

توسط سازمان میادین اصفهان صورت گرفت

بهبود رابطه بین تولیدکننده و مصرف کننده کالا و خدمات



از سنتی به استراتژی محور

مهندس محسن رنجبر دارای مدرک فوق لیسانس مخابرات از دانشگاه شیراز و مهندسی الکترونیک از دانشگاه صنعتی اصفهان، با هدف گذار از شیوه ی سازمان سنتی به یک سازمان استراتژی محور و با تعامل سازنده با اتاق فکر متشکل از منابع انسانی کارآمد مجموعه، در عرض ۲ سال، چنین موفقیت‌های چشمگیری کسب کرده است.

نظر به فراموشی ارزش گیاهان دارویی و لزوم توجه و تحت پوشش قرار دادن این حوزه، سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری اصفهان در اقدامی سنجیده و ارزشمند، بازار گیاهان دارویی را راه‌اندازی کرد. این رویداد سبب شد به بررسی ساختار اداری، مدیریتی و اندیشه و اهداف سازمان میوه و تره‌بار شهرداری اصفهان بپردازیم. در همین رابطه مهندس رنجبر طی مصاحبه‌ای به سئوالات خبرنگار دام، کشت و صنعت پاسخ گفته است که در ادامه از نظراتان می‌گذرد:

چرا توانمندی مدیران اصفهان و موفقیت اجرایی آنان زبانزد خاص و عام به خصوص مسئولان می‌باشد؟

تعهد، مسئولیت‌پذیری و سخت‌کوشی به عنوان یک خصلت ذاتی از مشخصه‌های مدیران موفق اصفهان است و در واقع عرق مذهبی و ملی همراه با اعتقادات انسانی مهم‌ترین عوامل توانمندی مدیران محسوب شده و باعث می‌گردد بهترین برون داد، از درون‌داده‌های ذاتی و اکتسابی، حاصل شود.

بهبود رابطه بین تولیدکننده و مصرف کننده
با توجه به حجم گسترده و تنوع فعالیت در سطح شهرداری با چه هدف و انگیزه‌ای وارد حوزه کشاورزی و سلامت شهروندان شده‌اید؟

بیدار شدن از خواب با خیالی آسوده در فضای شهری آرام و زندگی بی دغدغه در محیطی زیبا، همگام با توسعه مدنیت و وجود مدرنیته و تکنولوژی، آرزوی بسیاری از مردم ایران است. مسلماً هر شهروند شینی دوست دارد در شهری بزرگ با کلیه امکانات رفاهی، تجاری و تفریحی بدون ترافیک وحشتناک و مسافرت‌های شهری زمانبر برای رفع احتیاجات زندگی کند.

خواسته‌ای که در واقع حق طبیعی هر شهروندی محسوب می‌گردد اما شهرداری‌ها به دلیل نبود زیرساخت‌های شهری بیشتر به رفع و رجوع کارهای انجام‌نشده می‌پردازند تا ارائه راهکارهای نوین برای مدیریت شهری.

در این میان سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری اصفهان، در راستای ارائه خدمت به مردم و تسهیل زندگی شهری، همچنین کمک به توسعه ملی و نهادن پایه‌ای درست برای سلامت مردم و به تبع آن، سودآوری و ایجاد اشتغال گامی محکم و جسورانه برداشته است.

طی دو سال گذشته، سازمان میادین میوه و تره‌بار اصفهان با گسترش بازارهای روز و افتتاح دو بازار گل و گیاهان دارویی، ضمن رفاه حال مردم و تامین امنیت غذایی آنان، با کوتاه کردن دست واسطه‌ها به تولیدکنندگان بخش کشاورزی کمک‌های شایان توجهی کرده است به طوری که استواری و دید باز سازمان موجب شد تا شهرداری اصفهان، به عنوان الگویی برای دیگر شهرداری‌ها و حتی سازمان‌های کشاورزی معرفی شود.

اصفهان، متفاوت با دیگر شهرها

بازارهای روز با شیوه‌ای متفاوت از دیگر شهرها، عرضه به موقع و مناسب بهترین محصولات باغی و کشاورزی را انجام می‌دهد. بازار گل و گیاه اصفهان علاوه بر ایجاد انگیزه برای تولیدکنندگان، با قیمت‌های مقرون به صرفه، سبب رونق بازار گل در رکود اقتصادی گذشته است و از همه مهم تر، تاسیس اولین بازار گیاهان دارویی کشور اقدامی متفاوت است.

ایران با داشتن ۱۱ اقلیم از ۱۳ اقلیم آب و هوایی، تابش مناسب خورشید و پیشینه تاریخی طب گیاهی، از مستعدترین کشورها برای تولید و فرآوری این محصولات محسوب می‌شود. اما طی این سال‌ها در جایگاه مناسب و شایسته خود نبوده و در ۷۰، ۸۰ سال اخیر، با ورود انواع داروهای شیمیایی و رواج مصرف آنها وضعیت تولید و استفاده از گیاهان دارویی به شدت کاهش یافته است.

مدیریت نوین و تحول ساز مهندس محسن رنجبر از سال ۱۳۸۶ با چینش و به کار گماشتن نیروهای انسانی مسئول، متخصص و دلسوز در بخش‌های مختلف سازمان، و در عین حال توجه و بررسی دقیق پیشنهادات سازنده پرسنل، قبل از هر چیز گویای مدیریت قوی و ذهن خلاق و پویای وی می‌باشد که ضمن فراهم نمودن زمینه‌ی گسترش بازارهای روز، موجب بهره‌برداری از بازار گل و گیاه اصفهان و برپایی بازار گیاهان دارویی نیز شده است.

۵۰۰ میلیون تومان است. در واقع ما با به کار بستن استراتژی تغییر و با اعتقاد و اعتماد پیش رفتیم و این چنین نتیجه گرفتیم.

**رفع همه‌ی نیازها در یک مکان
در خصوص بازار گیاهان دارویی و برنامه‌های آبی به
منظور کنترل کیفی محصولات و ارتقای سطح کمی و کیفی
بازار گیاهان دارویی اطلاعات بیشتری در اختیار خوانندگان
قرار دهید.**

«بازار گیاهان دارویی» نیز، ملک دیگری بود که در اختیار سازمان قرار داشت اما کاربری مناسبی نداشت. به پیشنهاد مهندس رضایی و با ایزنی‌های آقای خاکی، طرح ایجاد مکانی که همه نیازهای تولیدکننده، تاجر و خریدار گیاهان دارویی را برطرف کند پذیرفته شد. اصفهان از همه لحاظ برای این منظور مناسب است. ما ضمن آماده ساختن مکان، همکاری هم می‌کنیم، بخش خصوصی هم باید برای سنجش کیفیت و کنترل آن از مساعدت ما استفاده کرده و وارد کار شود.

وضعیت کنونی بازار گل و گیاه اصفهان چگونه است؟
به لطف خدا از بازار استقبال شایانی شده است به نحوی که درصد
احداث یک بازار گل دیگر هستیم.

در حال حاضر در بازار گل و گیاه همدانیان علاوه بر خریداران عمده به خریداران خرد نیز، گل عرضه می‌شود. سیستم بازار به گونه‌ای است که دیگر لزومی ندارد گل فروش سطح شهر، گل را در مغازه نگه دارد و نگران به فروش رسیدن همه‌ی گل‌ها باشد. به این صورت که گل فروش پس از دریافت سفارش از سوی مشتری، همان مقدار گل به بازار سفارش داده و تعداد مورد نیازش را تهیه می‌کند بدین ترتیب نه گل خراب می‌شود و نه گل فروش متضرر.

علاوه بر آن، بازار به دلیل طراحی زیبا و لطافت ذاتی گل‌ها، به نمایشگاهی برای بازدید عموم نیز تبدیل شده است.

سازمان همچنین در نظر دارد بازار دیگری را برای خریدهای عمده راه‌اندازی کند به طوری که تخصصی‌تر پیش برود.
به نظر شما چه عواملی به موفقیت پروژه‌های سازمان میادین و تره‌بار اصفهان کمک کرده است؟

الان بستر فراهم شده است و آنقدر وضعیت مناسب است که در صورت ارائه‌ی طرح مناسب،

موفقیت آن تضمین شده است. درست است که سابقه ما کم است اما به دلیل برنامه‌ریزی درست و چشم‌اندازی که پیش روی خود قرار داده‌ایم، همچنین با به کار بستن روش‌ها و شاخص‌های کمی و مشاهده اعتماد مردم به همراه ایده‌آل‌های بالای سازمان، پروژه‌ها با موفقیت پیش می‌رود.



برای سازمان، اساسنامه‌ای تعریف شده است و ما طبق اساسنامه و برنامه‌های راهبردی که دو، سه سال پیش شهردار محترم آن را تأیید نمودند، برنامه‌ریزی و اقدام می‌کنیم.

در بررسی‌هایی که بر روی اساسنامه و سند چشم‌انداز داشتیم به این نتیجه رسیدیم که **بهبود رابطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده‌ی کالا و خدمات می‌تواند شعار عملیاتی مناسبی برای ما باشد.**



با توجه به موارد فوق و پتانسیل‌های موجود و وجود املاک در شهرداری که می‌توان از آنها به نحو بهتری بهره‌برداری کرد، ابتدا به سراغ خانه سبز در خیابان همدانیان رفتیم که می‌توانست در این زمینه نقش مفیدتری داشته باشد.

بازار با سرمایه‌گذاری ۲۰۰ میلیون تومانی آماده بهره‌برداری شد و مدیریت آن را به یک جوان صبور از بین همان تولیدکنندگان به نام آقای مهندس ذوالفقاری واگذار کردیم. در واقع با حداقل مبلغ قابل تصور، بازار را به ایشان اجاره دادیم. هدف از احداث بازار نیز، کوتاه شدن دست واسطه‌هایی بود که گل‌های تولیدی اصفهان را به تهران برده و پس از کسر ضایعات حمل و نقل و غیره، مبلغی کمتر از میزان واقعی به تولیدکننده پرداخت

می‌کردند. بهره‌وری بیشتر و ضایعات کمتر، ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان، کاهش قیمت گل و رضایت مصرف‌کننده از دیگر اهداف برپایی بازار بود به این ترتیب بازار با هفت تولیدکننده، شروع به کار کرد اما الان ۸۴ تولیدکننده یا نماینده اول فروش در آن جا مشغول به فعالیت می‌باشند و تعداد زیادی نیز منتظر دریافت غرفه هستند. این بازار توانسته است در مجموع

برای حدود ۲۰۰ نفر تولیدکننده، کارشناس، فروشنده و کارگر به صورت مستقیم کارآفرینی نماید. در این مرکز، گل‌های با کیفیت، ۳۰ درصد زیر قیمت سطح شهر عرضه می‌شود. بازار به سرعت نتیجه داد و حجم معاملات ثبت شده (فارغ از مبادلات تلفنی، صنفی و...) ماهانه بیش از

سردخانه‌ای احداث کنیم. رایزنی ما با بخش خصوصی در این زمینه نتیجه نداد و راسا می‌خواهیم وارد عمل شویم. البته باید وزارتخانه‌های کشاورزی، بهداشت و بازرگانی نیز کمک کنند تا کارها بهتر پیش رود. باید توجه داشته باشیم سلامت مردم، سلامت کشور است و این امر باید به طور جدی مورد توجه قرار بگیرد.

نحوه پذیرش شرکت‌ها به عنوان غرفه‌دار در بازارها چگونه است؟

ما طبق قانونی که در مجلس تصویب شده است عمل می‌کنیم. با توجه به اینکه تولیدکننده هیچ‌گاه عرضه‌کننده مناسبی نبوده است، بیشتر غرفه‌داران تامین‌کنندگان طراز اول می‌باشند که مورد تایید اتحادیه، سازمان بازرگانی و سازمان‌های مربوطه هستند. البته تولیدکنندگان مختلفی مانند باغداران سیب سمیرم، مرکبات شمال، صیفی‌کاران استان و... نیز حضور دارند.

لذت خرید موج

ویژگی بارز بازار روز اصفهان چیست؟

در فرهنگ خرید میوه و تره‌بار مردم اصفهان، دست‌چین کردن جایی ندارد و مغازه‌های سطح شهر هم اجازه دست‌چین کردن نمی‌دهند. اما بازار روز، به مردم این امکان را می‌دهد تا هر آنچه می‌خواهند خرید کنند. در واقع، تفاوت قیمت بین بازار و فروشگاه سطح شهر به اندازه تهران نیست اما دست‌چین کردن ضمن کاستن از حجم ضایعات، صرفه اقتصادی بالا، لذت خرید موجهی را به خریدار می‌دهد که باعث استقبال شدید مردم از بازار روز شده است. البته، در آینده پس از جلب اعتماد همشهریان محترم، محصولات بسته‌بندی هم به غرفه‌ها اضافه می‌شود. زیرا در گذشته به دلیل تقلب برخی افراد، مردم اعتماد خود را به محصول بسته‌بندی از دست داده‌اند.

دست‌چین کردن به قدری برای مصرف‌کنندگان مهم است که وقتی



در آغاز زمستان، به مدت دو روز آزمایشی و برای کاهش اختلاف قیمت با مغازه‌های شهر، گوجه به صورت در هم عرضه شد مردم نپذیرفتند.

با چه تلاش و زحماتی این موفقیت‌ها حاصل شده است؟

البته تمام این موفقیت‌ها حاصل مدیریت عالی سازمان و همکاری خوب دوستان بوده است، همکاران با اعتقاد قلبی، شبانه‌روز تلاش می‌کنند تا پروژه‌ها به موقع و با موفقیت پیش بروند و مردم راضی باشند. همشهریان هم با حمایت و استقبال بی‌نظیر خود، غرفه‌داران و مدیران بازار را بیش از پیش تشویق کردند. امیدواریم این تعامل همچنان ادامه داشته باشد.



با توجه به چه شاخصه‌هایی برنامه‌ریزی می‌کنید؟

چون همه کارها، با برنامه و با اعتقاد به چشم‌انداز است بسیار دقیق و کارشناسی جلو می‌رویم. با توجه به برنامه بالادستی و برنامه خرده‌فروشی که در شهرداری موجود می‌باشد، طرح‌ها را به تصویب بالاترین مقامات استان می‌رسانیم.

فرصت طلایی برای همه

برای تولیدکنندگان حاضر در بازارهای سازمان آیا امتیازاتی نیز لحاظ کرده‌اید؟

در وهله اول باید بگویم حضور در بازارهای سازمان میادین به خودی خود یک فرصت طلایی است، زیرا مردم به شهرداری اعتماد دارند و از مراکزی که سازمان دایر کرده است با اطمینان خرید می‌کنند ولی به طور کلی رقم‌هایی که برای اجاره غرفه به سازمان پرداخت می‌کنند تجاری نیست چون ما تخفیف زیادی داده‌ایم. با نظارت ما، مسئولان رده بالاتر هم به آنها اعتماد و توجه کرده و در مواقع بحرانی حمایتشان می‌کنند. پس با هزینه کم، مشتری زیادتر و در نتیجه سود بالاتری کسب می‌کنند.

مسئولان استان و مدیران ارشد و تصمیم‌ساز کشور برای انجام این طرح‌ها چه کمک‌هایی کردند؟

از آن جا که شهرداری خود تولید این طرح را به عهده داشت، لذا از کمک‌های اجرایی قوی در این زمینه بهره‌مند شدیم. دیگران هم در حد توانشان کمک کردند.

پس از صحبت‌های متواضعانه مهندس رنجبر، گفت‌وگویی دوستانه با سعید خاکی، مسئول بازارهای سازمان انجام دادیم. ایشان نیز، با روی گشاده پاسخگوی سوالات ما بود.

سعید خاکی، فارغ‌التحصیل رشته کامپیوتر است و از همان روزهای آغازین تاسیس بازارهای روز سازمان میوه و تره‌بار اصفهان، با این مجموعه همکاری داشته است. ادامه ی بحث را با صحبت‌های ایشان دنبال می‌کنیم:

در حال حاضر سازمان قطعا، گام‌هایی کوتاه بر می‌دارد و قصد ما، رفع عیوب و نواقص است. هر سازمان، سال به سال یکسری مراحل و قواعد و برنامه برای پیشرفت دارد. در مورد سازمان میوه و تره‌بار اصفهان اولین کار برطرف کردن مشکلات بازار مرکزی و پایه‌گذاری صحیح بازارهای دیگر است.

برای سال بعد قصد داریم به منظور سلامت بیشتر محصولات،