



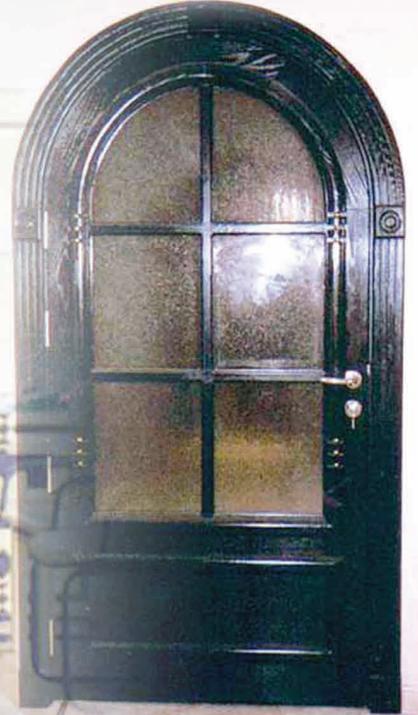
منجرة عبدالرحمن للأعمال الخشبية

الحاجة أم الاختراع



صلاح آل ناس

قيمة الأفكار والمشاريع إذا كانت تلبي حاجة للوطن والمواطن، ولا يتم ذلك إلا إذا انطلق صاحب الفكرة من دراسة للوضع المحلي، وطبّق الفكرة التي تلبي حاجة هذا الوضع.. حين تتم هذه الآلية يحدث النجاح، لأنه سوف يحصل على الدعم اللازم من المستخدمين من الخدمة أو السلعة،
وقديماً قالوا: « الحاجة أم الاختراع»



هذه خلاصة نجاح (منجزة عبدالرحمن للأعمال الخشبية) التي تتحدث عنها صاحبته نورلولو بنت يحيى باعبار قائلة إن المنجرة الواقعة في المنطقة الصناعية بالثقة والمتخصصة في إنتاج جميع الأعمال الخشبية حسب طلب العميل (أبواب، غرف نوم، مطابخ، دواليب، درابزين، ديكور محلات، ديكورات خشبية داخلية)، بدأت برأسمال قدره 70000 ريال و13عاملاً .

وأشارت إلى أن المشروع بدأ كفكرة بسيطة عام 1416هـ بعد شراء شقة خاصة وكانت الرغبة في الحصول على الأثاث المحلي الذي يتميز بالقوة والجودة وأن تكون التصاميم حسب حاجة وذوق العائلة الخاص . لذا تم التوجه للجهات التي تصنع الأثاث بدلاً من شراء الجاهز وقد كانت تجربة مثمرة في مجال التعرف على عالم الأعمال الخشبية، كما كانت تجربة تعرفت فيها على إمكانات السوق وأن هناك مجالاً لتقديم المزيد من الأفكار بمواصفات أقوى وأجود وبتصاميم أجمل للعملاء .

من جانبه تحدث الوكيل الشرعي للمؤسسة ومديرها العام صلاح آل ناس بأن أبرز التحديات والمعوقات التي واجهت المؤسسة تمثلت في الحصول على العمالة ذات الخبرة الكبيرة في مجال الأعمال الخشبية، وتم التغلب على ذلك من خلال اختيار العمالة المدربة التي لديها خبرة كبيرة من بلادها مباشرة واختبارها عملياً، بدلاً من التعاقد مع مكاتب التوظيف التي لا تقوم بذلك . وكذلك تعرف العملاء بالمنشأة وإثبات تميز وجودة ما تقدمه وتم التغلب على ذلك من خلال اعتماد فكرة أن يكون عملاؤنا الأوائل هم الوسيلة الفعالة لإثبات ذلك، فقد كانت منتجاتنا في بيوتهم ومحلاتهم هي معارضنا الفعلية، إذ أضفنا إلى ذلك الصدق، والأمانة، والإفصاح للعميل عن التفاصيل المختلفة لأنواع الخشب، وأيها أنسب للاستخدام والتصميم المناسب، حسب العمل المطلوب ومكان استخدامه .

وذكر بأن الجودة في العمل مع الصدق والأمانة والإفصاح للعميل عن التفاصيل المختلفة للعمل هي أبرز وأهم عوامل النجاح لدى أية مؤسسة، وهذا ما كانت - ولا تزال - المؤسسة تقوم به منذ تأسيسها إلى الآن . وهذا لا يتم إلا بالاعتماد على خبرات العاملين فهي رأس المال الذي يمكننا من تنفيذ جميع الأعمال الخشبية حسب طلب العميل ومن أجل تنمية الإبداع والابتكار تسعى المؤسسة - حسب آل ناس - إلى معرفة ما يحتاج إليه العميل ثم صياغة الفكرة بوضع تصاميم مختلفة حسب القياسات الفعلية للعميل ومناقشة تلك الأفكار وتفصيلها مع العميل مباشرة، وذكر بأن المؤسسة ستواصل العمل كي نقدم للعميل ما يحتاج إليه هو لا ما نسعى لتسويقه .