ادامه از صفحه اول

پیامدهای پنهان استیضاح

آیا بـا وجود علـم به مشـکلات عدیـده برخی دستگاه‌ها و وزارتخانه‌ها، اسـتیضاح حتی اگر منجر به تغییر یک وزیر شود، می‌تواند مشکلی را حل کند؟ هر دو وزیر موضوع این یادداشت، در کابینه اول دکتر روحانی نیز حاضر بوده و تـا حد زیادی به زیروبم دو وزارتخانه خود -کـه ازقضا از وزارتخانه‌های ادغامی دوران احمدی‌نژاد هسـتند و میـراث‌دار آن تصمیم اشتباه- مطلع بوده و سرمایه اجتماعی و مدیریتی‌ای را در این بخش اندوخته‌اند. نگارنده معتقد است اگر وزیر اقتصاد دولت یازدهم نیـز در کنار آنان می‌ماند، شـانس رفع بحران‌ها به‌مراتب بیشـتر بـود؛ چراکه به‌خوبـی مسـائل را می‌شـناخت و بـرای رفع آنها صاحب تئوری بود. حال حضور فرد جدیدی در سـه سـال آینده، قرار است چه مشـکلی را حل کند؟ اگر وزارتخانـه‌ای نیازمند تقویت باشـد، راه‌های منطقی و علمی آن موجود اسـت. امروز شـرایط به گونه‌ای اسـت که حتی نمی‌توان به برنامه ششـم نیز استناد کـرد و خـود برنامه‌ای کـه مجلس تصویـب کرده، مشـکلات فراوانی دارد. چه کسـی مسئول وضعیت فعلی صندوق توسـعه ملی اسـت که زیـر هر بند برنامه، راهی برای برداشت از منابع آن در نظر گرفته شـده است؟ فرانسـه برخلاف ایران سـه نوع قانون دارد؛ قانون اساسـی، قوانین ارگانیک و قوانین عادی. قوانین ارگانیک مربوط به برنامه‌ها و محاسبات مالی اسـت و پارلمان حق تغییر آنها را ندارد. شاید قانون برنامه‌های پنج‌سـاله توسعه، شـبیه این نوع قوانین فرانسـه باشـد؛ اما از همین سـند مهم نیز با احترام سخن گفته نمی‌شود و بیشتر افراد در روند برنامه‌ریزی دنبال نوعی راه میان‌بُر هستند. در محورهای استیضاح یک وزیر آمـده که ضعف ایجاد اشـتغال را در نقاط مختلف به‌ویژه مناطق محـروم دارد. همه می‌دانند اشتغال از طریق سرمایه‌گذاری ایجاد می‌شود. همان نمایندگان می‌داننـد چرا دولت امـروز امکان ایجاد اشـتغال بالا را نـدارد و اعتبارات بخـش صنعت یا کشاورزی در چه بخش‌های غیرمرتبطی به کار گرفته می‌شود. در بخش خصوصی نیز رغبت چندانی برای سـرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیـد یا خدمات باقی نمانده اسـت و دلیل آن نیز موانعی است که سرمایه را فراری می‌دهند. وزیری که با این محور اسـتیضاح مواجه شده، مسئول تنظیم روابط کار است؛ بااین‌حال، دردمندانه دنبال تنها راه موجود یعنی توانمندسازی افراد جویای کار یا بی‌کارشـده بر اثر رکود اقتصادی از طریق مهارت‌آموزی است.

ادامه در صفحه ۱۳

امضای ۲۱۷ نماینده پای کاهش تعرفه خودرو

اتحاد کم‌سابقه در مجلس

شرق: ۲۱۷ نماینده برای کاهش تعرفه خودروهای وارداتی با یکدیگر متحد شـدند و طرحی دوفوریتی را به مجلس ارائه دادند تا هرچه‌سریع‌تر میزان تعرفه واردات خودرو در کشـور را کاهـش دهند. محمدرضا نجفی‌منش، عضـو هیئت‌مدیره انجمن قطعه‌سـازان، تصمیم مجلـس برای کاهش تعرفه‌ها را به‌نفع بخش خاصی از جامعـه معرفی می‌کند. میثم رضایی نیز کاهش تعرفه را عامل مؤثری بر بازار خودروهای وارداتی نمی‌داند، زیرا خریداران این خودروها توان مالی خرید اتومبیل با قیمت‌های افزایش‌یافته را هم دارند.

طبـق قانون برنامه پنجم توسـعه، باید پنج درصد از بازار داخل توسـط خودروهای وارداتی تأمین شـود، اما تاکنون به این قانون عمل نشـده است و اخیرا نیز مصوبه دولت در زمینه افزایش تعرفه واردات خودروهای خارجی، این تصـور را ایجاد می‌کند که دولت در حال سـنگ‌اندازی در مقابل واردات خودرو اسـت. ۲۱۷ نماینده مجلس در اتحادی بی‌سـابقه با یکدیگر، طرحی دوفوریتـی را ارائـه کرده‌اند که تعرفـه واردات خودرو را کاهـش داده و به همان تعرفه حداکثر ۵۵ درصدی بازگردانند. به اعتقاد بهرام پارسـایی، عضو کمیسیون اصل ۹۰، مردم نباید مادام‌العمر چوب صنعتی را بخورند که قصد پیشـرفت ندارد. این نماینده مجلس آلاینده‌بودن خودروهـای داخلی، بازار انحصـاری برای تولید داخل که منجر به افـت ارائه خدمات در زمان فروش و پس از آن شـده و مسـائلی از این دسـت را عواملی معرفی کرد که سبب شـده نمایندگان ملت به دنبال کاهش تعرفه خودروهای وارداتی باشـند تا مصرف‌کننده حق انتخاب بیشتری پیدا کند.

امـا محمدرضـا نجفی‌منش، عضـو هیئت‌مدیره انجمن قطعه‌سـازان، یک علامت سـؤال جلـوی تصمیم نمایندگان گذاشـت. او گفـت: یک ریال از درآمدهای واردات به حسـاب خودروسـاز نمی‌آیـد و همه‌چیز جزء منابع درآمدی دولت محسـوب می‌شود. امسال هم سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال است. بحث تولید و اشتغال با واردات منافات دارد.

نجفی‌منش در واکنـش به اظهارات عضو کمیسـیون اصل ۹۰ هم بیان کرد: ۳۰ درصد آلودگی کلان‌شـهرها بر اسـاس آمارهای ارائه‌شـده از سوی عیسـی کلانتری، رئیس سـازمان حفاظت محیط زیسـت، مربوط به جاهای سـاکن و موتورخانه منازل اسـت که هیچ‌وقت تنظیم نمی‌شوند. ۷۰ درصد هم سهم خودروهاست. از آلایندگی خودروها ۶۷ درصد مربوط به اتوبوس و کامیون‌های فرسوده و سه درصد هم به خودروهای دیگر مرتبط است.

به اعتقاد او، افزایش تعرفه‌ها خیلی ضربتی انجام شـد، زیرا بانک مرکزی میزان ارز کمی در اختیار داشـت و به نعمت‌زاده، وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت، پیشنهاد کرده بود که فکری کنند که میزان واردات کم شود. بیشترین چیزی که اذیت کرد، داستان تعرفه‌های خودروهای هیبریدی بود.

نجفی‌منـش تأکید کرد: هیچ کشـوری بازارش را مجانی در اختیار سـایر کشورها قرار نمی‌دهد. برخی اقدامات تعرفه‌ای دولت جنبه حمایت از تولید داخل دارند و بخشـی نیز برای جبران هزینه‌هایش است. اینجا به‌طور مسلم تصمیم نمایندگان در رابطه با کاهش تعرفه کمک به مردم نیسـت، زیرا کل واردات ما در سـال ۵۰ هزار خودرو اسـت و در یک سـال که خیلی واردات داشتیم، صد هزار خودرو به کشور وارد شد.

عضو انجمن قطعه‌سـازان گفت: تولید امسال ما به مرز یک‌میلیون و ۶۰۰ هـزار خودرو در داخل می‌رسـد. خودروهای وارداتی در اختیار همه اقشـار جامعه نیست و قشر خاصی از آن استفاده می‌کنند.

تغییر تعرفه برای واردکنندگان مهم نیست

میثم رضایی، رئیس انجمـن صنفی واردکنندگان خـودرو، نیز خریداران خودروهای وارداتی را قشر خاصی می‌داند که اگر تعرفه هم افزایش یابد، باز به دلیل نبود کالای مشابه در داخل، خریداران با قیمت بیشتر همان خودروی وارداتی را خریداری خواهند کرد. به گفته او، واردکنندگان یک سود مشخص دارند که بعد از محاسبه هزینه‌های مرتبط با واردات خودرو و درنظرگرفتن این سـود، کالای خود را به بازار عرضه می‌کنند. در نتیجه تغییر تعرفه برای آنها اهمیت چندانی ندارد و بازارشان را تحت‌تاثیر قرار نخواهد داد.

رضایی کاهش تعرفه را اقدامی در راستای تأمین منافع مصرف‌کننده اعلام کرد و افزود: تجربه ما در سالیان گذشته نشان داده است که با تعرفه ۹۰ درصد هم بیشترین فروش را داشتیم و با ۵۵ درصد هم همین شرایط بود.

او درباره شـکایت از وزارت صنعت، معـدن و تجارت به دلیل تصمیمات این مجموعـه برای تغییرات تعرفـه‌ای گفت: گروهـی از مصوبه دولت در دیوان عدالت اداری شـکایت کردند. هدف، بازگرداندن تعرفه به حالت قبل از دسـتورالعمل اخیر معاون اول رئیس‌جمهوری بود. شعبه سوم دیوان رأی به بازگشـت تعرفه‌ها داد، اما وزیر صنعت این حکـم را نپذیرفت. دلیل عدم پذیرشـشـان هم تا جایی درست به نظر می‌رسد، زیرا گویا در صلاحیت شعبه صدور چنین رأیی نبوده و باید هیئت عمومی دیوان دراین‌باره رأی صادر کند.

نمایندگان کارگران و کارفرمایان باز هم حاضر به شرکت در جلسه تعیین مزد نشدند

دستمزد معلق ۹۷

شـرق: درحالی‌کـه برخـی خبرگزاری‌های رسـمی از برنامه‌ریزی برای برگزاری جلسـه شورای عالی کار برای تعیین دستمزد سال ۹۷ خبر می‌دادند، نمایندگان کارگری و کارفرمایی در گفت‌وگو با «شـرق» از تصمیم خود برای شرکت‌نکردن در این جلسـه خبر دادند. این جلسه قرار بود با حضور علی ربیعی، وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی برگزار شود؛ اما به نظر می‌رسد کارگران و کارفرمایان قصد ندارند به اعتراض خود از تصمیم دولت و مجلس برای منابع درمانی تأمین اجتماعی پایان دهند. دو هفته قبل، نمایندگان کارگری و کارفرمایی با امضای بیانیه مشترکی به تصویب بند «ز» تبصره ۷ مـاده واحده لایحه بودجه که سازمان تأمین اجتماعی را ملزم به واریز منابع درمانی خـود به خزانه دولـت می‌کرد، اعتـراض کردند و دیگر حاضر به شـرکت در جلسـه‌های تعیین دستمزد سال ۹۷ نشـدند. پس از آن، رایزنی‌هایی از سـوی نمایندگان کارگـری و تأمین اجتماعی بـرای رد مصوبه مجلس از سوی شورای نگهبان انجام گرفت؛ اما با تصمیم شورای نگهبان برای تأیید این بخش از لایحه بودجه، این امیدها نیز رنگ باخت. پـس از آن وزارت کار تلاش کرد با توجه به شـرایط پیش‌آمده، کارگران و کارفرمایان را به شرکت دوباره در جلسـات تعیین دستمزد راضی کند؛ اما به نظر می‌رسد موفقیتی در این راه نداشته است.

مشارکت‌پذیر نیستند

اصغر آهنی‌ها، نماینده کارفرمایان در جلسـه تعیین دستمزد، در گفت‌وگو با «شـرق» از مصوبه کانون عالی کارفرمایان درباره شـرکت‌نکردن در جلسـه‌های تعیین دستمزد خبر داد و گفت: طبق تصمیمی که کانون عالی کارفرمایان گرفته اسـت، با توجه به نبود مشارکت‌پذیری در تصمیمات و بی‌توجهی به الزامات سه‌جانبه‌گرایی از سوی دولت، در این جلسه شرکت نمی‌کند.

تصمیم دوستان شرکت‌نکردن بود

فرامرز توفیقی، رئیس کمیته دستمزد و مشاور کانون عالی شوراهای اسلامی کار که به‌عنوان نماینده کارگران در جلسه‌های تعیین دستمزد شرکت می‌کند، در گفت‌وگو با «شـرق» از شرکت‌نکردن نمایندگان کارگری در جلسه تعیین دستمزد خبر داد و گفت: جمع‌بندی دوستان این بود که بـا توجه به تصمیم دولت بـرای منابع درمانی سازمان تأمین اجتماعی، در جلسه یادشده شرکت نکنیم. پیش از این نیز علی خدایی، نماینده کارگران در شـورای عالی کار، در گفت‌وگو با «شرق» با انتقاد از مصوبه واریز منابع درمانی تأمین اجتماعی به خزانه دولت، گفته بود: نماینـدگان کارگری نمی‌توانند و نبایـد در قبال تصمیم مسئولان برای منابع تأمین اجتماعی که سرمایه کارگران است، بی‌تفاوت باشند.

کارگران حق دارند؛ اما تعیین دستمزد نیز مهم است

احمد مشـیریان، معاون روابط کار وزارت کار، نیز در گفت‌وگو با تسـنیم گفته اسـت: اعتراض، حق طبیعی کارگران است و طبیعی اسـت نسبت به اموال کارگران حساس باشـند؛ اما جلسـات مزد نیز باید برگزار شود و به‌هرحال تعیین دسـتمزد بیش از ۱۱ میلیون کارگر باید به صورت سه‌جانبه مشـخص شود. مشیریان همچنین گفته است: احتمالا هفته آینده جلسه شورای عالی کار را برگزار و شرکای اجتماعی را دعوت خواهیم کرد.

تعیین دستمزد گره‌خورد

بـا توجه بـه تصمیم کارگـران و کارفرمایـان برای شرکت‌نکردن در جلسه تعیین دستمزد، به نظر می‌رسد کلاف تعیین دسـتمزد سـال ۹۷ بیـش از پیش درهم پیچیده است. حداقل دسـتمزد کارکنان مشمول قانون کار، طبق روال سـالانه در ماه‌های پایانی سال در شورای عالی کار با حضور نمایندگان وزارت کار از سـوی دولت، نمایندگان کارگری و نمایندگان کارفرمایی تعیین می‌شود؛ اما با وضعیت فعلی و درحالی‌که تنها دو هفته تا پایان سال باقی مانده است، تکلیف حداقل دستمزد سال ۹۷ همچنان نامشخص است.

خبر

بودجه سال ۹۷ نهایی شد

• نمایندگان مجلس شورای اسلامی، بودجه سال ۹۷ کل کشور را از حیث منابع و مصارف ۱۲ میلیون و ۲۳۵ هـزار و ۵۲۳ میلیارد و ۷۴۰ میلیون ریال تعیین کردند. به گزارش ایرنا، نمایندگان در جلسه علنی نوبت عصر دیروز سه‌شنبه مجلس شـورای اسلامی ماده واحده بودجه سال ۹۷ کل کشور را با ۱۵۰ رأی موافق، ۱۲ رأی مخالـف و هفت رأی ممتنـع از مجموع ۱۹۵ نماینده حاضـر تصویب کردنـد. نمایندگان مجلس شـورای اسـلامی با تصویب مـاده واحده ایـن لایحه، بودجه کشور در سال آینده را از حیث منابع، بالغ بر ۱۲ میلیون و ۲۳۵ هـزار و ۵۲۳ میلیـارد و ۷۴۰ میلیون ریال و از حیث مصارف بالغ بـر ۱۲ میلیون و ۲۳۵ هزار و ۵۲۳ میلیارد و ۷۴۰ میلیون ریال به شـرح زیر تعیین کردند: الف) منابع عمومی بودجـه دولت از لحاظ درآمدها و واگـذاری دارایی‌های سـرمایه‌ای و مصارف بودجه عمومی دولت از حیـث هزینه‌ها و تملک دارایی‌های سرمایه‌ای بالغ بر ۴ میلیون و ۴۴۲ هزار و ۶۰۴ میلیارد و ۶۶۸ میلیون ریال شامل: ۱-منابع عمومی بالغ بر سه میلیـون و ۸۶۱ هزار و ۸۷۱ میلیارد و ۱۴۹ میلیون ریال ۲-درآمد اختصاصی وزارتخانه‌ها و مؤسسـات دولتی بالغ بر ۵۷۰ هـزار و ۷۳۸ میلیارد و ۵۱۹ میلیون ریال. ب) بودجه شـرکت‌های دولتی، بانک‌ها و مؤسسـات انتفاعی وابسـته به دولت از لحاظ درآمدها و سـایر منابع تأمین اعتبار بالغ بر هشت میلیون و ۳۹۱ هزار و ۲۴۷ میلیـارد و ۲۸۴ میلیون ریال و از حیث هزینه‌ها و سایر پرداخت‌ها بالغ بر پنج میلیون و ۳۹۱ هزار و ۲۴۷ میلیارد و ۲۸۴ میلیون ریال است.

کاهش کیفیت خوراک کارگری

• نماینده کارگران در جلسـات مزد ۹۷، با اشـاره به کاهش سـهم مواد خوراکـی در معیشـت خانوار از ۲۷ درصد در سـال ۹۵ به ۲۴.۵ درصد در سال جاری خبـر داد. فرامرز توفیقی در گفت‌وگو با مهر، با اشـاره به آخریـن وضعیت تعیین هزینه معیشـت به عنوان معیاری برای تعیین دستمزد گفت: مذاکره درباره هزینه معیشت که سـهم درمان آن با واریز به خزانه قربانی شود، سـخت است. وقتی دولت با طرح نظام سلامت شـعار بهره‌مندی اقشار آسـیب‌پذیر از نعمت درمان، بدون تحمیل هزینه مالی به معیشت خانوار را می‌دهد، بسیار خوب است و قطعا اسـتقبال می‌شود؛ اما نکته قابل توجه اینکه در نظام سـلامت علاوه بر «درمان»، «پیشگیری» نیز هدف‌گذاری شده بود، اما شواهدی که دال بر «پیشگیری» باشد، مشاهده نمی‌کنیم.

گفتگوی ویژه

گفت‌وگو با مدیر عامل شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای فامیلی مدرن «هایپر فامیلی»

هدف ما چابک‌سازی نظام توزیع کالاست

در فروشـگاه‌های زنجیره‌ای، کالاها با قیمت مناسب‌تری به مشـتریان عرضه می‌شـود. در کنار تنوع چشـمگیر کالا و درعین‌حـال صرفه‌جویـی زمانی؛ خریـد از آنها افزایش رضایت مشـتریان را به دنبال خواهد داشـت. فروشـگاه‌های زنجیره‌ای در حجم و مقیاس قابل‌توجهی از تولیدکنندگان، کالا خریـداری می‌کنند که نتیجه تبعی آن حمایـت از تولیـدات داخلـی، رونـق اقتصادی و اشتغال‌زایی در کشور است.

«هایپرفامیلـی» ازجملـه فروشـگاه‌های زنجیـره‌ای با ویژگی‌های فوق است که به‌تازگی در سطح کشور شاهد فعالیت آن هسـتیم. زیرمجموعه «گروه صنعتی گلرنگ»، چشـم‌انداز بلندمدت این بنگاه اقتصـادی را ایجاد یک شبکه فروشگاهی یکپارچه در سراسر کشور اعلام کرده تا تجربه‌ای نوین از خرید را به مصرف‌کنندگان ایرانی ارائه دهد.

درباره روند شـکل‌گیری، جامعه هدف، چشم‌اندازهای آتـی، اسـتراتژی‌ها و... فروشـگاه‌های زنجیـره‌ای «هایپرفامیلی»، با «محمدحسین اسـمایی»، مدیرعامل این مجموعه، به گفت‌وگو نشسته‌ایم که در ادامه تقدیم می‌شود.

«گـروه صنعتی گلرنگ» یک برند بسـیار قدیمی اسـت، به دلیل نقشـی که در اقتصاد ایران داشته، می‌توان به گذشـته آن پرداخت؛ اجازه دهید با این سؤال شروع کنیم که پیشـینه فعالیت شرکت به چه زمانی برمی‌گردد؟

پیشـینه گروه صنعتـی گلرنگ به دهه ۴۰ شمسـی بازمی‌گردد؛ زمانی که اسـتاد «کریم فضلـی» با درایت و سخت‌کوشی، تولید مواد شـوینده را آغاز کرد. نگرش ایشـان از بدو امـر مبتنی بر کارآفرینی و اشـتغال بود و ثمره این فعالیت که نیم قرن قدمت دارد، اشتغال تعداد بسیار زیادی از هم‌وطنانمان بوده است.

روند شـکل‌گیری فروشـگاه «هایپرفامیلـی» به‌عنوان یکـی از فروشـگاه‌های زیرمجموعه «گروه صنعتی گلرنگ» چگونه بوده است؟

همان‌طور کـه می‌دانید، زنجیره تولیـد و توزیع کالا در کشـور در حال گذار از شرایط سـنتی به مدرن است و دراین‌میـان روزبه‌روز در جهت حذف واسـطه‌ها گام برداشـته می‌شود. طبیعتا هر سـازمانی در این سطح و مقیاس می‌کوشد زنجیره ارزش افزوده خود را کامل کند تا بتواند اشـراف بهتری به بخش‌هـای مختلف تولید و پخش داشته باشد. همچنین نظر به اینکه بخش فروش جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد جهانی دارد و فروشـگاه‌های زنجیره‌ای نیز یکی از نهادهای توزیع محسوب می‌شوند، شـرکتی در ابعاد و گسـتره کاری «گلرنگ» نمی‌تواند از آن غافل باشد. در این راسـتا ابتدا شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای «افق کوروش» بر مدل فروشگاه تخفیف‌محور یا Discount Store افتتاح شـد. پـس از بازخورد مثبتی کـه این فروشـگاه در بین هم‌وطنان عزیزمان داشـت و احسـاس نیازی که در بازار حس می‌شد، «گروه صنعتی گلرنگ» تصمیم گرفت مدل جدیدی از فروشـگاه‌ها را با عنوان «هایپرفامیلـی» معرفی کند که در قیاس با «افق کـوروش» با متراژ و تنوع بیشـتری همراه بـوده و دایره وسیع‌تری از نیازهای خانوار را پوشش می‌دهد. فروشگاه «هایپرفامیلی» توانسـته در مدت شش ماه دو فروشگاه در استان‌های گلستان و خراسـان‌رضوی راه‌اندازی کند، امیدواریم روند گسـترش فعالیت به همین منوال ادامه پیدا کند.

چشـم‌انداز آتی شما از گسـترش فروشگاه‌های «هایپرفامیلی» چیست؟

در ابتـدا باید خاطرنشـان کنم ما بـرای بهبود نظام توزیـع، چاره‌ای جز ایجاد سـامانه‌های مناسـب نداریم که فروشـگاه‌های زنجیره‌ای هم یکی از این سـامانه‌ها محسـوب می‌شـوند. یکـی از مهم‌ترین مزایـای چنین مراکـزی، مربوط به تخفیف‌هایی اسـت کـه در عرضه محصولات لحـاظ می‌شـود. بازخورد ایـن تخفیف‌ها، تهیـه و خرید اقـلام موردنیاز با حداقل سـود و حداقل نرخ اسـت، بنابراین مجموع هزینه‌های خانوار در طول ماه با کاهش محسوسـی همراه خواهـد بود. درواقع با فعالیت چنین فروشـگاه‌هایی دست دلالان و واسطه‌ها کوتاه می‌شود که به نفع جامعه مصرف‌کننده است و نیز باعث بهبود نسبی ترافیک شهری با حذف مسافرت‌های درون‌شهری غیرضروری و هدایت، برنامه‌ریزی و نظارت بهتر و سـهل‌تر دولت بر توزیـع و اقتصاد خواهد بود. با همین هدف، افزایش و توسعه هرچه بیشتر فروشگاه‌ها جزء اهداف این مجموعه قرار گرفته است. در چشم‌انداز کلان، گروه صنعتی گلرنگ باید در کمتر از ۱۰ سـال آینده به لحاظ گردش مالی در میان ۵۰۰ شـرکت برتر جهانی قرار داشـته باشد. از آنجا که شـرکت‌های خرده‌فروشی نوعا گـردش مالی بالایـی دارند، شـرکت هایپرفامیلی می‌تواند در تحقق اهداف گروه صنعتی نقش بسـزایی ایفا کند و در همین راستا قصد داریم در مدت سه سال و در فاز اول ۴۰ فروشگاه بزرگ افتتاح کنیم. در همین راستا تمام همکاران ما در این فروشگاه‌ها کوشش خواهند کرد با گسترش شعب خود این صنعت را متحول کنند.

استراتژی شـما از تبلیغات در زمینه فروشگاه‌ها و محصولات هایپرفامیلی چیسـت؟ آیا تبلیغات در فضای مجازی را هم در دستور کار دارید؟

فروشـگاه‌های زنجیـره‌ای به‌طورطبیعـی تبلیغات اندکـی دارنـد و بیشـتر بـر تبلیغـات «دهان‌به‌دهان» اسـتوارند؛ به‌عبارت‌دیگـر زمانی که شـما اجناسـی با کیفیت مطلوب و قیمتی رقابتی ارائه می‌کنید، مشـتریان بهترین ابزار تبلیغاتی شما خواهند بود. در کنار این اصل مهم، ابتدای کار بهره‌گیری از سـایر روش‌های تبلیغاتی نیز ضروری اسـت و دراین‌میان، فضای مجازی،، جایگاه ویژه‌ای دارد، زیرا شـرایط جامعه به‌گونه‌ای رقم خورده اسـت که نقش فضای مجازی روزبه‌روز در زندگی مردم پررنگ‌تر می‌شود.

نیازسـنجی شـهرها و نقاط مختلف تهران برای تأسـیس شـعب جدیـد فروشـگاه هایپرفامیلی با چه سـازوکاری صـورت می‌گیـرد و قیمت‌گذاری محصولات‌تان بر چه اساسـی است؟

تأسیس فروشـگاه‌های هایپر به‌لحاظ سرمایه‌گذاری کلان اولیه، مطالعات دقیقی را طلب می‌کند و ازاین‌رو قبل از تصمیم‌گیری نهایی درباره تأسیس فروشـگاه در یک منطقه، حتما شرایط دموگرافیک آن منطقـه اعم از تعداد خانوار و سـبک زندگی آنها مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد.

در واقع با فعالیت فروشگاه‌هایی مانند هایپرفامیلی دست دلالان و واسطه‌ها کوتاه می‌شود که به نفع جامعه مصرف‌کننده است و نیز باعث بهبود نسبی ترافیک شهری با حذف مسافرت‌های درون‌شهری غیرضروری و نظارت بهتر و سهل‌تر دولت بر توزیع و اقتصاد خواهد بود

نظام قیمت‌گذاری نیز به چند فاکتور عمده وابسـته اسـت. در راهبـرد قیمت‌گـذاری شـرکت هایپرفامیلی میزان تقاضـای بازار هدف، پارامترهـای اقتصادی بازار هدف و نیز اسـتراتژی رقبا تأثیـر دارد و درنهایت الگوی قیمت‌گذاری محصولات عرضه‌شـده در این فروشگاه‌ها به‌نفع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خواهد بود.

جامعـه هدف شـما را چه اقشـاری تشـکیل می‌دهند؟ به عبارت دیگر، قیمت کالاها متناسـب با توان خرید کدامیک از اقشار جامعه است؟

بزرگ‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای دنیا معمولا عمده مخاطبـان خود را در میان گروه‌های متوسـط اقتصادی جسـت‌وجو می‌کننـد و ما نیـز همین رویـه را در پیش گرفته‌ایم. البته این به آن معنا نیسـت که سایر اقشار در محاسـبات ما جایی ندارند. ۸۰ میلیون مصرف‌کننده در کشـور وجود دارد که باید به سـلیقه مصرف آنها توجه شـود. ما با فراهم‌کـردن امکان خرید طیف وسـیعی از محصولات غذایـی و غیرغذایی با عناویـن متنوع در یـک مجموعه وسـیع با کمترین قیمـت، به‌ویژه در بخش خوراکی، تجربه خریدی بی‌دغدغه بـرای مشـتریان خود فراهم خواهیم کرد.

یکی‌دیگـر از ویژگی‌هـای مجموعه ما عرضـه تولیدات رقبا در کنـار کالاهایـی خواهد بود که گـروه صنعتـی گلرنـگ یکه‌تاز و رهبر بازار اسـت. ما برای سـلایق مختلف مشـتریانمان ارزش فراوانی قائلیم و اولویت ما پاسخ‌گویی به نیازها و خواسته‌های مشتریان است.

به نظر شـما چند درصد بازار داخل در اختیار شما قرار دارد؟ برنامه‌های آینده شـما برای بالابردن این سهم چیست؟

بد نیست بدانید براساس مطالعات انجام‌شده، حجم بازار خرده‌فروشـی کشور یک‌میلیون و ۲۰۰ تا یک‌میلیون و ۳۰۰ هزارمیلیارد ریال اسـت که سـهم فروشـگاه‌های زنجیره‌ای از این میزان حدود ۱۵ درصد است؛ درحالی‌که این رقم در دنیا به ۵۰ درصد رسیده و در برخی کشورهای پیشـرفته تا ۸۰ درصد نیز برآورد می‌شود. بنابراین زمینه گسترش فعالیت و توسعه این‌گونه مراکز فروش در ایران بسـیار اسـت، بااین‌حال، به اعتقاد من، مدرن‌سازی بازار خرده‌فروشـی از زنجیره تأمین ارزش، چابک‌کردن نظام توزیع کالا و افزایش قدرت خرید اقشـار مختلف جامعه به دلیل پایین‌تربودن قیمت فروش، از سـهم ما در بازار زنجیره‌ای، مهم‌تر اسـت، زیرا آنچـه به‌طور جدی با آن مواجهیم، رقابت میان سـاختارهای مدرن و کهنه است تـا رقابت میان خود فروشـگاه‌های زنجیره‌ای. فراموش نکنید که ایجاد فروشـگاه‌های زنجیره‌ای باعث شـده تا مفهوم رقابت در فروشگاه‌های خرده‌فروشی نیز جدی‌تر گرفته شـود. حالا ممکن اسـت در این میـان بعضی از فروشگاه‌های محلی یا فروشگاه‌های زنجیره‌ای ناکارآمد هـم مجبور به تعطیلی شـوند ولی در نهایت به سـود مصرف‌کنندگان تمام خواهد شد.

ما در «مطالعـه بازارها و جامعه هدف» فاکتورهایی از قبیل میزان اسـتقبال مردم از کالاها، فعالیت و کیفیت کالاهای رقبـا و پارامترهـای دموگرافیـک ناحیه مانند جمعیـت و قدرت خریـد خانوارها را مدنظـر قرار داده و سـپس تصمیم‌گیـری می‌کنیـم. این نکتـه نیز باعث مباهات ماسـت که عمده کارهای مرتبط با بررسی بازار و تحقیقـات میدانـی از سـوی همکارانمـان در همین مجموعه انجام می‌شـود. برای انجام ایـن مهم نیاز به الگو داشـتیم که در ماه‌های ابتدایی تأسـیس شرکت به دست همکاران شرکت طراحی شد.

در مورد تعـداد و کیفیت نیروی انسـانی که در شـعب خود به کار گرفته‌اید نیز توضیحاتی بفرمایید. نقش نیروی انسـانی را در پیشبرد اهداف مجموعه تا چه حد ارزیابی می‌کنید؟

در نگاه ما نیروی انسـانی مهم‌ترین سرمایه سازمان اسـت و تنها کیفیت کار و تلاش نیروی انسانی است که می‌توانـد آینده سـازمان را تضمین کند. گفته می‌شـود درحال‌حاضر به‌ازای هر ۲۰۰ متر فروشـگاه هشت تا ۱۰ نفر اشـتغال مستقیم وجود دارد و در کل کشور ۲۵ هزار نفر به‌طور مسـتقیم در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشغول به کار هسـتند. در هایپرفامیلی نیز در هر فروشگاه بسته بـه ابعاد آن بیـن ۵۰ تـا ۳۰۰ نفر به صورت مسـتقیم مشـغول به کار خواهند شد که سـهم فوق‌العاده‌ای در اشـتغال‌زایی جوانان جامعه دارد. درنهایت پس از سه سال حدود چهار هزار پرسنل در مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپر فامیلی اشتغال خواهند داشت.

نحوه فروش آنلاین فروشگاه‌های هایپرفامیلی به چه طریقی است؟ آیا مرجوعی هم دارید و به عبارت دیگر کالاهای فروخته‌شده را پس می‌گیرید؟

فروش آنلاین با توجه به تغییرات سبک زندگی مردم ضرورتی اجتناب‌ناپذیر اسـت، اما در حـوزه خواربار که سـبد اصلی فروش شرکت را تشکیل می‌دهد، راه‌اندازی سـامانه‌های آنلایـن نیازمند توجه به ظرایفی اسـت و پرداختن به آن اندکی زمـان می‌برد. درخصوص بخش دوم پرسـش شـما، مرجوعی اگر طبق ضوابط شـرکت انجام پذیرد، قابل‌قبول است و ما در جهت رفاه مشتریان عزیزمان این امکان را فراهم کرده‌ایم.

تولیدکننـدگان خرد را تا چه حد تحت‌پوشـش داریـد؟ آیا حمایت از این قشـر در برنامه بلندمدت شما جایی دارد؟

حمایـت از تولیدکنندگان خرد می‌تواند تأثیر بسـیار مطلوبی بر حفظ آسایش اقتصادی نواحی هدف داشته باشد. ازاین‌رو رویکرد ما استفاده حداکثری از استعدادها و تولیدات بومی اسـت. در نگاه کلان ما حفظ و حمایت از ایـن تولیدکنندگان می‌تواند راهکاری برد - برد باشـد که باعث شـکوفایی اقتصـادی بازار هـدف و درنتیجه بهره‌وری بیشـتر فروشـگاه‌های ما خواهد بـود. یکی از مزایای فروشـگاه‌های مدرن، شفاف‌سـازی اقتصادی - مالـی و جلوگیـری از عرضه کالاهای قاچاق اسـت که رشـد اقتصاد کشور را در پی خواهد داشت، ازاین‌رو شما به‌هیچ‌وجه اثری از کالاهای قاچاق یا غیراسـتاندارد در فروشـگاه‌های مـا نخواهید دید و تمام اقـلام از مبادی رسمی تأمین خواهد شد.

مشکلاتی که در مسـیر فعالیت دارید، شامل چه مواردی است؟

شـاید بتـوان عوامـل اقتصـادی را مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در رشـد و توسـعه فروشـگاه‌های زنجیره‌ای دانسـت. به‌عبارت بهتر، توفیق فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیازمنـد اقتصـاد آزاد، سـالم و مبتنی بر بازار اسـت و تجربه نشـان داده که در شـرایط عدم ثبـات اقتصادی سوءاسـتفاده‌کنندگان در بنگاه‌های توزیع سنتی بیشترین بهره‌برداری را می‌کننـد. در واقع، وجود تورم و تغییرات مـداوم در قوانین تجاری - اقتصادی تـوان برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مـدت را از بنگاه‌های اقتصادی به طور عـام و فروشـگاه‌های زنجیره‌ای به طور خاص سـلب می‌کند. درعین‌حال این‌گونه فعالیت‌های بزرگ اقتصادی، مستلزم سرمایه‌گذاری کلان است، اما ضعف نظام بانکی کشور و بی‌ثباتی اقتصادی راه ورود بخش خصوصی در این حوزه را دشـوار می‌کند. بنابراین به اعتقاد من، دولت و سـایر نهادهای مرتبط باید به جهت حمایت از اقشـار متوسـط و پایین جامعه و دسترسـی مصرف‌کنندگان به طیف‌های مختلف کالا، از سـرمایه‌گذاری در این بخش حمایت کنند.

بااین‌حال گـروه صنعتـی گلرنگ به‌عنـوان یکی از بزرگ‌ترین واحدهای اقتصادی خصوصی کشـور، با گذر موفق از سال‌های سخت اقتصادی در عبور از بحران‌ها، کارآزموده شـده و توانسته است با کمک مردم، استوار و پویا بـه فعالیت ادامه دهد. نیروهای مجرب، جوان، پویا و نخبه نیز گروه صنعتی ما را در ادامه این مسـیر دشوار همراهی خواهند کرد.