

## مزن الأشقر

“حفل ثم فكرة بدايتها صدفة تطورت لجهود وبحث، وانتهت بتجربة رائدة في ريادة الأعمال”.. تلك كانت قصة “مزون أشقر” التي انطلقت من هندسة العمارة إلى ريادة الأعمال في مجال مستحضرات العناية بالبشرة.

تفصيلاً، فقد تمكنت رائدة الأعمال مزون أشقر من شقّ طريقها في مجال الأعمال من خلال حفل صغير في منزلها حمل معه فكرة توزيعات لمنتجات تجميلية مصنوعة في المنزل، والتي كانت شرارة الانطلاقة لمنتجات (مزن) للعناية بالبشرة.

### البداية كانت صدفة

في البداية توجّهت “أوان” بالسؤال لمزون أشقر عن بداية فكرة المشروع، وهل له علاقة بالدراسة والتخصص، لترد “مزون”: تخصصت في مرحلة البكالوريوس في العمارة الداخلية، ومرحلة الماجستير تخصصت في تعليم التصميم. وكنت أعمل محاضرة في كلية التصميم بجامعة الإمام عبدالرحمن الفيصل، فكرة منتجات التجميل أتت بالصدفة.. بعد أسبوع طويل ومرهق في العمل قررت إقامة حفل لزميلاتي، وفكرت بعمل توزيعات أو هدايا لهم بعد الحفل.

وتابعت تقول: بعد بحث قصير اكتشفت عالم منتجات العناية المصنوعة باليد، بحثت عن المكونات والعلب، ولأنني مصممة قررت تصميم شعار أو لوجو يناسب المنتجات، وبعد نقاش مع زميلاتي تم اختيار اسم (مزن)، وصمّمت له شعاراً بسيطاً وعدّلته لي أختي.

تضيف “مزون”: صديقاتي استمتعن جداً بالمنتجات، وبعضهن طلب المزيد منها بعد انتهاء ما لديهن، وبعد شهر عرض عليّ فكرة المشاركة في أحد المعارض العائلية وبالفعل.. بعد مشاركتي بالمعرض بحمد الله تم بيع جميع المنتجات في اليوم الأول، وصنعت المزيد منها وتم بيعها أيضاً، وكل ذلك من مطبخي في المنزل.

### محطة مهمة

وتكمل “مزون” حكايتها متجهة نحو محطة مهمة في مسيرتها قائلة: بعد ذلك استمرت بالمشاركة في المعارض داخل وخارج المملكة إلى أن استأجرت معملاً داخل حاضنة أعمال صناعية. بعدها حصلت على الترخيص الصناعي لتصنيع المنتجات بحمد الله، وترخيص هيئة الغذاء والدواء للمصنع.



## تحديات ضربة البداية

وعن التحديات في بداية المشروع، وهل ما زالت تلك التحديات قائمة تقول مزون أشقر: الصعوبات والتي ما زالت أواجهها هي التنسيق بين وقت البيت والأولاد ووقت العمل، خاصة وأن العمل الخاص يستنزف الكثير من الوقت والجهد، ومن الصعب جداً التنسيق بين روتين البيت والعمل الخاص. وكان أفضل طريقة للتغلب عليها هي مساعدة الأهل والأصدقاء وتنظيم الوقت بجدية والتقليل من المناسبات الاجتماعية إلى أقل حد ممكن.

وتضيف: أيضاً من الصعوبات التي واجهتنا الحصول على المكونات الأولية للمنتجات وتغليفها، والحصول على التراخيص اللازمة للمصنع؛ لصغر حجم المصنع وقلة عدد العاملين فيه، وما زلنا نعاني، ولكن نسعى إلى إيجاد حلول لهذه الصعوبات.

## مهمة التسويق

وحول التسويق قالت "مزون": "هناك أيضاً صعوبة في تسويق المنتجات، ولكن تمكناً بحمد الله من توفيرها فيما لا يقل عن ٧٠ صيدلية وبوتيك عبر المملكة، وعدد من المواقع الإلكترونية المعروفة. كما نوفر منتجات خاصة بمراكز التجميل لخدمات السبا.

## الاقتصاد الوطني

وعن دور مثل هذه المشاريع في دعم الاقتصاد الوطني، تقول "مزون" لـ"أوان": المملكة العربية السعودية من أكبر الدول المستهلكة لمنتجات التجميل في المنطقة. وحجم السوق فيها يتجاوز ٦ مليارات ريال سنوياً، ولكن الأغلبية الساحقة في السوق من المنتجات المستوردة. ووجود ماركة ومنتجات محلية لا بد أن يدعم الاقتصاد الوطني خصوصاً إذا صدرنا المنتجات خارج المملكة، كما ستسهم البراند في توفير وظائف محلية عديدة.

## الدعم والاحتضان

وعن أثر الدعم والاحتضان من الجهات الأخرى للنهوض بالمشروع توضح "مزون" أنها مرحلة مفيدة جداً في بداية المشروع. خصوصاً أنه يكون في حالة حساسة للمتغيرات الخارجية والداخلية، ويحتاج إلى كل دعم ممكن مثل الموقع أو الخدمات المساندة كالخدمات المحاسبية والقانونية التي تدعم نمو المشروع وازدهاره.

## دراسة الجدوى

وعن أهمية دراسة الجدوى للمشاريع وأثرها على استمرارية المشروع، ترى مزون أشقر أن دراسة الجدوى مهمة لوضع الخطط اللازمة لاستمرارية المشروع، وكذلك لمواجهة أي ظرف أو طارئ يمر بالمشروع. كما أنها تضع إطاراً واضحاً لعمل المشروع يسهم في تركيز الجهود من خلاله.

نوعية المشروع وفرص النجاح وفي ختام رحلتنا مع قصة نجاح مزون أشقر سألت "أوان" ضيفتنا حول نوعية المشروع واحتياج السوق له، هل له دور في تحديد مدى نجاح المشروع؟ فأشارت "مزون" إلى أن مشروعها مختلف عن نوعية المشاريع المتوفرة في السوق.

وتابعت: كما نعمل على تصنيع منتجات للعناية بالجسم طبيعية، خالية من المواد الضارة، وكذلك مستوحاة من البيئة المحلية كاستخدام زيت نوى التمر ومستخلصات الصبار، والرمان، والتين الشوكي، واللبان والمر. أغلب المنتجات المشابهة مستوردة من الخارج، وتوفير بديل محلي أسهم في استمرارية المشروع والله الحمد.

## أرقام تتحدث

وحسب الأرقام المتوفرة حول هذا السوق المهم، فقد ارتفعت القيمة المالية لواردات مستحضرات التجميل إلى المملكة لتصل إلى 6.999.639.266 ريالاً في عام 2018، مسجلة قفزة كبيرة في قيمتها، مقارنة بما كانت عليه في عام 2015، حيث بلغت قيمتها 2.3 مليار ريال.

وتعكس إيرادات الجمارك من مستحضرات التجميل مدى اهتمام المرأة السعودية المتزايد بأنقتها في الفترة الأخيرة، حيث أكدت الهيئة العامة للجمارك في إحصائية أن قيمة واردات المملكة من مستحضرات التجميل ارتفعت من 2.3 مليار ريال في 2015، لتصبح في عام 2018 نحو 6.999.639.266 ريالاً، فيما بلغت من بداية العام 2019 وحتى مارس الماضي 1.470.507.676 ريالاً.

وجاء في الإحصائية أن أهم الدول التي يتم استيراد مستحضرات التجميل منها هي: فرنسا، الإمارات، ألمانيا، أمريكا، المملكة المتحدة، إيطاليا، الهند، إسبانيا، مصر، سويسرا، الصين الشعبية، تايلاند، تركيا، بولندا، البحرين، أستراليا، الفلبين، لبنان، كوريا الجنوبية.