

۲۰۸۸۳۲۴

۲۰۸۸۳۲۴

فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛

گذشته، حال، آینده

تألیف و گردآوری: امیر خسرو فخریان

انتشارات اندیشه‌های گوهر بار

سرشناسه

: فخریان، امیر خسرو، ۱۳۵۲-

FakhrianAmir Khosro

عنوان و نام پدیدآور : فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛ گذشته، حال، آینده/تالیف و گردآوری
امیر خسرو فخریان.

مشخصات نشر : تهران: اندیشه‌های گوه‌ربار، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری : ۳۰۶ ص.: مصور (رنگی)، جدول (بخشی رنگی).

شابک : ۴۰۰۰۰۰ ریال ۹۵-۹۵۴-۹۶۴-۹۷۸:

وضعیت فهرست نویسی : فیا

یادداشت : واژه‌نامه.

یادداشت : کتابنامه.

موضوع : فروشگاه‌های زنجیره‌ای

موضوع : Chain stores

موضوع : فروشگاه‌های زنجیره‌ای-- ایران

موضوع : Chain stores-- Iran

رده بندی کنگر : ۱۳۹۷ ف۳/۴۵۴۶۸ HF

رده بندی دیویی : ۱۲/۳۲۱

شماره کتابشناسی ملی : ۵۵۸۴۷۶۱

مرکز پخش: ۴۴۸۳۶۱۵

نام کتاب: فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛ گذشته، حال، آینده

تالیف و گردآوری: امیر خسرو فخریان

ناشر: اندیشه‌های گوه‌ربار

چاپ: گوه‌ربار

نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۲۵۰-۹۵-۴

فهرست مطالب

ط	درباره نویسنده.....
م	مقدمه.....
۱	فصل ۱: کلیات.....
۲	۱-۱-۱ تا ۱-۱-۲ چچه فروشگاههای زنجیره‌ای.....
۴	۱-۱-۱-۱ تاریخچه فروشگاههای زنجیره‌ای در ایران.....
۶	۱-۲ تعریف فروشگاهها، زنجیره‌ای.....
۷	۱-۳ مزایا فروشگاههای زنجیره‌ای نسبت به خردهفروشی سنتی.....
۱۵	۱-۴ ایرادات وارد به فروشگاههای زنجیره‌ای.....
۱۶	۱- توانایی کمتر در ارائه خدمات فرد.....
۱۷	۲- مشکلات نیروی کار.....
۱۸	۳- کنترل کمتر بر دزدیهای کوچک.....
۱۹	۴- نیاز به سرمایه زیاد.....
۲۰	۵- تحریک مراجعهمکنندگان به خرید هیجانی.....
۲۱	۱-۵ ویژگیهای فروشگاههای زنجیره‌ای.....
۲۷	فصل دوم: آشنایی با فروشگاههای زنجیره‌ای داخلی و خارجی و انواع آن.....
۲۸	۱-۲ انواع فروشگاههای زنجیره‌ای.....
۲۸	۱-۲-۱ انواع فروشگاههای خردهفروشی.....
۳۳	۱-۲-۲ انواع فروشگاههای زنجیره‌ای از منظر تامین کالا.....
۳۴	۱-۲-۳ انواع فروشگاههای زنجیره‌ای از نظر مساحت.....
۳۴	۲-۲ آشنایی با فروشگاههای زنجیره‌ای موفق خارجی.....

- ۱۳-۲- شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای سام..... ۶۹
- ۱۴-۲- گروه گلدیران..... ۷۰
- ۱۵-۲- گروه فرش فرهی..... ۷۲
- فصل سوم: فرایندهای راهاندازی و مدیریت فروشگاه‌های زنجیره‌ای..... ۷۴
- ۱-۳- بازمانهای داخلی و بینالمللی فروشگاه‌های زنجیره‌ای..... ۷۴
- ۱-۱-۱- اتناده کشور فروشگاه‌های زنجیره‌ای..... ۷۵
- ۱-۱-۱-۳- درباره اتحادیه..... ۷۶
- ۱-۱-۱-۲- ضای اتحادیه..... ۷۶
- ۱-۱-۱-۳- ارکان اتحادیه..... ۷۷
- ۱-۱-۱-۴- کمیسیون‌های اتحادیه..... ۷۷
- ۱-۱-۱-۵- تعداد اعضاء اتحادیه..... ۷۷
- ۱-۱-۱-۶- فرآیند صدور و تمدید پروانه کسب..... ۷۸
- ۲-۳- فرآیند فروشگاه‌های زنجیره‌ای..... ۸۶
- ۱-۲-۳- فرآیند راهاندازی..... ۸۶
- ۱-۱-۲-۳- صدور مجوز فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرد و روستایی..... ۸۶
- ۱-۲-۳- مدارک لازم جهت اخذ مجوز فروشگاه‌های زنجیره‌ای..... ۸۸
- ۱-۳-۲- مدارک لازم جهت ارائه به اماکن:..... ۸۹
- ۱-۴-۲-۳- دستورالعمل نحوه صدور جواز تاسیس فروشگاه‌های بزرگ چندمنظوره و زنجیره‌ای..... ۸۹
- ۱-۲-۳- عوامل بیرونی در انتخاب محل فروشگاه زنجیره‌ای..... ۹۲
- ۱-۲-۳- عوامل درونی موثر در راهاندازی یک فروشگاه زنجیره‌ای..... ۹۳
- ۲-۲-۳- فرآیند مدیریت..... ۹۳

- ۱-۲-۲-۳- مدیریت بازاریابی ۹۴
- ۲-۲-۲-۲- تکنیکها و استراتژی‌های قیمنگذاری کالا ۱۱۰
- ۳-۲-۲-۳- اصول طراحی فضای داخلی، چیدمان و مرچندایزینگ در فروشگاه ۱۲۷
- ۴-۲-۲-۲- اصول مکانیابی فروشگاه ۱۵۹
- ۵-۲-۲-۳- مدیریت زنجیره تامین و گردش کالا ۱۷۱
- ۶-۲-۳- تبلیغات ۱۸۳
- ۷-۲-۳- مدیریت ارتباط و خدمات مشتری ۱۹۳
- فصل چهارم نقش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در اقتصاد ۲۲۰
- ۱-۴- نقش فروشگاه ۲۲۱
- ۱-۴-۱- گذشته ۲۲۴
- ۱-۴-۱-۱- اهداف و علل شکاگیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای ۲۲۴
- ۲-۴-۱-۲- حال ۲۳۳
- ۱-۴-۱-۲-۱- واقعیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایران ۲۳۳
- ۲-۴-۱-۲-۲- توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای گامی مؤثر برای اصلاح نظام توزیع ۲۳۶
- ۳-۴-۱-۲- نقش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در اقتصاد ایران ۲۴۱
- ۴-۴-۱-۲- بررسی فروشگاه‌های زنجیره‌ای در آسیا و جهان ۲۴۵
- ۳-۴-۱- آینده ۲۴۷
- ۱-۴-۱-۳-۱- تحقق اقتصاد مقاومتی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ۲۴۷
- ۲-۴-۱-۳-۲- تفاوت اساسی اقتصاد مقاومتی با ریاضت اقتصادی ۲۴۸
- ۳-۴-۱-۳-۳- برخی از ارکان اقتصاد مقاومتی ۲۴۹
- ۴-۴-۱-۳-۴- جمع‌بندی سیاستها ۲۵۰
- ۵-۴-۱-۳- راهکارهای پیشنهادی ۲۵۳

۲۵۶.....	۴-۱-۳-۶- عوامل موثر در رشد فروشگاه‌های زنجیره‌ای.....
۲۷۴.....	۴-۱-۳-۸- سرانجام فروشگاه‌های زنجیره‌ای.....
۲۷۷.....	۴-۱-۳-۹- فروشگاه‌های زنجیره‌ای الکترونیکی.....
۲۸۱.....	وزنه‌نامه انگلیسی.....
۲۸۶.....	منابع و مأخذ.....

www.ketab.ir

مقدمه

موضوع فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مساله توزیع، چند سالی است که با توسعه فروشگاه‌هایی از قبیل افق کوروش، جانبو، سون، هایپرستار، هایپرمی و... وارد دوران جدیدی در کشور شده است. اگرچه ایجاد این فروشگاه‌ها پدیده جدیدی نیست و سابقه آن به سال ۱۳۲۸ و تاسیس تعاونی مصرف سپه برمی‌گردد، ولی در سالهای اخیر به دلیل نبود مشکلات فراوان در بخش توزیع کالاها، که بیشتر متاثر از دو عامل وضعیت اقتصادی و ساختار نامناسب نظام توزیع سنتی از یک طرف و همچنین ورود بخش خصوصی در زمینه توزیع محصولات از طریق راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای از طرف دیگر است، دولت بر آن است تا نگاه ویژه‌ای به این حوزه داشته باشد تا بتواند از این طریق وضعیت توزیع، ادای کسب و بهبود بخشد و از آسفتگی در بازار جلوگیری کند.

در ابتدای امر دولت با راه‌اندازی فروشگاه‌های رفاه و شهروند به دنبال بهبود نظام توزیع در کشور بود، ولی علی‌رغم تمامی تلاش‌های انجام شده، به علت فقدان بینش کافی نسبت به چگونگی اداره این فروشگاه و عوامل موثر در موفقیت آنها، این واحدها نیز توفیق چندانی در نیل به اهداف تعیین شده نداشتند.

اما با ورود شرکت‌های خارجی جهت سرمایه‌گذاری در این حوزه و با راه‌اندازی و افتتاح فروشگاه هایپرستار و همچنین ورود بخش خصوصی به این حوزه، از قبیل گروه صنعتی گلرنگ با راه‌اندازی و افتتاح فروشگاه‌های زنجیره‌ای انی، سورنا و سورنا، این صنعت وارد دوران جدیدی در نظام توزیع کشور شد.

مشاهده تفاوت‌های اساسی در نحوه مدیریت و عرضه کالا در فروشگاه‌های جدید نسبت به فروشگاه‌های قدیمی‌تر، نشان از ورود نیروهای متخصص به این حوزه بازار کسب و کار ایران دارد؛ و با وجود این تغییرات، فروشگاه‌های قدیمی‌تر نیز دست به کار

شده و اقدام به تغییر روش‌های مدیریت و عرضه کالا نموده‌اند. از این میان می‌توان به فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه اشاره کرد.

مجموعه تمام این اتفاقات در طی سالهای اخیر نشان از ورود به حوزه جدیدی از کسب و کار در نظام توزیع کشور دارد و متناسب با تمام این موارد، لزوم وجود منابع اطلاعاتی و دانش به روز در خصوص این حوزه، به شدت احساس می‌گردد. مواردی از قبیل بررسی فرآیندهای راه‌اندازی و مدیریت این فروشگاه‌ها و همچنین تحلیل نحوه فعالیت این فروشگاه‌ها، در گذشته و در زمان حال، کمک بسیار زیادی به پیش‌بینی آینده این صنعت کرده و امکان ترسیم راه درست در مسیر حرکت این را صنعت را میسر می‌سازد. تا به همدگذاری صحیح و حمایت دولت از این صنعت، بتوانیم شاهد رشد و شکوفایی آن در سال‌های آینده باشیم.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای آثار مثبت فراوانی در اقتصاد کشور دارند. از جمله تاثیراتی که می‌توان به آن اشاره کرد: تاثیر توسعه این فروشگاه‌ها بر اصلاح نظام توزیع کشور، تاثیر آن بر اقتصاد خانواده‌ها، اقتصاد و اشتغال‌زایی کشور و یا بر حمل و نقل شهری و بسیاری موارد دیگر است. در این کتاب سعی شده است تا با نگاهی کلی، جدیدترین و آخرین اطلاعات روز دنیا در این صنعت گردآوری گردد تا خواننده بتواند با مطالعه این کتاب از تاریخچه و پیشینه فروشگاه‌های زنجیره‌ای، حال و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، روش‌های راه‌اندازی و مدیریت این فروشگاه‌ها و همچنین تحلیل آینده فعالیت این فروشگاه‌ها آگاهی یابد. از سوی دیگر انتظار می‌رود که این کتاب نتایج مساعدی را برای سایر پژوهشگران این حوزه، به‌منظور ترجمه، تالیف و تدوین کتب جدیدی در این زمینه.

امیر خسرو فخریان