

۱۳۸۴۰۸۲

به نام خدا

تحلیلی بر کسب و کار فروشگاه های زنجیره ایی

در ایران و آینده نگری در این حوزه

مؤلفین :

آقای مهندس تیمور رحمتی
آقای مهندس محمدرضا خرمی
آقای دکتر حیدر امیران

این کتاب با هدف تعریف مرجعی مناسب جهت تبیین موضوع مدیریت و راهبردی فروشگاه های زنجیره ای تألیف شده است. ضمناً این کتاب همراه با ضمیمه الکترونیکی می باشد که می توانید از طریق مراجعه به سایت انتشارات امیران آن را مطالعه نمایید.



سرشناسه	رحمتی ماکاوندی، تیمور، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	تحلیلی بر کسب و کار فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایران و آینده‌نگری در این حوزه / مولفان: تیمور رحمتی، محمدرضا خرمی، حیدر امیران.
مشخصات نشر	تهران: امیران، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۱۲۰ ص: مصور، جدول، نمودار.
فروست	... سری مجموعه‌ی ۱۰ جلدی کارآفرینی و کسب و کار.
شابک	۱۹۹۰۰۰ ریتال-3-97-7082-600-978 :
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	فروشگاه‌های زنجیره‌ای
موضوع	فروشگاه‌های زنجیره‌ای--ایران
موضوع	فروشگاه‌های زنجیره‌ای -- مدیریت
موضوع	کسب و کار--ایران
شناسه افزوده	خرمی، محمدرضا، ۱۳۵۵ -
شناسه افزوده	امیران، حیدر، ۱۳۴۴ -
رده بندی کنگره	۱۳۹۴ ت۳۳ / HE۵۲۶۸
رده بندی دهربی	۳۸۱/۱۲
شماره کتابشناسی ملی	۳۹۸۸۹۹۸

نام کتاب: تحلیلی بر کسب و کار فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایران و آینده‌نگری در این حوزه
 مؤلفین: تیمور رحمتی کاوند، محمدرضا خرمی و حیدر امیران
 ناشر: انتشارات امیران
 چاپ اول: تابستان ۹۴
 تیراژ: ۳۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۸۲-۹۷-۳
 حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات امیران
 طرح روی جلد: انتشارات امیران
 قیمت کتاب: ۱۹۹۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خ ولیعصر، روبروی پارک ملت، ساختمان صورتی، ط دوم، واحد شماره ۱۷
 تلفن‌های تماس: ۲۲۰۵۹۸۱۴ - ۲۲۰۴۱۸۱۲ - ۲۲۰۱۶۱۴۱
 پست الکترونیکی: amiranbooks@gmail.com

فروشگاه اینترنتی: www.amiranbooks.com

ناشر از حمایت‌های مالی سایت کارآفرین کمک (مشاور در حوزه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری) در چاپ و انتشار این کتاب تقدیر و تشکر می‌نماید.

برابر قانون حمایت از مؤلفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است، استفاده یا کپی از قسمت‌ها یا بخشهایی از کتاب به هر صورت منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هر گونه تکثیر و نسخه برداری کاغذی، الکترونیکی، کپی و یا تصویربرداری از این کتاب به هر صورت و شکلی شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعاً و قانوناً حرام و قابل پیگرد قانونی است.

مقدمه مولفان

فرصت ها را در یابید ، فرصت ها ابر بهارند

امام علی (ع)

به نام خدا

و توانمندی های این الگوی کارآمد در نظام بخش و توزیع است. الگویی که با تجربیات موجود و قبلی داخلی ، الگویی امتحان پس داده و تجربه شده در فضای کسب و کار ایران است و به خوبی توانسته امتحان خود را در گستره کشور عزیزمان ایران پس بدهد.

کتابی که پیش رو دارید با نگاهی به این پارادایم نوین در نظام بخش و توزیع تألیف و تدوین شده و درسی آن است تا ساختار و مولفه ها و عوامل موفقیت و کامیابی این کسب و کار را برای شما خوانندگان گرامی تشریح نماید.

ضمن تقدیر از همه دوستانی که ما را در تألیف این کتاب یاری نموده اند ، امیدواریم خواندن این کتاب برای شما مدیران و کارآفرینان گرامی خالق اندیشه های ناب و استراتژیک باشند.

به امید روزی که جمله **MADE IN IRAN** خود گویای کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد.

تهران - پاییز ۱۳۹۴

مهندس تیمور رحمتی

مهندس محمدرضا خرمی

دکتر حیدر امیران

پارادایم آینده در نظام بخش و توزیع ، ایجاد ، راهبری و مدیریت فروشگاه های زنجیره ای و افزایش روزافزون سهم آن در بخش و فروش محصولات و خدمات است.

امروزه نظام بخش و توزیع با ارزش افزوده ی بالای خود ، مورد توجه جهانیان قرار گرفته است. این حوزه ی مهم و اثر گذار کسب و کار در ایران و جهان ، با گردش نقدینگی بالایی که دارد به یکی از مهم ترین و پربازده ترین بخش های کسب و کار تبدیل شده است.

در این میان ، می توان گفت که فروشگاه های زنجیره ای به عنوان یکی از پارادایم های نوین و کارآمد در بخش کسب و کار توزیع ، آنقدر روبه توسعه است که اثر و حضور آنها را می توان به عینه در همه ی استان ها و شهرهای کشور شاهد بود.

این ساختار نوین توزیع و فروش ، آنقدر دارای مزیت است که به جرات می توان گفت چنانچه صاحبان کسب و کارها نسبت به آن بی توجه باشند موضوعی به اهمیت کسب و کار خود را به فراموشی سپرده و عملاً کسب و کار خود را در معرض خطور و ریسک های بسیار زیاد قرار داده اند. فروشگاه های زنجیره ای از طریق مزیت ها و ارزش افزوده ی بالایی که ایجاد می کنند ، خود خالق ارزش ها و مزیت های بسیاری برای مشتریان و صاحبان خود هستند. از اینرو می توان گفت که فروشگاه های زنجیره ای عملاً برای سه گروه از بازیگران عرضه ی کسب و کار دارای مزیت هستند: الف- صاحبان این فروشگاه ها

ب- کسب و کارهایی که محصولات و خدمات خود را در آنها عرضه می کنند

ج- مشتریان و خریداران محصولات و خدمات از انی فروشگاه ها

فروشگاه های زنجیره ای ، نقش بی بدیلی در ایجاد و ساخت قدرت در فضای کسب و کار دارند و می توانند با مزیت و قدرتی که در فروش و توزیع ایجاد می کنند ، صاحبان خود را به امپراتوران پلامنازع حوزه های کسب و کار تبدیل نموده و در این راستا امکان حل شدن کسب و کارهای تولیدی و خدماتی کوچک تر را در شبکه ی ایجاد شده در قالب فروشگاه های زنجیره ای بوجود بیاورند. بی شک می توان گفت که این پارادایم در نظام توزیع و بخش نیازمند توجه و تمرکز خاص و بهمره گیری کامل از تناسیل ها

فهرست مطالب

شبکه توزیع و فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۵
مدیریت و جایگاه مطلوب فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۳۱
نظام‌های مدیریت کیفیت جامع و استانداردهای کیفیت ایزو در فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۵۶
ارزیابی آثار بهداشتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۷۴
بررسی رفتار مصرف‌کنندگان تهرانی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۷۹
نقش مدیریت فروش در بازاریابی و توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند	۹۰
مدیریت در فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۹۷
نقش مدیریت استراتژیک در فروشگاه‌های زنجیره‌ای	۱۰۸
منابع	۱۲۰