری که انتخاب کردیم اشتباه بوده و باید از راه دیگری برویم.

ایده هارا ما در مسافرت هایی که به جاهای مختلف دنیا داریم بدست می آوریم. ما سعی می کنیم هرکسی هر کار خوبی را که انجام می دهد یاد بگیریم، و در هر مملکتی امکاناتی برتر وجود داشته باشد آنرا در مملکتمان بیاوریم تا مردم ما نیز از آن استفاده کنند.

منابع مالی ما خیلی محدود بود از این رو به سمت مردم رفتیم و حرفها و خواسته هایشان را گوش دادیم. چنانچه اگر شما در یک محیط بسته باشید و دائماً با کسانی که همه کارشناس هستند صحبت کنید، هیچ وقت یک کسب و کار موفق نخواهید داشت این مردم هستند که بازار را می شناسند پس باید ابتدا خواسته های آنها را ترتیب اثر داد. که من فکر می کنم ما این کار را کردیم و به حرفهای مردم گوش دادیم و دیدیم که چقدر نسبت به چنین وسایلی احساس نیاز می کنند و ریسک آن هم در این بود که منابع مالی ما محدود بود و بازار خیلی شناخته شده

نبود. احتیاجات بازار بر اساس گمان وشمّ خودمان بود که چنین تصوری داشتیم که خوب جواب داد و وقتی اجناس را وارد بازار کردیم، دیدیم که حتی اگر گمان ما ۵۰ بود بیش از ۹۰ ٪ چنین بازاری وجود داشت. چنانچه بعد از مدتی درخواستهای زیادی از شهرهای دیگر برای تولیداتمان داشتیم که ما این بازارها را شناسایی نکرده بودیم.

پرسنل ما کاملاً آموزش دیده بودند و حتی امکاناتی را نیز برای خریداران در نظر گرفته بودیم که در ایران کمتر دیده می شود. مثل لباسهایی که استفاده شده بود یا به هر علتی رنگ عوض کرده بود بدون چون و چرا پس گرفته می شد.

در صنعت ما رقابت روی قیمت است و کسی روی کیفیت کار نمی کند. وجه تمایز ما هم با دیگران در این است که ما بیش ۳۰ مدل دستمال با قیمتهای و کیفیتهای متفاوت داریم. البته ما می توانیم ارزان قیمت بزنیم ولی اعتقادم بر این است که اگر مشتری ارزان پول بدهد کالا را بد مصرف می کند.{۱}

۵. سرگذشت علی اکبر اصفهانی (شرکت کمجا)

نام و نام خانوادگی: علی اکبر اصفهانی

نام محصول: تولید محصولات کمجا

شرکت: کمجا

تحصیلات: لیسانس الکترونیک

در سال ۱۳۲۷ در تهران متولد شدم پدرم افسر ارتش و مادرم خانه دار بودند. در آن زمان ما مشکل خاصی نداشتیم و خانواده پر جمعیتی بودیم. پدر و مادرم خیلی سالم زندگی می کردند و این باعث شده بود که زندگی نسبتاً مرفه ای داشته باشیم.

در زمان کودکی الگوی خاصی نداشتم و در دوران دبیرستان و هنرستان کاری که درآمد خاصی داشته باشد نداشتم و فقط کار فنی هنرستان بود که داشتم، ولی به عنوان شغل نبود.

در زمان کودکی الگوی خاصی نداشتم. در دوران دبیرستان و هنرستان کاری که درآمد خاصی داشته باشد نداشتم و فقط همان مسائل جانبی هنرستان که کار فنی بود داشتم.

WWW.1NETWORKER.IR

من هیچ وقت آرزویی برای رسیدن به شغل خاصی نداشتم ولی دوست داشتم بیشتر کارم وکالت باشد اما موفق نشدم. به این دلیل که در زمان ما دروس تحصیلی به سه بخش ادبی، ریاضی و طبیعی تقسیم می شد و من در هر سه گروه نمره لازم را کسب کرده بودم اما زمانی که متوجه شدم وکالت و یا قضاوت بحث آن در رشته ادبیات است نرفتم. آن هم به این دلیل نبود که دوست نداشتم بلکه به خاطر جبری که وجود داشت چون شغلها و رشته هایی که یک شخص که ادبیات خوانده بود محدود بود در نتیجه نظرم عوض شد و به هنرستان رفتم و رشته برق را ادامه دادم و سپس چند سالی به استخدام اداره ی برق درآمدم. ولی در آن زمان فعالیت و کار آزاد همیشه مرا به طرف خود می کشید بنابراین در سال ۱۳۵۴ اداره را رها کردم و شروع به کار آزاد نمودم.

پایه اصلی کار و فعالیت ما تخت تاشو می باشد که محصولات دیگری هم به آن اضافه شده که به نوعی جای کمی را می گیرد و با جای کوچک و آپارتمانهای کوچک تجانس دارد به جز تخت تاشو که محصول اولیه ما بوده است بیشتر محصولات دیگر که بعداً به وجود آمدند ایده های آنها را از خود مشتریان گرفتیم.
در مورد این کار من تجربه ی خاصی نداشتم ولی مقدار زیادی تعالیم پدر و مادرم بود که آنها همیشه مسائلی را در ما تقویت کردند مانند بحث تعهد و اعتبار که در زمینه کار هم متوجه شدیم که اول اعتبار و تعهدات و ثروت و مال بدون اعتبار و تعهد اصلاً از نظر دیگران ارزش ندارد اما در مورد کمجا هیچ تجربه ای نبود و این ایده به صورت جرقه بوجود آمد و من چیزی را دیدم و فکر کردم که می تواند مفید واقع شود و کار را شروع کردم. در سال ۱۳۷۲ شرکت تأسیس شد و یک مدت فعالیت داشتم بعد تغییراتی در آن بوجود آمد که کمجا نام محصول ما بود و بعد اسم ثبتی شرکت شد.
طرح و ایده اول بیشتر کپی برداری از مدلهای خارجی و بیشتر آلمانی بود ولی بعد از چند ماه که در این تولید به نتیجه ای رسیدیم تمام وسایل تولید آن را تبدیل به کالاهای ایرانی کردیم.
من این طرح را در کتابی دیدم که آن مرا به خود جذب کرد و از لحظه اول هم اصلاً به آن به عنوان یک حرفه نگاه نکردم منتهی زمان زیادی گذاشتیم که از نظر اطمینان و اعتماد به کار به حد قابل قبولی برسیم.

برای رسیدن به این ایده و عملی کردن آن مستلزم پذیرش ریسکهایی از قبیل مسائل مالی و اعتباری بود. به هر حال برای اینکه ما بتوانیم به نتایج مطلوبتری برسیم باید ریسکهای مالی و اعتباری را می پذیرفتیم. چون در زندگی شخصی، اجتماعی، کسبی و تجاری اعتبار حرف اول را می زند و اگر صدمه ببیند می تواند بیشترین صدمه را به مجموعه یا فرد وارد کند و این ریسکها را من داشته ام منتهی باز هم فکر می کنم با احتیاط بالای ۸۰ تا ۹۰ درصد پذیرفتم. یعنی هیچ زمانی یادم نیست که ریسک بدون احتیاط کرده باشم.{۱}

۶. سرگذشت حسن علی باغبانیان (مالک فروشگاه اینترنتی ۵۰۴۰)

حسنعلی باغبانیان متولد ۱۳۶۳ در اصفهان است. او دارای مدرک تحصیلی دیپلم و صاحب شرکت تدبیر ایده پردازان ۵۰۴۰ می باشد.

متولد ۱۳۶۳ در شهر اصفهان هستم. ۳ سالم بود که از اصفهان به کاشان مهاجرت کردیم. پدرم دانشجوی رشته پزشکی بود و حقوقش کفاف زندگی ۶ نفره مان را نمی داد. این بود که از کودکی با کار کردن و کسب درآمد آشنا شدم. همین امر موجب شد زودتر از جوانان هم سن و سال خودم راهم را پیدا کنم و فردی خودساخته و کوشا باشم. فارغ التحصیل رشته نرم افزار هستم و از همان نوجوانی علاقه شدیدی به اینترنت و فضای آن داشتم. تجربیات خوبی هم در زمینه طراحی سایت و IT کسب کردم. در ۱۵ سالگی به همراه خانواده به تهران مهاجرت کردم و شروع فعالیتم در زمینه فروشگاه اینترنتی حدود ۱۶ سالگی بود و امروز نیز همان فعالیت را به طور گسترده تر و علمی تر ادامه می دهم.

از طریق اینترنت با سایت آمازون که یک فروشگاه اینترنتی خارجی است آشنا شدم و تصمیم گرفتم چنین فروشگاهی را در ایران راه اندازی کنم. آن روزها کسی از فروشگاه اینترنتی چیزی نمی دانست اما من با دیدی دوراندیشانه و امید به اینکه بالاخره پای شیوه های تجارت الکترونیک به ایران نیز باز خواهد شد، کسب وکار خودم را در اتاقی اجاره ای به مساحت ۲×۲ بنیان نهادم.
اکنون پس از ۱۳ سال پر از فراز و نشیب و تحمل مشقت ها و سختی های فراوان صاحب بزرگترین فروشگاه اینترنتی ایران هستم. فروشگاهی که با ایجاد بیش از ۳۰۰ فرصت شغلی توانسته سهمی در اشتغال نیروهای بی کار جامعه داشته باشد.

۵۰۴۰ چگونه ناگهان مشهور شد؟

ما تبلیغات سنگینی را سال گذشته روی برند خود ۵۰۴۰ انجام دادیم. وقتی برند به اندازه کافی معروف شد، محصولات را بولد کردیم و بیشتر به نمایش گذاشتیم. تبلیغات شبه ماهواره ای که عنوان علمی اش Teleshopping است؛ بیشتر روی خصوصیات اصلی و منحصر به فرد محصول مانور می دهد.
۵۰۴۰ اولین کارتان بود یا کارهای دیگری هم در این زمینه کرده بودید؟

در زمینه برندینگ اولین کارمان بود. قبلا در تجارت های خیلی کوچکتر و محلی کار می کردم. استارت ۵۰۴۰ برمی گردد به خیلی سال پیش، حدودا سال ۷۹. همان سال با طراحی وبلاگ تبلیغات می کردم و محصول را ارسال می کردم، و بخش ارسال و تامین مالی را خودم انجام می دادم. کم کم سال اول یک نفر، سال دوم چهارده نفر و امروز حدود پانصد و چهل پرسنل بدون نمایندگی با ظرفیت بالا کار می کنند. حجم محصولاتی که امروز روی آنها کار می کنیم را افزایش دادیم.

او معتقد است: «رضایت مردم مهمترین عامل پیشرفت فروشگاهش بوده و مادامی که این رضایت با فروش کالاهای قیمت مناسب و با کیفیت حفظ شود مشتریانش به سراغ هیچ فروشگاه دیگری نخواهند رفت. پس خودش و مجموعه اش همه تلاششان را به کار خواهند بست تا مشتری از خرید اینترنتی خود رضایت کامل را داشته باشد.»{۵}

۷. سرگذشت مجید باویلی (شرکت مان پلاستیک)

نام:آقای مجید باویلی

نام محصول: میکرو پمپ

نام شرکت: مان پلاستیک

تحصیلات: دیپلم حسابداری

رویاها و آرزوهای دوران کودکی ام همان هایی بودند که الان هم در ذهن می پرورانم، منتهی نوع کار در آن زمان در ذهنم نبود ولی به هر رویا و آرزویی که در دوران کودکی و نوجوانی داشتم رسیده ام. بیشتر رویاها و الگوهای من خود ساخته بوده است.

پدرم می توانست به عنوان یک الگوی خوب در زندگی برای من باشد ولی متأسفانه او را خیلی زود از دست دادم.

بعد از پدرم الگوهایی که می ساختم رویایی و ذهنی بودند، در دوران کودکی مشکلات زیادی داشتم پدرم را در۱۰سالگی ازدست دادم. درحالی که در اوج موفقیت های اقتصادی خودش بود. بعد از هر شکستی انگیزه و تلاشم برای جبران بیشترمی شود به نوعی که به اطرافیان نشان می دهم که با آدم ناتوانی رو به رو نیستند.

مادرم شاغل نبود ولی از ارثی که از پدرم به جا مانده بود زندگیمان را اداره می کردیم. ارث پدری من سالن هایی است که الان واحدهای تولیدی من در آنجا مشغول به کار است. برخی مواقع پیش می آمد که به یکسری مسائل جدی مالی بر می خوردیم.

زمانی که درس می خواندم به کار اشتغال نداشتم، جز یک مورد، در سن ۱۵-۱۶ سالگی که در کارخانه ای در نزدیک محل سکونتمان برای ساعات کاری ۶تا۱۰ کارگر می خواست و این تجربه مفیدی برای من به حساب می آمد و بسیاری از مسائلی را که آنجا دیدم در کار خود پیاده کردم. زمانی که دیپلم گرفتم ازدواج کردم و بعد هم درگیر کار شدم و دیگر فرصت آن را نداشتم که درس بخوانم، از آنجایی که موقعیت لازم برای ادامه تحصیل را پیدا نکردم، نتوانستم ادامه تحصیل دهم و تمام علم و آگاهی که دارم به صورت تجربی است و تما ماً با اتکا به خودم بوده است. من به شانس اعتقاد ندارم چون شانس به خود انسان بستگی دارد. تمایلی به کار در سازمان های دولتی نداشتم چون که نمی خواستم محدود شوم یا شاید هم احساس می کردم که جلوی بلند پروازی های من گرفته می شود چون از کودکی دوست داشتم آزاد باشم.

اگر از آموزه های مذهبی در جهت مثبت استفاده شود موّثر است و اگر غلط استفاده شود ضربه ی جدی وارد می شود و این درک دین بستگی به خود افراد دارد که چگونه از آموزه های دینی استفاده کنیم.

بنا به فرمایش حضرت علی(ع) کار عبادت است.

دین ما نکات مثبتی در راستای فرهنگ کار و کارگری و کارآفرینی دارد اما متأسفانه ازاین نکات کمتر استفاده می شود.

من تقریباًحدود ۱۵سال است که به طور شبانه روزی کار می کنم و تا چند سال پیش کارهای اجرایی هم به عهده من بود. از شکست هایی که خوردم به نوعی خوشحال هستم چون مطمئناً دیگر سعی می کنم چنین شکستی را تجربه نکنم. از نظر من هر شکستی سر آغاز یک پیروزی بزرگ است. من چیزی را که احساس کنم درست است حتماً انجام می دهم، ولی تا خوب جوانب را نسنجم و تمام زوایای آن را در نظر نگیرم حرکتی انجام نمی دهم.

جرقه ی تولیدی که الان داریم، باعث رشد مجموعه مان شد و ما از تولید بطری پلاستیکی تبدیل به یک مجموعه مطرح شدیم. فکر این کار خیلی اتفاقی به ذهنم رسید. همسرم یک سرویس آشپزخانه خارجی خریداری کرده بود، روی این سرویس ها پمپ هایی نصب شده بود، من به بررسی این پمپها پرداختم و متوجه شدم که می توان این را در کشور تولید کرد. با بررسی آن متوجه شدم که بازار هم به این چنین کالاهایی نیاز دارد، پس بهتر است من نفر اول باشم.

هدفم در درجه ی اول کسب درآمد بود منتهی راه کسب درآمد برایم مهم بود. تصمیم داشتم محصولی که تولید می کنم، رقیبی نداشته باشد، کار تک باشد و تحسین دیگران را هم به همراه خودش داشته باشد و از همه مهمتر توانایی یک ایرانی درتولید را نشان بدهد. یک تولید کننده وقتی از کار لذت می برد که زمانی که وارد مجموعه اش می شود و متوجه می شود که افراد مجموعه اش راضی هستند و از کنار او امرار معاش می کنند برای آدمی بسیار لذت بخش است.

بعد از آتش سوزی کارخانه نجاری به زیر صفر رسیدم.

برای بازاریابی محصولمان کار خاصی انجام ندادم، فقط برای خریداران مشکلات صابون های جامد را بیان کردم و به آنها اطمینان دادم که بازار حتماً از این مایع دستشویی استقبال می کند.

از جمله موانعی که در راه این کار وجود دارد، ضعف تخصص در همان ابتدا در ایران حس می شود. از طرفی تعداد کمی قالبساز مجرب ومتخصص داشتم که بتوانم به آن تکیه کنم. در شروع کارمان مشکلات مالی وجود داشت. مشکل عمده ما، مشکل سیستم است و مشکل نابرابری دلار بود.

اگر می خواهید در کارتان موفق شوید اول نیاز جامعه را در نظربگیرید نه نیاز خودتان را و به کاری که می خواهید شروع کنید عشق بورزید، در رویاها همانطور که موفقیت را می بینید شکست ها را چاره اندیشی کنید و با اولین یا دومین مشکل از کارتان سرد نشوید، علم و تجربه مکمل یکدیگر هستند زمانی موفق می شوید که از هر دو آن ها بهره برده باشید.{۱}

۸. بختیاری بابک (کارآفرین موفق ایرانی و موسس آیس پک)

شاید شنیدن سرگذشت زندگی پرفراز و نشیب انسانی که بارها زمین خورده و دوباره برخاسته است، برای کسانی که با یک شکست متوقف می‌شوند، عبرت آموز باشد بویژه زمانی که بدانند وی شکست را همواره به تجربه طلایی زندگی اش تعبیر می‌کند و از آن پلی می‌سازد برای رسیدن به موفقیت.

وقتی با لباس زندان و دستبند، پای به دادگاه می‌گذارد و ۷۰ طلبکار خشمگین را روبه‌روی خود می‌بیند، با خودش عهد می‌بندد که در صورت خلاصی از این مخمصه، در کسب و کار تازه‌اش با حساب و کتاب قدم بردارد؛ کسب و کاری که در آن نه از چک برگشتی و ورشکستگی خبری باشد و نه از بی‌اعتباری و بی‌آبرویی و تنهایی. شاید در پائیز ۱۳۸۴ وقتی زندانی بدهکار با زبان خواهش و منطق قول پرداخت تمام بدهی‌هایش را در صورت آزادی از زندان می‌داد، هیچ کدام از شاکیانش باور نمی‌کردند. او بدون داشتن کمترین سرمایه و اعتباری بتواند فروشگاه زنجیره‌ای‌اش را راه‌اندازی کند و در مدت ۶ ماه، شعباتش به ۱۰۶ و درآمدش به ۵ میلیارد تومان برسد. اما او به توانایی و خلاقیت و پشتکار خودش ایمان داشت؛ ایمانی که کمکش کرد با ۳۰۰ میلیون تومان بدهی کاری را شروع کند که او را به اوج موفقیت برساند.

بابک بختیاری در تابستان ۱۳۵۷ زمانی که ایران آبستن یک انقلاب بزرگ بود، در تهران به دنیا آمد. او نیز مثل بسیاری دیگر کارآفرینان از کودکی به استقلال مالی و کسب درآمد علاقه مند بوده، به طوری که در ۷ سالگی گاهی دور از چشم پدر و مادر پول توجیبی‌اش را کیک و آدامس و شکلات می‌خرید و جلوی استخر محله‌شان بساط می‌کرد. وقتی هم که در ۱۴ سالگی پدرش ورشکست می‌شود و به خانه مادربزرگ پناه می‌برند، صبح‌ها با خریدن چند ساندویچ سرد و فروختن آنها در زنگ تفریح به همکلاسی‌ها، پول توجیبی‌اش را تأمین می‌کرد.

از مسافرکشی تا نمایشگاه داری :

بابک بختیاری نخستین کسب و کارش را زمانی آغاز می‌کند که پول فروش تمام لوازم خانه در اختیارش قرار می‌گیرد: «در سال ۷۶ با سرمایه ۲ میلیون تومانی که مادرم از فروش تمام لوازم خانه مان در اختیارم قرار داد، پیکانی خریدم که هم وسیله رفت و آمدم به دانشگاه بود و هم با آن در خیابان‌های تهران مسافرکشی می‌کردم. هر چند از این کار روزی ۱۰ هزار تومان هم درآمد داشتم اما شغلی نبود که با روحیات من سازگار باشد. ماشین را فروختم و با یکی از دوستان با سرمایه ۴ میلیون تومانی رستورانی شراکتی راه اندازی کردیم. نداشتن پشتوانه مالی و سرمایه در گردش

و محاسبه نکردن دوران به اصطلاح خاک خوردن کار، باعث شد در کمتر از یکسال تمام سرمایه مان را از دست بدهیم.

اولین سود بابک بختیاری یک کارآفرین موفق :
بعد از مدتی بوفه مدرسه‌ای را اجاره کردم و به فروش ساندویچ پرداختم. تجربه شکست در رستوران در اینجا که نیاز به سرمایه بالا و دکور نبود به کمکم آمد و سود بالای روز ۵۰ هزار تومانی را برایم رقم زد. با این موفقیت، بوفه ۲ مدرسه دیگر را نیز اجاره کردم و بدین شکل نخستین فروش زنجیره‌ای را تجربه کردم. تا اینکه فصل تعطیلی مدارس شروع شد.

دنبال کاری بودم که روزی پدرم لوازم مستعمل دفتر کارش را گوشه حیاط خانه آورد. از فرصت به وجود آمده استفاده کردم و با تعمیر و رنگ آمیزی آنها و سپس چاپ آگهی فروش در روزنامه، توانستم تمام لوازم را به قیمت خوبی بفروشم. این سود ۴۰۰ هزار تومانی عاملی شد تا توقعام از بوفه‌داری بالاتر برود و با چاپ آگهی به خرید و فروش لوازم اداری دست دوم بپردازم. کم کم چند کارگاه تولید لوازم اداری راه‌اندازی کردم و چند فروشگاه زنجیره‌ای برای فروش آنها زدم. در اوایل کسب و کارمان رونق خوبی داشت و از تولید و فروش بالایی برخوردار بودیم. اما به دلیل محاسبه نکردن دقیق حساب و کتاب‌ها، ورشکست شدم و نه تنها تمام سرمایه ام را از دست دادم بلکه با ۳۰۰ میلیون تومان چک برگشتی، جایی جز پشت میله‌های زندان برایم باقی نماند.»

می‌گویند عقربه‌های ساعت در زندان کندتر از هرجای دیگری می‌چرخد. آنقدر کند که هر ساعتش به اندازه یک سال طول می‌کشد. اما زندان نیز مانند هر چیز دیگر برای بابک فرصتی بود تا فارغ از محیط پرهیاهوی بیرون به زندگی و آرزوهایش فکر کند؛ آرزوهایی که هر چند برخی شکست‌ها آنها را به تأخیر انداخت اما نمی‌توانست متوقفشان کند.

ایده‌ای از صندوقچه خاطرات بابک بختیاری یک کارآفرین موفق :
کسب و کارها عموماً به رفع نیاز مشتریان می‌پردازند. اما برخی کسب و کارها با طراحی یک نوآوری به ارائه خدمت یا محصولی جدید می‌پردازند که قبل از آن، نیاز به وجودش احساس نمی‌شد. بختیاری نیز برای رسیدن به رؤیاهای بلندپروازانه‌اش در پی خلق محصولی جدید بود: « در وجودم توان و انرژی زیادی احساس می‌کردم. بعد از رضایت شاکیان و آزادی از زندان چند کار دیگر را امتحان کردم که چندان موفق نبود و بر بدهی‌هایم افزود. تا اینکه در

سفری همراه با یکی از دوستان به چین، آبمیوه‌ای در رستورانی خوردیم که ذهن مرا خیلی به خود مشغول کرد. البته نه مزه و رنگ آبمیوه بلکه سرو آن در لیوانی دردار که از وسط آن یک نی برای نوشیدن خارج شده بود. آن موقع چنین لیوانی در ایران وجود نداشت.

دوستم دستگاهِ ساختِ آن را خرید و به ایران بازگشتیم. ذهنم تا مدتها به این فکر مشغول بود که چه محصول دیگری می‌توان با این لیوان ارائه کرد تا اینکه به یاد خاطره‌ای از دوران کودکی ام افتادم. یادم آمد که هر وقت مادرم بستنی می‌خرید، ابتدا آن را در ظرفی هم می‌زدم تا رقیق شود، سپس چند اسمارتیز به آن اضافه می‌کردم و تا ته سر می‌کشیدم و می‌خوردم که خیلی مزه می‌داد. از یادآوری این خاطره آنچنان خوشحال شدم که از جایم پریدم و دائم می‌گفتم «یافتم یافتم» به گونه ای که اطرافیان‌هاج و واج مرا می‌نگریستند.

در واقع ایده تولید و فروش بستنی شل در لیوانی که در دارد و با یک نی مصرف می‌شود از یادآوری خاطره کودکی آغاز شد.

با قرض و وام مغازه ای در شمال تهران بین دو بستنی فروشی بزرگ و معروف اجاره کردم و روی تابلوی آن نوشتم شعبه مرکزی آیس پک (بستنی بسته بندی). از دید برخی‌ها محاصره بین دو رقیب بزرگ یک ریسک بود اما به نظر خودم این یک فرصت بی نظیر برای دیده شدن بود. در واقع آن محل بازاری بود برای خریدن و خوردن بستنی و ما هم عرضه کننده نوع جدیدی از بستنی بودیم.

تبلیغات ما دهان به دهان بود. یعنی مشتریان‌مان با رضایتی که از نحوه سرو و مزه بستنی ما داشتند به دیگر دوستان خود نیز اطلاع‌رسانی می‌کردند. یکی از تبلیغات ما در ابتدا دادن بستنی رایگان به راننده خودروهایی بود که برای خوردن بستنی در آن محل توقف می‌کردند. آنها و همراهانشان با دیدن این مدل بستنی، لوگوی آن و نام خاصش که خارجی بود، کنجکاو می‌شدند تا بیایند داخل مغازه و بستنی با نی که تا آن زمان با قاشق خورده می‌شد را امتحان کنند. در واقع نوآوری در بسته بندی بستنی، نوع لوگو، طراحی دکوراسیون داخلی که حاصل تجربیات پیشینم بود و تبلیغات شفاهی باعث استقبال فراوان مردم از این محصول و موفقیت سریع ما شد. به طوری که شعبه دوم را نیز خیلی زود افتتاح کردیم. حتی طلبکارانم نیز به مشتریان پر و پا قرص مان تبدیل شده بودند.

کم‌کم افراد زیادی مراجعه می‌کردند و درخواست گرفتن نمایندگی داشتند. من نیز به شرطی با واگذاری امتیاز موافقت می‌کردم که نحوه مدیریت شعبه‌ها مطابق شعبه مرکزی و نظارت ما صورت بگیرد. همچنین خدماتی مانند دکوراسیون و مبلمان داخلی مغازه‌ها، مجهز کردن آشپزخانه، تهیه لیوان‌های مخصوص و دادن مواد اولیه بستنی در انحصار شرکت مرکزی و با مدیریت من انجام بگیرد. بدین گونه سیستم فروش زنجیره‌ای ما وسعت گرفت به طوری که در مدت ۶ ماه تعداد شعبه‌هایمان به ۱۰۶عدد رسید که در دنیا یک رکورد محسوب می‌شود و تعداد افرادی که به طور مستقیم و غیرمستقیم از این کسب و کار منتفع می‌شدند به ۵ هزار نفر افزایش یافت. در این مدت نه تنها توانستم بدهی ۳۰۰ میلیون تومانی‌ام را بپردازم بلکه حدود پنج میلیارد تومان نیز سود عایدم شد.»

بابک بختیاری یک کارآفرین موفق که در لیست صد برند برتر ایرانی است.

در سال ۸۶ او به عنوان کارآفرین برتر ملی معرفی می‌شود و سال ۸۸ کسب و کارش در لیست صد برند برتر ایرانی جا خوش می‌کند. البته کسب و کارهای شکست خورده پیشین‌اش را با درایت بیشتر احیا می‌کند و در زمینه فروش مبلمان و رستوران داری به موفقیت‌های خوبی دست می‌یابد. ضمن آنکه روی محصولات دیگری همچون آبمیوه و ماست و بستنی نوآوری‌هایی انجام می‌دهد.

هر شکست یک تجربه طلایی است.

بابک بختیاری می‌گوید:«زمین خوردن را بازی‌ای می‌دانم برای افزایش تجربیاتم. هر موقع که زمین خوردم قوی تر شدم و با اتکا به توانایی‌های خودم بلند شدم و با قدرت بیشتری به حرکت ادامه دادم. کسی که زمین نخورد، نمی‌تواند به انسانی قوی تبدیل شود. افراد موفق و ثروتمند دنیا بعد از بارها شکست و زمین خوردن به پیروزی رسیده‌اند. کسانی که زمین خورده‌اند بدانند که بحران‌های زندگی آنها را قوی تر می‌سازد همچون آهنی که با حرارت به فولادی سخت بدل می‌شود.»

این کارآفرین شانس و خوش بیاری را برای همه یکسان می‌داند و می‌گوید: « نداشتن خوش بیاری و شانس بهانه آدم‌های ضعیفی است که نمی‌توانند از فرصت‌های موجود به خوبی استفاده کنند. همه چیز به توانمندی‌های خود افراد بستگی دارد. برخی بی توجه و به سادگی از کنار موقعیت‌ها می‌گذرند و برخی با برقراری ارتباط صحیح از موقعیت‌های پیش آمده هر فرصتی را به ثروت تبدیل می‌کنند.»

بابک بختیاری می‌گوید:« اگر از من بپرسند که علم بهتر است یا ثروت به طور قطع خواهم گفت علم. اگرچه تحصیلات آکادمیکم را در رشته مهندسی عمران نیمه تمام رها کردم ولی هرگز خواندن کتاب را کنار نگذاشته ام. در هر فرصتی

اطلاعات تجاری ام را افزایش می‌دهم. خواندن کتاب برای من یک عشق است. از دوران نوجوانی داخل تاکسی، اتوبوس، مطب دکتر، صف انتظار بانک و ... به خواندن کتاب‌های مورد علاقه ام در زمینه تجارت و موفقیت، می‌پرداختم و هیچ وقت به بهانه کار و گرفتاری فرصت یادگیری را از خودم دریغ نمی‌کنم.

قانون ۲۰-۸۰ از نظر بابک بختیاری یک کارآفرین موفق :
در مورد اهمیت برنامه‌ریزی هم به قانون بیست، هشتاد آقای «پاره تو» باید اشاره کنم که می‌گوید بیست درصد از همه فعالیت‌ها و کارهایی که انجام می‌دهیم، هشتاد درصد از نتایج مهم و معنادار را برایمان به ارمغان می‌آورد.

در واقع انجام این ۲۰ درصد در زندگی ما تفاوت ایجاد خواهد کرد و ما را در مسیری که آرزوی آن را داریم، قرار خواهد داد. پس برنامه ریزی زندگیمان را باید به گونه ای طراحی کنیم که در کمترین زمان بیشتری نتایج عایدمان شود. من اعتقاد دارم با برنامه‌ریزی و نظم دادن به کارها می‌توان فرصت‌های زیادی را آزاد کرد تا اوقات بیشتری را در کنار خانواده گذراند.

برخی‌ها را می‌بینیم که در تمام عمر از صبح تا شب وقتشان را درگیر یک مغازه می‌کنند اما برخی دیگر با بهره‌گیری از یک سیستم، نه تنها آن مغازه را از دور کنترل می‌کنند بلکه می‌توانند ده‌ها مغازه دیگر هم راه‌اندازی کنند. باید اعتراف کنم هر چقدر کارهایم بیشتر می‌شود، به دلیل بهره مندی از سیستمی که به حضور فیزیکی من نیازی ندارد، وقتم نیز آزادتر می‌شود و می‌توانم اوقات بیشتری را با خانواده‌ام باشم و به ورزش رزمی که مورد علاقه‌ام است بپردازم و مسافرت‌های طولانی مدتی در برنامه ام داشته باشم بدون آنکه کمترین مشکلی در اداره کسب و کارم ایجاد شود.

کارآفرینی که در سنی کمتر از ۳۰ سالگی بزرگترین فروش زنجیره ای در ایران را راه اندازی کرد و به اوج ثروت و موفقیت رسید، می‌گوید:« به عنوان یک کارآفرین خودم را در ابتدای راه می‌بینم و اگر امروز پیشرفتی در کارم دارم به این دلیل است که به انگیزه‌هایم بها داده ام. در کار به پنج اصل تخیل، باور، برنامه‌ریزی، تلاش و هدف اعتقاد دارم. تخیل به ما این امکان را می‌دهد تا به هر ایده ای که می‌خواهیم فکر کنیم. باورداشتن به توانایی‌هایمان و رشد کسب و کارمان دومین رمز مهم موفقیت است.

در مرحله بعد برای عملی کردن رؤیایمان باید برنامه ریزی کنیم. در واقع برنامه ریزی سناریویی است که حتی بدون داشتن پول و پارتی می‌تواند کسب و کارمان را رو به جلو هدایت کند و بدون وجود آن مقصد را نمی‌بینیم. مرحله

آخر تلاش است که بدون مراحل قبلی این عامل هیچ تأثیری در موفقیت شما نخواهد داشت. البته یک نکته بسیار مهم برای رسیدن به موفقیت و شکل دادن رؤیاهایمان، دور کردن افکار منفی و سیاه از ذهن و قلبمان است که آنها مخل و مزاحمی هستند برای زایش اندیشه‌های نو و ایده‌های بکر در ذهنمان.»

لذت موفقیت در پیمودن مسیر است :

بابک بختیاری در اختیار گذاشتن تمام امکانات به فرزندان را نادرست می‌داند و می‌گوید:« اگر بدون زحمت همه چیز برای بچه‌ها مهیا شود، زندگی برایشان بی معنا می‌شود. آنها باید با تلاش و زحمت در مسیر موفقیت حرکت کنند تا مزه آن را بچشند و قدرش را بدانند. باید در این راه بارها زمین بخورند و بلند شوند تا موانع را پشت سر بگذارند. آنگاه که همچون فولاد محکم شدند هر چه در اختیارشان قرار گیرد به بهترین شکل از آن استفاده می‌کنند.»

بختیاری همچنین موفقیت در هر کسب و کاری را آموختنی می‌داند و نه ذاتی و ادامه می‌دهد: « افراد زیادی با حضور در کلاس‌های مختلف راه‌های موفقیت را پیدا می‌کنند. از شکست‌هایشان درس می‌گیرند و روحیه‌شان را قوی نگه می‌دارند، باوری قوی دارند و به آینده کارشان امیدوارند. انسان‌ها اگر در جهت رسیدن به آرزوهایشان تلاش کنند قطعاً رشد بهتری را در دنیا شاهد خواهیم بود. اما متأسفانه بسیاری از افراد به دلیل سستی و تنبلی و نداشتن باور از پیگیری آرزوهایشان می‌گذرند که نتیجه‌ای جز حسرت برایشان باقی نمی‌ماند.»وی انتهایی برای آرزوهایش متصور نیست و حضور در عرصه‌های جهانی را حداقل آرزویش می‌داند که مسیری از این راه را با افتتاح شعبی در مالزی، کویت، عراق و امارات متحده پیموده است. همچنین به رعایت شعار«همیشه حق با مشتری است» تأکید می‌کند و معتقد است «رضایت مشتری برکت هر کسب و کاری است».

او ارتباطات را عاملی تأثیرگذار در رشد کسب و کارها می‌داند و می‌گوید: « با هر کسی که دوست شدم و ارتباط برقرار کردم یک روزی به کمکم آمد؛ چرا که هرکس اطلاعاتی دارد، محصولاتی را می‌شناسد و ارتباطاتی دارد که می‌تواند در پیشبرد کسب و کارمان مؤثر باشد. حتی رقابت سالم نیز می‌تواند انگیزه‌ای بالا برای رشد کسب و کارمان ایجاد کند.»{۱}

۹. سرگذشت برادران بیوک (موسس شرکت داداش برادر (آیدین ، شونیز و ...))

بدون شک چاشنی کودکی بسیاری از ما شکلات و شیرینی‌های محبوبی مثل آیدین و ... بوده است.

مزه‌هایی که هرگز از یاد هیچ کداممان نمی‌رود. این شرکت‌های محبوب که سهمی در صادرات محصولات و رشد اقتصاد کشور نیز دارند سرگذشت‌های جالبی داشته که با شناخت موسسین آن‌ها، بهتر به این سرگذشت پی‌خواهید برد.

برادران بیوک، موسسین شرکت داداش برادر (که البته وارثین این شرکت اکنون هر کدام به طور جداگانه با نام تجاری خود به فعالیت مشغولند)، یکی از مهم‌ترین شرکت های صنعت تولید شیرینی و شکلات کشور بودند که در سال ۱۳۲۴ فعالیت خود را در تبریز آغاز کردند. این دو برادر با نام‌های داداش و غایب علی با اقدام به تولید یک محصول جدید به نام "ریس" نام شرکت و محصولات خود را سر زبان‌ها انداخته و رفته رفته جای خود را در بازار شیرینی پیدا کردند. پس از کسب محبوبیت کافی در سال ۱۳۴۱ کارخانه داداش برادر را به ثبت رسانده و با دانش به علاقه مشتریان با استفاده از ماشین آلات صنعتی جدید، تولیدات خود را گسترش دادند. با گذشت زمان این شرکت به وارثان برادران بیوک رسید و آن‌ها نیز در راستای موفقیت بیشتر شرکت بسیار تلاش کردند. شرکت آیدین که هم اکنون نیز فعالیت و جایگاه خود را در این صنعت حفظ کرده، در دهه ۶۰ توسط این دو وارث جوان به عنوان شرکتی مستقل اما زیر مجموعه‌ای از داداش برادر به ثبت رسید.

خلاقیت، پشتکار و تولید محصولات متنوع باعث موفقیت روز افزون و افزایش صادرات این مجموعه شد که حالا این شرکت را به برندی مطرح در ایران و تا حدودی در جهان تبدیل کرده است. با اینکه اکنون فعالیت برادران بیوک به صورت جداگانه و با نام های متفاوت است اما هر دو زیر مجموعه ای از شرکت داداش برادر بوده و موفقیت و جایگاه خود را حفظ کرده‌اند. ما نیز علت این جدایی را جویا شدیم و از طریق مطالعه زندگینامه برادران بیوک به این نتایج رسیدیم. با شروع تحولات سال ۱۳۸۸ جدایی این دو برادر نیز در حال وقوع بود. پرویز بیوک در گفتگویی نیز بیان می کند "اختلاف نظر های موجود بین من و برادرم و نیاز به بقا و رشد و توسعه کسب و کار به جا مانده از عمو و پدرمان، ما را به این تفکر رساند تا با تفکیک مجموعه داداش برادر به دو شرکت مستقل، مشکلات مدیریتی را به حداقل رسانده و هر کدام با توجه به استراتژی‌های خود اقدام به مدیریت شرکت خود کنیم". حاصل این تفکیک مدیریتی، تاسیس یک شرکت جدید در سال ۸۸ تحت عنوان شونیز بود که مدیریت آن را برادر بزرگتر یعنی پرویز

به عهده گرفت. شرکت آیدین نیز که قبلا توسط برادران بیوک تاسیس شده بود تحت انحصار کامل برادر کوچکتر یعنی رسول قرار گرفت. لازم به ذکر است گرچه این دو شرکت فعالیت های مستقل دارند، اما همچنان خود را زیر مجموعه‌ای از داداش برادر معرفی می‌کنند.

شاید برایتان جالب باشد که هر دوی این برادران در هنگام تفکیک کارخانه‌ها، حقوق کارگران را بدون هیچ کم و کاست برای چندین ماه پرداخت کردند درحالیکه فعالیت کارخانه داداش برادر راکد بود. همین موضوع باعث محبوبیت بیشتر آن‌ها و مورد تشویق و قدردانی قرار گرفتن در همایش های مختلف شد.
با اینکه قدمت شرکت آیدین بسیار بیشتر از شونیز تاسیس شده در سال ۸۸ بود، اما تجربه پرویز بیوک توانست محصولات شرکت شونیز را هم در بازار داخلی و هم در صادرات به محبوبیت برساند. هم اکنون بیش از ۳۲۰۰ نفر در این مجموعه در حال فعالیت هستند و بالغ بر ۶۰ محصول مختلف در این کارخانه تولید می‌شود.

پرویز بیوک علاوه بر موفقیت در گسترش شرکتش، توانست مسئله برندسازی را به طور گسترده‌ای مورد پوشش خود قرار دهد چرا که او معتقد است امروزه برند هر محصول تاثیر زیادی در فروش آن دارد. از این رو با برندگذاری محصولات تولیدی خود مثل توفیس، رامتین و ... توانست از آسیب‌های احتمالی که ممکن است به برند اصلی وارد شود، جلوگیری کند. هدف اصلی او از گسترش بی وقفه مجموعه‌اش، داشتن سهم بیشتر در بازار صادرات است.
رسول بیوک نیز در این بین به توسعه کارخانه آیدین پرداخت که او نیز بسیار موفق ظاهر شد. او که بیش از ۳۵۰۰ کارمند در کارخانه خود دارد با فکر افزودن به تنوع محصولات تولیدی، سهم بیشتر در بازار کسب کرده و ایجاد شغل و کار آفرینی را سرلوحه فعالیت‌هایش قرار داده است. {۲}

۱۰.عباس برزگر (تبدیل روستایش به قطب گردشگری)

عباس برزگر کارآفرین میلیارد دلاری ایران کارش را از دستفروشی شروع کرده است. او تنها ۳۸سال دارد و درآمدزایی چشمگیرش با یک اتفاق معجزه‌آسا استارت خورده است. «عباس برزگر»، زاده و ساکن یک روستای بسیار کوچک به نام «بزم» شهرستان بوانات در استان فارس است. روستایی که نه‌چندان حاصلخیز است و نه جاذبه خاصی دارد اما با موقعیت‌شناسی درست این جوان روستایی توانسته در کتاب راهنمای گردشگری یونسکو، عنوان شگفت‌انگیزترین تجربه گردشگری ایران را از آن خود کند.

به گزارش شهروند، برزگر در یک شب بارانی ۲ گردشگر آلمانی را به خانه فقیرانه خود میهمان و از آنها با دمپختک و ترشی لیته پذیرایی می‌کند. میهمانان خارجی برزگر با پذیرایی صمیمانه و بی‌ریای او ۲ روز تمام به سبک روستاییان ایرانی زندگی می‌کنند و گویا این تجربه منحصربه‌فرد آن‌قدر برایشان جذاب بوده است که به سرعت موضوع را رسانه‌ای می‌کنند و برزگر را با انبوهی میهمان ناخوانده از آن سوی مرزها مواجه می‌کنند.

هوشمندی او برای بهره‌برداری از این اتفاق، به سرعت برزگر را شهره عام و خاص می‌کند و شبکه‌های تلویزیونی از سراسر جهان کارآفرین روستایی ایران را روی آنتن خود می‌برند. برزگر حالا علاوه بر دهکده توریستی‌اش در تدارک یک تور عشایری با ۱۵هزار سیاه چادر است. تور عشایری او تا سال ۹۵ رزرو شده است و کارشناسان می‌گویند این تور می‌تواند درآمدزایی برزگر را به اندازه تمام صادرات نفت کشور برساند.

عباس برزگر درحال حاضر مشغول آماده سازی ۱۵هزار سیاه چادر عشایری است. او با بزرگان طایفه‌های قشقایی و بختیاری به توافق رسیده است تا میهمانان خارجی را در سیاه چادرهایشان بپذیرند و هر خانواده عشایری در ازای پذیرایی از میهمانان‌درصدی از هزینه اقامت مسافران را دریافت کند. حالا شهرت عباس برزگر به اندازه‌ای رسیده است که تمام ظرفیت هتل منحصر به فردش در ۳۶۵ روز سال اشغال می‌شود. می‌گویند درآمدش تا ۵سال آینده به اندازه تمام صادرات نفت ایران خواهد رسید. یونسکو در کتاب راهنمای گردشگری خود، تور عشایری او را به‌عنوان شگفت‌انگیزترین تجربه گردشگری در ایران معرفی کرده است و مسافران خارجی تا آخر سال ۹۵ تمام سیاه چادرهایش را رزرو کرده‌اند.

کارشناسان صنعت گردشگری می‌گویند اگر او بتواند استانداردهای هتل خاص و منحصر به فردش را ارتقا دهد به راحتی می‌تواند درآمدش را به‌عنوان یکی از گرانقیمت‌ترین هتل‌های خاورمیانه و جهان افزایش دهد.

درحال حاضر هتل برج‌العرب دوبی گرانقیمت‌ترین هتل خاورمیانه به شمار می‌آید، هزینه اقامت در این هتل شبی ۱۹هزار دلار است و تنها برای ورود به آن حدود ۲۰ دلار دریافت می‌شود. گران‌ترین هتل جهان هتل رویال ژنو است که برای هر شب اقامت ۵۳هزار دلار دریافت می‌کند. در توکیو نیز هتلی با عنوان سوئیت ریاست‌جمهوری که یک هتل خاص محسوب می‌شود شبی ۲۵هزار دلار قیمت دارد. زهرا استادی، کارشناس گردشگری می‌گوید اگر هزینه اقامت در دهکده عباس برزگر نصف قیمت گرانترین هتل خاورمیانه و حتی کمتر باشد می‌تواند معادل کل صادرات نفت کشور درآمد داشته باشد. با این حساب اگر برزگر به ازای هر شب اقامت در ۱۵هزار سیاه چادر حدود ۱۰هزار

دلار دریافت کند تنها در یک روز سال حدود ۱۵۰میلیون دلار درآمد خواهد داشت. این درآمد در یک‌سال به حدود ۵۴میلیارد دلار می‌رسد که معادل درآمد نفتی ایران است.

گردشگران خارجی زندگی عشایر ایران را تجربه می‌کنند او این روزها مشغول آموزش خانواده‌های عشایری برای پذیرایی از میهمانان خارجی است. می‌گوید ۱۰۰ نفر از جوانان خانواده‌های عشایر زبان انگلیسی آموخته‌اند تا بتوانند به راحتی با میهمانان ارتباط برقرار کنند. آنها قرار است میهمانان خود را به تماشا و تجربه تمام روزمرگی‌های زندگی ایل قشقایی و بختیاری ببرند. میهمانان از دامنه‌های کوه بالا می‌روند و همراه با دختران جوان گیاهان دارویی می‌چینند. با چوپانان به صحرا می‌روند و در کنار آنها غذا می‌خورند. به سوگواری‌ها و جشن‌های عشایری دعوت می‌شوند. شبانه و در سکوت کوهستان به پیرمردهای نی انبان و سرنا نواز گوش می‌دهند و کنار دارهای زمینی گلیم و گبه می‌نشینند و بر تارهای آن گره می‌زنند. قصه‌های جن و پری کهنسالان ایل و تجربه‌های شگفت انگیزشان از مواجهه با طبیعت را می‌شنوند و باورهایشان درباره تولد یک نوزاد جدید و رسوماتشان را تماشا می‌کنند. برزگر می‌گوید، تور عشایری در مراحل نهایی راه‌اندازی است و تا آخرسال ۹۵ مسافران خارجی تمام سیاه چادرها را رزرو کرده‌اند. بیشتر مسافرانش از اسپانیا، پرتغال و لهستان می‌آیند و او درحال حاضر همان ۷۰۰ یورو برای هر شب اقامت در مجموعه‌اش را دریافت می‌کند. او می‌گوید: تا ۵سال آینده کیفیت‌ها را با نظر کارشناسان بین‌المللی بالا خواهم برد و قیمت‌ها افزایشی نخواهد داشت.

اشتغال زایی برای بیشتر از ۲۵هزار نفر :

برزگر پیش از این برای ۹هزار نفر از ساکنان روستای بزم شهرستان بوانات استان فارس اشتغال ایجاد کرده است و حالا ۱۵هزار خانواده دیگر در درآمد و کسب و کار او شریک می‌شوند. عباس به «شهروند» می‌گوید: تمام درآمدها به‌طور عادلانه بین مجموعه‌ام تقسیم می‌شود. از تمام صاحبان مشاغل و کالاها به‌طور مساوی خرید می‌کنم و آنها به این شیوه من احترام می‌گذارند و باکیفیت‌ترین کالاها را برای پذیرایی از میهمانانم آماده می‌کنند. مجموعه بزرگ او قدرشناس حسن نیت عباس برزگر هستند. روستاییان فقیر دهکده نه چندان حاصلخیز بزم حالا با کارآفرینی نمونه عباس و خانواده‌اش چند برابر گذشته درآمد دارند و مجموعه موفقی تشکیل داده‌اند.

همه‌چیز از یک اتفاق ساده شروع شد :

مرد جوان روستایی که با نبوغ و خوش‌شانسی توانسته سرانجام صنعت توریسم ایران را به ایده‌آل‌های ارزآوری‌اش نزدیک کند کارش را با دستفروشی آغاز کرده است. عباس برزگر ۳۸ ساله به «شهروند» می‌گوید: دستفروشی برایم

تنها روزی ۳هزار تومان درآمد داشت که این مبلغ هرگز جوابگوی مخارج زندگی من و خانواده‌ام نبود. مسیر کسب و کار و زندگی عباس در یک شب بارانی به‌طور معجزه آسایی تغییر کرد. او می‌گوید: با موتورسیکلتم از کوچه پس کوچه‌های روستایمان عبور می‌کردم که ناگهان به دو گردشگر خارجی و مترجمشان رسیدم. باران، تاریکی و گم شدن در راه برگشت حسابی خسته و کلافه‌شان کرده بود. آنها را به خانه خود دعوت کردم تا شب را در آن‌جا بگذرانند.

میهمانان آلمانی سرزده آمده بودند و در سفره فقیرانه عباس برزگر به جز دمپختک گوجه‌فرنگی، ماست محلی و ترشی لیته چیز دیگری پیدا نمی‌شد. آنها شب را هم درکنار خانواده برزگر و در رختخواب‌ها و ملحفه‌های دست‌دوز همسرش گذراندند. یکی از میهمان‌ها که پسر جوان ۲۰ ساله‌ای بود بی‌نهایت غمگین و پکر به نظر می‌رسید. مترجم در جواب کنجکاوی عباس می‌گوید که فردا روز تولد اوست و او از این‌که نتوانسته است به کشورش برگردد و تولدش را در کنار خانواده، دوستان و در زادگاهش جشن بگیرد ناراحت است. علی و زهرا فرزندان خردسال عباس برزگر موضوع را می‌شنوند. میز کوچک چرخ خیاطی مادر، چند بادکنک و کیک خانگی تنها بضاعت آنها برای خوشحال کردن میهمان آلمانی است. میهمان جوان از دیدن جشن تولد روستایی‌اش هیجان‌زده می‌شود و از صحنه‌ها فیلمبرداری می‌کند. خانواده برزگر بعدتر می‌فهمند که مادر روزنامه‌نگار آن میهمان آلمانی جشن تولد در ایران را رسانه‌ای کرده است. استقبال مخاطبان خانواده برزگر را به سرعت محبوب می‌کند از سازمان میراث فرهنگی به عباس برزگر خبر می‌دهند که میهمانان جدیدش در راهند. این سرآغاز توسعه هتل روستایی عباس برزگر می‌شود. حالا سیاه چادرهای عشایری هم به مجموعه هتل روستایی او اضافه می‌شوند. در همان محل اسکان واقعی عشایر...

عباس می‌گوید: میهمانانم را فریب نمی‌دهم. کار خاصی انجام ندادم تنها گردشگران خارجی را مانند اقوام و فامیل خودم در خانه پذیرایی کرده‌ام. با غذاهای محلی خودمان، چای آتشی، ماست و پنیر گوسفندی. البته میهمانان هم توقع زیادی نداشتند تنها می‌خواستند چند روز زندگی روستایی در ایران را تجربه کنند. عباس برزگر میهمانانش را به تماشای علف‌چینی و میوه‌چینی روستاییان می‌برد، در عروسی‌ها و حنابندان‌های روستایی میهمان می‌کند و به شب‌نشینی‌های هم ولایتی‌هایش کنار آتش دعوت می‌کند. با آنها سیب زمینی کباب شده و چای آتشی می‌خورد. گاهی هم میهمانانش با او شیر می‌دوشند و کشک درست می‌کنند اما این تمام کاری نیست که خانواده برزگر انجام می‌دهند.

عباس به «شهروند» می‌گوید: من با میهمانانم صادق هستم و هیچ‌وقت نخواستم آنها را فریب بدهم یا چند برابر قیمت واقعی چیزی را به آنها بفروشم. صنایع دستی و تمام سوغات روستایی که در فروشگاهم گذاشته‌ام برای مشتریان ایرانی و خارجی یک قیمت دارد. من از ناآگاهی آنها نسبت به بازار ایران و قیمت‌هایش سوءاستفاده نکرده‌ام. او می‌گوید: برای غذای میهمانانش سنگ‌تمام می‌گذارد. تمام غذاها از باکیفیت‌ترین و مرغوب‌ترین مواد اولیه محلی و روستایی تهیه می‌شوند. ۱۰ دقیقه پیش از غذا از مزرعه برای میهمانانش سبزیجات تازه می‌چیند و صبح‌ها قبل از طلوع آفتاب عسل تازه از کندو خارج می‌کند و سرمیز صبحانه می‌برد. میهمانانش در دفتر یادگاری هتلش نوشته‌اند :«احساس می‌کنند در کنار خانواده خود زندگی می‌کنند.» و این تفاوت اساسی کسب و کار عباس برزگر با دیگرانی است که اعتماد مشتریان خود را خدشه‌دار می‌کنند. {۱}

۱۱. زندگینامه علیرضا بوستانی (مدیرعامل تبرک)

علیرضا بوستانی مدیرعامل کارخانجات تبرک در همایش تجلیل از تولیدکنندگان برتر صنایع غذایی و بهداشتی استان خراسان رضوی به اشتغال ۱۴۳۶ نفر در شرکت تبرک و فعالیت ۱۰ هزار کشاورز ماهر جهت کشت محصول اشاره کرد. علیرضا بوستانی مدیرعامل تبرک و بنیانگذار شرکت تبرک است. این شرکت، در سال ۱۳۷۷ تاسیس شد و کارآفرینی و اشتغال‌زایی برای جوانان را سرلوحه اهداف خود قرار داد.

بوستانی مدیرعامل تبرک، تولید را با جذب روزانه ۲۰۰ تن گوجه‌فرنگی آغاز کرد که در حال حاضر به ۳ هزار تن افزایش یافته است. مدیرعامل کارخانه تبرک مدرن‌ترین تجهیزات و ماشین‌آلات صنایع غذایی را از کشور ایتالیا که قطب ماشین‌سازی صنایع غذایی است، در اختیار تولید قرار داد. پرورش و بهبود مستمر نیروی انسانی از طریق آموزش و افزایش مهارت‌ها با توجه به اهداف و برنامه‌های شرکت تبرک از جمله استراتژی‌های موفق مالک کارخانه تبرک بوده است.

بوستانی به منظور افزایش میزان بهره‌وری منابع انسانی، اجرای سیستم‌های موثر جبران خدمات را با توجه به بازار کار، در دستور برنامه‌های خود قرار داده است. در هلدینگ بزرگ تبرک، سیستم ارزشیابی عملکرد منابع انسانی با هدف رشد و توسعه نیروی انسانی، پرداخت حقوق و مزایا متناسب با عملکرد، برنامه‌ریزی نیروی انسانی و شناسایی استعدادهای نیروی انسانی، پیاده‌سازی شده است.

علیرضا بوستانی صاحب کارخانه تبرک تاکنون توانسته است علاوه بر اشتغال ۱۴۳۶ نفر در مجموعه، زمینه اشتغال ۱۰ هزار خانواده کشاورز را فراهم کند. یکی از سرمایه‌های کشور ما، وجود جوانان مستعد، باهوش و توانمند در حوزه‌های مختلف است. اشتغال‌زایی یکی از برنامه‌های اصلی شرکت تبرک است.
گروه کارخانجات تبرک با عنایت به وجود چنین ظرفیتی در کشور، اشتغال‌زایی جوانان را سرلوحه اهداف خود قرار داده است.
اشتغال‌زایی از نظر صاحب شرکت تبرک صرفا ابزاری برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی نیست بلکه آن را، مسئولیت و وظیفه خود می‌داند و در همین راستا بخشی از مسئولیت اجتماعی خود را در حوزه اشتغال‌زایی در مناطق محروم تعریف کرده است.

شرکت تبرک کاملا خصوصی است. اخیرا در این مجموعه بزرگ، برای نقش دادن به وجوه سرگردان نزد مردم و مبارزه با تورم تصنعی، بخشی از شرکت به سهامی عام تبدیل شده است. سهامداران اصلی شرکت را خانواده بوستانی تشکیل می‌دهند. مدیر عامل تبرک، مهدی بوستانی فرزند علیرضا بوستانی بنیانگذار گروه کارخانجات صنعتی تبرک است.

آشنایی با شرکت تبرک :
بنیان شرکت تبرک، بیش از ۲۰ سال پیش با خرید شرکت «کشت و صنعت شهداب ناب خراسان» پایه‌گذاری شد. در واقع این شرکت هسته مرکزی شکل‌گیری مجموعه تبرک است که علاوه بر رب گوجه‌فرنگی در زمینه تولید کشک، انواع سس و سرکه فعال است. شرکت «کشت و صنعت بهاران گلبهار خراسان» هم به عنوان زیرمجموعه گروه کارخانجات صنعتی تبرک در زمینه تولید انواع کمپوت، رب گوجه فرنگی، انواع مربا، انواع مارمالاد، کنسرو سبزیجات و انواع پوره میوه و سبزیجات فعالیت دارد.
برخورداری از کیفیت مطلوب در محصولات تولیدی شرکت تبرک، جایگاه این برند را در بازارهای جهانی ارتقا داده است. از دیگر امتیازات این هلدینگ بزرگ، تامین تمام مواد اولیه موردنیاز از منابع داخلی و وابسته نبودن به واردات است. قابل توجه است که، صادرات محصولات تبرک ارز آوری مناسبی برای کشور به همراه داشته است. در حال حاضر محصولات هلدینگ تبرک به بازار بسیاری از کشورهای منطقه راه پیدا کرده است. همچنین رعایت استاندارد ملی و انطباق محصولات با استانداردهای جهانی، مسیر صادرات برای عرضه کالاهای تبرک جهت ورود به بازار کشورهایی مانند روسیه را هموار کرده است.

وجود تنوع در سبد محصولات شرکت تبرک :

تبرک به عنوان یکی از موفق‌ترین گروه‌های تولیدی کشور که سهم بالایی از بازار به آن اختصاص یافته است، ذائقه‌ی مشتری و رعایت استانداردهای بهداشتی را همیشه در صدر محور تولید خود قرار داده است.

رب گوجه‌فرنگی، انواع سس مایونز و کچاپ، محصولات آردی (شامل کیک، بیسکوئیت، ویفر و ...)، محصولات سلولزی (شامل انواع دستمال‌های کاغذی، نوار بهداشتی، دستمال توالت و ...)، کمپوت انواع میوه‌ها، فرآورده‌های کنسروی، مربا، روغن خوراکی مخلوط، سویا و سرکه، گروه محصولات تبرک را تشکیل می‌دهند.{۵}

۱۲. زندگینامه ایوب پایداری (پدر صنعت بستنی ایران)

ایوب پایداری ، پدر صنعت بستنی ایران متولد سال ۱۳۳۵ شمسی در در روستای کندرود از توابع بخش صوفیان شهرستان شبستر در استان آذربایجان‌شرقی می باشد.

وی در مصاحبه ای درباره دوران کودکی خود می گوید: " خانواده ام همچون دیگر اهالی روستا به کار باغداری و دامپروری مشغول بودند. کودکی من در دامنه کوهستان میشو و در یک خانه روستایی گذشت! من از همان موقع یاد گرفتم که مجبورم متکی به خودم و توانایی هایم باشم و اجازه ندهم شرایط سخت زندگی برای همیشه سرنوشت زندگی من را رقم بزند".

ایوب پایداری در سن پانزده سالگی ترک تحصیل کرد و به شهر تهران مهاجرت نمود! وی در تهران، به عنوان یک کارگر ساده در مغازه شیرینی فروشی یکی از هم روستایی های خود مشغول به کار شد. وی در این باره می گوید: " وقتی وارد تهران شدم، در کنار هم روستایی های خود مشغول به کار شدم. حجم سنگین کاری که انجام می دادم و لذتی که از کسب درآمد می بردم، باعث شد تا اسیر غم غربت نشوم! چرا که این درآمد حاصل دسترنجم بود و برایم بسیار خوشایند.

من همیشه دوست داشتم به سمت بهتر شدن حرکت کنم! به همین دلیل به مرور زمان در چند کارگاه شیرینی پزی و بستنی سازی کار خود را ادامه دادم... هرچند دستمزد من بیشتر شده بود، ولی این چیزی نبود که به دنبال آن بودم" ...

جالب است بدانید ایوب پایداری فعالیت خود را از دوره ی نوجوانی با فروش بستنی به وسیله چرخ دستی آغاز کرد! امروزه و بعد از گذشت سال ها تلاش و کوشش، ایوب پایداری مجتمع صنایع غذایی میهن را از کارگاهی کوچک به بزرگ ترین تولیدکننده بستنی و لبنیات در ایران تبدیل کرده است!

او درباره علاقه خود به بستنی می گوید: " علاقه من به بستنی از کودکی شکل گرفت! در یکی دو سفری که همراه با خانواده به شهر رفته بودیم، بستنی را امتحان کردم. در آن زمان بستنی ها بیشتر یخی بودند و کیفیت بالایی نداشتند؛ اما همچنان برای یک کودک جذاب بودند.

تصمیم گرفتم از یکی از کارگاه های تولید بستنی یک یخچال دستی سیار اجاره کنم! و به شکل گردشی در خیابان ها و معابر شهر، بستنی بفروشم" .

ایوب پایداری و ماجرای آغاز تولید بستنی :
ایوب پایداری در سال ۱۳۵۴ شمسی با اجاره مغازه ای در منطقه اسلام شهر تصمیم گرفت کار تولید بستنی های چوبی را در سطح محدود و به شکل کارگاهی آغاز کند! در آن زمان، کارها به صورت دستی انجام می شد و روش تولید بستنی در آن روزها بسیار سخت و پرزحمت بود.

وی در این باره می گوید: " شربت بستنی را بایستی در قالب هایی به شکل دستی پر می کردیم و سپس با قرار دادن در محلول سرمازا و چوب گذاری، آن ها را منجمد می کردیم و دوباره با دست، بستنی های منجمد را از قالب جدا می کردیم و به شکل دستی بسته بندی می کردیم. احساس می کردم بستنی هایی که در بازار هستند، کیفیت و تنوع لازم را ندارند! احساس می کردم می توان محصولات باکیفیتی را به بازار ارائه کرد" .

ایوب پایداری پس از مدتی مغازه تولید بستنی یا همان کارگاه کوچک خود را به کارگاه نیمه صنعتی بزرگ تری در حوالی همان محل تبدیل کرد! او همچنین با یک دستگاه خاور یخچال دار به شهرستان های دور و نزدیک نیز بستنی می فرستاد! بستنی های ساده ی چوبی و لیوانی در دو نوع شیری و میوه ای و با طعم های آشنای وانیلی و شکلاتی.

وی در ادامه توانست اولین کارخانه تولید صنعتی بستنی را در منطقه اسلام شهر راه اندازی کند. ایوب پایداری پس از گذشت چند سال و در سفر به اروپا و بازدید از یکی از شرکت های تولیدکننده ماشین آلات بستنی، از آن ها

خواست تا بستنی های جدید و متفاوتی را که به روش اکسترودری و تونل انجماد تولید می شوند؛ به وی نشان دهند. و این آغاز نوآوری های جدید برند میهن بود.

ایوب پایداری در سال ۱۳۷۵ شمسی و پس از موفقیت هایی که در زمینه تولید بستنی به دست آورد، تصمیم گرفت وارد عرصه تولید محصولات لبنی نیز شود! وی در این باره در مصاحبه ای می گوید: " ما برای تهیه ی بستنی از شیر تازه استفاده می کردیم؛ در ایام زمستان نمی توانستیم این شیر را جابه جا کنیم. ما مجبور بودیم زمستان هم از آنها شیر بخریم.

در فاصله سال های ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶ شمسی تولید شیر استریل را آغاز کردیم. این موضوع به ما کمک شایانی کرد! به واسطه تولید شیر استریل و بستنی توانستیم سهم بالایی را در بازار به خود اختصاص دهیم. پس از مدتی احساس کردم که در تولید بستنی و شیر استریل به حالت اشباع رسیده ایم؛ از این رو شهر لبنیات میهن را با وسعت ۳۷ هکتار تاسیس کردیم تا بتوانیم با محصولات جدید وارد بازار شویم و برندمان را حفظ کنیم".

ایوب پایداری با ایجاد اشتغال برای بیش از ۲۰ هزار نفر و فراهم ساختن رشد و توسعه صنایع غذایی میهن با تولید بیش از ۶۰ نوع محصول توانسته است، محصولات میهن را به عنوان نمادی از تولید ایرانی به بازارهای دنیا صادر کند! تولیدات این شرکت شامل پنیر، کره، شیر، خامه، ماست، دوغ، انواع بستنی و آبمیوه می باشد. همچنین این شرکت به کشورهایی همچون عراق، کویت، امارات متحده عربی، جمهوری آذربایجان، مالزی، روسیه، قطر، عمان، پاکستان و افغانستان نیز بالغ بر ۵۰ میلیون دلار صادرات دارد.

بد نیست بدانید میهن، مجتمع کشت و صنعت سبز غزال میهن را متشکل از دامداری ۴۰ هزار راس گاو شیری در زیربنایی به وسعت ۴۰ هکتار جهت تولید شیر مورد نیاز شرکت لبنیاتی میهن و همچنین مزرعه ای به وسعت ۲۵۰ هکتار در مجاورت دامداری، جهت کشت گیاهان خوراک دامی دام های شیری خود در استان مرکزی ایجاد کرده است.

در سال ۱۳۹۶ شمسی و در دومین مراسم اهدای نشان امین الضرب که با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت و وزیر امور خارجه و همچنین فعالان بخش خصوصی برگزار شد؛ از بنیانگذار و مدیرعامل گروه صنعتی میهن یعنی ایوب پایداری به عنوان کارآفرین نمونه تقدیر شد و لوح، نشان و تندیس امین الضرب به وی اعطا شد!

ایوب پایداری می گوید: " من میهن را درخت تناوری می بینم که روز به روز رشد می کند و بار و برکت بیشتری می دهد؛ و هر روز بر تعداد کسانی که از سایه و میوه این درخت بهره مند می شوند، افزوده خواهد شد.

نگاه من همیشه به آینده بوده است؛ در گذشته سختی های زیادی بوده است که تمام شده است و دیگر نبایستی به آن پرداخت. اما اگر به گذشته برگردم، همین مسیر را با اشتباهات و خطاهای کمتری طی می کنم. "{۴}

۱۳.مصاحبه نبی اله تقی زاده خطیر(مدیر عامل خطیر ماشین)

کم‌ترین فایده‌ی معرفی یک «کارآفرین نمونه» آن است که بسیار از جویندگان کار در می‌یابند که می‌توانند «خوداشتغال» و «دیگر اشتغال» باشند به شرط آن که با عزمی آهنین دنبال کار باشند؛ نه آن که کار به دنبال آنان باشد.
یک کار آفرین موفق می‌گوید: افرادی از من خلّاق‌تر و خوش فکر تر بودند ولی به دلیل این که حوصله نداشتند، وقتی به بن‌بست برخوردند همه کارها را رها کردند. امّا من با پشتکار ادامه دادم تا بالاخره موفق شدم.

+ آقای تقی‌زاده خطیرزاد هم که قرار است در این شماره پای صحبتش بنشینیم می‌گوید:
- می‌خواهم برای جوان‌ترها الگو باشم و ثابت کنم که با کار، تلاش و خستگی ناپذیری می‌توانیم به هر جایی که می‌خواهیم، برسیم.

آقای خطیر صاحب شرکت موفق و صاحب‌نام «خطیر ماشین» است که برای رسیدن به «قلّه‌های رفیع موفقیت»، راههای سخت و ناهمواری را پشت سر گذاشته و هیچگاه در برابر مشکلات و نارسایی‌ها مأیوس و ناامید نشده است.

شرکتش، «پلوس خلاص کن» خودروهای دو دیفرانسیل می‌سازد و علاوه بر تأمین قطعات مورد درخواست سازمان صنایع دفاع (صنایع خودرو سازان فتح)، با شرکت پارس خودرو و بعضی از کشورهای حاشیه خلیج فارس (دبی و...) هم ارتباط و مراوده دارد.

+ می‌خواهیم بدانیم که تقی‌زاده خطیر چه مشکلاتی را پشت‌سر گذاشته و چطور خودش را کشف کرده‌است؟ او می‌گوید :

- درس خواندن و سواد آموزی را بسیار دیرتر از هم سن و سالانم شروع کردم. بعد از بازگشت از سربازی (۱۳۵۴) تا پنجم دبستان را به صورت متفرقه خواندم. دوره راهنمایی و هنرستان را در کنار سایر مشغله‌هایم با زحمت فراوان پشت‌سر گذاشتم. الآن هم دانشجو هستم.

+ آقای خطیر، تاریخچه‌ی کاریابی‌اش را اینگونه توضیح می‌دهد :

- در شهریور سال ۵۵ (موقعی که ۲۳ ساله و دانش‌آموز دوم راهنمایی متفرقه بودم) روزی از مقابل شرکتی به نام آلمیدور ALMIDOR در دریاکنار عبور می‌کردم، کنجکاور شدم و پس از پرس و جو فهمیدم که این شرکت با حدود ۷۰ نفر کارگر و استادکار، با مدیریت آقای مهندس مقدسی اداره می‌شود. از مدیر آنجا تقاضا کردم، گفت: «حقوق اینجا کم است. روزی ۲۰ تومان (ماهی ۶۰۰ تومان)» گفتم: «برای من حقوق مهم نیست. می‌خواهم کار یاد بگیرم و طراحی کنم» مهندس موافقت کرد و من مشغول شدم امّا احساس کردم کاری که به من محول شده (لاستیک کشیدن لای درز پنجره‌ها) در شأن من نیست.

نزد سرپرست کارگاه رفتم و گفتم: «نمی‌توانم این کار را انجام بدهم. » او هم با خونسردی گفت: «نمی‌خواهی کار کنی، از اینجا برو!» رفتم پیش آقای مهندس مقدسی (مدیر شرکت). او آدم فهمیده و زیرکی بود. بعد از شنیدن حرفهایم گفت: «تو باید کار را از پایین یاد بگیری. گفتم: «ولی من می‌خواهم از بالا یاد بگیرم. » او اصل مطلب را گرفت. گفت: بُرش بَلَدی؟ گفتم: «بله!» بعد دستور داد از همان روز اوّل برش کنم. ماهها مشعول اینکار بودم. و راندمان کارم بالا بود. مدّتی بعد بر اثر حسادتِ سرپرستِ کارگاه، با تعدادی از کارگرها دعوایمان شد. آقای مهندس مقدسی پس از احضار ما، موضوع رابه دقت بررسی کرد. حق را به من داد و چون از کارم راضی بود، مخفیانه ۱۰۰ تومان بیشتر از دیگران به من حقوق می‌داد. به مرور زمان توانستم اعتماد بیشتر ایشان را جلب کنم و بالاخره به عنوان سرپرست کارگاه انتخاب شوم.

من مثل سرپرست قبلی نبودم که به کارگران تنبل که اضافه‌کاری نمی‌کردند، دستمزد بدهم. با آنان طی کردم به اندازه‌ی هر پنجره‌ای که می‌سازند، اضافه‌کاری می‌گیرند. یعنی معیار اضافه‌کاری من، پنجره بود. این روش، تحرک زیادی در میان کارگرها ایجاد کرد و بازدهی شرکت را به شکل قابل توجهی بالا بُرد.

یاد آن روزها بخیر! خدا می‌داند چقدر انرژی و انگیزه داشتم. برای این که بتوانم سر ساعت ۷/۵ صبح خودم را از انارستان بابل به دریاکنار برسانم، ساعت ۳/۵ صبح از خواب بیدار می‌شدم ۴ صبح از منزل حرکت می‌کردم. اوّل به هلیدشت می‌آمدم. بعد خودم را به بابل، سپس بابلسر و بالاخره به دریاکنار می‌رساندم. هر روزه تقریباً ۳ ساعت و نیم توی راه بودم. همان سال در مدرسه آیت اله نوری (شبانه) درس می‌خواندم. مدیرمان هم مرحوم شعبان‌پور بود.

جمعاً ۱۰ ماه در شرکت آلمیدور دریاکنار بودم. کم‌کم احساس کردم باید شغلم را ارتقاء بدهم. آشنایی‌ام با یکی از بازاریان بابلی و ابراز تمایل او به شراکت با من، باعث شد تا از آن شرکت خداحافظی کنم. هیچ وقت یادم نمی‌رود . آقای مهندس مقدسی (که من همیشه به نیکی از ایشان یاد می‌کنم) آن‌روز سخنرانی جانانه‌ای کرد. او در جمع کارگران شرکت گفت: من امروز دارم یکی از بهترین افرادم را از دست می‌دهم. خطیر از همه دیرتر آمد. امّا با دستی پُر و با تجربه ای بیشتر از اینجا می‌رود.
شریک شدن با آقای غلامحسین زاده و آقای لنکوری جداگانه و به صورت شراکتی کار می‌کردم که البته داستان مفصلی دارد و جداگانه باید تعریف کنم.

در یک نقطه مهمّی از زندگی‌ام به این نتیجه رسیدم که کار جمعی برکات زیادی دارد. خیرش به افراد بیشتری می‌رسد. آدم‌های زیادی نان می‌خورند و به قول امروزی‌ها «اشتغال‌زایی» می‌شود. این بود که در کارم تحوّلی ایجاد کردم. با دوستان نشستیم و پس از همفکری، کلّ آلومینیوم کاران استان را دعوت کردیم و « تعاونی آلومینیوم کاران استان» را تشکیل دادیم.

به این ترتیب با جمع‌آوری سرمایه‌های اعضای تعاونی، از تهران جنس وارد می‌کردیم و به نسبت بین آنها و مشتری‌ها توزیع می‌کردیم. ما آن موقع حتی جای مناسبی نداشتیم. مجبور بودیم جنس‌ها را در همین فلکه کارگر(شاهی سابق) تخلیه کنیم. بعداً آمدیم تعاونی آلومینیم‌کاران شهرستان را تشکیل دادیم. مدّتی هم فروشنده یراق‌آلات آلومینیم بودیم.

+ آقای خطیر، ماجرای ساخت دستگاه ارّه‌تیز کن چیست؟

- آن موقع‌ها، دستگاه ارّه‌تیز کن فقط در اختیار یک نفر (آقای غلامحسین‌زاده) بود. سال ۵۷ (قبل از پیروزی انقلاب) رفتم تهران و از صاحب آن قیمتش را پرسیدم. گفت: «۲۵ هزار تومان»، هر چه تلاش کردم ۲ هزار تومان تخفیف

بدهد؛ نشد. انقلاب که پیروز شد و آبها از آسیاب افتاد، دوباره رفتم تهران و همان دستگاه را قیمت کردم. دیدم می‌گوید «۲۰۰ هزار تومان». تازه، دستگاهش چند ایراد جدّی هم داشت. آن روز به بهانه‌ی ایرادگیری، دستگاه را به دقت بررسی کردم و نقشه‌اش را توی ذهنم کشیدم. آمدم بابل و به همکارانم گفتم: «باید این دستگاه را خودمان بسازیم، حتی بهتر از اصل آن!» فوراً دست به کار شدم و دستگاه ارّه‌تیز کن جدیدی ساختم. حدود ۵۰-۴۰ هزار تومان خرج برداشت. یعنی تقریباً ۱۵۰هزار تومان (به پول آن زمان) صرفه جویی شد.

وقتی تسمه خریدم و دستگاه را روشن کردم، آقای لنگوری شوکه شده‌بود، باورش نمی‌شد که من بتوانم آن را بسازم. آقای مهندس میرلطیفی (قائم‌مقام وزیر صنایع) هم در جریان کارم قرار گرفت و برای تولید انبوه به مدّت ۴ سال با من قرارداد بست. بازارمان داغ شد و سود زیادی بردیم.

+ در مورد درست کردن قطعه «پلوس خلاصه کن» توضیح بدهید؟

- این هم ماجرای مفصلی دارد، حوصله‌ی تان سر نمی‌رود؟

+ نه! اتفاقاً این‌گونه ابتکارات و خلاقیت ها برای خوانندگان جالب و شنیدنی است.

- اصل ماجرا بر می‌گردد به سال ۶۴۰ برادرم راننده لنکروز لشکر ۷۷ خراسان بود. بایک تویوتا تصادف کرد. برایم زنگ زد و از من خواست تا یک «پلوس خلاص کن» برایش تهیه کنم. تمام جاها را گشتم، امّا پیدا نکردم. ناگهان جرقه‌ای به مغزم زده شد. با خودم گفتم: «هر طور شده باید آن را بسازم. » دست به کار شدم. یک قالب ریخته‌گری (دای‌کاست) دستی درست کردم و با تلاش و پیگیری زیاد، یک قطعه «پلوس خلاص کن» ساختم.

همزمان (در سال ۶۶) نیسان پاترول وارد کشور شد و در همین گیر و دار، من این ابتکارم را به عنوان یک پروژه به «سازمان پژوهش‌های علمی صنعتی ایران» ارایه کردم. آن موقع مسئول سازمان آقای دکتر سوادکوهی بود. ایشان وقتی پسوند خطیر را در فامیلی من دید خوشش آمد و خودش زنگ زد و گفت: «تو طرحی ارایه کرده‌ای که طرح خوبی است ولی پرونده‌ی آن فقیر است یعنی علمی نیست. حاضرم به تو کمک کنم. » بعد مرا به هیأت علمی سازمان معرفی کرد. من در آنجا از طرحم دفاع کردم. آنها طرح را پذیرفتند و مرا به وزیر وقت صنایع (آقای دکتر حسینیان‌نژاد) معرفی کردند. بعد از آن به شرکت پارس خودرو معرفی شدم. وقتی پروژه‌ام را ارایه کردم. اعضای گروه

مهندسی آنجا باورشان نمی‌شد که این قطعه را یک ایرانی ساخته باشد. قطعه پلوس خلاص‌کن را تست عملکرد و بررسی مکانیسم کردند. مدیرعامل وقت پارس‌خودرو (آقای مهندس شنکایی) آن را تأییدکرد. آقای مهندس فریزی (رییس هیات مدیره) هم با من برخورد بسیار خوب، پدرانه و مثبتی داشت بعد دستور داد آن را در خط تولید قرار دهند. من هم در یک کارخانه‌ی کوچک در بابل، روزی ۱۱۰ «قطعه پلوس خلاصه کن» تولید می‌کردم. جالب است تهرانی‌ها فکر می‌کردند شرکتی که این قطعه را تولید می‌کند خیلی بزرگ است!

مدّتی گذشت. پارس خودرو از تمام پیمانکاران وتولید کننده‌ی پلوس خلاصه کن (خارجی و ایرانی) دعوت کرد تا قطعات نمونه کارخانه‌شان را جهت بررسی به آنها عرضه کنند. شرکت نیسان موتور ژاپن، شرکت AVM برزیل و یک شرکت تایوانی در این رقابت حضور داشتند. مدیرعامل شرکت هندی «ماهین‌دورا» تولید کننده‌ی جیپ به نمایندگی از کشور ژاپن هم شرکت کرده بود. تست جادّه ای با مسافت ۱۰۰۰۰کیلومتر در فاصله ۲۷ روز بود. در همان دو روز اوّل شرکت تایوانی رد شد. ۷ روز بعد شرکت برزیلی از گردونه‌ی رقابت بیرون رفت و ۱۶ روز بعد نیسان موتور ژاپن هم حذف شد و شرکت ما (خطیر ماشین) بعد از ۲۷ روز به فینال رسید. بعد از تست های متوگرافی چرخ‌دنده‌ها، بررسی مکانیزم‌ها انجام شد و خوشبختانه ما رو سفید و برنده شدیم.

وقتی خط جیپ را به بنده دادند، مدیرعامل هندی «ماهین دورا» به من علاقمند شد و گفت: من روزی ۲۵۰ دستگاه جیپ تولید می‌کنم و بزرگترین شرکت جیپ در دنیا هستم. بیا با من شریک شو و قرارداد ببند. آنقدر به تو کمک می‌کنم تا بتوانی چند شرکت بزرگ در بابل و شهرهای دیگر بزنی .

+ قرارداد بستید؟

- نه! در آستانه‌ی قرارداد بستن بودیم که متأسفانه مشکلات شخصی و خانوادگی‌ام، مانع این کار شد. البتّه مشکل من بعداً رفع شد امّا دیگر دیر شده بود.

+ شاید بعضی از خوانندگان ما بخواهند بدانند که اصلاً پلوس خلاصکن چیست؟

- پلوس خلاص کن، مجموعه کلاجی است که بر روی توپی چرخ جلو نصب شده و قرار دادن آن در وضعیت FREE (فنری) موجب آزاد شدن چرخ‌های نیرو از سیستم انتقال نیرو می‌شود. لذا حرکت خودرو و هیچ گشتاوری را از طریق چرخهای جلو به سیستم انتقال نیرو جلو، اعمال نمی‌کند.

در کشورهای مثل آمریکا، نصب پلوس‌خلاص‌کن به حدّی جدّی است که شرکت‌های بزرگ تولید کننده تجهیزات ۴×۴ مانند Mile Marker, Superwinch, WARN کمیت‌های تبدیلی موسوم به Convesion Kit عرصه می‌شود.

این‌کار (نصب پلوس‌خلاصه‌کن در مدار انتقال نیروی چرخهای جلو) در خوردوهایی مثل نیسان پیکاب و رونیز فواید زیادی دارد از قبیل: نرمی فرمان، کاهش لرزش و سر و صدا، افزایش شتاب و توان، کاهش مصرف سوخت، کاهش خسارات وارده به خودرو ناشی از استفاده غلط از حالت WD۴، افزایش زیبایی خودرو،...

+ همراهی خانم و بچّه‌ها با شما چطوراست؟

- همسرم، در همه‌ی مراحل با من همراه بودند و هستند. پسرانم مخصوصاً حمیدرضا (مهندس کامپیوتر) و علیرضا(مهندس مکانیک) دست و بازوی من هستند. احمدرضا و فرزاد هم مشغول تحصیل در رشته‌ی اقتصاد و کامپیوترند که انشاءالله وقتی درس‌شان تمام و تکمیل شد، به کمک ما می‌آیند. فاطمه هم دانش‌آموز دبیرستان است.

+ خودتان هم دانشجو هستید؟

- بله! مدیریت بازرگانی (ترم سوّم دانشگاه آزاد) می‌خوانم. معدّلم خوب ست (بالاتر از ۱۶).
من از کارکردن و درس خواندن اصلاً سیر نمی‌شوم. اراده کرده‌ام در هر دو زمینه فعّال و برای جوان‌ترها الگو باشم.

+ خطیرماشین سوابق درخشانی دارد، لطفاً خلاصه‌ای از آن را برای خوانندگان بفرمایید.

- این شرکت دارای گواهینامه‌های متبر بین‌المللی و کشوری از شرکتهای بزرگی مثل پارس خودرو، سازمان صنایع دفاع، مدیریت کیفیت مبتنی بر استاندارد Iso 9002 از BQR آمریکا و Iso 9002 از IFC انگلستان و... است.

پر انگیزه بودن و شادابی آقای تقی‌زاده خطیر، شوق ما را برای بازدید از تأسیسات شرکت خطیر ماشین زیاد کرد. به اتفاق آقای صادقی سردبیر مجلّه به آنجا رفتیم و از نزدیک با امکانات و تولیدات آن آشنا شدیم. آقای خطیر به تازگی دستگاه تراشی از کشور آلمان وارد کرده به نام CTX310 (2005-4-6) که در نوع خود در جهان بی‌نظیر است.

در هر گوشه از این کارخانه، کار و کارآفرینی موج می‌زند. کارگران مشغول کارند. پسران جوان مدیرعامل با تسلّط کامل و و بسیار مؤدبانه از جزییات دستگاهها و تأسیسات برایمان توضیح می‌دهند. صحنه‌ی جالبی است. می‌توان قدرت شگفت‌انگیز اراده را در نگاه و دستان آقای خطیر دید. نمی‌توان باور کرد این‌کارآفرین موفق که در آستانه‌ی ۵۳سالگی وبزودی از دانشگاه (در رشته‌ی مدیریت بازرگانی) فارغ‌التحصیل می‌شود، تا ۲۲ سالگی اصلاسواد نداشته ولی الآن با عزّت نفس وافتخار پای میز مذاکره با شرکتهای بین‌المللی می‌نشیند و قراردادهای میلیونی امضا می‌کند.{۱}

۱۴. زندگینامه تقی توکلی (بنیانگذار کبریت توکلی)

تقی توکلی کار آفرین و بنیانگذار صنعت نوین آذربایجان صبح امروز (سه‌شنبه) در ۸۶ سالگی و به دلیل کهولت سن در منزل خود در تبریز چشم از جهان فروبست.

مهندس محمد تقی توکلی که متولد ۱۳۱۰ بود از بانیان اصلی صنعت ماشین‌سازی تبریز و کوچکترین فرزند پسر "حاج علی عسگر توکلی"، مالک و بنیانگذار کارخانه "کبریت توکلی" تبریز بود.

زندگینامه تقی توکلی :

تقی توکلی، سال ۱۳۱۰ هجری‌شمسی در تبریز قدم به عرصه حیات گذاشت. در ۶ سالگی توسط پدر تاجر پیشه‌اش به مدارس قدیمی راه یافت و سپس به تهران رفت و در دبیرستان البرز به تحصیل پرداخت. بعد از اخذ دیپلم، جهت تکمیل معلومات راهی آمریکا شد و پس از ۵ سال تحصیل در رشته مهندسی مکانیک، از دانشگاه نبراسکای آمریکا فارغ‌التحصیل و به وطن مراجعه کرد.

بیشتر مردم آذربایجان عمده کار او را احداث کارخانه ماشین‌سازی تبریز می‌دانند که در سال ۱۳۴۵ هجری شمسی در منطقه غرب تبریز احداث شد، اما اکثریت کارخانه‌های همجوار مانند پمپ ایران، موتوژن، ایدم، کمپرسورسازی، و شرکت گسترش صنایع ریلی، نیز بخشی از خدمات این مرد صنعت به‌شمار می‌رود.

حاج علی عسگر توکلی بنیانگذار کبریت توکلی یا همان حاجی آقا کبریت ساز توکلی ساکن ایروان و تاجر قند و شکر و کبریت بود که به تبریز نقل مکان کرد و در سال ۱۲۹۷ کارخانه کبریت‌سازی توکلی را ایجاد کرد. حاجی آقا کبریت ساز دارای ۲ دختر و ۵ پسر بود که فرزندانش نیز در این راه او را یاری می‌کردند. این کارخانه هم‌اکنون با قدمت یکصد سال، قدیمی‌ترین کارخانه فعال در کشور محسوب می‌شود.

توکلی به همراه پدرش خدمات ارزنده‌ای در صنعت کشور انجام داده است که از میان آن‌ها می‌توان به احداث کارخانه کبریت توکلی، راه‌اندازی اولین کارخانه برق خصوصی، احداث کارخانه نئوپان، احداث کارخانه فورمیکا سازی و احداث کارخانه نئوپان روکش‌دار اشاره کرد که دستگاه‌های این کارخانه‌ها، از کشورهای آلمان‌شرقی، غربی و یوگسلاوی خریداری و مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

وی در سال ۱۳۸۵ هجری‌شمسی از طرف فرهنگستان علوم جمهوری‌اسلامی ایران، به‌عنوان مهندس برجسته کشور انتخاب و مورد تجلیل قرار گرفت.

خانواده توکلی هم اکنون علاوه براین که بزرگ ترین تولیدکننده کبریت کشور و یکی از مهم ترین تولیدکنندگان کبریت در جهان هستند، یکی از بزرگ ترین کلکسیون های کبریت جهان را نیز دارند.

فرزند محمد تقی توکلی و نوه حاج تقی کبریت ساز توکلی از اعضا افتخاری انجمن کلکسیون داران کبریت کشور است و در مجموعه خانواده توکلی بیش از ۲۰ هزار قوطی کبریت وجود دارد.

خانواده توکلی در یک نگاه :

حاج تقی توکلی پس از مهاجرت به تبریز باتوجه به اینکه در قفقاز با تولید کبریت آشنایی پیدا کرده بود، در سال ۱۲۹۷ یعنی حدود یک قرن پیش اولین کارگاه و کارخانه تولید کبریت را راه-اندازی کرد و از آن پس به حاج تقی کبریت ساز توکلی شهره شد.

حاج تقی کبریت ساز توکلی برای خرید ماشین آلات به چند کشور از جمله آلمان سفر کرد و در نهایت ماشین آلات به روزی را از این کشور وارد و در سال ۱۳۲۵ کارخانه جدید کبریت سازی توکلی را راه اندازی کرد.

با مرگ حاج تقی توکلی در سال ۱۳۳۷ پسرش محمد تقی که تحصیل کرده آمریکا بود سکان هدایت کارخانه کبریت سازی را در دست گرفت و آن را توسعه داد.

محمد تقی توکلی در سال ۱۳۴۲ به این فکر افتاد که با دورریز چوب های کارخانه کبریت سازی، کاری انجام دهد. همین موضوع به راه اندازی نخستین کارخانه نئوپان سازی و کابینت سازی منجر شد.

درسال ۱۳۴۷ محمد تقی توکلی به فکر راه اندازی کارخانه ماشین سازی در تبریز افتاد و این مهم را به مسئولان سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران پیشنهاد داد و در نهایت با تلاش او این کارخانه با همکاری چکسلواکی راه اندازی شد.

محمد تقی توکلی سه سال پیش در گفت و گویی اعلام کرد کارخانه کبریت سازی توکلی با تولید سالانه ۱۰میلیارد جعبه کبریت، بزرگترین تولیدکننده کبریت در جهان است.{۵}

۱۵. زندگینامه جلیل تواضع (بنیانگذار خشکبار و آجیل تواضع)

جلیل تواضع در سال ۱۳۱۵ در شهر تبریز متولد شد و تحصیلات ابتدایی خود را نیز در همان شهر و تا کلاس چهارم ابتدایی گذراند. از او به عنوان بنیانگذار خشکبار و آجیل تواضع یاد می‌کنند. حاج جلیل تواضع یک سال پیش یعنی در سال ۹۸ درگذشت. اما اسم تواضع، در حال حاضر یکی از برند های معروف خشکبار در جهان به شمار می رود.

نام فارسی: جلیل تواضع- تاریخ تولد: 1315- تاریخ وفات: 1398- محل زندگی: تبریز- تخصص: کارآفرین و تاجر- زمینه کاری: کارآفرین و سرمایه دار در حوزه آجیل و خشکبار_ سن اوج شکوفایی: 38

در این مقاله قرار است با زندگینامه جلیل تواضع آشنا شده و زندگی حرفه ای این کارآفرین بزرگ را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار دهیم. همانطور که اشاره شد، او بعد از گذراندن کلاس چهارم ابتدایی از ادامه تحصیل

منصرف شد، به این دلیل که پدرش از او خواسته بود زودتر به بازار کار وارد شود. پدرش برای اولین بار یک مغازه را در بیشتر از صد سال پیش استارت زد و اسم تواضع را برای آن انتخاب کرد.

جلیل تواضع در سن ۲۷ سالگی ازدواج کرد و بعد از چندین سال و به دنبال فوت پدرش، تصمیم گرفت که کسب و کار مستقل خود را در این زمینه شروع کند. اینکه تواضع یکی از برندهای معروف خشکبار است، اتفاقی نبوده و پشت این موفقیت، تلاش و پشتکار بوده است. یکی دیگر از نکات جالب در زندگی حرفه ای آقای تواضع، این بوده است که ایشان برای اولین بار شعار (جنس فروخته شده، پس گرفته می شود) را در کسب و کار خود استفاده کرد. او بعد از احداث مغازه خود در تبریز، به دلایلی مجبور شد که به تهران برود و سپس چندین مغازه بزرگ را در پایتخت ایران نیز به وجود آورد. بعد از چندی و به علت افزایش حجم کار، او تصمیم گرفت که یک کارخانه را در کرج احداث کرده و بدین وسیله بتواند جوابگوی نیازهای مشتریان خود باشد.

یکی از دلایل موفقیت او در حرفه خود، شاگردی کردن از سنین کم نزد حاج آقا تواضع (پدرش) بوده است. تواضع به این دلیل بهترین خشکبار ایران است که فردی مانند جلیل تواضع آن را تأسیس و اداره می کرد. او نحوه برخورد با مشتری را از پدرش به خوبی یاد گرفت و آن را با توجه و علاقه زیاد با کار ترکیب کرد و بدین صورت توانست برند تواضع را تا این حد معروف و جهانی کند.

برای مشهور شدن هر برندی دلایل زیادی دارد و یکی از مهم ترین آن ها کیفیت خوب محصولات ایشان بوده است. برند تواضع نیز از این قاعده مستثنا نبوده و کیفیت خود را آنچنان بالا برد که آوازه آن به کشورهای خارج از ایران نیز رسید. بعد از تأسیس مغازه های بزرگ در تبریز و تهران و همچنین احداث کارخانه در کرج، این بار نوبت به صادرات رسیده بود. محصولات این برند بزرگ، به کشورهای خارجی از جمله آمریکا، اسپانیا و آلمان صادر شد و با استقبال خوبی نیز همراه بود. عربستان اولین کشوری بود که از طعم خوب و مرغوبیت آجیل تواضع استقبال کرد و محصولات این برند را به کشور خود وارد نمود.

جلیل تواضع در طول زندگی اش از راز موفقیت خود نیز سخن گفته و به مواردی مانند کار مداوم، پشتکار و اندیشه درست و البته صبر اشاره کرده است. یکی از ویژگی های مهم یک برند خوب کیفیت بالای محصولات است که این مورد آجیل خشکبار را نزد رقبای خود، پر رنگ تر کرده است. امروزه توریست های خارجی که به ایران می آیند حتما از مغازه های آجیل و خشکبار تواضع خرید می کنند و این خود نشانه معروفیت این برند است.

جلیل تواضع پیشکسوت صنعت آجیل و خشکبار، الگوی بسیار خوبی برای جوانان است که قصد دارند علاوه بر درآمد زایی، ارزشی را برای کشور خود ایجاد کنند. یک برند خوب باید با عشق و پشتکار ایجاد و اداره شود و برند تواضع تمامی این خصلت ها را از مؤسس خود یعنی جلیل تواضع به ارث برده است. {۲}

۱۶. زندگینامه حسین ثابت (هتل دار مشهدی)

حسین ثابت شخصی است که در جهان هتلداری چهره ای موفق است و از معدود ایرانیانی است که توانسته خود را در میان هتلداران جهان مطرح کند. وی دارای بیش از ۵۰۰۰ تخت در جزایر قناری اسپانیا و چندین هتل و پارک مدرن در ایران است.

مهندس حسین ثابت متولد مشهد است و در مشهد نیز درس خوانده است. نهج البلاغه را خوب می شناسد. از قرآن نمونه می دهد و به شش زبان زنده دنیا حرف می زند. او یک ایرانی مسلمان است که به ذره ذره این خاک اهورایی عشق می ورزد. مهندس حسین ثابت اتاقی جمع و جور دارد و مثل تمامی هتل بزرگ داریوش روح ایرانی به وسیله، نقش برجسته ها و تصاویر هخامنشی موج می زند.

حسین ثابت ابتدا اقدام به ساخت هتل بزرگ داریوش نمود (این هتل مجلل ترین هتل کشور است). وی پس از آن اقدام به ساخت پارک دلفین ها و پارک شیرها و چندین پروژه تفریحی دیگر در کیش نمود. پس از مدت یکسال از فعالیت پروژه هایش تصمیم گرفت تنها هتل دار کیش شود و اقدام به خرید ۶ هتل آماده دیگر کرد. البته برخی هتل داران زیر بار این کار نرفته و وی نتوانست به این آرزوی خود برسد. حسین ثابت این میلیاردر مشهدی موفق شد چند هتل نیز در جزایر قناری اسپانیا تاسیس کند و هم اکنون نیز بزرگترین شرکت هتل داری اسپانیا را صاحب است و خود وی نیز در یکی از دو جزیره اختصاصی خود در اسپانیا زندگی می کند.

حسین ثابت و هتل داریوش :

شاید بتوان هتل داریوش را با این همه مجسمه، نقش برجسته و تصاویر بزرگ و کوچک، تخت جمشید کوچک و مدرنی دانست در دل آبهای خلیج فارس. در این هتل دو مورد مد نظر بوده یکی مساله اقتصاد و دیگری مطرح کردن فرهنگ و هنر ایرانی. مهندس حسین ثابت این میلیاردر مشهدی می گوید که ساختن هتل دو وجه دارد. یکی سرمایه گزاری و بازدهی آن و دیگری هویت بخشی به یک فرهنگ است.