

عضو و دبیر هیأت مدیره تعاونی مصرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور:

با نیازسنجی از همکاران شرکت تعاونی مصرف را اداره می‌کنیم

واژه تعاون، به معنای با هم کار کردن است. مجموعه‌ای که با کمک اعضا آن و برای تأمین منافع همه اعضا تشکیل می‌شود، افرادی که می‌خواهند با هم کار کنند و اهداف اقتصادی مشترکی را دنبال کنند، می‌توانند یک اجتماعی را شکل دهند که به آن «شرکت تعاونی» گفته می‌شود. ماهیت این گونه شرکت‌ها، ایجاد تجمعی از افراد داوطلب است که با همکاری هم برای پیشبرد منافع اقتصادی و رفاهی یکدیگر تلاش می‌کنند و هدف اصلی ارائه خدمات به اعضا است. به همین منظور، شرکت تعاونی مصرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور از سال ۱۳۲۹ تأسیس و تا به امروز با فراز و نشیب‌های بسیاری روبه‌رو بوده و همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهد. نشریه همراه برنامه گفت‌وگویی با حسین قربان دوست، مدیر اجرایی شرکت در مورد اهداف و برنامه‌های اجرایی سالی که به پایان آن نزدیک هستیم بعمل آورده است که در ادامه می‌خوانیم.

لطفاً مختصری از تاریخچه و اهداف شرکت تعاونی مصرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی در بدو تأسیس توضیح دهید.

شرکت تعاونی مصرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور از تاریخ ۲۴ مرداد ۱۳۲۹ با سرمایه ۱۰ هزار ریال براساس چارچوب آیین‌نامه و مقررات مندرج اساسنامه تأسیس و شروع به فعالیت نمود. شرکت پس از پیروزی انقلاب، بزرگ‌ترین وظیفه خود را ارائه خدمت از طریق تهیه کالاهای دولتی با قیمت‌هایی بسیار ارزان به کارمندان می‌دانست. بعد از پایان یافتن جنگ تحمیلی، با توجه به شرایط موجود، بحث تعاونی با نگاه و ماهیتی متفاوت دنبال می‌شد. اهداف مهم تعاونی‌ها این بود که با کمک اتحادیه‌های دولتی و بازرگانی، کالاهایی با قیمت‌های نازل‌تر از قیمت‌های بازار به همکاران ارائه دهند. یعنی شرکت‌های تعاونی ماهیتاً شبه‌دولتی بودند و معتقد بودند نیازهای خود را باید از طریق اتحادیه‌های دولتی حل و فصل کنند.

مختصری در مورد ارکان، مدیران و بازرسان آن بفرمایید.
این شرکت دارای اساسنامه است که در آن اهداف، موضوع فعالیت، مقررات عمومی و اختصاصی بعنوان خط‌مشی و رسالت شرکت مشخص شده است و ارکان شرکت نیز از سه بخش مجمع عمومی، هیأت مدیره و بازرسان تشکیل شده است.

ساختار و اهداف شرکت تعاونی فعلی در مقایسه با گذشته چه تغییراتی داشته است؟

هیأت مدیره حاضر براساس انتخابات مجمع عمومی در سال ۱۳۹۲، انتخاب و فعالیت رسمی خود را در آذرماه همان سال آغاز نمود. در بدو خدمت با توجه به مشکلات موجود هیأت مدیره با همدلی و شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های شرکت به این باور رسید که می‌تواند براساس نیاز همکاران و بررسی نقاط قوت و ضعف شرکت و همسو شدن با فرآیند بازار، این وظیفه اجتماعی را به پایان رساند.

شرکت تعاونی مصرف در حال حاضر چند نفر عضو دارد و سود سهام افراد به چه صورتی محاسبه می‌شود؟

هم‌اکنون شرکت تعاونی ۶۰۰۰ نفر عضو فعال و غیرفعال دارد. در مورد سود سهام افراد باید توضیح بدهم که سالیانه برحسب سود شرکت تعاونی و با کسر مالیات، سود هر سهم محاسبه شده و به مبلغ سهام هر فرد اضافه می‌شود. سهامداران از طریق حسابداری شرکت تعاونی مصرف می‌توانند از مقدار سود سهام خود مطلع شوند.

تصمیمات اتخاذ شده در شرکت تعاونی فقط با رأی و نظر اعضای هیأت مدیره اجرایی می‌شود یا نظر اعضا نیز تأثیرگذار است؟

ملاک عمل اساسنامه شرکت می‌باشد که حدود اختیارات را کاملاً مشخص نموده است و سیاست‌گذاری کلان شرکت از قبیل حدود اختیارات مدیرعامل و هیأت مدیره و میزان حقوق و دستمزد آنان توسط اعضا در مجمع مشخص می‌شود و مباحث اجرایی و عملیاتی شرکت براساس نظر هیأت مدیره صورت می‌گیرد.

در زمینه فعالیت در شرکت تعاونی، مسئولین با چه مشکلات اساسی مواجه هستند؟ راه‌حل‌های در نظر گرفته شده برای حل این مشکلات چیست؟

هیأت مدیره در شروع فعالیت خود با مسائل و چالش‌هایی همچون مباحث ساختاری، عملیاتی و فرهنگی مواجه گردید. در بحث ساختاری با عنایت به نگاه‌هایی که در سنوات گذشته دولت به بخش تعاون داشته است و شرکت تعاونی‌ها را در اولویت مناقصات دولتی در بخش خدماتی و تأسیساتی و مخابراتی و... دستگاه‌های متبوع خود قرار داده بود. بدین لحاظ شرکت تعاونی‌ها نیز براساس آن برای جبران بخشی از کمبودهای نیروی انسانی خود برای پشتیبانی از این قراردادها مجبور به جذب نیروی انسانی جدید شدند. این موضوع باعث شد بدنه شرکت تعاونی در بخش نیروی انسانی بصورت ناهمگونی افزایش یابد بدون در نظر گرفتن آینده شرکت، از این بُعد و همطراز شدن شرکت تعاونی با دیگر شرکت‌های خصوصی در معاملات دولتی در سنوات جدید و عدم برنده شدن آنان در مناقصات باعث گردید بار مالی سنگینی بر دوش شرکت تعاونی تحمیل گردد که عمده‌ترین هزینه جاری شرکت بحساب می‌آید. در بحث عملیاتی یکی از دغدغه‌های شرکت کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش آن است و همان‌گونه که اعضا اطلاع دارند، حدود ۱۰ سال است که مبلغ اولیه سهام از مبلغ یکصد هزار تومان افزایش پیدا ننموده است و با توجه به نرخ تورم سالانه و عدم افزایش میزان آن، قدرت خدمات‌رسانی بصورت گسترده کاهش یافته است. یکی دیگر از مشکلات در بخش عملیاتی، عدم وجود نیروی ماهر فروش و بازاریاب می‌باشد. نیروهای موجود عمدتاً دارای تحصیلات عالی نبوده و حتی آموزش‌های لازم در این زمینه را ندیده‌اند.

در بخش فرهنگی نیز به دلیل بی‌تفاوتی اعضا نسبت به آینده شرکت و مشارکت نکردن آنان در فعالیت‌های تعاونی بعثت عدم



سیاست‌گذاری کلان شرکت از قبیل حدود اختیارات مدیرعامل و هیأت مدیره و میزان حقوق و دستمزد آنان توسط اعضا در مجمع مشخص می‌شود و مباحث اجرایی و عملیاتی شرکت بر اساس نظر هیأت مدیره صورت می‌گیرد

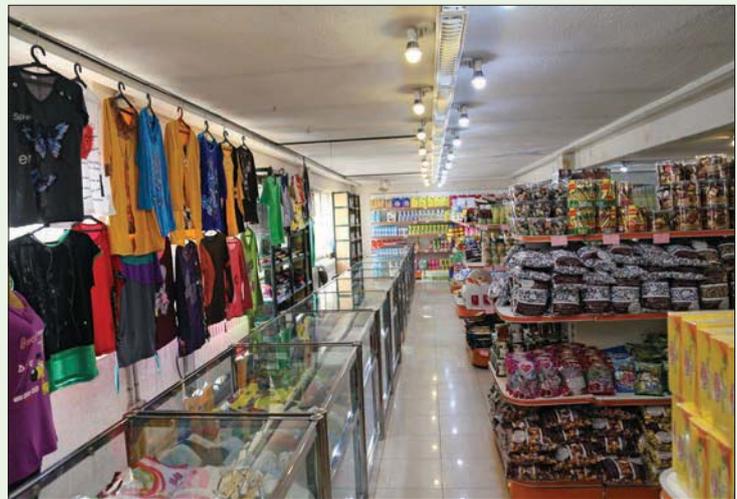


حدود ۱۰ سال است که مبلغ اولیه سهام از مبلغ یکمصد هزار تومان افزایش پیدا نموده است و با توجه به نرخ تورم سالانه و عدم افزایش میزان قدرت خدمات رسانی بصورت گسترده کاهش یافته است

رضایت از عملکرد شرکت در گذشته یکی دیگر از مسائل موجود است که بر گرداندن اعتماد کار بسیار دشواری است. هیأت مدیره با توجه به مسائل موجود با آسیب شناسی و ریشه یابی علل مشکلات که براساس تحقیقات میدانی انجام داده است، داده های بدست آمده را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و برنامه های عملی خود را مورد اجرا گذاشته است و در حال حاضر بدنبال ارزیابی و بازخورد آن است. یکی از مراحل اجرای شرکت موضوع مهندسی فروش است که فازهای تحقیقاتی، فاز استقرار سیستم فروش، اجرای پروژه پیشبرد فروش، برندسازی، تبلیغات، روابط عمومی را در دستور کار خود قرار داده است. ایجاد وبسایت فروشگاه برای اطلاع رسانی خدمات و به روزرسانی ارائه خدمات و کالاهای جدید یکی دیگر از فعالیتهای انجام شده است. در بحث توسعه ای نیز هیأت مدیره نیم نگاهی دارد در مورد اینکه چه فعالیتهایی باید انجام گیرد که مجدداً شرکت به موفقیت برسد و به جایگاه اصلی خود از نگاه همکاران بازگردد.

مهم ترین فعالیتهای شرکت تعاونی مصرف در سال ۹۳ چیست؟

ما در سال ۱۳۹۳ از دو بُعد به خدمات رسانی نگاه کردیم.
 ۱- موضوع خدمات کالایی فروشگاه
 ۲- موضوع خدمات کالای فراتر از فروشگاه



در موضوع اول از طریق نظرسنجی از همکاران سعی کردیم در وهله اول نیازسنجی انجام دهیم بدین صورت که همکاران ما به دنبال کالاهای ارزان قیمت هستند و یا به دنبال کالاهای با کیفیت و برند معتبر هستند و در نهایت توقع واقعی همکاران ما چیست. بدین نتیجه رسیدیم که همکاران از کالاهای مرغوب و با کیفیت با قیمت مناسب بیشتر استقبال می نمایند. با توجه به این موضوع و شناخت فرآیند بازار و دعوت از شرکت های تولیدی و بخش معتبر داخلی و کالای خارجی و با این رویکرد که از هر کالا، هم شرکت تولیدکننده و هم شرکت تعاونی و هم همکاران باید منتفع گردند دعوت به عمل آمد و از آنان خواسته شد با توجه به فرآیند بازار و همسو شدن با آن در ارائه تخفیفات ویژه به کالاهای خود و همچنین انتقال تجربیات خود، شرکت را کمک نمایند. با این سیاست هم اکنون بیش از ۳۰۰۰ تنوع محصولی در فروشگاه شرکت می باشد و سعی شده است از هر کالا چندین برند مختلف وجود داشته باشد. در زیر به چندین خدمات به صورت تیتروار اشاره می کنم.

الف- سعی شده است تا همکاری که علاقمند به استفاده از غذاهای رژیمی، نان مختلف بسته بندی شده، غذاهای سبک آماده و میوه در طول روز هستند، مرتفع گردد.
 ب- تغییر در سیستم فروش فروشگاه برای رؤیت همکاران از میزان تخفیف کالا از قیمت مصرف کننده.
 ج- استفاده از سهمیه دولتی بسیج سازمان در بخش ماهی شوریده و ناگت ماهی.

د- ایجاد بخش پوشاک در فروشگاه مرکزی شرکت (کت و شلوار و پوشاک و کفش) به صورت اقساط تا سقف خرید ده میلیون ریال با بازپرداخت ۴ ماهه

و- انعقاد قرارداد با شرکت بیمه ایران و تخصیص سیستم بیمه مجزا برای همکاران سازمان و استفاده از تخفیفات گروهی ویژه بیمه شخص ثالث و بیمه بدنه خودرو.

ه- استفاده از وام خرید کالا تا سقف ۱۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال با بازپرداخت ۱۵ ماهه و کارمزد یک درصد در ماه (این تسهیلات در هر میزان تا سقف یادشده قابل ارایه می باشد).

برنامه های آینده شرکت تعاونی مصرف چیست؟

هیأت مدیره شرکت تعاونی تصمیم دارند کالاهایی را که مدنظر همکاران می باشد مثل: فرش های ماشینی و دستباف، تبلت، گوشی تلفن همراه، وسایل برقی، پرده، پوشاک، کیف و کفش چرمی، وسایل منزل با برندهای معروف (تفال، فلر، دلونگی و...) در حال مذاکره هستیم تا بتوانیم با این شرکت ها قرارداد منعقد کنیم و همکاران بصورت اقساط بتوانند از امکانات و کالاهای ارایه شده در تعاونی بهره ببرند. با توجه به بحث کمبود نقدینگی تمام تلاش خودمان را می کنیم تا بهترین امکانات را ارایه دهیم.

در اینجا لازم است به این موضوع اشاره کنم که ما برای جلب رضایت همکاران و حل مشکلات نیاز به تعامل، همفکری و همکاری همکاران عزیز داریم. به همین منظور، تعاونی مصرف سایتی را طراحی کرده که همکاران می توانند از طریق این سایت با مسئولین تعاونی در ارتباط باشند و نظرات، انتقادات و پیشنهادات خود را مطرح کنند.

در پایان، از کمک ها و حمایت های بی دریغ جناب آقای تولایی، معاون محترم امور توسعه مدیریت، فناوری و پشتیبانی و جناب آقای شکیبافر، مدیر کل محترم پشتیبانی و رفاه و جناب آقای افتخاری، رییس محترم مرکز روابط عمومی، اطلاع رسانی و امور بین الملل و همه همکاران شرکت کمال تشکر را دارم و همین طور از اعتمادی که همکاران به ما و اعضای هیأت مدیره دارند و موجب دلگرمی ما می شوند، نهایت تشکر را دارم و امید آن را دارم که در جهت کسب رضایت هر چه بیشتر همکاران گام بلندتری برداریم.