



گروه نگاه - بو - مشهد - بیش کلاهوز یک - دفتر اکه‌ی های روزنامه خراسان



سحن اول

حساب جاری عمر و ضرورت مدیریت زمان

رضا خراسانی فر / تجدید ناپذیرترین منبعی که انسان در اختیار دارد، به یقین گوهر عمر است که در زمان تعریف می شود. اگر همه حوزه های زندگی را باید مدیریت کنیم - که صد البته چنین است - برای مدیریت زمان چنان عالمانه و هوشمندانه باید بکوشیم که حتی لحظه ای، خارج از برنامه نباشد تا هدر برود. من تعجب می کنم وقتی می بینم کسانی طلای زمان را خرج مطلای رسیدن به چیزی می کنند که هرگز قابل مقایسه با آنچه از دست می رود نیست. زمان را مفت مفت از دست می دهند تا مثلاً کالایی را از جایی که فکر می کنند ارزان است بپایه کنند. زمان را مفت و البته با جاشنی فرسایش روح و روان و طعم تند عصبانیت، هدر می دهند و گاه حتی به چیزی که به ازای آن همه هزینه کرده اند نمی رسند و بازی را به پایان می رسانند که دوسویه « باخت » است حال آنکه ما مکلف هستیم از هر ظرفیت، به بهترین شکل ممکن استفاده کنیم. وظیفه داریم مدیریت خود را در حوزه های انتخاب بین بد و بدتر تحقق بخشیم تکلیف داریم از سرمایه زمان جوهری بهره ببریم که به فرآوری و سود مضاعف این سرمایه منجر شود اما... اما نه خود ما چندان به فرصت هایی که از دست می رود و روانی که می فرساید و آتشی که در آرامش، می تشنید و به لیبب برمی خیزد، فکر می کنیم و نه کسانی که باید زمان را مدیریت کنند به تدبیر برمی خیزند. یک مثال ملموس و ساده: در همین شهید عزیز، مردم اعم از مجاوران و زائران، برای تهیه آبسه راهی ۱۷ شهپور می شوند، خرید مانتو آنان را به خیابان ایثار می کشاند، برای تهیه اسباب خورد و خوراک، ره به بلوار مصلی می برند، اتباعی لازم بهدانشی، کانون خود را دارد و کفش و کفش هم بازار خاصی خود را. فراهم کردن لوازم التحریر و نیازهای مدرسه آنان را در خیابان، روان می کند و... یعنی برای تهیه هر کالایی به سویی روانه ایم و این روانه شدن در کوچه خیابان، ما به ازایهای سنگینی دارد که باید از « حساب جاری عمر » مان برداشت و « بقاء پرداخت کنیم. فکر می کنم اگر در سشن میان آنچه از دست می دهیم و آنچه به دست می آید، تأمل کنیم، قطعاً به این نتیجه خواهیم رسید که باید طرخی نو در اندازیم و راهی تازه در پیش گیریم که ما را از این بلیشوی « آرامش کش » و پر هزینه نجات دهد. فکر می کنم باید آنان که نوش و توان و مسئولیتی دارند، به مطالعه کشور های توسعه یافته بپردازند و از تجربیات آنان در این حوزه الگو بگیرند و با بومی سازی آن، به ایفای وظیفه ملی بپردازند. اینکه در آموزه های اسلامی بر طلب علم از سرزمین های دور که ناکش چین بود و یا آموختن دانش ولو از کافر، این همه تأکید شده است قطعاً تها به فلسفه و فلسفه و... اشاره ندارد بلکه « علم زندگی » و به دیگر عبارت، علوم تر خدمت زندگی را هم در بر می گیرد. یعنی باید بینیم و بناموزیم که برای مدیریت زمان و استفاده بهینه از آن چه می کنند؟ سبک خرید خود را چگونه اصلاح کرده اند که بازه فراختری از حیث زمان در اختیار دارند که می توانند با بهره گیری از آن بهرشت رفت کنند و در فرایند توسعه کشور خود نقش آفرین باشند. ما هم باید راهی چنین اما متناسب با فرهنگ و ظرفیت های خود در پیش گیریم و در این ساخت فروشگاه هایی با تنوع محصول فراوان که نیازهای متعدد جامعه را تأمین کند می توانم ما را در مدیریت زمان و سرمایه عمر کمک کند و از رها شدگی سبک خرید نیز جلوگیری کند. از این منظر فروشنده های همه جابه نگر نقش برجسته ای دارند و می توانند با فرصت سازی برای خرید خوب و امن و آرام، به موفقتان خود کمک و در صرفه جویی زمان به عنوان سرمایه ملی کاری شایسته احترام انجام دهند...

مگاه سوم

در این جنگ بازار خیابان، آرامش آرزوست!

می گفت: چند روز است که آواره این کوچه و آن خیابانم، خسته شدم از این ترافیک. خسته شدم از این شلوغی. خسته شدم از این جنگ اعصابی که در خیابان ها در افزایش است، از این نیزی که هست و پارکینگ که نیست. خسته شدم از اینکه قبل از حرکت، سوار بود جای پارک، با آج های بلند بر روانم می تشنید، از اینکه باید وارد میدان جنگ اعلام شده اعصاب شوم. خسته شدم اما چاره ای هم ندارم. فردا مدرسه ها باز می شود و باید لوازم مدرسه اش آماده باشد. دانشگاه ها باز می شود و باید آنچه مورد احتیاج یک دانشجو است را فراهم کنم. باور کنید شیرینی به مدرسه و دانشگاه فرستادن بچه ها تلخ می شود در کام آدم در این میدان نبرد اعصاب و روان. در این روزگار بوق و ترس و دنده و ترافیک، می گفت: هزینه کار خرجه باشد باز چون نتیجه کار شیرین است، خسته نیست که حتی در کام شیرین حس می کند آدم، اما امان از این حواشی آدم آزار و به قول قدیمی ها، اعصاب خرد کن. یعنی فرسوده می کند آدم را در خیابان، کاش می به جای این خیابان گردی آزار دهنده، می شد در یک فضای آرام همه چیز میور نیاز را تهیه کرد و با فراغ مال و خاطر آسوده و دل شاد به استقبال سال تحصیلی جدید رفت. دیگری هم با همین فضا آرزو می کرد به دور از این خیابان گردی سخت تر از کوه نوردی و کوب گردی، بتواند مایحتاج خانه را فراهم کند و مجبور نباشد زمان بعد از ظهر که وقت استراحت او بعد از یک روز کار سخت است از این خیابان به آن خیابان بدود و تازه خیلی وقت ها نتیجه هم نگیرد. او آرزو می کرد در شهر فضاهایی فراهم شود که بدون مشکلات سفرهای درون شهری، کالا را تهیه و خرید خوبی داشته باشد. این حرف ها را از جلی های دیگر به عبارت های مختلف شنیده ام و « درد مشترک » اغلب مردمان هم یکی است و حرف شان بزرهم که: امان از ترافیک، فغان از خیابان! این درد مشترک اما در مان واحد هم دارد: مفراحي فروشگاه های همه جانبه که با احصا نیاز های مردم، همه چیز را در یک مکان فراهم کنند تا شهروندان دیگر آواره کوچه و خیابان نباشند بلکه با تهیه مایحتاج خود از یک مکان هم زمان خود را مدیریت کنند و هم اعصاب خود را از هجوم آلاینده های آرامش سوز مصون بدارند. در این زمینه هم خبر های خوبی می شنویم که نخبگان بازار و توانمندان اقتصادی، به حل این مسئله و رفع این مشکل برخاسته اند. فروشگاه های بزرگ و چندین و چند معدی فراهم کرده اند که آرامش امروز و سلامت فردا را تضمین می کند. فقط باید با ارتقای مهارت خرید، برای توسعه این اماکن، تلاش کنیم تا همه در فضایی امن و آرام به آنچه می خواهیم برسیم...

۹۶۱۲۷۲۶۷/۱

"هایپر سان" گام بلند برای اصلاح نظام توزیع کالا



تجارت در همین رابطه می گویند: موقعیت مکانی هایپر «سان» بسیار ویژه است در کنار بزرگراه اصلی شهر قرار دارد که دسترسی به آن را آسان کرده است از طرف دیگر در اینجا پارکینگ به تعداد زیادی وجود دارد که خیال مشتریان هایپر را از این نظر راحت می کند و چون تنوع کالا بالاست تمام نیازهای خانوار در یک جا تأمین می شود و نیازی نیست مردم سفرهای درون شهری زیادی داشته باشند وی می افزاید: «سان» ۶ هزار مترمربع وسعت دارد و بزرگترین هایپر فعال در شرق کشور است. محسن گلستانی به چیدمان داخلی هایپر سان هم اشاره می کند و می گوید: برای جانمایی قرفه های مختلف و نیز مسیرهای رفت و آمد مردم در داخل فروشگاه از یک گروه دانشگاهی کمک گرفته ایم و چیدمان هایپر «سان» براساس نظرات این گروه دانشگاهی صورت گرفته است. علاوه بر آن فضای داخلی به گونه ای است که دور زدن حاج محمد گلستانی در همین خصوص می گوید: از طرح های جدیدی که در «سان» اجرا خواهد شد ایجاد عمده فروشی خانوار است که به مردم این امکان را می دهد که برای خرید مایحتاج عمده خانواده دسترسی کافی به کالا داشته باشند. در این خصوص از تولیدکنندگانی که با ما مرتبط هستند خواسته ایم که برخی کالاها مثل تن ماهی و یا پودرهای شونده را در پاکس های ۶ تا بیسته بندی کنند و ما هر بسته ۶ تایی را با سود یک عدد در بسته عرضه کنیم. این تخفیف منطقی است و بفع خریدار را دربردارد. ما این کار را در پیکنداری تجربه کرده ایم و نتیجه خوبی در برداشته است بنابراین به زودی اولین عمده فروشی خانوار را در کشور ایجاد خواهیم کرد. وی در ادامه می گوید: در حال حاضر در دنیا سیستم توزیع کالا در دست هایپرمارکت هاست و ما هم در ایران راهی جز این نداریم در واقع هایپر ها نظام توزیع در کشور را اصلاح می کنند

وی درباره برنامه های آتی هایپر «سان» می گویند: کاری را که شروع کرده ایم قصد داریم بصورت زنجیره ای ادامه دهیم، در این راستا حمایت از تولید داخلی و همکاری با تمام تولید کنندگان داخلی استان و کشور را در دستور کار داریم و با تمام نهادهای سازمان ها به صورت ارائه کارت اعتباری که به صورت قسطی از پرسنل آنها دریافت خواهد شد، همکاری می کنیم. در این کار مهمترین چیزی که وجود دارد ایجاد اشتغال است که برای ما خیلی مهم است.

وی به نکته دیگری هم اشاره می کند و می گویند: احترام به مشتری یک اصل خدشه ناپذیر در هایپر «سان» است.



پرسنل ما در این فروشگاه آموزش های لازم برای احترام به مشتری را دیده اند حتی ما مسئولان صندوق ها را موظف کرده ایم که وقتی مشتری در مقابل صندوق بزرگ جهان است اشاره کنیم همه کسانی که گشتی در غرقه ها و معابر توجه آنان را جلب کرده است. به نظر می رسد در این خصوص مبنای علمی و اصولی در دستور کار بوده است.

محسن گلستانی رئیس هیات مدیره شرکت گلستان هایپر«سان» ویژگی های منحصر به فردی دارد که در قسمت بعدی گزارش به صورت مفصل به آن خواهیم پرداخت اما در این شماره لازم است به یکی از ویژگی های منحصر به فرد «سان» که در واقع از ویژگی های هایپرهای بزرگ جهان است اشاره کنیم همه کسانی که گشتی در فضای این هایپر زده اند بزرگی قابل توجه فضا و جانمایی غرقه ها و معابر توجه آنان را جلب کرده است. به نظر می رسد در این خصوص مبنای علمی و اصولی در دستور کار بوده است.

کرده ایم و تنوع اقلام کالا را به ۱۲ هزار رسانده ایم دیارتماها یا همان گروه های کالایی را هم افزایش داده ایم و تعداد دیارتماها را از ۳۵ به ۵۰ رسانده ایم در بحث تخفیف هم ما در یک مقطع زمانی تخفیف تعدادی از اقلام را ۵۰ درصد اعلام کرده ایم این تخفیف هم بی رویه و غیر اصولی نیست بلکه در مورد این کالاها با تولیدکننده به توافق رسیده ایم که کالا از مرکز تولید با همین تخفیف خارج می شود و به دست ما می رسد.

وی همچنین به آمار ایجاد اشتغال در «سان» اشاره می کند و می افزاید: ما تعداد نیروی انسانی و اشتغال مستقیم را در این هایپر به ۱۵۲ نفر رسانده ایم.

نوآوری ها در هایپر «سان»

پایه سازی ایده های نو در عرضه کالا از ویژگی های فروشگاه های بزرگ عرضه کالا در جهان امروز است در هایپر «سان» هم طرح های ویژه و نو جایگاه خاصی دارد. حاج محمد گلستانی در همین خصوص می گوید: از طرح های جدیدی که در «سان» اجرا خواهد شد ایجاد عمده فروشی خانوار است که به مردم این امکان را می دهد که برای خرید مایحتاج عمده خانواده دسترسی کافی به کالا داشته باشند. در این خصوص از تولیدکنندگانی که با ما مرتبط هستند خواسته ایم که برخی کالاها مثل تن ماهی و یا پودرهای شونده را در پاکس های ۶ تا بیسته بندی کنند و ما هر بسته ۶ تایی را با سود یک عدد در بسته عرضه کنیم. این تخفیف منطقی است و بفع خریدار را دربردارد. ما این کار را در پیکنداری تجربه کرده ایم و نتیجه خوبی در برداشته است بنابراین به زودی اولین عمده فروشی خانوار را در کشور ایجاد خواهیم کرد. وی در ادامه می گوید: در حال حاضر در دنیا سیستم توزیع کالا در دست هایپرمارکت هاست و ما هم در ایران راهی جز این نداریم در واقع هایپر ها نظام توزیع در کشور را اصلاح می کنند

وی در توضیح بیشتر می افزاید: در حال حاضر کالا در زنجیره تولید تا مصرف، بین ۳ تا ۶ دست می چرخد یعنی تولیدکننده کالای تولید خود را به پیکندار عمده می دهد. پیکندار عمده همان کالا را به پیکندارهای خرده می فروشد در همین زنجیره کالا از پیکندارهای خرده به شرکتیهای پخش و سپس به مارکت ها می رسد. کاری که ما انجام می دهیم حذف تمام این واسطه هاست. یعنی کالا مستقیم از محل تولید به هایپر می آید بنابراین ما برای تخفیف حدود ۴۰ درصد به مصرف کننده دستمان باز است و هنوز ما در همین بخش تأمین کالا به صورت مستقیم است.

گلستانی می افزاید: در برخی موارد هم ما در تأمین مواد اولیه به شرکت های تولیدکننده کمک می کنیم و کالای تولیدی را از آنان تر می خریم و از آن تر هم به دست مصرف کننده می رسانیم. مدیرعامل شرکت گلستان تجارت و تأسیس کننده هایپر «سان» به سابقه فعالیت این شرکت در تأمین کالای هایپرمارکت های دیگر شهر اشاره می کند و می گویند: در حال حاضر هفت هایپرمارکت «شهرما» را اداره می کنیم و این سابقه و تجربه پشتوانه بسیار محکمی برای هایپر «سان» است.

تجارت که بیش از دو دهه تأمین کالا و نمایندگی برندهای مشهور تولید مواد غذایی در استان خراسان رضوی را در

کارنامه خود دارد. در این خصوص به «نگاه نو» می گویند: بیش از ۲۰ سال است که در کار تأمین کالا و نمایندگی برندهای معروف و مورد اعتماد مردم مانند کره خرم، محصولات دامداران، محصولات صیاح و تعداد برندهای دیگر هستیم و تاکنون کالای مورد نیاز اکثر هایپرهای شهر را تأمین کرده ایم. و لذا برای اینکه بتوانیم در هایپر



سان کالا را با تخفیف قابل توجه عرضه کنیم زمینه های لازم را داریم و این هنر ما در تأمین کالاست.

وی در توضیح بیشتر می افزاید: در حال حاضر کالا در زنجیره تولید تا مصرف، بین ۳ تا ۶ دست می چرخد یعنی تولیدکننده کالای تولید خود را به پیکندار عمده می دهد. پیکندار عمده همان کالا را به پیکندارهای خرده می فروشد در همین زنجیره کالا از پیکندارهای خرده به شرکتیهای پخش و سپس به مارکت ها می رسد. کاری که ما انجام می دهیم حذف تمام این واسطه هاست. یعنی کالا مستقیم از محل تولید به هایپر می آید بنابراین ما برای تخفیف حدود ۴۰ درصد به مصرف کننده دستمان باز است و هنوز ما در همین بخش تأمین کالا به صورت مستقیم است.

گلستانی می افزاید: در برخی موارد هم ما در تأمین مواد اولیه به شرکت های تولیدکننده کمک می کنیم و کالای تولیدی را از آنان تر می خریم و از آن تر هم به دست مصرف کننده می رسانیم. مدیرعامل شرکت گلستان تجارت و تأسیس کننده هایپر «سان» به سابقه فعالیت این شرکت در تأمین کالای هایپرمارکت های دیگر شهر اشاره می کند و می گویند: در حال حاضر هفت هایپرمارکت «شهرما» را اداره می کنیم و این سابقه و تجربه پشتوانه بسیار محکمی برای هایپر «سان» است.

تجارت که بیش از دو دهه تأمین کالا و نمایندگی برندهای مشهور تولید مواد غذایی در استان خراسان رضوی را در

خرده فروشی در سطح کشور وجود دارد. یدالله صادقی، معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزیر صنعت می گویند: «رویکرد ما این است که سهم این فروشگاه ها در نظام توزیع افزایش یابد و سند توسعه آن هم در حال تدوین است». وی در اولین گردهمایی اتحادیه های کشوری فروشگاه های زنجیره ای با اشاره به لزوم گسترش این صنعت و با بیان اینکه توسعه آن به نفع تولیدکننده و مصرف کننده و همه ذینفعان است گفت: «در حال حاضر مهمترین چالش در زمینه توسعه فروشگاه های زنجیره ای مقاومتی است که در شهرستان ها و به ویژه شهرستان های دارای جمعیت کم است و این مقاومت از سوی سوپرمارکت ها و خواروبارفروشی ها است.»

به گزارش خبرگزاری ها، صادقی با اشاره به اینکه یک میلیون و ۳۰۰ هزار خرده فروش در سطح کشور وجود دارد، گفت: «این نظام توزیع موجود، بهره روی کمتری نسبت به فروشگاه های زنجیره ای دارد و با قیمت بیشتر کالا را عرضه می کند، در حالی که فروشگاه های زنجیره ای با ۱۰ تا ۱۵ درصد کمتر کالا را به دست مصرف کننده می رسانند.»

کاری که اکنون در هایپر «سان» در مشهد در دست اجراست. مدیران این هایپر با توجه به همه پیش نیازهای لازم برای عرضه کالا با کمترین سود سعی دارند در زمینه جانش های توزیع کالا در کشور عملکردی متفاوت در راستای تحول نظام توزیع کالا بردارند.

معاون اجرایی شرکت گلستان تجارت هم به همین نکته اشاره می کند و می گویند: تعداد زیاد واحدهای صنعتی در سطح خرده فروشی و بالا بودن هزینه های شبکه توزیع کالا و همچنین فقر اطلاعات در خصوص فعالیت های تجاری، از مشکلات نظام توزیع در کشور است که به قیمت های غیر همسان در کالاهای همسان دامن می رند و هایپر ها مهمترین بنگاه های تجاری هستند که این مشکل را رفع می کنند.

عطاردی می افزاید: هایپر ها با حمایت از حقوق مصرف کننده و نزدیک کردن قیمت تولید به قیمت مصرف، کالاها را با بالاترین کیفیت و کمترین هزینه به مصرف کنندگان عرضه می کنند. نکته مهم دیگر این است که هایپر ها به رعایت کلیه قوانین و مقررات مرتبط با حقوق مصرف کنندگان در عرضه کالا به طور سیستماتیک پایبند هستند و نظارت نهادهای ناظر بر این فروشگاهها به سادگی انجام می شود. وی می افزاید: فعالیت هایپر ها تأمین کنندگان کالا که شامل تولید کنندگان و وارد کنندگان هستند را ملزم به عرضه کالا در کوتاهترین مسر ممکن می کند که منافع این کار مستقیماً به مصرف کنندگان کالا می رسد.

عرضه مستقیم از تولید به مصرف

تأمین کالا و ارتباط دوسویه با تولیدکنندگان از جمله مهمترین فاکتور هایی است که می تواند یک هایپر را به هدف مهم نزدیک کردن قیمت تولید به قیمت مصرف برساند. حاج محمد گلستانی مدیرعامل شرکت گلستان تجارت که بیش از دو دهه تأمین کالا و نمایندگی برندهای مشهور تولید مواد غذایی در استان خراسان رضوی را در

افتتاح بزرگترین هایپر فعال شرق کشور در مشهد نوید آن را می دهد که برای اصلاح سیستم توزیع در کشور گام های اولیه در حال برداشته شدن است. نقایص دیرینه سیستم توزیع در ایران موجب افزایش قیمت ها، کاهش کیفیت ها و در نهایت متضرر شدن مصرف کنندگان شده است. حال آنکه سالهاست در جهان هایپرمارکت ها این نقایص را رفع و به بهبود نظام توزیع کالا پرداخته اند. اکنون صنعت فروشگاههایی که دامنه گسترده ای از کالاها و با قیمت کم و نزدیک به قیمت تولید را عرضه می کنند، بطور مداوم در حال رشد و تغییر است. رقابت اصلی در این صنعت نیز بر سر قیمت گذاری، مکان بایی، اندازه فروشگاه، چیدمان و محیط، تکنولوژی و نوآوری و تصویر کلی فروشگاه در اجتماع می باشد. مشخصه اصلی این صنعت صرفه به مقیاس یا همان سرشکن شدن هزینه ها به خاطر بزرگ بودن مقیاس است. امروزه در جهان بازرگان اصلی صنعت هایپرمارکت عملیات خرید، تولید، تبلیغات و حمل و نقل کالاها را به شکل مولری کنترل می کنند. در مجموع مارکت ها و فروشگاه های زنجیره ای به عنوان یکی از کارآمدترین روش های نظام توزیع در همه کشور هاست. با این وجود سهم این صنعت مدرن در اقتصاد کشور مان به دلایل مختلف که مهمترین آن مقاومت از سوی نظام سنتی ناپهروه ور بوده ناچیز است.



فروشگاه های زنجیره ای و هایپرمارکت ها به اعتقاد کارشناسان فاصله بین تولیدکننده و عرضه کننده را کاهش و هزینه ها را به حداقل و جد معقول می رساند. از سویی دیگر به دلیل آسان شدن نظارت بر این فروشگاه ها امکان گرانفروشی نیز به حداقل می رسد. با این وجود همچنان شاهد جای خالی این سیستم در نظام توزیع کشور هستیم. در حال حاضر یک میلیون و ۲۰۰ هزار