

مدیریت شعب و نمایندگی‌ها

دکتر وحید نام‌حی فهدی بشیرپور مهندس امید سیدی

عضو هیئت علمی مدرس بازارابی و مشاور و مدیر اجرایی در

دانشگاه علامه طباطبائی مشاور در کسب و کار شرکت‌های توزیع و بخش



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۹

سرشناسه:

عنوان و نام پدیدآور:

مشخصات نشر:

مشخصات ظاهری:

شابک:

وضعیت فهرست نویسی:

یادداشت:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

رده بند ۲ گره:

رده بند ۲ یوبی:

ش. کتابخانه ملی:

ناصحی فر، وحید، ۱۳۴۸ -

مدیریت شعب و نمایندگی ها / وحید ناصحی فر، مهدی بشیرپور، امید سیدی.

تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۹.

۱۳۱ ص.: مصور، جدول، نمودار ۱۴/۵/۲۱ × ۵/۲۱ س.م.

۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۳۹-۳

فیبا

کتابنامه: ص. [۱۲۹] - [۱۳۱].

Management
Organization
Manpower planning

مدیریت

سازمان

نیروی انسانی -- مدیریت

بشیرپور، مهدی، ۱۳۷۲ -

سیدی، امید، ۱۳۵۷ -

شرکت چاپ و نشر بازرگانی

HD۳۷

۶۵۸

۶۲۰۴۷۴۱



شرکت چاپ و نشر ازادتی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش ها بازرگانی

مدیریت شعب و نمایندگی ها

دکتر وحید ناصحی فر (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، مهدی بشیرپور (مدرس بازاریابی و مشاور در کسب و کار) و مهندس امید سیدی (مشاور و مدیر اجرایی در شرکت های توزیع و پخش)

صفحه آرا: یاسمن دمندانی

طراح جلد: جمال سرورسندان

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۹

قیمت: ۳۲۰،۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۳۹-۳

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد نشر مکتوب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ / digital.cppc.ir

WWW.CPPC.ir / WWW.1CPPC.ir

فروشگاه های اینترنتی



پیشگفتار

امروزه که بودایها رای توسعه کمی و کیفی خود نیازمند حضور در نقاط جغرافیایی مختلفی می باشند، از این رو کسب و کارهای تولیدی و خدماتی راهبردهای توسعه بازار خود را از مدیریت ایجاد و افزایش شعب و نمایندگی های خود در سایر نقاط جغرافیایی محدود و معالیه خود پیگیری می کنند. اما ایجاد شعب و نمایندگی های جدید علی رغم مزایا و منافع فراوان، دارای چالش هایی نیز می باشد. در واقع مدیریت نمایندگی ها و شعب خود شناسایی از انواع مدیریت بوده که نیازمند تخصص و تجربه است.

در این کتاب سعی شده است که چالش های مدیریت نمایندگی و شعب با قلمی روان و به صورت طبقه بندی شده ارائه شود. مخاطبان این کتاب دانش پذیران دوره های دکتری، کارشناسی ارشد، MBA، DBA و مدیران بازاری می باشند. امید است که مطالب ارائه شده مورد توجه مخاطبان قرار گرفته و برای آنها سازنده باشد.

در پایان از شما خواننده گرامی تقاضا می شود تا ایرادهای وارده به نشانی vahid.nasehifar1@gmail.com ارسال نموده و از زحمات تمام کسانی که کتاب را در نگارش و چاپ این کتاب یاری نمودند به خصوص سرکار خانم مهسا قنبر، تشکر و قدردانی می شود.

فهرست مطالب

۳	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۱	فصل اول: آسیب شناسی تعداد شعب
۱۱	آسیب شناسی یک: عدم آشنایی مدیران با حوزه های مدیریت تعداد شعب
۱۲	آسیب شناسی دو: بی توجهی مدیریت به تعداد شعب
۱۲	آسیب شناسی سه: عدم آشنایی با اصول و مأموریتی تعداد شعب
۱۴	آسیب شناسی چهار: عدم توجه به تقاضای بازار
۱۸	آسیب شناسی پنج: عدم توجه به نوع بازار
۱۹	آسیب شناسی شش: عدم توجه به موقعیت جغرافیایی
۲۱	آسیب شناسی هفت: عدم توجه به پوشش کامل و ناقص توسط شعب
۲۲	آسیب شناسی هشت: عدم آشنایی با نحوه مکان یابی شعب
۲۴	آسیب شناسی نه: عدم آشنایی با مدل های مکان یابی شعب
۲۶	آسیب شناسی ده: عدم توجه به زنجیره تأمین و ابعاد مدیریتی آن
۳۷	فصل دوم: تهیه برنامه مدیریت شعب
۳۷	آسیب شناسی یازده: عدم آشنایی با ابعاد برنامه ریزی مدیریت شعب
۳۸	آسیب شناسی دوازده: عدم آشنایی با اهداف مدیریت امور شعب

- ۳۹ آسیب‌شناسی سیزده: عدم آشنایی با ابعاد مدیریت امور شعب
- ۴۱ آسیب‌شناسی چهارده: عدم آشنایی با برنامه‌ریزی استراتژیک شعب
- ۴۳ آسیب‌شناسی پانزده: عدم توجه به ماهیت انتخاب‌های استراتژیک
- ۵۳ آسیب‌شناسی شانزده: عدم توجه به اصول حرفه‌ای مدیریت قراردادهای
- ۵۹ آسیب‌شناسی هفده: عدم آشنایی با ابعاد سازمان‌دهی شعب
- ۵۹ فصل دوم: آسیب‌شناسی ساختار شعب
- ۵۹ آسیب‌شناسی هجده: عدم دقت در طراحی چارت سازمانی
- ۶۰ آسیب‌شناسی نوزده: عدم توجه به ساختار شعب و نمایندگی‌ها
- ۶۲ آسیب‌شناسی بیست: عدم توجه به میزان تمرکز در شعب
- ۶۳ فصل چهارم: آسیب‌شناسی مدیریت فرایند اطلاعات در شعب
- ۶۳ آسیب‌شناسی بیست‌ویک: عدم آشنایی با مفهوم مدیریت اطلاعات در شعب
- ۶۴ آسیب‌شناسی بیست‌ودو: عدم توجه به زمان‌بندی‌های تلفیقی و مدیریت ...
- ۶۵ آسیب‌شناسی بیست‌وسه: عدم توجه به خودکارسازی و یکپارچه‌سازی
- ۶۷ فصل پنجم: آسیب‌شناسی تدوین استانداردهای شعب
- ۶۷ آسیب‌شناسی بیست‌وچهار: عدم آشنایی با تئوری نمایندگی و ابعاد آن
- ۷۰ آسیب‌شناسی بیست‌وپنج: نداشتن الگویی استاندارد برای شناسایی و ...
- ۷۵ آسیب‌شناسی بیست‌وشش: عدم توجه به استانداردهای مهارتی در ...
- ۸۰ آسیب‌شناسی بیست‌وهفت: نداشتن استاندارد فعالیتی در مدیریت ...
- ۸۷ آسیب‌شناسی بیست‌وهشت: عدم توجه به روابط بین شعب
- ۸۷ فصل ششم: آسیب‌شناسی مدیریت روابط بین شعب
- ۸۷ آسیب‌شناسی بیست‌ونُه: عدم برنامه‌ریزی برای توسعه و بهبود روابط بین شعب
- ۹۰ آسیب‌شناسی سی: بی‌توجهی به ایجاد هم‌افزایی بین شعب

آسیب شناسی سی و یک: عدم آشنایی با روش های هم افزایی بین شعب ۹۱

آسیب شناسی سی و دو: عدم آشنایی با تکنیک های ایجاد رقابت بین شعب ۹۳

فصل هفتم: آسیب شناسی مدیریت منابع انسانی شعب ۹۷

آسیب شناسی سی و سه: عدم آشنایی با حوزه های مدیریت منابع انسانی ۹۷

آسیب شناسی سی و چهار: بی توجهی به آموزش کارکنان ۱۰۰

آسیب شناسی سی و پنج: بی توجهی به آموزش مدیران شعب ۱۰۴

آسیب شناسی سی و شش: عدم توجه به ویرترین کارکنان و مدیران ۱۰۶

آسیب شناسی سی و هفت: عدم برخورد اصولی با مقوله انتصاب مدیران ۱۰۸

آسیب شناسی سی و هشت: بی توجهی به بهره وری شعب ۱۱۳

آسیب شناسی سی و نه: بی توجهی به پوشش و لباس متحدالشکل ۱۱۴

فصل هشتم: آسیب شناسی کنترل و نظارت شعب ۱۱۷

آسیب شناسی چهل: عدم آشنایی با سیستم مدیریت عملکرد و ارزیابی (کنترل) ۱۱۷

آسیب شناسی چهل و یک: عدم آشنایی با الگوی مدیریت عملکرد ۱۱۸

آسیب شناسی چهل و دو: عدم توجه به معیارهای اندازه گیری عملکرد شعب ۱۱۹

آسیب شناسی چهل و سه: عدم آشنایی با حوزه های به ۱۲۶

منابع ۱۲۹

مقدمه

مدیریت شعب و نمایندگی‌ها با چالش‌هایی مواجه است و نمی‌توان گفت که این چالش‌ها را می‌توان برای همیشه برطرف کرد، اما با رعایت برخی از اصول مدیریتی و راه‌گزینه‌ای فعالیت نمود که این چالش‌ها کاهش یافته، تأثیر زیادی بر فعالیت‌های اساسی نداشته باشند و از آن‌ها تا جای ممکن پیشگیری شود. این کتاب شامل ۸ فصل است که در هر فصل به دسته از این چالش‌ها اشاره شده است و هر کدام از این چالش‌ها به صورت یک آسیب‌شناسی مطرح گشته است.

یکی از تعاریف استراتژی این است که استراتژی بیش از آنکه بگوید چه کاری انجام دهیم، به ما می‌گوید چه کاری انجام ندهیم. مطالعه کنندگان این کتاب در پایان مطالعه مباحث با مجموعی از آسیب‌شناسی‌ها، ریشه‌های مشکلات و چالش‌های مدیریت شعب و نمایندگی‌ها آشنا می‌شوند که آن‌ها را از این موضوع آگاه می‌کند که چه مسائلی را در نظر بگیرند و چه کارهایی را انجام ندهند تا از بروز بسیاری از مشکلات در این زمینه پیشگیری به عمل آید و نهایتاً از حل مسائل موجود توانمندتر شوند.