

## ALFEMO ،At Home Furniture ،Qortuba Furniture

عبد المحسن محمد العجمي:  
قصة نجاح جذورها موروثة

عبد المحسن محمد العجمي	الاسم
جامعة للعلوم للتكنولوجيا علوم كومبيوتر و MIS، و MBA تمويل إسلامي حالياً يحضر رسالة دكتوراه في الاقتصاد	التخصص
متزوج	الوضع العائلي
At Home ، Qortuba Furniture ALFEMO as و Baitak ،Furniture Franchise	العلامات التجارية
الرئيس التنفيذي في العلامة التجارية الثلاث السابقة	الموقع الإداري:

رحلة عبد المحسن العجمي كمبادر، اختلفت بعض الشيء عن سائر المبادرين لجهة كون قد بنا منظومة أعماله إلى مشروع قائم ولكنه بسيط سبق لوالده أن أسسه تحت اسمه "قرطبة للأثاث"، قبل أن يدخل هو نفسه في مجال إدارة هذه المؤسسة منذ العام 2002، حيث عمل على توسيع نشاط المؤسسة ليشمل نشاطها بيع الأثاث المنزلي، ومن هناك ما لبثت خطواته أن شهدت تطورات متسارعة بدءاً من تأسيس علامة تجارية خاصة به تحت اسم "At Home"، والتي بعد سنوات قليلة على تأسيسها توسع بها نحو مصر، ثم بعد ذلك حصل على الامتياز التجاري (Franchise) ذي الصناعة التركية (ALFEMO)، وهو يستعد لخطوة توسعية جديدة من خلال دخول سوق المملكة العربية السعودية، كل تلك التطورات التي حصلت خلال ما يزيد بقليل على عقد من الزمن، عكست رؤية طموحة وهادئة في آن معاً، لدى المبادر عبد المحسن العجمي، الذي إن سألته عن طموحاته المستقبلية بعد أن أصبحت مشاريعه ضمن فئة المشاريع المتوسطة إلى الكبيرة، فتجده يقول "العودة إلى الجذور"، والتي يختصرها بتأسيس مؤسسات جديدة بروحية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، على اعتبار أن مثل هذه المؤسسات تتمتع بمرونة أكبر في اتخاذ القرار أو التعامل مع معطيات الأسواق كما أنها توفر لنفسها حوافز نجاح داخلية.

يروي عبد المحسن محمد العجمي تفاصيل قصته في عالم المبادرين بالقول يعود تأسيس شركة قرطبة للأثاث إلى العام 1996، إذ أسسها الوالد بالتعاون مع شريك كمحل متخصص بتجارة السجاد يمتد فقط على مساحة 200 متر مربع، وقد استمر نشاط الشركة على ما هو عليه حتى العام 2002، حيث أخذ العجمي يشرف بنفسه على إدارة تلك الشركة وقرر تطوير نشاطه وتوسيعه، وبالفعل كانت الخطوة الأولى عبر البدء باستيراد الأثاث المنزلي الموجه لشريحة ذوي الدخل المتوسط إلى جانب الأثاث المكتبي والتجهيزات والديكورات المرتبطة بها في وقت كانت يشهد فيه قطاع الأثاث بصفة عامة نمواً مطرداً في الكويت وسط جدوى اقتصادية ملحوظة من الاستثمار فيه، آنذاك بدأ العجمي يعمل على تطوير أعماله من خلال فتح خطوط استيراد من أسواق جديدة لا سيما الصين، وقد نجح سريعاً في جني ثمار توسعته خصوصاً في ظل حركة تجارية لافئة في تلك الفترة يغذيها بشكل خاص توسع حجم التجارة مع العراق في ظل مرحلة إعادة الاعمار التي شهدتها تلك البلاد بعد العام 2003، وعلى هذا الأساس انتقلت "قرطبة للأثاث" من مجرد شركة عائلية صغيرة إلى شركة تستند إلى مقومات اقتصادية ومالية متينة.

## At Home وتجربة التوسع الجغرافي

من هناك، ركز العجمي على إعادة الاستثمار الحكيم لنتائج أعماله والأرباح الناتجة عنها بشكل خاص وسط حرص على ضرورة الاستفادة من حالة الانتعاش التي يعيشها القطاع، وعلى هذا الأساس وبعد دراسة معمقة للسوق، أيقن أن هناك حاجة لمستوى أكثر تطوراً من الخدمات، فكانت فكرة إطلاق العلامة التجارية الجديدة **At Home**، لتكون من أوائل المتاجر المتكاملة في هذا المجال على مستوى الكويت والمتخصصة بكل ما هو متعلق بعالم الأثاث لمختلف الاستخدامات، ويمتد على مساحة نحو 5500 ألف متر. بطبيعة الحال اكتسبت تلك الخطوة بعداً عاطفياً بالنسبة للعجمي باعتبارها أول علامة تجارية يشرف على تطويرها بخلاف "قرطبة للأثاث" التي كانت مؤسسة قائمة وإن بحجم نشاط أصغر قبل أن يبدأ بالأشراف عليها، وهنا يوضح قائلاً: "أن خطوة تأسيس مؤسسة جديدة تحمل بالنسبة لأي مبادر مخاطر مالية ومعنوية في الوقت نفسه مضيفاً كنا أمام حتمية تحقيق النجاح حتى نثبت للجميع جدارة الإدارة الجديدة التي تولت الإشراف على الشركة"، وبالفعل فقد نجحت الشركة الجديدة، حيث بدأ بجني الأرباح من العام التشغيلي الأول، ولكنه بالمقابل لا يخفي القول بأن **At Home** لم تبدأ من الصفر، بل استندت إلى المقومات التي كانت موجودة لدى المؤسسة الأم سواء على مستوى التخزين، الإدارة والمالية، أما التحديات الأساسية فكانت في كيفية نمط جديد من المؤسسات لم تعرفه السوق المحلية من قبل.

لم تكد تمر 5 سنوات على خطوة التأسيس، حتى بدأ العجمي دراسة تحقيق نقلة نوعية جديدة على مستوى **At Home**، ويوضح: "في تلك الفترة تولدت لدينا سيولة كبيرة، ولكن لم يكن من المجدي إعادة استثمارها في السوق الكويتية مجدداً، بالنظر إلى التغييرات التي كانت قد حصلت على مستوى تجارة الأثاث محلياً والتي جعلته متشبعاً"، ومن هنا بدأ البحث عن أسواق جديدة تشكل منافذ جديدة للتسويق وتعزيز العلاقة مع الموردين الأساسيين خصوصاً وأن الشركات الأجنبية الكبرى المنتشرة في الخليج بما فيها الكويت بأعداد ضخمة من الفروع والمقومات كانت تسعى لاستقطابهم، أي بما يخلق مزايا تنافسية أكبر لمؤسسة **At Home** في مواجهة كبرى الشركات العالمية. ويضيف العجمي: "على هذا الأساس قررنا دخول السوق المصرية مستندين إلى عدة مقومات: حجم السوق، العلاقات التجارية اليسيرة بينها وبين الكويت وبالتالي سهولة الإجراءات وأخيراً افتقار السوق هناك إلى مفهوم الخدمات المتقدمة، وعلى هذا الأساس أصبحت **At Home** منذ العام 2008، متواجدة في السوق المصرية وما لبثت عدد فروعها أن ارتفع إلى 5 فروع منتشرة في مناطق مختلفة. ولأن العجمي حريص كل الحرص على اعتماد سياسة حكيمة بالتوسع قائمة على أسس اقتصادية سليمة، فقد قرر تقليص حجم هذا التواجد على أثر التطورات السياسية الحاصلة في مصر منذ العام 2011، واستناداً إلى ذلك حصر عدد الفروع حالياً بفرعين، دون أن يعني ذلك الإحجام عن ضخ المزيد من الاستثمارات هناك.

## ALFEMO مزيد من التعمق

نجاحات **At Home** لم تحد من طموحات العجمي، الذي قرر هذه المرة أن يضيف تجربة أكثر عمقاً والسعي إلى تلبية الاتجاه العام السائد لدى العملاء الباحثين عن الابتكارات الجديدة والتصاميم الحديثة في عالم الأثاث، وبهدف تحقيق مزيد من التكامل بين نشاطات الأثاث المختلفة لدى المجموعة، حصلت المجموعة على الامتياز التجاري العالمي **ALFEMO** وهي مؤسسة تركية مصنفة ضمن أكبر 5 شركات تركية في بلادها، وتملك في الوقت نفسه نحو 150 فرعاً حول العالم، في خطوة تهدف إلى نقل المعرفة التقنية وكذلك التسويقية وتطوير العلامة التجارية من مؤسسة بهذا الحجم إلى فريق عمل المجموعة على مستوى طريقة العمل الحصول على المعارف والتوجهات الحديثة على كافة المستويات مشيراً في الوقت نفسه إلى أن أهمية وجود امتياز تجاري يكمن في تعميق النظرة إلى السوق والقطاع خصوصاً وأن مثل هذه المؤسسات الضخمة تعد بصف دورية دراسات مستمرة عن توقعات الأسواق.

## نحو السعودية

يستعد العجمي خلال هذه المرحلة إلى التوسع نحو السعودية، باعتباره واحداً من أضخم الأسواق على مستوى المنطقة وتعول الشركة في هذا المجال على الخبرات الطويلة التي اكتسبها من السوق المحلية سواء على مستوى الخدمات أو الإدارة، وتتمثل رؤية الشركة من خلال الانطلاق بفرع واحد في البداية حتى يتسنى لها التعرف على السوق بصورة أعمق، وسط توقعات بأن يرتفع العدد إلى 5 فروع خلال 5 سنوات منتشرة في المدن الرئيسية.

## التوليفة الإدارية

وسط هذه التطورات المهمة، استحدث العجمي توجهات إدارية جديدة، بحيث تكون تلك المؤسسات المختلفة تحت مظلة واحدة، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن شركة قرطبة تحولت إلى مثابة شركة قابضة تنضوي تحتها العلامات التجارية الثلاث At Home، Baytak و ALFEMO، ومن اللافت أن العجمي بصفته رئيساً تنفيذياً لهذه العلامات، يتواجد إلى جانب فريق عمله في مكاتب منفصلة تماماً عن المعارض المختلفة التي تخضع هي الأخرى لإشراف وإدارة فريق عمل مستقل، يخضع بدوره هذا الفريق إلى إدارة الشركة.