

راهنمای راه اندازی سوپر مارکت سراغ به ظاهر، ساده ترین شغل بروید!

امیر حسین
صلاحی
روزنامه نگار

سوپر مارکت ها امروزه یکی از مهم ترین منابع تامین نیازهای روزانه جامعه هستند و به همین جهت میزان قابل توجهی از درآمد افراد در این فروشگاه ها صرف می شود. به طور تقریبی ۷۵ تا ۹۰ درصد از اجناس سوپر مارکت ها را مواد غذایی همچون لبنیات، میان وعده ها، مواد اولیه تهیه غذا و ... تشکیل می دهند که با توجه به قراردادن نیاز غذایی در سبد نیازهای اولیه انسان، تا حد زیادی از کاهش مشتری به دلیل افزایش قیمت ها و تلاطم بازار مصون هستند. این نوع از فروشگاه ها در قدیم نیز تحت عنوان بقالی به

فعالیت می پرداختند و همین پایداری شغلی نشانگر نیاز مستمر جامعه به این فروشگاه ها است که افراد را به فکر راه اندازی این کسب و کار و کسب درآمد از آن می اندازد. از جنبه دیگر، این شغل را ساده ترین شغل می دانند، اگر چه این یک نگاه ظاهری است و در عوض زحمات این شغل و چگونگی تامین کالا برای سوپر مارکت ها پیچیدگی های خاص خود را دارد. اگر شما نیز تا به حال به فکر راه اندازی سوپر مارکت افتاده اید اما اطلاعات کافی را برای شروع این حرفه کسب نکرده اید با ما در این مطلب همراه باشید.

سرمایه اولیه را برآورد کنید

گام اول برای راه اندازی سوپرمارکت سنجش میزان بودجه و تامین سرمایه اولیه مورد نیاز است. این شغل از آن دسته مشاغل است که ماندگاری و قدمت در محله ای که در آن فعالیت می کنید تاثیر بسزایی در جلب مشتری و به تبع آن موفقیت شما دارد؛ از این رو شما باید با برنامه ریزی، منابع مالی خود را برای چندین سال پیش بینی کنید تا در میانه راه در این زمینه به مشکل برخوردید و سرمایه زمانی چندین ساله خود را از دست ندهید. مهم ترین هزینه هایی که شما در مسیر راه اندازی سوپرمارکت با آن رو به رو هستید عبارتند از: هزینه مکان، اجناس، دکور و نیروی کار که باید برای هر کدام پاسخ مناسبی را در نظر بگیرید.

سوپر مارکت را در کجا راه بیندازید؟

گام بعدی انتخاب مکان مناسب برای شروع فعالیت است. شما باید ابتدا با توجه به بودجه تان، منطقه محل فعالیت و میزان متراژ فروشگاه خود را مشخص کنید. در این زمینه باید علاوه بر میزان بودجه به سلاقی و نیازهای مردم هر منطقه توجه و توان تامین سبد خرید آن ها را امکان سنجی کنید. بی شک اگر مناطق مرفه شهر را برای کار انتخاب کنید نوع دکور فروشگاه و اجناسی که باید در سوپرمارکت شما وجود داشته باشد تا بتوانید پاسخگوی نیازهای مشتری باشید با مناطق متوسط و ضعیف شهر متفاوت خواهد بود. همچنین در انتخاب مکان، به عنوان یکی از تاثیر گذارترین عواملی که موفقیت یا شکست شما را سبب می شود باید توجه کنید که تا حد امکان از قرار گرفتن در مکان های خلوت که افراد کمی از آن عبور می کنند فعالیت نکنید. همچنین توجه به نبود رقبای نزدیک محل فعالیت شما و انتخاب مکانی که خرید بازار آن منطقه را از آن شما می کند می تواند تاثیر بسزایی در میزان فروش شما داشته باشد. توجه کنید که حداقل متراژ لازم برای کسب مجوزهای لازم برای راه اندازی سوپرمارکت ۱۲ متر است که بالطبع هر چه این میزان بیشتر باشد امکان قراردادی سبد کامل تری از محصولات برای شما فراهم می شود. گام بعدی تعیین سبد محصولات تان است. برای این منظور شما باید اشراف خوبی را بر محصولات و برند های موجود در بازار داشته باشید. جادوی محصولی بی کیفیت یا به شدت گران که مشتریان رغبتی برای خرید آن ها ندارند در سوپرمارکت می تواند مشتریان را به مرور زمان از مراجعه به شما بازدارد. بعد از آشنایی با محصولات و برند های مختلف هم باید با توجه به بودجه و منطقه محل فعالیت که نیازهای مشتریان را تعیین می کند به تعیین سبد محصولات خود بپردازید. برای این کار باید ابتدا با سلاقی و نیازهای مشتریان خود آشنا شوید که بالطبع مشورت با افرادی که قبلا در آن محله به همین حرفه مشغول بوده اند یا افرادی که در مناطق مشابه از لحاظ فرهنگ خرید قرار دارند می توانند تا حدود زیادی شما را راهنمایی کنند.

بعد از آشنایی با محصولات و برند های مختلف هم باید با توجه به بودجه و منطقه محل فعالیت که نیازهای مشتریان را تعیین می کند به تعیین سبد محصولات خود بپردازید. برای این کار باید ابتدا با سلاقی و نیازهای مشتریان خود آشنا شوید که بالطبع مشورت با افرادی که قبلا در آن محله به همین حرفه مشغول بوده اند یا افرادی که در مناطق مشابه از لحاظ فرهنگ خرید قرار دارند می توانند تا حدود زیادی شما را راهنمایی کنند.

مدل خرید محصول از کلی فروشی ها را تعیین کنید

گام بعدی تعیین مدل خرید اجناس است. شما برای این که بتوانید سود خوبی را از فروش نصیب خود کنید باید منابع خریدی را بیابید که اجناس را با حفظ کیفیت به کمترین قیمت و بهترین شرایط به شما عرضه کنند. این منبع ممکن است در برخی از موارد ویزیتور ها یا فروشندگان شرکتی باشند و در موارد دیگر خرید از کلی فروشی ها. بنابراین باید سعی کنید ابتدا با مدل های خرید از طریق ارتباط گیری آشنا شوید و سپس هر نوع محصولی را از منبع بهینه خود تهیه کنید. بی شک استفاده از تجربیات افرادی که در این زمینه فعالیت داشته یا دارند می تواند شما را تا حد زیادی از صرف سرمایه زمانی نجات دهد. همان طور که اشاره کردیم یافتن منبع تامین محصول که شرایط خوبی را برای عرضه دارد از نکاتی است که باید به آن توجه کنید. یکی از این شرایط فروش به صورت نقد یا چک است که باید با توجه به برنامه ریزی مالی و مدل تامین منابع مالی که از قبل پیش بینی کردید یکی از این ۲ راه را انتخاب کنید. روشن است که خرید نقدی برای افرادی که سرمایه نقد دارند مناسب تر است زیرا امکان خرید محصولات با قیمت مناسب تر را برای آن ها ایجاد می کند و خرید به صورت چکی هم برای افرادی مناسب است که ترجیح می دهند سرمایه اولیه زیادی را صرف نکنند و هزینه محصولات را از عواید فروش تامین کنند.

تنوع خرید در بین محصولات یخچالی و غیر یخچالی

گام بعدی تعیین سازو کار خرید اجناس است. به طور کلی محصولات سوپرمارکتی به دو دسته

یخچالی و غیر یخچالی تقسیم می شوند. یخچالی ها مانند لبنیات، برخی آب میوه ها، بستنی و ... و غیر یخچالی ها هم سایر اجناسی هستند که دمای محیط برای نگهداری آن ها مناسب است. به طور معمول صاحبان سوپرمارکت ها اجناس غیر یخچالی را برای فروش دو تا چهار هفته خود تامین می کنند ولی تامین اجناس یخچالی با توجه به نوع و تاریخ انقضا بین ۱ روز تا ۲ هفته امکان خرید و قرار گرفتن در مغازه را دارند. در تامین سبد محصولات خود همواره توجه داشته باشید که برای پاسخ دهی به نیاز تمامی مشتریان باید تنوع خوبی از محصولات را در هر دسته داشته باشید که پیشنهاد ما بین حداقل ۳ تا ۵ برند از هر محصول است.

توجه داشته باشید که خرید بیش از حد و احتکار اجناس چندان نمی تواند موجب سودآوری شود زیرا طبق قوانین شما باید محصولاتی را که بر روی آن ها قیمت برای مصرف کننده ثبت شده اند باید مطابق با همان قیمت به فروش برسند و خریداران تر و نگهداری نمی تواند شما را به سود هنگفت برساند. برعکس با توجه به این نکته که در شرایط کنونی بازار قیمت ها نوسانات زیادی را تجربه می کنند یکی از راه های نجات شما خرید میزان کمی از اجناس است تا بتوانید قیمت خرید و فروش خود را به موقع تنظیم کنید تا متحمل ضرر نشوید. البته تامین محصولات پر فروش از این قاعده مستثناست زیرا در صورت اتمام موجودی و عدم توان پاسخ گویی به نیاز مشتری اعتبار شما را در چشم مشتریان زیر سوال خواهد برد.

در خصوص اجناس مرجوعی هم که احتمالا تاریخ مصرف آن ها گذشته است باید با توجه به نوع محصول و منبع تهیه پیش بینی های لازم

را انجام دهید. در مواردی که خرید به قدری بالاست که احتمال مرجوعی کمتر است پیشنهاد می شود در صورت بهتر بودن شرایط خرید از کلی فروشی این کار را انجام دهید و ریسک عدم پذیرش مرجوعی را بپذیرید اما در دیگر محصولات تامین از فروشندگان شرکتی انتخاب بهتری است زیرا در زمان عقد قرارداد امکان مرجوع کردن محصولات در صورت رسیدن تاریخ انقضا به صورت یک بند ذکر خواهد شد و ضرری نخواهد کرد.

لوازم مورد نیاز چقدر آب می خورد

گام بعدی تامین لوازم مورد نیاز برای فعالیت از قبیل یخچال، فریزر، ترازو، قفسه برای قراردادن محصولات و کامپیوتر برای ثبت حساب ها و محاسبه دخل و خرج است. این لوازم با توجه به وسعت مکان و میزان محصولات، تعداد مورد نیاز و البته کیفیت هر کدام متفاوت است اما به طور کلی عددی بین ۵۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان را برای مغازه ای ۷۰ متری خواهد داشت. به طور معمول ساعت کاری مشخصی برای سوپرمارکت وجود ندارد و شما خود باید با توجه به سنجش میزان فروش در ساعات مختلف در طول زمان و با سنجش میزان هزینه و فایده و البته سیاست های درآمدی تان به تامین نیروی فروش بپردازید. به طور کلی عددی را نمی توان در خصوص میزان فروش و سود شما از این کسب و کار ذکر کرد اما توجه به نکاتی مانند مشتری مداری، برقراری ارتباطات مناسب با منابع تامین مختلف، داشتن اجناس مختلف و بی پاسخ نماندن نیاز مشتریان و ماندگاری و جلب مشتریان ثابت می تواند شما را در این کسب و کار موفق کند.