

عبد الله محمود الخنجي:
مبادر بنكهة علوم طيران

الاسم	عبدالله محمود الخنجي
تاريخ الميلاد	1976/03/24
الوضع العائلي	متزوج
التخصص	هندسة طيران جامعة أوكسفورد
العلامة التجارية	Mini Delights

في تجربة عبد الله محمود الخنجي كمبادر وصاحب العلامة التجارية **Mini Delights** المتخصصة في صناعة الحلويات، مفارقات ومحطات قلما تصادفها في مسيرة مبادر آخر ولكنها بالتأكيد تشكل أساساً سليماً لاستنباط دروس وعبر تشكل خلاصة مهمة لأي مبادر يرغب في الانطلاق في عالم المشاريع الصغيرة والمتوسطة أو حتى كذلك لمن هو صاحب عمل حر، فالخنجي أولاً ينتمي إلى عائلة كان فيها الوالد يعمل في مجال التجارة والعقار، ومع ذلك فإن انطلاقة أتت بجهود ذاتية بمعنى أنه لم يستند إلى إرث العائلة المالي في انطلاقة كما يقول، أما العامل الآخر هو أن الخنجي ورغم أنه اختار طريق تخصصه بنفسه في مجال الطيران واضعاً رؤية وأهدافاً مهنية واضحة أمامه ومن ثم انتسابه لمؤسسة الخطوط الجوية الكويتية، غير أن طموحاته الكبيرة وميله للتواجد في بيئة ذات طابع تحفيزي مستمر وشغفه الدائم بالتطور والتطوير، كل تلك الصفات الشخصية لم تلبث أن وضعت له حداً في المجال الوظيفي وكانت السبب في نقله إلى عالم المبادرين، أما المفارقة الثالثة والأخيرة، فتتمثل في أن الخنجي ورغم نجاحته السريعة من خلال علامته التجارية **Mini Delights** والذي تجلى في تحولها إلى امتياز تجاري بلغ به دول الإمارات، البحرين ومؤخرًا السعودية، إلا أن مسيرته سجلت منعطفاً مهماً من خلال إصراره على تعزيز جانب مساعدة غيره من المبادرين وغير المبادرين، عندها أخذ يرسم لنفسه طريقاً مختلفاً من خلال التحول إلى لعب دور المحاضر والمدرّب واضعاً تجربته بتصرف الآخرين وإن كان ذلك بدون مقابل مادي وبصفة مجانية، وذلك تكريساً لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية.

قد يكون من الملفت أن تتوقف عند مسيرة مبادر ثابر على دراسة تخصص غير تقليدي متمثل في هندسة الطيران ومن ثم لم يلبث أن وجد لنفسه وظيفة ذات صلة مباشرة باختصاصه في مؤسسة متخصصة، ورغم استمراره في وظيفته لنحو 5 سنوات، فإنه فضل التحول إلى مبادر في مجال المشاريع الصغيرة والمتوسطة مختاراً قطاع المواد الغذائية على وجه التحديد، هذا الواقع الذي حصل مع عبد الله الخنجي يبرره ويرده إلى شخصيته، إذ يقول انه طُبع على الحركة الدائمة (Hyper) وحب التغيير إلى جانب الإصرار على تحقيق الأفضل وتوق للتقدم والتطور بصفة مستمرة مشيراً إلى أنه نتيجة لتلك الصفات بالإضافة واقع المؤسسات الحكومية بشكل عام كانت السبب في هذا التغيير الجذري، وعلى الرغم من أن الخنجي ينتمي إلى عائلة نشاطها الأساسي في التجارة، إلا أنه عندما قرر إتمام عملية التحول تلك، لم يحصل على دعم من أي حد وهنا يستكمل كلامه قائلاً: "أذكر أنني عندما اتخذت قراراً بالانتقال إلى عالم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، أقدمت على بيع سيارتي لإعادة توظيف المبلغ ك رأس مال في المشروع الجديد ..."

Mini Delights

من هناك عمل الخنجي على عدة مسارات، فنظراً لاختياره قطاع المواد الغذائية باعتباره من أكثر القطاعات مرونة في مواجهة التقلبات الاقتصادية، فكان لا بد من أن يطور قدراته الشخصية في هذا المجال وهنا يقول لم تكن الصعوبة في الانطلاق بالمشروع بقدر البحث عن كفاءات تتولى تدريبي في مؤشر على ما كان المبادر يعانيه من تحديات على مستوى التدريب والتطوير، ومع ذلك استعان الخنجي ببعض الطهاة المحليين الذين بدأوا معه من الصفر كما يقول وكان ذلك في العام 2005، وعلى صعيد متصل حرص على متابعة دارسته في مجال إدارة الأعمال وسط على تخصيص جزء كبير من وقته لمتابعة سير المبادرين وأشهر رجال الأعمال على مستوى العالم، بما يمكنه من تحفيز نفسه، هناك بدا وكأن الخنجي كان يبني عناصر نجاحه رويداً رويداً وفق رؤية واضحة، أما على أرض الواقع، فقد بدأ مشروعه في مجال الـ (SME) من خلال استغلال إحدى الغرف الخلفية في منزله والديه ليطلق مشروعه في مجال الصناعات الغذائية بمفهوم العمل المنزلي (Home Business) وسط شغف لا محدود في تحقيق النجاح وإصرار عليه، وسط هذه المعطيات، ربما كان الخنجي في تلك الفترة من بين قلة من الشباب الكويتيين ممن يعملون بأنفسهم وبأيديهم. أما على أرض الواقع، فأنت النتائج لتفوق التوقعات، إذ استرد المشروع رأس ماله خلال ثلاثة أشهر. ويضيف الخنجي: "استمررت في تطوير مشروعي، فبعد عام على الانطلاق، أصبح مشروعني يعمل تحت اسم Mini Delights، وإتمام عملية تسجيلها كعلامة تجارية وفي العام التالي جرى تأسيس شركة بصفة رسمية لتكتمل ملامح المعالم المؤسسية، ومن هناك تسارعت الخطوات، حيث جرى افتتاح أول فرع للشركة في إحدى الجمعيات التعاونية منذ العام 2009، ليبلغ عددها حالياً نحو 7 فروع، وفي العام التالي أطلق المطبخ الخاص بالمشروع.

التحول إلى امتياز تجاري (Franchise)

أما اللافت في تجربة الخنجي وفي مؤشر آخر على النجاح الذي حققه سريعاً، فتمثل في تحول Mini Delights إلى امتياز تجاري خرج به أولاً في نهاية العام 2010 إلى دبي حتى أصبح له هناك ستة فروع، ثم كان له بعد ذلك خطوة مماثلة أخرى نحو البحرين وتحديداً بعد نحو عامين، ثم توجه توسعته بالتواجد في السعودية في نهاية العام 2014. وهنا يدخل الحديث منعطفاً آخر، إذ يذهب الخنجي باتجاه التعمق في الحديث عن الأشخاص والشركات ممن حصلوا على الفرانشايز والمعايير التي اعتمدها في منحه امتياز، فيقول: "لم يكن الواقع المالي للأشخاص هو العامل الحاسم في الاختيار، بل على العكس كان هناك تركيز على أشخاص يرغبون في تحقيق النجاح، وبالفعل كان الاختيار موفقاً في هذا الجانب مشيراً إلى الشركة الأم على علم بكافة التطورات والتفاصيل اليومية الحاصلة في الفروع المحلية والشركات صاحبة الامتياز العاملة في الخارج، إذ أنها اليوم تعمل وفق نظام موحد حتى إذا بيعت "كيكة" في الإمارات، فإن ذلك يظهر على النظام الموحد للشركة الأم في الكويت.

محاضر ومدرب

وسط هذه الصورة المشرقة التي تعكس نجاحاً استثنائياً، تتفاجأ بقول الخنجي أن تحقيق كل ما يرغب بالحصول عليه من نجاحات وطموحات ويرنو للوصول إليها، كاد أن يدخله بمرحلة من الرتابة أو حتى الكآبة، ما دفعه للبحث عن مسارات جديدة كرسها في اتجاهين: الأول تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في نشاط الشركة سواء في الكويت أو في الخارج والحرص على مساعدة الآخرين، الثاني وعلى مستوى الشخصي تمثل في تعزيز نشاطه في مجال المحاضرات والتدريب، إذ وبعد أن كان يقدم هذه الخدمة بمقابل مادي، أصبح يوفرها للمبادرين والطلبة في الجامعات بشكل مجاني بغرض إفادة المبادرين من تجاربه

والدروس والعبر المستفادة منها، وبعد أن كرس اسمه في منطقة الخليج في هذا المجال، يتطلع الخنجي إلى آفاق أوسع من خلال التحول إلى أسم مألوف في أسواق أوسع على مستوى العالم.