



تاریخ
۱۸
خرداد
۱۴۰۱
چهارشنبه

واکاوی دلایل افول برخی فروشگاه‌های زنجیره‌ای



فاصله چیده شده ابراز کرد؛ با کاهش تعداد مشتریان و میزان فروش، چاره‌ای جز تعطیلی شعب زیان‌ده وجود ندارد.

ملیحه قرانی ادامه داد: با توجه به این که قدرت خرید افراد کاهش پیدا کرده است، فروشگاه‌هایی که به انجام خریدی سالم در امر فروش باور دارند و شعار صداقت در خرید و فروش را سرلوحه خود قرار داده‌اند، کم کم به سوی تعطیلی کشانده می‌شوند، مگر این که ساز و کارهای مناسبی برای بقا در نظر گرفته شود.

فروشگاه‌ها نیمه‌راکد شده‌اند

افسانه صادقی که مسئول چیدمان مواد غذایی و سایر اقلام در قفسه‌های فروشگاه تیرازیس است، می‌گوید: روزگاری حجم کار در فروشگاه چنان بالا بود که خسته و کشان‌کشان خود را به منزل می‌رساندیم، اما حالا می‌نشینیم و همدیگر را نگاه می‌کنیم.

وی افزود: اکثر فروشگاه‌ها ادغام، تعطیل و یا نیمه‌راکد شده‌اند و با توجه به حجم سرمایه‌گذاری انجام شده و کاهش تعداد مشتریان، انگیزه‌ای برای ادامه فعالیت وجود ندارد.

شاید تنوع حفظ‌شان کند

علی شهادت، مسئول یکی از شعب فروشگاه‌ی افق کوروش پر این باور است: می‌توان با عرضه محصولات متنوع از انحلال فروشگاه‌ها، جلوگیری نموده و زمینه تداوم فعالیت را فراهم نمود. برخلاف دیدگاه‌های مطرح شده از سوی برخی مدیران فروشگاه‌ها، وی یکی از دلایل پایداری فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش را افزایش تعداد شعب و تنوع اجناس، عنوان نمود.

آینده مهی ۱۶۷ هزار فروشگاه زنجیره‌ای و چند منظوره

رئیس اداره اصناف سازمان صمت استان فارس؛ صرفه اقتصادی را مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در آینده ۱۶۷ هزار فروشگاه زنجیره‌ای و چند منظوره فعال در استان فارس دانست و عنوان کرد: هم‌اکنون از این تعداد، ۲۸۸ فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سطح شهر و ۱۸۰ فروشگاه زنجیره‌ای در حوالی شیراز به توزیع کالاهای تولیدکنندگان مشغولند.

قاسم زارع، انحلال، ادغام یا رونق فروشگاه‌ها را به ارتباط مستقیم آنان با تولیدکنندگان وابسته دانست و یادآور شد: کل فروشگاه‌ها توسط بخش خصوصی اداره می‌شوند و بخش دولتی تنها به صدور مجوز فعالیت می‌پردازد. در این میان، فروشگاه‌هایی که بازار عرضه و تقاضا موفق‌تر بوده‌اند که مستقیماً در امر تولید نیز نقش دارند و به اصطلاح؛ کارخانه‌دار و تولیدکننده‌اند. مسلم است که عرضه فروشگاه‌ی محصولات برای این تولیدکنندگان، صرفه اقتصادی بیشتری دارد و به همین دلیل، خواهان تأسیس شعب بیشتر می‌باشند.

وی درباره سایر فروشگاه‌هایی که در آستانه ورشکستگی قرار گرفته‌اند، توضیح داد: حمایتی که می‌توانیم برای مانع‌ت از انحلال این‌گونه فروشگاه‌ها داشته باشیم، ارائه تسهیلات ویژه است.

زاع اظهار امیدواری نمود: تغییراتی که با آزادسازی ارز ترجیحی و افزایش برخی قیمت‌ها به وجود آمده، نقش منفی بر روی فعالیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای ندارد و باعث رونق بیشتر می‌شود.

مریم کشاورز

حکایتی از عهد کرونایی



خود می‌بالید.

دانش‌آموزان که کار مهم و مفیدی برای پیگیری نداشتند به فعالیت‌های مجازی و بازی‌های کامپیوتری مشغول شدند و میزان فعالیت‌های مجازی و اشتراک‌گذاری فعالیت‌های شخصی و خانوادگی، انواع غذاها و خریدها دو چندان شد.

بعدها که این بیماری روند رو به کاهشی پیدا کرد و مکتب‌ها دوباره بازگشایی شدند دانش‌آموزان با مهارت‌های ارتباطی ضعیف بر روی صندلی و نیمکت‌های خاک خورده مکتب نشستند از آنجایی که در دوران آموزش مجازی یا همان استراحت خانگی فعالیت‌های مغزی دانش‌آموزان تا حدود زیادی تعطیل شده بود و فعالیت‌هایی از قبیل خوردن و خوابیدن رواج پیدا کرده بود دانش‌آموزان توانایی انجام تکالیف و وظایف شخصی خود را از دست داده بودند و معلم بیچاره که به خیال خود دانش‌آموز همه‌چیز دانی رویه روی خود می‌دید آب قند لازم شد و به خود آمد که نه تنها باید کتاب‌های درسی را از اول آموزش دهد باید زحمت کتاب‌های سال قبل و قبل‌تر را نیز بکشد.

هم‌اکنون معلمان و والدین گرامی در حال مبارزه مستمر با تبلیسم مواجه هستند که من از طرف خودم و سایر دانش‌آموزان به همگی آن‌ها خداقوت می‌گویم و ما نیز همراه این عزیزان تلاش خواهیم کرد که به دوران تلاش و کسب دانش و یادگیری برگردیم.

بلدا نیک پور- دانش آموز کلاس هفتم مدرسه حجاب

ضرب‌المثل‌های جهان

اگر می خواهی گرم باشی باید دود را تحمل کنی

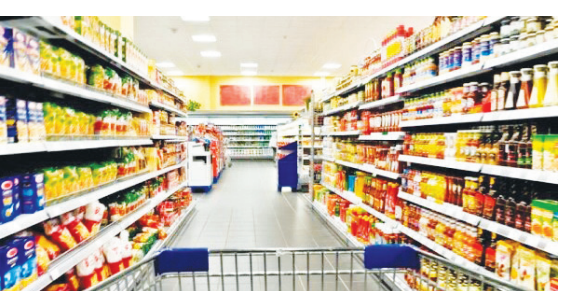
چکواسلوکی

صفحه
۶
شماره
۳۳۷۳
سال
بیست و هشتم

ویژه



مزایا و معایب خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای



مالکیت اصلی قرار دارند و هدف آن‌ها خرید محصولات به صورت عمده و سپس عرضهٔ آن در خرده فروشی‌های بزرگ در سطح شهر و کشور است. فروشگاه‌های مواد غذایی و فروش محصولات خانگی در این دسته قرار می‌گیرند.

آشنایی با مزایای فروشگاه‌های زنجیره ای

حالا که در مقاله فروشگاه زنجیره ای چیست با انواع آن آشنا شدید، بهتر است با مزایای آن نیز روبرو شوید. در فروشگاه‌های زنجیره‌ای یک رابطهٔ دو طرفه بین خریدار و فروشنده برقرار است. به این معنا که خرید از این فروشگاه‌ها هم برای خریدار مزیت‌های بی شماری دارد و هم برای مدیریت این فروشگاه‌ها دارای مزیت‌هایی خواهد بود. اگر از دید هر دو طیف به این مسئله نگاه کنیم، می‌توانیم موارد زیر را به عنوان مهم‌ترین مزایای فروشگاه‌های زنجیره‌ای نام ببریم.

صرفه‌جویی در هزینه‌های اقتصادی

درآمدی که از صد فروشگاه سوپرمارکتی حاصل می‌شود، به طور قطع بیشتر از درآمدی است که از یک فروشگاه به دست می‌آید. همین توضیح کوتاه به خوبی مسئلهٔ اقتصادی را شرح می‌دهد. هدف از ایجاد نمایندگی‌های متعدد بالا بردن فروش محصولات و در نتیجه بالا بردن سود و بازدهی بیشتر کسب و کار است. هزینه‌های اقتصادی جاری شامل تأمین کالا، جابه‌جایی و فروش محصولات می‌شود. در فروشگاه‌هایی که به صورت زنجیره‌ای اداره می‌شوند، تأمین محصولات به صورت متمرکز و یک جا صورت می‌گیرد؛ که باعث پایین آمدن هزینه‌های تأمین کالا و همچنین سرعت گرفتن این فرایند می‌شود. از طرف دیگر فروش محصولات نیز به خاطر وجود تعداد بالای نمایندگی‌ها با سرعت بیشتری انجام می‌گیرد.

پایین آمدن هزینه‌های اداره کسب و کار

در فروشگاه‌های زنجیره‌ای نسبت به حجم کاری که انجام می‌شود، به هزینه‌های پایینی جهت اداره کسب و کار نیاز خواهد بود. حجم گسترده‌ای از کارها به واسطهٔ تکنولوژی روز مدیریت می‌شود و این مسئله نیاز به نیروی کار را نیز کمتر می‌کند.

فروش بالا و با سرعت بیشتر

این دسته از فروشگاه‌ها با توجه به شکل عرضه محصولات و ویژگی‌های خاصی که دارند، در نتیجه میزان فروش بیشتری را نیز تجربه می‌کنند. در حقیقت می‌توان گفت فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشتری‌مدارتر هستند و همین عامل باعث می‌شود مشتریان خریدی از این فروشگاه‌ها را به خرید از دیگر مراکز خرید ترجیح بدهند. مسئله‌ای که باعث افزایش نرخ مشتریان و بالاتر رفتن میزان فروش خواهد شد.

مشخص بودن استراتژی‌های فروشگاه

در فروشگاه‌های کوچک مشخص کردن استراتژی‌های فروشگاه برعهده شخص فروشنده است. همین مسئله گاهی باعث شکل گرفتن چالش‌های بزرگی می‌شود. این در صورتی است که مدیریت فروشگاه‌های زنجیره‌ای توسط دفتر مرکزی صورت می‌گیرد و تصمیم‌های اساسی و استراتژی‌های اصلی به کمک نیروهای متخصص مدیریتی گرفته می‌شود.

قیمت محصولات ارانه شده

پس از موارد بالا، حال می‌توانیم به سراغ خریداران برویم. در خرده فروشی‌های زنجیره‌ای، به واسطه بالاتر بودن میزان فروش محصولات، قیمت نهایی فروش پایین‌تر از دیگر فروشگاه‌ها خواهد بود. این مسئله برای خریداران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به علاوه اینکه در بسیاری از موارد فروشگاه‌های زنجیره‌ای تخفیف‌های فصلی و ویژه‌ای را برای خریداران خود در نظر می‌گیرند. به همین دلیل این فروشگاه‌ها ادر غالب موارد جزء انتخاب‌های اول مصرف‌کنندگان خواهند بود.

خرید یک جای محصولات

مسئلهٔ دیگری که باعث می‌شود خریداران مراجعه به این گونه فروشگاه‌ها را ترجیح بدهند، گستردگی محصولات ارائه شده است. امروزه خرده‌فروشی‌های زنجیره‌ای طیف گسترده‌ای از محصولات را به بازار عرضه می‌کنند. به همین خاطر مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند خریدهای خانگی خود را به صورت یک جا و در فاصل‌های زمانی هفتگی یا ماهانه انجام دهند. به این شکل خرید و تأمین مایحتاج زندگی هم از نظر مالی و هم از نظر زمانی به صرفه‌تر خواهد بود.

آزادی عمل بیشتر

در این دست از فروشگاه‌ها این خود مشتری است که می‌تواند بین قفسه‌ها و محصولات قدم بزند و آزادانه هر محصولی را که نیاز دارد انتخاب کند. به علاوه اینکه تنوع محصولات ارائه شده نیز بیشتر است

و خریدار می‌تواند از بین این محصولات متنوع دست به انتخاب بزند. حذف فروشنده از فرایند فروش و دادن آزادی عمل بیشتر به خریدار باعث رونق گرفتن بیشتر فروشگاه‌های زنجیره‌ای شده است. به علاوه که لذت خرید را برای خریداران نیز به همراه دارد.

چگونه یک فروشگاه زنجیره ای موفق داشته باشیم؟

در ایجاد یک فروشگاه زنجیره‌ای عوامل متعددی دخیل هستند. اگرچه به طور کلی و با توجه به مواردی که در بالا گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت که این فروشگاه‌ها سود بالایی را در درازمدت دربرخواهند داشت، اما اینکه با چشمانی بسته، بدون استراتژی مشخص و بدون تخصص کافی یا در این راه بگذارید، قطعا مسیر درستی نیست و ممکن است شما را با چالش‌های جبران‌ناپذیری روبرو کند.

برای اینکه یک فروشگاه زنجیره‌ای موفق داشته باشید، پیش از هرچیز نیاز به دانش این کار دارید. برای حل این مشکل می‌توانید از مشاورانی کمک بگیرید که سال‌هاست در این عرصه به فعالیت مشغولند. مشاورانی که می‌دانند برای تأسیس یک فروشگاه نیاز به چه مواردی دارند و باید طبق چه نقشه و دستورالعملی پیش بروند. این نقشه راه شامل مواردی مثل جایابی مکان فروشگاه، خرید تجهیزات اولیه مورد نیاز، نصب و راه‌اندازی این تجهیزات، طراحی قفسه بندی و چیدمان فروشگاه، تعریف استراتژی‌های فروش و ….. می‌شود.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مجموعه‌ای به هم پیوسته از مراکز فروش هستند که زیر نظر یک مدیریت مرکزی قرار دارند. فروشگاه‌های زنجیره‌ای ممکن است به صورت شهری، استانی، کشوری یا حتی جهانی ایجاد شده باشند. برای مثال فروشگاه والمارت یک مجموعهٔ تجاری جهانی است؛ که در بیست و هشت کشور دنیا دارای شعبه فعال است. مهم‌ترین محصولات فروشگاه‌های زنجیره‌ای اغلب نیازهای روزانهٔ مصرف‌کنندگان را شامل می‌شود. از مواد غذایی گرفته تا محصولات بهداشتی، لوازم منزل و … را که می‌توان از آن‌ها نام برد. در ایران نیز فروشگاه‌های زنجیره‌ای متعددی در سال‌های گذشته ایجاد شده‌اند. برای مثال به فروشگاه‌هایی مانند افق کوروش، جامبو، شهروند، اتکا و … می‌توان اشاره کرد در این مقاله ابتدا قصد داریم به این سؤال بپردازیم که « فروشگاه زنجیره ای چیست » و سپس به سراغ مزایا و معایب خرید از آنها خواهیم رفت. و در پایان نیز توضیحی دربارهٔ انواع فروشگاه‌های زنجیره ای ارائه خواهیم کرد.

چگونگی شکل گرفتن ایدهٔ فروشگاه‌های زنجیره ای

به گزارش سایت گروه صنعتی دی، ایده ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال‌های ابتدایی قرن بیستم و در ایالات متحده آمریکا شکل گرفت. ایدهٔ اولیهٔ این فروشگاه‌ها جهت عرضهٔ محصولات غذایی و خرده فروش‌ها بود. محصولات که نیاز روزانهٔ مصرف‌کنندگان را تأمین می‌کرد و در حالت عادی مصرف‌کننده برای خریداری هریک از مایحتاجش باید زمان زیادی را صرف می‌کرد. با توجه به اینکه نظام اقتصادی دنیا به سمت مدرن شدن پیش می‌رفت و ترجیح مشتریان این بود که وقت کمتری را صرف خرید نیازهایی مثل خورد و خوراک و … کنند، این فروشگاه‌های زنجیره‌ای شکل گرفت.

این انجمن ملی خرده‌فروشان خواربار آمریکا بود که نخستین فروشگاه‌های زنجیره‌ای را ایجاد کرد. در حقیقت ایدهٔ ابتدایی اعضای انجمن خواربارفروشان این بود که با داشتن صد فروشگاه سوپرمارکتی می‌توان به سود بیشتری دست پیدا کرد. تا زمانی که شما فقط یک فروشگاه سوپرمارکت داشته باشید. به علاوه که این کار یک حسن دیگر هم داشت. عرضهٔ محصولات به صورت مستقیم انجام می‌گرفت و در نتیجه قیمت فروش محصولات نیز پایین‌تر می‌آمد. همین عامل در کنار ارائهٔ طیف گسترده‌ای از محصولات باعث رونق گرفتن این کسب و کار در آمریکا و بعدها در سایر کشورهای دنیا شد.

تعریف فروشگاه زنجیره ای چیست ؟

در یک تعریف مختصر می‌توان فروشگاه‌های زنجیره‌ای را این طور شرح داد که فروشگاه‌های زنجیره‌ای مجموعه‌ای از فروشگاه‌های شبیه به هم هستند که در شهرها و مناطق مختلف ایجاد شده، هدف تمامی آن‌ها فروش محصولات مشترک است.

تمامی این فروشگاه‌هایزیرمجموعهٔ یک دفتر مرکزی اصلی قرار می‌گیرند و مدیریت و مالکیت این مراکز فروش با این دفتر مرکزی است. محصولاتی که در فروشگاه‌های زنجیره‌ای به فروش می‌رسند، اغلب به صورت گسترده و توسط مدیریت اصلی تأمین می‌شود. به همین خاطر محصولات در تمامی این فروشگاه‌ها از نظر نوع و کیفیت یکسان خواهد بود. امروزه طیف گسترده‌ای از فروشگاه‌های زنجیره‌ای با هدف تأمین سبد خرید خانوار ایجاد می‌شوند. به نوعی می‌توان این فروشگاه‌ها را یک بازارچه خرید کوچک دانست که مصرف‌کننده می‌تواند با مراجعه به آن مهم‌ترین خریدهای روزانه خود را انجام دهد. از خرید خواربار مورد نیاز خانه گرفته تا خرید محصولات بهداشتی خانگی، میوه و سبزیجات و …

انواع فروشگاه زنجیره ای

البته برخی از نمایندگی‌های فروش را نیز می‌توان طبق تعریفی که در بالا آورده شد، زیرمجموعهٔ فروشگاه‌های زنجیره‌ای دانست. برای مثال می‌توانید شرکت‌هایی را در نظر بگیرید که محصول خاصی را تولید می‌کنند و همین محصول را نیز در نمایندگی‌های متعدد و با برند خود به فروش می‌رسانند. حال این برند تولیدی می‌تواند هرچیزی باشد. از برند کفش گرفته تا برند تولید لاستیک ماشین یا فروش سیستم‌های تهویه مطبوع و …

تاریخچه شکل گرفتن فروشگاه‌های زنجیره ای در ایران

در سال ۱۳۴۰ نخستین فروشگاه زنجیره‌ای ایران توسط برادران اخوان کاشانی ایجاد شد. این فروشگاه‌ها با نام «فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ ایران» شناخته می‌شد و با الگوبرداری از فروشگاه والمارت آمریکا شکل گرفته بود. هشت سال بعد این حمید کاشانی اخوان بود که با همکاری احمد خیامی فروشگاه‌های زنجیره‌ای کوروش را در تهران بنا نهاد. تاریخ تأسیس مجموعه کوروش به سال ۱۳۴۹ برمی‌گردد. در همان سال‌های اول تعداد نمایندگی‌های کوروش در سطح تهران به چهارده فروشگاه رسید و به موفقیت بزرگی دست پیدا کرد.

پس از انقلاب فروشگاه‌های کوروش برای چندین سال با نام قدس به کار خود ادامه داد؛ اما خیلی زود روند رو به رشد آن متوقف شد و در اواخر دههٔ هفتاد به ورشکستگی کامل دچار شد.

آشنایی با انواع فروشگاه‌های زنجیره ای

فروشگاه‌های زنجیره‌ای را می‌توان بر چند اساس دسته‌بندی کرد:

انواع فروشگاه زنجیره‌ای براساس گستردگی نمایندگی‌ها

فروشگاه‌های زنجیره‌ای ممکن است به صورت محلی، شهری، کشوری و حتی جهانی ایجاد شده و اداره شوند. برای مثال ممکن است در اطراف یا داخل یک شهر چندین فروشگاه با نام مشابه و یک مدیریت مرکزی ایجاد شده باشند. که این فروشگاه‌ها را فروشگاه‌های زنجیره‌ای محلی یا شهری می‌نامند. فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشوری نسبت به دستهٔ قبل شناخته شده‌تر هستند. فروشگاه‌هایی با نام و فعالیتی مشابه که به صورت متمرکز اداره می‌شوند و در بسیاری از شهرها دارای نمایندگی هستند. برای مثال می‌توان از فروشگاه‌هایی مثل اتکا، افق کوروش، شهروند و … نام برد. دسته سوم نیز فروشگاه‌های زنجیره‌ای جهانی هستند. مانند برند والمارت آمریکا که در بیش از بیست و هشت کشور جهان دارای نمایندگی است و در حال حاضر نزدیک ۱۱۵۰۰ فروشگاه را در برمی‌گیرد. البته این دسته از فروشگاه‌ها در ایران خیلی مرسوم نیستند.

نوع محصول و چگونگی عرضه آن

برخی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای با هدف عرضهٔ مستقیم یک محصول یا یک برند خاص شکل می‌گیرند. در حقیقت این تولیدکنندگان هستند که قصد دارند بدون واسطه محصولاتشان را به دست مصرف‌کننده برسانند. به این نحو عرضهٔ محصول به صورت مستقیم صورت گرفته و قیمت نهایی آن نیز پایین‌تر خواهد آمد. دسته دیگر فروشگاه‌هایی هستند که به نوعی یک سازمان خرده فروشی به حساب می‌آیند. این فروشگاه‌ها تحت یک