

فروشگاه‌های زنجیره ای



# مینو مارت

شماره اول، بهار ۱۴۰۲



نشریه داخلی شرکت

## توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند

[minoomart.ir](http://minoomart.ir)

۹۰۰۰۱۲۱۲

مدیرمسئول: محمد مهدی حاج محمد

سردبیر: الهه ملائیان

# راهی برای همراهی

الهه ملائیان

سردبیر

نوآوری‌های آن را معرفی کنیم. بدین منظور بخش‌هایی نظیر معرفی صنعت خرده‌فروشی، تکنولوژی‌های نوین در این حوزه، سخنان مدیران گروه صنعتی مینو و شرکت پیوند، اخبار و دستاوردهای مینومارت برای این نشریه در نظر گرفته شده است. مشخص است که این بخش‌ها می‌تواند بنا به نظر و سلیقه شما کم و زیاد شود و هر آنچه هست بنا به شناخت نسبی و اولیه می‌باشد.

هدف این است که نشریه مینومارت مانند هر رسانه دیگری، پل ارتباطی میان مخاطبان و مسئولان باشد. بر این اساس کادر تحریریه نشریه مینومارت می‌خواهد با حفظ این رابطه دوسویه، نیرویی جهت بازتاب نظرات شما باشد. در صورتی که مطالب، مقالات و یا پژوهشی در این خصوص دارید، برایمان بنویسید یا بازگو نمائید تا ما آن را منتشر کنیم. با ما از طریق آدرس [RandD@minoomart.ir](mailto:RandD@minoomart.ir) در ارتباط باشید.

امیدواریم بتوانیم رضایت خاطر شما را جلب کنیم. در آغاز راه هستیم و بدون شک با همراهی شما و رفع نواقص، کامل خواهیم شد. ■



با وجود توسعه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره، هنوز هم ورق زدن نشریه می‌تواند یکی از لذت بخش ترین فعالیت‌ها باشد. در نشریه مینومارت تلاش می‌کنیم با صنعت خرده‌فروشی و دنیای فروشگاه‌های زنجیره‌ای بیش از پیش آشنا شوید.

این نشریه جهت تبادل اطلاعات و توانایی‌ها، آموزش و انگیزش منتشر می‌شود و ما قصد داریم تا بخش‌های مختلف این نشریه، متناسب با خواست‌ها و نیازهای شما باشد.

می‌خواهیم ساختارهای علمی و عملیاتی صنعت خرده‌فروشی را بازگو کنیم و با توجه به کمبود اطلاعات آکادمیک در این حوزه،





۱۶

توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای «مینو» یک ضرورت است



۱۸

حیات و ممت سازمان در  
دستان نیروی انسانی



۱۴

استراتژی برد - برد



۲۰

مراسم تجلیل از کارمندان برتر فروشگاه‌های مینومارت



۴

در امتداد شکوه

.....  
دو سال سخت؛  
اما با شکوه  
۶

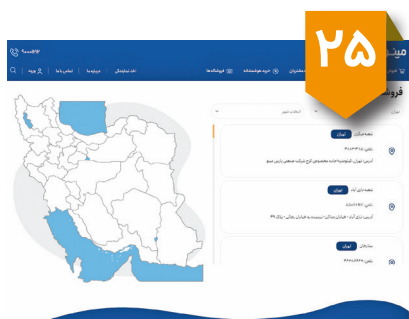
.....  
حضور متاورس  
در صنعت خرده‌فروشی  
۱۲

.....  
خبر مارت  
۲۰

.....  
پنجشنبه بازار مینومارت  
۲۷

.....  
حضور ابر برندهای  
ایران در مینومارت  
۲۸

.....  
چرا محصولات مینو؟  
۳۰



۲۵

رونمایی از سایت جدید مینومارت



۷

سیر تا پیاز صنعت خرده‌فروشی در جهان

برنامه ریزی هدفمند برای توسعه پایدار مینومارت

# در امتداد شکوه



**م** سابقه‌ی تصمیم به راه اندازی شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در گروه صنعتی مینو به بیش از یک دهه می‌رسد. تصمیمی که همیشه برای عملیاتی کردنش اما و اگرهای متعددی وجود داشت و طی این سال‌ها هیچ مدیرعاملی توان تحمل سنگینی این تصمیم را نداشت. اما نزدیک به دو سال پیش دکتر علیرضا عباسیانفر مدیرعامل گروه صنعتی مینو با درک مزایای متعدد تکمیل زنجیره‌ی فروش، تصمیم گرفتند که ریسک این تصمیم را بر عهده بگیرند و بر همین اساس بود که به مهندس محمد مهدی حاج محمد که سال‌ها در شرکت قاسم ایران در زمینه‌ی برنامه‌ریزی تجربیات ارزشمندی را کسب کرده بودند، ماموریت عملیاتی کردن این تصمیم تاریخی را سپردند.

آقای محمد مهدی حاج محمد، مدیرعامل شرکت توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند استراتژی و ماموریت‌های شرکت، چرایی و چگونگی ایده تاسیس فروشگاه‌های مینومارت، ضرورت نگاه علمی و اجرایی به صنعت خرده‌فروشی و ارزش‌های این شرکت را تشریح می‌کنند.

## ضرورت راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای

رونق و گسترش صنعت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در تمام دنیا کاملاً محسوس است. چرا که ورود فروشگاه‌های زنجیره‌ای و دسترسی آسان به آنها، منجر به تسهیل در خرید و تهیه مایحتاج روزانه خانوار شده است. امکان تامین کالاهای مورد نیاز با قیمتی پایین‌تر و امکان مقایسه برندهای مختلف محصولات با یکدیگر، تنها گوشه‌ای از دلایل محبوبیت این صنعت می‌باشد و استقبال بی نظیر آحاد جامعه از فروشگاه‌های زنجیره‌ای نشانگر رضایتمندی طیف وسیعی از مردم نسبت به این صنعت است. در کنار تمامی مزایا و

منافع این صنعت، مسائل و مشکلاتی نیز مانند نوسانات قیمتی و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان، کمبود مراکز آموزشی جهت کسب مهارت تخصصی در این حوزه، جهش بهای تمام شده تجهیزات فروشگاه‌های و امثالهم وجود دارد. به منظور برون‌رفت از این شرایط می‌توان به راهکارهایی همچون غنی‌سازی آموزش‌های مهارتی نیروی انسانی، توسعه تولیدات علمی و دانشگاهی در صنعت خرده‌فروشی، اصلاح قوانین حکومتی با مشارکت فعالان صنعت، تسهیل و رفع موانع ایجاد کسب‌وکار و همچنین حرکت شرکت‌های فعال به سمت استانداردهای جهانی اشاره کرد.

## هدف مینو مارت

ایجاد کنند و دیگر کارمندان در بخش‌های اداری شرکت نیز در پی انتخاب مسیری که در آن سلیقه و رضایت مصرف‌کننده بالاترین هدف محسوب می‌شود، گام بر می‌دارند. در پایان سال ۱۴۰۱ بیشتر از ۷۰ شعبه در سراسر کشور آغاز بکار کرد. شعب مینومارت علاوه بر استان تهران در استان‌های قزوین، زنجان، گلستان، گیلان، مازندران، مرکزی، لرستان، خوزستان و البرز فعال هستند.

## کانال‌های فروش غیرحضوری

ایجاد کانال فروش غیرحضوری و راه‌اندازی سامانه فروش تلفنی و آنلاین مواردی هستند که در ابتدای سال جدید در راستای فعالیت‌های مینومارت به اتمام می‌رسند. کنترل و بهینه‌سازی هزینه‌های سازمانی، چابک‌سازی و ارتقای بهره‌وری سازمان، بهینه‌سازی

هزینه‌های لجستیکی و انبار برخی از اقدامات انجام گرفته در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت است. همچنین مکان‌یابی استقرار فروشگاه‌ها مبتنی بر سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و تصمیم‌گیری چند شاخصه، بهینه‌سازی موجودی کالا و سیستم هوشمند سفارش‌گذاری، فرآیند بازرسی دوره‌ای فروشگاه‌ها از جمله برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر دانش و پژوهش به منظور تسریع در رشد و توسعه این شرکت است.

برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان و رعایت اصول مناسب رفتار با مشتری در سطح فروش، رسیدگی سریع به انتقادات و پیشنهادات مشتریان به‌عنوان پیش‌شرط‌های وفاداری، یکی از مهم‌ترین فاکتورها در مجموعه مینومارت است. مأموریت ما در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت، خلق تجربه خریدی متمایز و رضایت‌بخش برای هموطنان گرانقدر، از طریق خدمات نوین خرده‌فروشی و فراهم کردن اجناس با مناسب‌ترین قیمت، به همراه بالاترین درجه کیفیت و تنوع محصول است. به‌رغم مشکلات اقتصادی که مدتی است در کشور سایه افکنده است، ما تلاش می‌کنیم تا به‌صورت مداوم یک تجربه مشتری‌محور را بهبود بخشیم و اعتماد را به یک مزیت رقابتی تبدیل کنیم؛ تعهد ما به مشتری‌مداری سنگ‌بنای کسب‌وکار بوده و خواهد بود. ■

شرکت توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، به‌عنوان یک فروشگاه تخفیف محور، با ایجاد فروشگاه‌های سراسری در نقاط مختلف کشور جهت عرضه مستقیم تولیدات گروه صنعتی مینو و دیگر مایحتاج شهروندان محترم، تلاش می‌کند تا محصولات با کیفیت را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد. مجموعه مینومارت با هدف عرضه‌ی مواد غذایی و لوازم مصرفی با کیفیت بالا و با قیمت مناسب، فعالیت خود را آغاز کرده است و در پی ارائه خدماتی نوین در این زمینه تلاش می‌کند. هدف ما در این مجموعه، خلق فرهنگ مشتری‌مداری، کسب رضایت و ایجاد روابط عمیق با مشتریان است و مأموریت ما ایفای نقش کلیدی در راستای رفع نیاز مصرف‌کنندگان از طریق مهیا کردن بستری برای حمایت از تولید داخلی است.

ما در شرکت پیوند تلاش می‌کنیم همواره به دنبال ارائه خدمات مطلوب و در پی آن، افزایش رضایتمندی مشتریان ارزشمند خود باشیم. ارتقای تنوع کالا، طراحی و چیدمان متفاوت با سهولت دسترسی به کالا، از جمله اقداماتی است که در این راستا انجام گرفته است. ارائه تخفیفات موثر در بازه‌های زمانی مناسب و در بازار دچار التهاب این روزها، برگزاری جشنواره‌های تخفیفی و قرعه‌کشی‌های متنوع از دیگر برنامه‌های همیشگی مینومارت است که همواره به منظور قدردانی از مشتریان محترم در حال اجرا می‌باشد.

## ارزش‌های بنیادی مینومارت

ما می‌خواهیم تا با توزیع محصولات باکیفیت و بهره‌وری زنجیره تامین، نه تنها برای مشتریان، بلکه در تعامل با سرمایه‌های انسانی و تمامی ذی‌نفعانمان به طور همه‌جانبه منفعت ایجاد کنیم. کمال‌گرایی و پیشروی در جهت تعالی، از ارزش‌های بنیادی مینومارت است. بدین منظور از جذب و تخصیص بهینه نیروی انسانی بی‌بدیل در راستای دستیابی به اهداف خود استفاده می‌کنیم و به فراخور گسترش سازمانی، در پی استخدام نیروهای متخصص بسیاری هستیم.

همکاران ما در سطح فروشگاه‌ها، با شوق و انگیزه بسیار زیاد در تلاش هستند بستری مناسب برای خرید مشتریان

# دو سال سخت؛ اما با شکوه

ایده تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت در گروه صنعتی مینو از اواخر دهه ۸۰، مطرح گردید و مورد بحث بود. مفهوم فروشگاه‌های زنجیره‌ای در گروه صنعتی مینو از سال ۱۴۰۰ با فعال‌سازی مجدد شرکت توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند بازخوانی شد. سپس اولین شعبه فروشگاه تخفیفی با سبد کامل محصولات تامین‌کنندگان مختلف در محله مرزداران تهران با برند «مینومارت» افتتاح گردید. محصولات تولیدی گروه صنعتی مینو طیف وسیعی از سبد مصرفی خانوار از جمله روغن و برنج، قند و شکر، کنسروجات، انواع شیرینی و شکلات، آب معدنی و آبمیوه را شامل می‌شود. در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت به پشتوانه شبکه توزیع مویرگی شرکت قاسم ایران، کالاها از تولید به مصرف و با مناسب‌ترین قیمت‌ها عرضه می‌گردد. مجموعه مینومارت حساسیت بسیار زیادی درخصوص ارائه کالای با کیفیت و استاندارد از بهترین برندها را دارد و به دنبال ایجاد تمایز نسبت به عملکرد سایر رقبا است.

با گذشت قریب به ۲ سال از شروع فعالیت مینومارت در صنعت خرده‌فروشی و توسعه همزمان زیرساخت‌های سازمانی و فروشگاه‌های، تاکنون این مجموعه با افتتاح بیشتر از ۷۰ شعبه در سراسر کشور، محصولات با کیفیت و دارای قیمت مناسب را به مردم ایران تقدیم و عرضه می‌کند. از همان ابتدا پیش‌بینی‌ها در خصوص استقبال مشتریان با توجه به غنای برند مینو، نویدبخش اقبالی گسترده بود و در حال حاضر نیز اقبال مردم به برند مینومارت به عنوان یک برند فروشگاه‌های، و رای پیش‌بینی‌های قبلی است. ■

بسیاری از فروشگاه‌های تاسیس شده که حتی سابقه فعالیت کمتر از یک سال را دارند، به لطف تنوع و قیمت مناسب کالاها با استقبال مناسبی مواجه شده‌اند.



# سیر تا پیاز صنعت خرده‌فروشی در جهان از شیر مرغ تا جان آدمیزاد در فروشگاه‌های زنجیره‌ای



صنعت خرده‌فروشی در دنیا از صنایع پررونق و پربازده محسوب می‌شود و همواره تولیدکنندگان خواربار و محصولات غذایی به دنبال راهی برای ارائه محصولات خود با راحت‌ترین دسترسی به فروشندگان هستند. در این میان احداث فروشگاه‌های خودسرویس از مهمترین اقدامات صورت گرفته در این حوزه است. تحقیقات دانشگاهی مختلفی در ارتباط نقش، جایگاه و عوامل اثرگذار در مورد این فروشگاه‌ها ارائه شده است. در این تحقیقات نشان داده شده است که نوآوری در شکل فروشگاه‌ها بر پایه تغییرات در سبک زندگی، قیمت محصولات، روش‌های بازرگانی و فروش، موقعیت، سطح خدمات و کیفیت، تنوع و تازگی محصولات تاثیر قابل توجهی در رضایت مندی مشتریان از فروشگاه‌ها دارد.



محبوب و معروف، قدرت واقعی بازار در دست خرده‌فروشان و کانال‌های توزیع کالا قرار دارد. در واقع می‌توان اینطور برداشت کرد که شبکه‌های توزیع با در اختیار داشتن بازار توزیع محصولات مختلف از برندهای معتبر و کالاهای مورد نیاز مردم در نیازهای روزمره و ضروری، می‌توانند به اصطلاح نقش یک دروازه‌بان برای ورود یا خروج محصولات به بازار را ایفا کنند. مهمترین و اصلی‌ترین فاکتوری که رقابت بازارهای خرده‌فروشی را تعیین می‌کند هزینه و قیمت محصولات می‌باشد، عوامل متعدد دیگری نیز نظیر تنوع محصولات، کیفیت، سهولت خرید، موقعیت و دسترسی فروشگاه و

تفاوت میان انواع فروشگاه‌ها امروز کم‌رنگ‌تر از گذشته شده است ولی فرمت همه فروشگاه‌ها را کم‌کم نمی‌توان همسان و یکنواخت در نظر گرفت. تحقیقات صورت گرفته، عدم یکسان بودن فروشگاه‌ها را نه تنها شامل دسته‌بندی‌های مختلف از جمله سوپرمارکت، هایپرمارکت و فروشگاه‌های همواره تخفیف می‌داند، بلکه این تفاوت‌ها خود را در میان انواع خریداران هم نشان می‌دهند.

با بررسی وضعیت خرده‌فروشی‌ها نتایج نشان داده است که بر خلاف قدرت ظاهری تولیدکنندگان برندهای

همچنین سرویس‌های ارائه شده توسط فروشگاه در میان عوامل مهمی قرار می‌گیرند که رقابت خرده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌ها را تعیین می‌کنند.

## زنجیره‌تأمین در نظام سنتی خرده‌فروشی چگونه کار می‌کند؟

در این قسمت، به اختصار، قصد داریم تا نحوه‌ی عملکرد زنجیره‌تأمین خرده‌فروشی از ابتدا تا انتها را مورد بررسی قرار دهیم. می‌خواهیم این موضوع را بررسی کنیم که چگونه این عناصر به تولیدکنندگان محصول گره خورده‌اند و در نهایت کل زنجیره‌تأمین در نظام سنتی به کجا ختم می‌شود.

۱. تولیدکنندگان اولین حلقه را در زنجیره‌تأمین خرده‌فروشی تشکیل می‌دهد. در واقع، تولیدکنندگان مسئول تولید کالای نهایی با استفاده از مواد اولیه، نیروی کار و تکنولوژی‌های مورد نیاز هستند.

۲. شرکت‌های پخش یا عمده‌فروش‌ها مرحله‌ی بعدی زنجیره‌تأمین هستند که کالاها را از تولیدکنندگان خریداری کرده و به صورت عمده به خرده‌فروشان ارائه می‌دهند.

۳. خرده‌فروش‌ها وظیفه فروش کالاهای نهایی را به آخرین حلقه زنجیره‌تأمین یعنی مصرف‌کنندگان بر عهده دارند.

۴. مصرف‌کنندگان آخرین حلقه زنجیره‌تأمین بوده و همان کاربر نهایی هستند که کالا را از خرده‌فروشان

خریداری می‌کند. بنابراین فرآیند عرضه‌ی کالا در آخرین حلقه به مصرف‌کننده نهایی ختم می‌شود.

در نظام مدرن زنجیره تامین کالا و خدمات، اغلب واسطه‌ها حذف شده است لذا کالا و خدمات از تولیدکننده مستقیماً به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و خرده‌فروشان عرضه می‌شود. به این ترتیب کالاها با سرعت بیشتر و قیمت تمام شده کمتر به مصرف‌کننده ارائه می‌گردند.

## تاریخچه فروشگاه‌های زنجیره‌ای

فروشگاه‌های زنجیره‌ای تقریباً تا قبل از قرن بیستم ناشناخته بودند، در سال ۱۹۰۳ انجمن ملی خرده‌فروشی خواروبار در آمریکا، بحث خرید و فروش محصولات خواروبار

را به صورت عمده مطرح کرد و طی چند سال بعد، بازار معاملات فردی کم‌رنگ‌تر و بحث عمده‌فروشی جدی‌تر دنبال شد. این موضوع که یک بقال با داشتن ۱۰۰ فروشگاه می‌تواند محصول خود را ارزان‌تر از یک بقال که تنها یک فروشگاه دارد، بفروشد تقریباً به یکی از بحث‌های مهم اقتصادی آن زمان تبدیل شده بود که البته در میان تجار کوچک مخالفان فراوانی داشت. فروشگاه‌های زنجیره‌ای از دهه ۱۹۲۰

کار خود را به صورت جدی در آمریکا آغاز کردند و در دهه ۱۹۳۰ به یک موقعیت ثابت دست یافتند.

در حال حاضر آمریکا با داشتن بیش از ۵۰،۰۰۰ شعبه فروشگاه زنجیره‌ای از جمله وال مارت، کروگر، تارگت و ... یکی از مهم‌ترین مناطق اقتصادی جهان در زمینه بازار فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. وال مارت، بزرگ‌ترین فروشگاه زنجیره‌ای جهان،





## دسته بندی خرده‌فروشی‌ها در اروپا و آمریکا

سوپرمارکت محلی	سوپرمارکت کوچک	سوپرمارکت بزرگ	هایپرمارکت	فروشگاه تخفیفی
۱۰۰ تا ۳۹۹	۴۰۰ تا ۱۰۰۰	۱۰۰۰ تا ۵۰۰۰	۵۰۰۰ تا ۳۰۰۰۰	۵۰۰ تا ۱۵۰۰
ابعاد کوچک تا متوسط بسته‌بندی، کیفیت متوسط، برندهای تولید کننده و فروشگاه‌های	ابعاد بزرگ بسته‌بندی، کیفیت متوسط، برندهای تولیدکننده و فروشگاه‌های	دسته بندی همه اقلام سوپرمارکت به علاوه تجهیزات آرایشی، بهداشتی و کالاهای عمومی	ابعاد بزرگ بسته‌بندی، انتخاب آزادانه اقلام سوپرمارکت، داروخانه و کالاهای عمومی	ابعاد متوسط بسته‌بندی، استفاده زیاد از برندهای فروشگاه‌های (بالای ۹۰ درصد)
۹۰٪	۷۵ تا ۹۰٪	۶۰ تا ۸۰٪	۶۰ تا ۷۰٪	۸۰ تا ۹۰٪
متوسط رقابتی	متوسط رقابتی	رقابتی	رقابتی	بسیار پایین
متوسط	متوسط خوب	متوسط	متوسط	پایین
شهر محله	شهر محله	مرکز خرید شهر یا مکان‌های جداگانه	مرکز خرید شهر یا مکان‌های جداگانه	محله، مکان‌های ترافیک محور
کم تا متوسط	استفاده از روزنامه، بروشور و کوپن	استفاده فراوان از روزنامه، بروشور و کوپن	استفاده فراوان از روزنامه، بروشور و کوپن	استفاده فراوان از روزنامه، بروشور

- حذف واسطه‌های غیرضروری میان تولیدکننده و مصرف‌کننده
- جلوگیری از توسعه بی‌رویه واحدهای تجاری در فضاهای غیرتجاری
- جلوگیری از فروش کالاهای غیراستاندارد
- توسعه و ترویج فرهنگ استاندارد کردن کالاهای تولید داخلی و استفاده از بارکد ملی
- تثبیت قیمت کالا در مناطق مختلف شهری با توجه به یکسان بودن قیمت انواع کالاهای عرضه شده در کلیه شعب واحدهای زنجیره‌ای
- اصلاح الگوی مصرف
- بهبود نسبی ترافیک شهری با حذف مسافرت‌های درون شهری غیرضروری
- هدایت، برنامه‌ریزی و نظارت بهتر و راحت تر دولت بر توزیع و اقتصاد
- افزایش توان دولت برای کنترل قیمت‌ها و جلوگیری از سوء استفاده عوامل توزیع

یک شرکت چند ملیتی فروش در آمریکاست که در سال ۱۹۶۲ توسط سام والتون تاسیس شد. این شرکت زنجیره‌ای در حال حاضر ۱۱۵۰ فروشگاه در ۲۸ کشور جهان دارد و تقریباً ۲۶۰ میلیون مشتری را در فروشگاه‌های خود حفظ کرده است.

در ایران پس از تاسیس تعاونی سپه در سال ۱۳۲۸ فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال‌های دهه پنجاه رونق بیشتری گرفت. در سال ۱۳۵۱ سازمان تعاونی شهر و روستا در ارتباط با شرکت‌های سهامی زراعی و تعاونی‌های تولیدی روستایی با هدف حفظ بازار از شوک‌های ناگهانی، تعدیل و تثبیت قیمت کالاهای اساسی کشاورزی تشکیل شد و در شهرهای مختلف اقدام به ایجاد شعبه کرد.

در ارتباط با احداث و ارائه خدمات از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای دلایل مختلفی عنوان می‌شود که اهم اهداف مورد نظر عبارتند از:

- هدایت و حمایت برای تولید اقلام مهم

## پیش بینی آینده

با مشاهده آمارهای ارائه شده در خصوص نسبت تعداد فروشگاه‌های سنتی به فروشگاه‌های سازمان‌دهی شده به درستی مشخص است که بازار آینده در اختیار فروشگاه‌های سازمان‌دهی شده قرار دارد و روند رو به رشدی را تجربه می‌کند. رشد فزاینده

و تقاضای بازار جهت محصولات تازه، به تدریج صنعت فروش را به سمت فروشگاه‌های زنجیره‌ای سوق می‌دهد و از این منظر خرده‌فروشان مستقل و کوچک به شدت در معرض آسیب قرار دارند.

**وضعیت ایران:** آمارها در کشورمان نشان می‌دهد که نزدیک به ۸۶ درصد از اقتصاد ملی و خانوارهای کشور بر نظام

خرده‌فروشی متکی است و سهم بازارهای سازمان یافته ۱۵ تا ۲۰ درصد ارزیابی شده است. سنتی بودن و تعدد مراکز توزیع در نظام خرده‌فروشی موجب شده تا درصدی از کالاها به شکل بی‌واسطه در بازار خرده‌فروشی و در قالب فروشگاه‌های سازمان یافته و اغلب زنجیره‌ای توزیع

شود و بقیه را دلان و واسطه‌ها از طریق فروشگاه‌های سنتی به دست مصرف‌کننده برسانند که طبیعی است بر قیمت تمام شده کالا تاثیر می‌گذارد.

بازار خواروبار شامل تهیه ملزومات مورد استفاده خانوار در بخش خوراکی، اعم از خوراکی‌های بسته‌بندی شده و یا بسته‌بندی نشده، دخانیات و نیز سایر مصارف

خانگی می‌گردد. ارزش بازار خرده‌فروشی در بخش خواروبار در سال‌های اخیر به شکل قابل توجهی افزایش پیدا کرده است و به نظر می‌رسد این رشد در آینده نیز به روندی مشابه ادامه پیدا کند.

بیشترین بخش مرتبط با حوزه خواروبار در اختیار بازار محصولات غذایی قرار دارد که معادل با ۷۲/۸ درصد از کل ارزش بازار خواروبار

می‌باشد. همچنین با توجه به افزایش روزافزون آگاهی مردم در ارتباط با مصرف محصولات ارگانیک در میان محصولات مختلف غذایی، این محصولات دارای بالاترین نرخ رشد هستند.

موفقیت در خرده‌فروشی به شدت به ایجاد تجارب

**آمارها در کشورمان نشان می‌دهد که نزدیک به ۸۶ درصد از اقتصاد ملی و خانوارهای کشور بر نظام خرده‌فروشی متکی است و سهم بازارهای سازمان یافته ۱۵ تا ۲۰ درصد ارزیابی شده است.**

ارزش بازار به تفکیک هر بخش: ارزش بخش خوراکی با سهم ۷۲/۸ درصد در این بازار از سایر بخش‌ها بیشتر و قابل توجه‌تر است.

دسته کالا	درصد
کالاهای خوراکی	۷۲/۸٪
نوشیدنی	۱۶/۵٪
دخانیات	۸/۷٪
محصولات نگهداری از منزل	۲/۰٪
کل	۱۰۰٪



همچنین سهم فروشگاه‌های مختلف در دنیا در ارتباط با ارائه خواروبار به شرح ذیل می‌باشد:

درصد	کانال های فروش
۴۱٫۲٪	هایپرمارکت‌ها، سوپرمارکت‌ها و همواره تخفیف‌ها
۳۴٫۹٪	فروشگاه‌های ۲۴ ساعته و پمپ‌های بنزین
۲٫۵٪	فروشگاه‌های کالاهای عمومی
۱٫۶٪	مراکز انبارش فروش و حمل
۱۹٫۸٪	سایر
۱۰۰٪	کل

همچنین تقویت و بهبود تجربه پشتیبانی از مشتری در صنعت خرده‌فروشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و عناصر زیادی در این تجربه تاثیرگذار هستند. کسب و کارها

در بخش پشتیبانی برای مشتریان خود وقت گذاشته و با آن‌ها روابط معنی‌دار برقرار می‌کنند تا پتانسیل بازگشت دوباره مشتری به سمت کسب‌وکار آنان فراهم شود. سرعت در پاسخگویی و ارتباط با مشتریان بسیار حائز اهمیت است و در این میان سرعت رشد گزینه‌های دیجیتال

به حدی بالا بوده که بسیاری از کسب‌وکارها معمولا پشتیبانی مشتری را برون‌سپاری می‌کنند.

**همچنین تقویت و بهبود تجربه پشتیبانی از مشتری در صنعت خرده‌فروشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و عناصر زیادی در این تجربه تاثیرگذار هستند.**

مثبت در مشتریان بستگی دارد. در این صنعت، فروش همواره وابسته به برآورده کردن تقاضاهای متغیر مشتریان است. انتظارات مشتری بسته به جغرافیا،

فصل، روال فعلی در دنیا و بسیاری از عوامل دیگر به طور چشمگیری متفاوت است. بهترین خرده‌فروشان از طریق برندسازی خلاقانه و خدمات مازاد به مشتریان، تجارب خرید شخصی خوبی را به آن‌ها ارائه می‌کنند. آن‌ها مشتریان خود را به خوبی می‌شناسند

و همیشه به دنبال فروش محصولات مناسب با قیمت مناسب هستند.





# رویدادهای جهانی صنعت خرده فروشی

## حضور متاورس در صنعت خرده فروشی «خرید آنلاین» ضرب در هزار

مرکب متشکل از متا به معنی فراتر و یونیورس به معنی جهان است و از همین رو می توان این کلمه را فراتر از جهان ترجمه کرد. در واقع پروژه متاورس شبکه ای گسترده از محیط های مجازی همیشه فعال و آنلاین است که افراد می توانند در قالب آواتار خودشان یا به کمک عینک های واقعیت افزوده با یکدیگر و اشیاء دیجیتال اطراف ارتباط برقرار کنند. متاورس پیوند جهان فیزیکی با زندگی دیجیتال، دنیای آواتارها و نسل بعدی اینترنت است. در متاورس می توانیم از

در هر عصری شگفتی های تکنولوژی سورپرایزهای بی نظیری را برای تمدن بشری به همراه داشته است. از توسعه ماشین آلات صنعتی گرفته تا گسترش اینترنت، تکنولوژی، جنبه های بسیاری از تاریخ و زندگی ما را شکل داده است. متاورس<sup>۱</sup> یکی از این تکنولوژی هاست که پتانسیل تغییر نحوه تعامل ما با دنیای اطراف را دارد. این نام را «مارک زاکربگ» بنیان گذار شرکت متا بر محصولی گذاشته که امکان تعامل مجازی و سه بعدی را فراهم می کند. این واژه



۱ - Metaverse

مقصودی به مقصد دیگر سفر کنیم، درحالی که تمام دارایی‌های دیجیتال خود از جمله آواتار و آیتم‌های مجازی جمع‌آوری شده را به همراه داریم. در آینده متاورس جانشین اینترنت کنونی می‌شود و تمام محتوای آن را، اما با محدودیت‌های دسترسی بسیار کمتر، به کاربران عرضه خواهد کرد. متاورس می‌تواند «خرید آنلاین» ضرب در هزار باشد. به این دلیل که به یک صفحه نمایش موبایل یا رایانه محدود نیست و می‌تواند تقریباً فرد را به یک واقعیت متفاوت منتقل نماید.

تاثیر متاورس بر آینده خرده‌فروشی بسیار گسترده خواهد بود. با پیشرفت بیشتر متاورس می‌توان از آن در خریدهای آنلاین و تعامل با کاربران استفاده کرد. این ابزار به کاربران اجازه می‌دهد تا بدون خارج شدن از خانه با دید بهتر و دقت بالاتر خرید کنند. در حال حاضر نرخ

تبدیل بازدیدکننده به خریدار در فروشگاه‌های آنلاین بسیار پایین‌تر از فروشگاه‌های فیزیکی و حضوری است. پیشرفت متاورس تجربه‌ای بسیار بهتر از خرید حضوری برای مشتریان ایجاد می‌کند و تاثیر زیادی روی فرایند فروش حضوری خواهد داشت. خرده‌فروشان آینده‌نگر، نسخه‌های مجازی از زمین‌های واقعی خود را قبل از

دیگران تامین کرده و قبلاً از مشتریان مجازی استقبال کرده‌اند. مراکز خرید مجازی می‌توانند به محلهایی تبدیل شوند که در آن، افراد ملاقات دارند، به موسیقی گوش می‌دهند، بازی می‌کنند یا چیزهای مشابه با آن چیزی که در دنیای واقعی یاد می‌گیرند را می‌آموزند.

از آنجا که متاورس می‌تواند فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار خرده‌فروشان قرار دهد، روش‌هایی که آنها برای مواجه شدن با این تکنولوژی مورد استفاده قرار می‌دهند، در موفقیت‌شان بسیار مهم و حیاتی است. متاورس در مدار پیشرفت است و فرصت‌ها و تهدیدهای متعددی را پیش‌روی خرده‌فروشان و برندها قرار خواهد داد.

بر اساس شاخص زندگی دیجیتال، تقریباً ۵۹ درصد از مصرف‌کنندگان دوست دارند لباس، کفش و لوازم جانبی را به صورت آنلاین خریداری کنند. بنابراین، نادیده گرفتن چشم‌اندازهای مرتبط با متاورس برای مصرف‌کنندگان خرده‌فروشی کاملاً غیر منطقی است. در عین حال، برندها باید به این واقعیت نیز توجه داشته باشند که مصرف‌کنندگان دیجیتال چیزی بیش از تجربیات خرید آنلاین را می‌خواهند. در میان

ارزش‌هایی که متاورس ارائه می‌دهد، فرصت‌های بازاریابی برای برندها اولویت خاصی دارند و برندهای خرده‌فروشی می‌توانند از متاورس برای تبلیغات خود استفاده کنند. به عنوان مثال، بیل‌بورد یک برند به صورت استراتژیک در نقطه بازرسی یک بازی قرار می‌گیرد. وال‌مارت، شرکت عظیم فروشگاه‌های زنجیره‌ای،

چندین درخواست ارائه داده است که نشان می‌دهد برای ورود به متاورس و راه‌اندازی ارز دیجیتال برنامه‌هایی دارد. وال‌مارت در بیانیه‌ای گفته است: «به طور مستمر در حال بررسی چگونگی شکل‌دهی فناوری‌های نوظهور به تجارب خرید آینده است.»

از آنجا که متاورس می‌تواند فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار خرده‌فروشان قرار دهد، روش‌هایی که آنها برای مواجه شدن با این تکنولوژی مورد استفاده قرار می‌دهند، در موفقیت‌شان بسیار مهم و حیاتی است. متاورس در مدار پیشرفت است و فرصت‌ها و تهدیدهای متعددی را پیش‌روی خرده‌فروشان و برندها قرار خواهد داد.



مدیرعامل قاسم ایران از پیوند با مینو مارت می گوید:

# استراتژی، برد، برد



در سال ۱۳۳۸ شرکت پخش مویرگی خوراک ایران با هدف ایجاد یک شبکه‌ی پخش مویرگی در سراسر کشور تاسیس شد. این شرکت بعدها به نام قاسم ایران تغییر نام یافت؛ شرکت قاسم ایران با سابقه‌ای بیش از ۶۰ سال، هم‌اکنون بزرگترین شبکه پخش مویرگی ایران محسوب می‌شود که تولیدات شرکت‌های تولیدی گروه صنعتی مینو و چندصد شرکت تولیدی دیگر را با بزرگترین ناوگان باربری زمینی مجهز به جدیدترین وسائل نقلیه سبک، نیمه سنگین و سنگین و همچنین با بهره‌مندی از ظرفیت کم نظیر انبارهای پراکنده در شهرهای مختلف ایران، پخش محصولات غذایی و دارویی را در دستور کار روزانه قرار می‌دهد. شرکت قاسم ایران به عنوان سهامدار عمده‌ی شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند (مینو مارت) به انتخاب سازمان مدیریت صنعتی ایران جز ۱۰۰ شرکت بزرگ اقتصادی و تاثیرگذار در اقتصاد ایران قرار دارد. در این مصاحبه کوتاه آقای دکتر حسین یوسف خزرائی مدیرعامل شرکت قاسم ایران در خصوص صنعت پخش در ایران به بیان دیدگاه‌های خود پرداخته‌اند.

نوشیدنی‌ها، محصولات غذایی بسیاری از رستوران‌ها، مواد شوینده، برخی از محصولات که در داروخانه‌ها بدون نسخه عرضه می‌شوند و همچنین برخی از اسباب بازی‌ها، نمونه‌هایی از کالاهای تندمصرف هستند. این محصولات با سرعت بیشتری فروخته می‌شوند و قیمت فروش آنها نسبتاً پایین است و از طرفی با توجه به جامعه مخاطب این نوع کالاها، فراوانی خرید نسبتاً زیادی از سمت خانوار دارند. در زمینه تولید این نوع

از آنجایی که بخشی از خوانندگان ما افراد خارج از سازمان و یا افراد تازه وارد به صنعت کالاهای تندمصرف هستند، در خصوص این صنعت، نحوه پخش و کانال‌های توزیع شرکت قاسم ایران توضیح بفرمائید.

اصطلاح FMCG مخفف عبارت Fast Moving Consumer Goods است که به «کالاهای تند مصرف» ترجمه می‌شود.

البته با گسترش صنعت خرده‌فروشی و در راس آن توسعه و افزایش تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال‌های اخیر، روند حذف واسطه‌ها شدت بیشتری گرفته است؛ لذا پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که به مرور بخشی از سهم بازار شرکت‌های پخش به فروشگاه‌های زنجیره‌ای انتقال یابد؛ گرچه همچنان وظیفه لجستیکی شرکت‌های پخش در آینده به قوت خود باقی خواهد ماند. بدیهی‌ست این روند بیشتر در خصوص شرکت‌های پخش کوچک اتفاق خواهد افتاد. لازم به ذکر است حتی در کشورهای پیشرفته با وجود افزایش سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای سازمان یافته حتی تا مرز ۸۰٪ (از کل صنعت خرده‌فروشی) همچنان شرکت‌های پخش پیشرفته و بزرگ در حال فعالیت حرفه‌ای خود هستند.

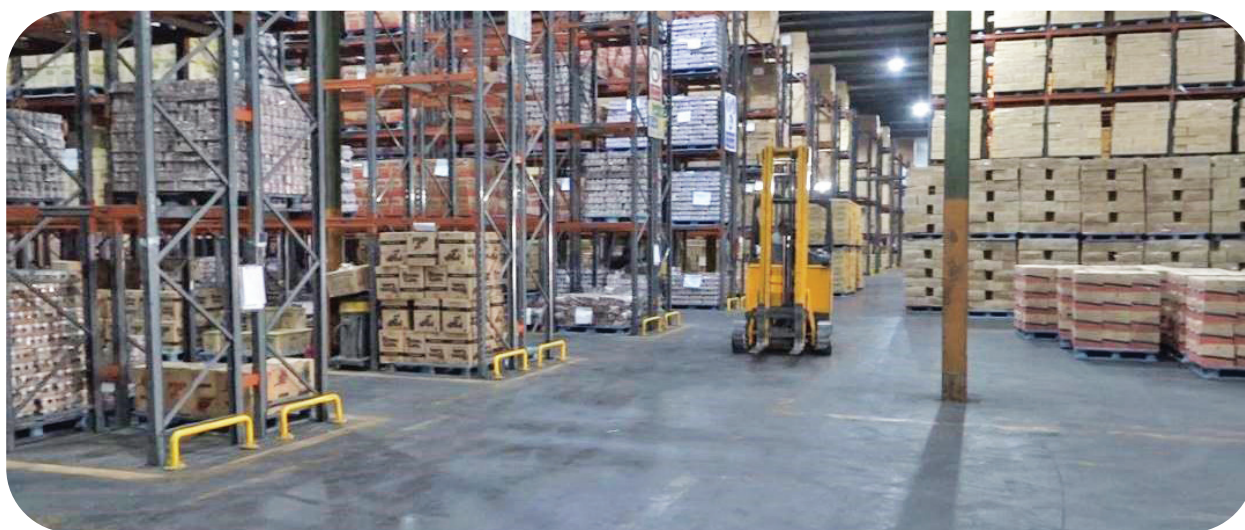
### **مینومارت پیوندی میان شرکت پخش قاسم ایران و مصرف‌کنندگان است. آیا در دیدگاه استراتژیک خود مزایایی برای این دو شرکت بعد از این همکاری پیش‌بینی می‌کنید؟**

نوع ارتباط شرکت‌های پخش با فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارتباطی برد برد است و توسعه هر چه بیشتر آنها اثرات منفی بر عملکرد شرکت‌های پخش ندارد. چون یکی از سبدهای فروش شرکت‌های پخش، عرضه کالا به فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. در این میان شرکت‌های پخش که انبار بیشتر و لجستیک قوی‌تری داشته باشند، تامین‌کننده مطمئن‌تری برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای خواهند بود. همانطور که استحضار دارید شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند با برند تجاری مینومارت یکی از بازوهای اجرایی شرکت قاسم ایران در کالا رسانی به مصرف‌کننده نهایی است. چرا که شرکت قاسم ایران به عنوان پخش انحصاری گروه صنعتی مینو، خود اقدام به توزیع کالا بین سوپرمارکت‌ها و عمده‌فروشان می‌نماید. لذا قطعاً این پیوند یک همکاری استراتژیک و بلند مدت خواهد بود. ■

محصولات، شرکت‌های متفاوتی فعالیت می‌کنند؛ برای نمونه گروه صنعتی مینو که در زمینه تهیه، تولید و بسته‌بندی محصولات غذایی، بیش از ۶۰ سال سابقه فعالیت دارد. یکی از مهم‌ترین مواردی که شرکت‌های تولیدی کالاهای تند مصرف باید به آن توجه داشته باشند، مسئله پخش محصولات است. اغلب این کالاها تاریخ مصرف محدودی دارند و اگر به موقع توزیع و در شبکه فروش تزریق نشوند، به اقتصاد شرکت تولید کننده آسیب می‌زنند. بنابراین پخش مویرگی و فروش کالا به خرده‌فروشی‌ها و توسعه آن در این شرکت‌ها بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

### **چه آینده‌ای برای صنعت خرده‌فروشی و صنعت پخش کالا در کشور پیش‌بینی می‌کنید؟**

اهمیت صنعت پخش در اقتصاد به حدی است که می‌توان ادعا کرد در صورت فقدان صنعت پخش پویا، امکان شناسایی پتانسیل‌های تولید، تعدیل نظام عرضه و تقاضا، نظارت بهینه بر قیمت‌ها، نظارت بر کیفیت محصولات و به‌طور کلی بهبود بهره‌وری در سیستم اقتصادی کشور، در عمل غیر ممکن است. در فضای تهدیدآمیز پیش رو فقط شرکت‌های پخش می‌توانند موفق عمل کنند که دارای زیرساخت و لجستیک قدرتمند باشند تا محصول را با قیمتی به دست خرده‌فروشان برسانند که بتوانند با دیگر فروشگاه‌های زنجیره‌ای رقابت کنند. چنانچه دولت توجه جدی و آینده‌نگرانه‌ای به صنعت پخش داشته باشد، نه تنها بسیاری از این چالش‌های مخرب به خودی خود حل می‌شوند، بلکه شاهد بهبود جایگاه بسیاری از شاخص‌های اقتصادی مانند افزایش تولید، مدیریت تولید، انضباط مالی و بسیاری اتفاقات خوب خواهیم بود. با توجه به دورنمای اقتصادی کشور، پیش‌بینی می‌شود که نقش این صنعت در توزیع یکسان و عادلانه کالا با قیمت مناسب خصوصاً در زمینه کالاهای اساسی پررنگ‌تر شود و توزیع کالا فقط به شرکت‌های پخش به عنوان متخصصان این حوزه واگذار شود.



دکتر علیرضا عباسیانفر:

# توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای «مینو» یک ضرورت است



**دکتر عباسیانفر مدیرعامل گروه صنعتی مینو با تاکید بر این مهم که توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای گروه صنعتی مینو یک ضرورت است، گفت: شاید موضوع راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای بسیاری از سرمایه‌گذاران یک کار اقتصادی باشد، اما برای گروه صنعتی مینو یک ضرورت انکارناپذیر است.**

فرهنگ خرید مردم، در آینده پیشتازی خودمان را حفظ کنیم.

دکتر عباسیانفر با اشاره به سابقه تصمیم به راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای در این گروه گفت: در سال ۱۳۸۷ مجوز تاسیس شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند اخذ شد اما به خاطر بار مالی و ریسک بالایی که داشت، این تصمیم عملاً متوقف شد، تا اینکه در سال ۱۳۹۸ برای راه‌اندازی این مهم، تصمیم گرفتیم.

مدیرعامل هلدینگ اقتصادی و خودکفایی آزادگان ادامه داد: شکل‌گیری و بنیان‌گذاری صحیح این حرکت نو و جدید مستلزم پایه‌گذاری ارکان درست در آن بود؛ به همین دلیل از آقای ولی‌پور

دکتر عباسیانفر مدیرعامل گروه صنعتی مینو به تنوع محصولات تولیدی و اقدامات خوب صورت گرفته در زمینه توسعه زنجیره کالایی اشاره کرد و گفت: شاید موضوع راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای بسیاری از سرمایه‌گذاران یک کار اقتصادی باشد، اما برای گروه صنعتی مینو یک ضرورت انکارناپذیر است و حیات و تعالی گروه صنعتی مینو مستلزم توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تکمیل زنجیره فروش است، چرا که امروز سبب تولید محصولات در شرکت‌های تولیدی گروه صنعتی مینو در حال تکمیل شدن است و باید مراکز فروش اختصاصی بیشتری را در سراسر کشور داشته باشیم تا با توجه به تغییر

**دکتر عباسیانفر با اشاره به سابقه تصمیم به راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای در این گروه گفت: در سال ۱۳۸۷ مجوز تاسیس شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند اخذ شد اما به خاطر بار مالی و ریسک بالایی که داشت، این تصمیم عملاً متوقف شد، تا اینکه در سال ۱۳۹۸ برای راه‌اندازی این مهم، تصمیم گرفتیم.**



مدیرعامل گروه صنعتی مینو با اشاره به اینکه سال‌ها بود که توسعه در گروه صنعتی مینو متوقف شده بود و در سال ۱۳۹۷ مجدداً توسعه در این گروه جان دوباره‌ای گرفت، گفت: سرمایه‌گذاری‌های خوبی در شرکت‌های روغن، قند، چاشنی، کارتن‌سازی و آب معدنی صورت گرفت، اما تمام این سرمایه‌گذاری‌ها چون با دو هدف تأمین مواد اولیه محصولات شرکت‌های گروه و تقویت سبد فروش قاسم‌ایران صورت گرفت، عملاً از یک الگوی علمی و قاعده و قانون سرمایه‌گذاری تبعیت می‌کردند و هر روز که شرایط اقتصادی کشور خاص‌تر می‌شود، بیشتر قدر این شرکت‌ها که نقش تعیین‌کننده‌ای در زنجیره‌تأمین مواد اولیه و تکمیل سبد فروش قاسم‌ایران دارند را همگان می‌دانند؛ اما واقعیت این است که سرمایه‌گذاری در شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت، یک نوع سرمایه‌گذاری خاص و بی‌مانند در گروه صنعتی مینو بود، چرا که ما در زمینه پخش محصولات به

صورت مویرگی یک سابقه کم نظیر و موفق در ایران داشتیم؛ اما در زمینه فروش و عرضه مستقیم تجربه خاصی نداشتیم و این موضوع ریسک را برای ما چند برابر می‌کرد و با تمام سختی‌ها و ریسک بالایی که داشت با تیمی جوان و پشتوانه کار مطالعاتی و علمی پا در این میدان گذاشتیم و تا به امروز کارنامه قابل قبولی را به ثبت رسانده‌ایم.

مدیرعامل هلدینگ اقتصادی و خودکفایی آزادگان در پایان خطاب به پرسنل شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت و تمام زحمت‌کشان گروه صنعتی مینو گفت: این گروه صنعتی متعلق به کارکنان و عموم سهامداران است

و هرگونه که عمل کنند به همان میزان برکت مادی و معنوی این گروه به خودشان باز می‌گردد. از این رو تلاش شما باعث شکوفایی گروه خواهد شد و لازم است تعصب سازمانی که تا پیش از این داشتید را تقویت نمایید و به گونه‌ای فعالیت کنید که گویا برای داشته و دارایی خود تلاش می‌کنید. ■

به عنوان عضو هیئت مدیره هلدینگ که تجربیات زیادی در سطوح ملی داشتند درخواست کردیم که در جایگاه ریاست هیئت مدیره این شرکت نقش آفرینی کنند و همچنین از پروفیسور طلوعی که از مفاخر علمی کشور هستند و سوابق ارزشمندی دارند نیز درخواست کردیم تا در هیئت مدیره شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند حضور پیدا کنند.

مدیرعامل گروه صنعتی مینو با بیان این مطلب که هیئت مدیره شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، افرادی کاردان، کاربلد، متعهد و باسواد هستند، گفت: حضور این عزیزان در هیئت مدیره شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند یک ضمانت برای موفقیت این مجموعه و آرامش قلبی برای اینجانب و هیئت مدیره هلدینگ است.

دکتر عباسیانفر به چگونگی راه‌اندازی مینومارت در دو سال گذشته اشاره کرد و گفت: برخی از مدیران به من پیشنهاد دادند که از افرادی که در فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای کشور

مدیرعامل بوده‌اند برای تصدی این مسئولیت استفاده کنیم؛ اما بنده به توان داخل گروه اعتقاد داشتم و در همین زمینه آقای حاج محمد را که از مدیران شرکت قاسم ایران بود و سال‌ها در حوزه برنامه‌ریزی این شرکت فعالیت کرده بودند و شناخت خوبی از گروه و صنعت پخش دارند را به این سمت منصوب کردیم تا حلقه پیوند بین قاسم‌ایران و مینو مارت باشند.

مدیرعامل گروه صنعتی مینو با بیان این مطلب که تیم کاربلدی در این شرکت حضور دارند گفت: انسجام خیلی خوبی در مینومارت وجود دارد و خوشبختانه پرسنل و کارکنان پرتلاش و با انگیزه‌ای دور هم جمع شده‌اند.

دکتر عباسیانفر با بیان اینکه

مینومارت شرکتی نوپاست و تشکیل این شرکت و ایجاد زیرساخت‌ها کار بسیار سختی بود، ادامه داد: ما تجربه‌ای در زمینه فروشگاه‌داری در گروه نداشتیم و تیم فعلی با بهره‌گیری از زیرساخت‌های بسیار قوی شرکت قاسم‌ایران و حمایت‌های دلسوزانه‌ی گروه، عملکرد قابل قبولی داشته است.



**مدیرعامل گروه صنعتی مینو با بیان این مطلب که هیئت مدیره شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، افرادی کاردان، کاربلد، متعهد و باسواد هستند، گفت: حضور این عزیزان در هیئت مدیره شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند یک ضمانت برای موفقیت این مجموعه و آرامش قلبی برای اینجانب و هیئت مدیره هلدینگ است.**

# حیات و ملمات سازمان در دستان نیروی انسانی



با عنایت به رقابت بسیار زیاد در دنیای امروزی توجه به منابع انسانی ضرورتی اجتناب ناپذیر است. منابع انسانی رکن اصلی و تاثیرگذار هر شرکتی است و با مدیریت صحیح آن می توان از اتفاقات و بحران ها جلوگیری کرد و موجبات تعالی و توسعه هرچه بیشتر شرکت ها را فراهم آورد. در این بخش آقای دکتر علیرضا ولی پور رئیس هیئت مدیره شرکت توسعه فروشگاه های زنجیره ای پیوند و عضو هیئت مدیره هلدینگ اقتصادی و خودکفایی آزادگان، با ۲۹ سال تجربه کاری در حوزه های صنعت و دانشگاه، نیروی انسانی را به عنوان سرمایه های سازمان معرفی می کند و شناخت چالش های پیش روی این حوزه را یک نیاز همیشگی و مستمر سازمان می داند. در این باب نشست مختصری با ایشان داشتیم.

کارکنان و مدیران منجر به تصمیم گیری صحیح در مواجهه با چالش ها و مشکلات پیش روی شرکت ها می گردد. این امر با شفاف سازی روابط استراتژیک درون سازمان امکان پذیر خواهد بود. در این زمینه لازم است مساله توسعه روابط حرفه ای در کسب و کار با دقت هرچه بیشتری مورد توجه قرار گیرد. همچنین انتقال تجربه به عنوان کوتاه ترین مسیر آموزشی، در مواجهه با چالش های پیش رو از اثربخشی بالایی برخوردار خواهد بود.

**م** با توجه به رقابت شدید در بازار کار نیرو در فروشگاه های خرده فروشی، چه سیاست هایی را برای حفظ روحیه و افزایش سطح

**م** از آنجایی که منابع انسانی رکن اصلی و تاثیرگذار هر شرکتی است، بفرمائید چگونه می توان با چالش های پیش روی آن

مواجهه شد و موجبات توسعه و بهره وری آنها را فراهم کرد؟

چالش های مدیریت منابع انسانی موضوع تازه ای نیست؛ اما با مدیریت صحیح آن می توان از بحران ها جلوگیری کرد و موجب تعالی و توسعه هرچه بیشتر شرکت ها شد. این مهم نیاز به موضع گیری ها و راه حل های تازه ای دارد و یکی از موضوعاتی است که در برنامه راهبردی هر شرکت می بایست به آن توجه ویژه ای داشت. ارتباط موثر بین

یکی از مهمترین مسائل پیش روی مدیران یک سازمان حفظ روحیه و افزایش سطح رضایت مندی کارکنان است و این مهم میسر نخواهد شد مگر اینکه احترام و فرهنگ احترام گذاشتن در شرکت ها و در بخش های مختلف ترویج پیدا کند.

**۳ به واسطه نوع فعالیت صنعت فروشگاه‌های زنجیره‌ای، قاعدتا چالش‌های متفاوتی با سایر صنایع پیش روی شما قرار دارد. برخی از آن موارد و همچنین چگونگی رویارویی با آنها را بیان کنید.**

چالش‌ها و بحران‌های موجود در صنعت خرده‌فروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای تفاوت معناداری با سایر صنایع دارد و به واسطه پراکندگی شعب در سراسر کشور، دشواری نظارت و حل مشکلات محسوس خواهد بود. تفاوت‌های فرهنگی و قومیتی نیروی کار، فقدان دانش کافی در زمینه صنعت فروشگاه‌های زنجیره‌ای، بازه سنی محدود جهت اشتغال در فروشگاه‌ها و ... از جمله موارد چالش برانگیز در این حرفه می‌باشد. همچنین سختی کار در سطح فروش مانند فعال بودن فروشگاه‌ها در تعطیلات، شیفت‌های چرخشی، فشار فروش در روزهای خاص و ... مواردی هستند که به منظور فائق آمدن بر آنها نیاز به طرح برنامه‌ای مدون و مستمر وجود دارد. در این خصوص تلاش شده است با طرح برنامه‌های استراتژیک در فرآیند جذب و استخدام، تعیین نظام پاداش و ترفیع و طرح دوره‌های آموزشی و ... پارامترهای موثری را بر مدیریت عملکرد نیروی انسانی پیاده‌سازی کرد. ■

### رضایت‌مندی ایشان پیشنهاد می‌دهید؟

یکی از مهمترین مسائل پیش روی مدیران یک سازمان حفظ روحیه و افزایش سطح رضایت‌مندی کارکنان است و این مهم میسر نخواهد شد مگر اینکه احترام و فرهنگ احترام گذاشتن در شرکت‌ها و در بخش‌های مختلف ترویج پیدا کند. قدردانی از کارمندان یکی از ساده‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه‌هایی است که می‌تواند رضایت‌شغلی را به ارمغان آورد. انتظارات واقع‌بینانه و دادن فرصت یادگیری به ایشان از جمله مواردی است که سطح رضایت‌مندی کارکنان را افزایش می‌دهد لذا هر مدیر باید برنامه جامعی برای آموزش مداوم کارمندان در سازمان در نظر بگیرد. همچنین تمرکز بر اهداف بلند مدت می‌تواند اثر بخشی بسیاری در ایجاد انگیزه کارکنان داشته باشد. بهتر است همان اهداف بزرگ و بلند مدتی که در ذهن مدیران وجود دارد به عنوان اهداف اصلی به

**هنگامی که کارکنان درک کنند که چگونه می‌توانند از موقعیت فعلی خود به سمت نقش‌های ارشد پیشرفت کنند، احساس هدفمندی و بهبود رضایت‌شغلی می‌کنند. لذا ترسیم آینده‌ای که کارکنان انتظار آن را می‌کشند ابزار قدرتمندی در ایجاد انگیزه شغلی و افزایش سطح رضایت‌مندی ایشان است.**

بقیه تیم منتقل شود. هنگامی که کارکنان درک کنند که چگونه می‌توانند از موقعیت فعلی خود به سمت نقش‌های ارشد پیشرفت کنند، احساس هدفمندی و بهبود رضایت‌شغلی می‌کنند لذا ترسیم آینده‌ای که کارکنان انتظار آن را می‌کشند ابزار قدرتمندی در ایجاد انگیزه شغلی و افزایش سطح رضایت‌مندی ایشان است.





۱

## مراسم تجلیل از پرسنل برتر فروشگاه‌های مینومارت

آئین تقدیر و تجلیل از سرپرستان و کارمندان نمونه فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت در دی ماه ۱۴۰۱ در محل سالن کنفرانس شرکت دارویی برگزار شد.

در این مراسم مدیرعامل گروه صنعتی مینو آقای دکتر عباسیان فر، آقای دکتر ولی پور عضو هیئت مدیره هلدینگ اقتصادی و خودکفایی آزادگان و رئیس هیئت مدیره شرکت پیوند، آقای دکتر طلوعی اشلقی نایب رئیس هیئت مدیره شرکت پیوند، آقای مهندس حاج محمد مدیرعامل شرکت پیوند و جمعی از مدیران و پرسنل این شرکت حضور داشتند. در این مراسم آقایان سید رضوان موسوی (فروشگاه مرکزی)، هادی فرامرزی (فروشگاه ایثار)، علی جواهری (فروشگاه بهشهر) و خانم زهرا عادل (فروشگاه سعدی رشت) به عنوان سرپرستان نمونه، همچنین خانم‌ها سمیه قاسمی (فروشگاه مرکزی)، زهرا متین فر (فروشگاه معلم رشت) و آقای شایان دهقانی (فروشگاه اهری) به عنوان کارمندان نمونه معرفی شدند. آقای دکتر عباسیانفر مدیرعامل گروه صنعتی مینو مهمان ویژه این مراسم بودند و سخنرانی مبسوطی در خصوص برندسازی، سرمایه‌گذاری و رشد روز افزون گروه صنعتی مینو در این مراسم ایراد کردند. ایشان موضوع راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای را برای گروه صنعتی مینو یک ضرورت انکارناپذیر دانست و بیان داشت: «شاید این موضوع برای بسیاری از سرمایه‌گذاران یک کار اقتصادی

باشد، اما حیات و تعالی گروه صنعتی مینو مستلزم توسعه‌ی فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تکمیل زنجیره‌ی فروش است». در این مراسم آقای دکتر ولی پور به حاضرین از فعالیت‌های صادقانه همه کارکنان که با همکاری و همدلی در راستای اعتلای اهداف والای شرکت پیوند تلاش می‌کنند، تقدیر کرد. ایشان همچنین کارمندان را به خلاقیت، ثبت و تمرکز بر جزئیات در امور دعوت کرد و گفت: «دلیل اصلی متمایز شدن و ارتقا یک شرکت در صنعت بخصوص، خلاق بودن مدیران و پرسنل آن است و اگر خلاقیت را در کارهایمان افزایش دهیم قطعاً ثمره آن را خواهیم دید.»

در پایان آقای مهندس حاج محمد، ضمن تقدیر و تشکر از تمامی پرسنل همکار در مجموعه بزرگ مینومارت به اهمیت سرمایه انسانی در این مجموعه اشاره کرد و گفت: «با علم به این موضوع و با هدف افزایش انگیزه در کارکنان، تصمیم گرفتیم با ارزیابی عملکرد بر پایه یک فرآیند کاملاً علمی، به صورت دوره‌ای به انتخاب پرسنل نمونه در سطح فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت اقدام کنیم. تلاش ما در مینومارت قهرمان پروری و در راستای آن نیل به اهداف سازمان است. توانسته ایم به لطف مدیران و منابع انسانی چابک در شرایط مطلوب و قابل قبولی قرار بگیریم. پرسنل نمونه ماه هیچ محدودیتی ندارد و هرکدام از همکاران می‌توانند بر اساس عملکرد خود در ماه‌های متوالی پرسنل نمونه باشند چه بسا آقایان رضوان موسوی و هادی فرامرزی، هر یک برای دومین بار به مقام سرپرست برتر دست یافته‌اند.»

در پایان مراسم نیز با اهدای جوایزی از سرپرستان و کارمندان نمونه ماه تقدیر بعمل آمد. ■



# برگزاری دوره آموزش مهارت‌های فروشندگان

آموزشی را نیز دریافت کردند. امید است با استمرار این روند، در ارتقای جایگاه یادگیری و توسعه منابع انسانی در شرکت قدم‌های تاثیرگذاری برداشته شود.

در شروع آموزش این کارگاه، دکتر قهرمانی استراتژی‌های سازمان و نقش فروشندگان در دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان را بیان کرد. همچنین به بیان مأموریت‌ها و چشم‌اندازهای سازمان پرداخت. تشریح اهمیت نگرش در فروش، اهمیت ارتباط، اهمیت ۵S و کارآفرینی سازمانی از دیگر محورهای اصلی این کارگاه بود. دکتر قهرمانی در این باب، آشنایی با شاخص‌های شخصیت‌شناسی، انواع

تیپ‌های شخصیتی، یادگیری نحوه برخورد با هر تیپ شخصیتی و کاهش تعارض در بین کارکنان را مطرح کرد و با انجام تست شخصیت‌شناسی (MBTI)، افراد را با توانایی‌ها و تفاوت‌های تیپ‌های مختلف شخصیتی آشنا کرد و آنان را برای برقراری روابط بهتر با مشتریان آماده ساخت. دکتر قهرمانی گفت: «علت اغلب سوءتفاهم‌ها و اختلافاتی که در اکثر سازمان‌ها به چشم می‌خورد، ناشی از عدم ارتباط

صحیح و روابط کاری سالم در بین کارکنان سازمان است. در این حالت افراد در سطحی ضعیف از اطلاعات قرار خواهند گرفت، کارها به کندی انجام می‌پذیرد و نتیجه این امر باعث کاهش اثربخشی و کارایی سازمان می‌شود و راه حل آن استقرار و تامین ساز و کار ارتباطی صحیح می‌باشد».

واحد تحقیق و توسعه شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، با هدف توسعه مهارت‌های فردی، افزایش بهره‌وری کارکنان سطح فروش و به روز رسانی دانش سرمایه‌های انسانی شرکت، کارگاه آموزشی «مهارت‌های رفتاری فروشندگان» را برگزار نمود. این کارگاه با حضور تعدادی از مدیران و سوپروایزرهای فروش در دو روز (هر یک طی ۸ ساعت) و در سالن کنفرانس ساختمان دارویی گروه صنعتی مینو و در شهرهای گرگان و رشت با تدریس آقای دکتر آریا قهرمانی و خانم دکتر اویارحسین تشکیل گردید. شرکت‌کنندگان در این کارگاه با مفاهیم

پایه‌ای و اساسی مهارت‌های مورد نیاز فروشندگان آشنا شدند. همچنین، بنا بر نیازسنجی‌های درون سازمانی، مباحث مرتبط با حسابداری و مالی توسط رئیس حسابداری شرکت پیوند آقای بهزاد حسینی بازآموزی گردید.

آقای دکتر حسین محمدی مدیر اداری و منابع انسانی شرکت، ضمن بازدید از روند برگزاری کارگاه، با ابراز خرسندی از فعالیت‌های پرسنل، آنان را سرمایه‌های شرکت خواند. همچنین

آقای محمدرضا محمدی مدیر فروش منطقه ۱ با حضور در این جلسه موارد متفاوتی را به پرسنل یادآوری کرد. از دیگر برنامه‌های کارگاه آموزشی تهران، بازدید از خط تولید کارگاه پفک شرکت صنعتی پارس مینو بود. شرکت‌کنندگان در پایان دوره، گواهی شرکت در کارگاه

**دکتر قهرمانی در این باب، آشنایی با شاخص‌های شخصیت‌شناسی، انواع تیپ‌های شخصیتی، یادگیری نحوه برخورد با هر تیپ شخصیتی و کاهش تعارض در بین کارکنان را مطرح کرد و با انجام تست شخصیت‌شناسی (MBTI)، افراد را با توانایی‌ها و تفاوت‌های تیپ‌های مختلف شخصیتی آشنا کرد**



## افتتاح ۳۲ شعبه فروشگاه زنجیره‌ای مینومارت در فصل پاییز و زمستان

گذشته، به صورت همزمان شش فروشگاه در شهرهای گرگان و ساری، سه فروشگاه در غرب کشور در شهرهای اراک، بروجرد و خرم‌آباد، شش فروشگاه در استان تهران در مناطق کارگر شمالی، تهرانپارس، نبرد، ولیعصر، گلبرگ و استقلال، سومین فروشگاه در شهر اهواز و همچنین

همزمان با آن چهارمین فروشگاه در استان البرز در منطقه گلشهر کرج افتتاح گردید.

برنامه توسعه فروشگاه‌های مینومارت در فصل زمستان به قوت خود باقی بود. در این فصل پنج شعبه فروشگاه مینومارت به استان البرز و سه شعبه به استان تهران اضافه شد.

همچنین افتتاح فروشگاه‌های مینومارت در شهرستان‌ها نیز به صورت موازی انجام گرفت. در این

راستا شرکت پیوند موفق به افتتاح دو شعبه در شهر زنجان، دو شعبه در گرگان و سه شعبه در استان گیلان گردید. ■

با تشکیل پنل خبرگان، مکان‌یابی استقرار فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت مبتنی بر سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) انجام گرفته است. بدین ترتیب انتخاب محل احداث فروشگاه‌ها بر اساس تعامل بین فاکتورهای تاثیرگذاری مانند جمعیت، فروشگاه‌های زنجیره‌ای رقیب و صنوف

مرتبط می‌باشد. همچنین بومی‌سازی دانش طراحی فروشگاه و جانمایی بهینه تجهیزات در فروشگاه‌های مینومارت انجام گرفته است. بر این اساس، طراحی شماتیک جانمایی دو بعدی و سه بعدی نرم‌افزاری فروشگاه‌ها توسط تیم داخلی و تهیه پلن‌گرام فروشگاه‌ها و صرفه‌جویی در زمان چیدمان و چینش بهینه کالاها صورت گرفته است. مینومارت به منظور رفاه حال مشتریان گرانقدر خود، با تدوین آیین‌نامه‌ها،

دستورالعمل‌ها، الگویابی و برنامه‌ریزی‌های علمی، برنامه‌های راهبردی خود را تدوین و اجرا می‌کند. در راستای طرح توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت در پاییز

**بومی‌سازی دانش طراحی فروشگاه و جانمایی بهینه تجهیزات در فروشگاه‌های مینومارت انجام گرفته است. بر این اساس، طراحی شماتیک جانمایی دو بعدی و سه بعدی نرم‌افزاری فروشگاه‌ها توسط تیم داخلی و تهیه پلن‌گرام فروشگاه‌ها و صرفه‌جویی در زمان چیدمان و چینش بهینه کالا صورت گرفته است.**



# عضویت مینومارت در اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای



از دیگر وظایف و تعهدات این اتحادیه می‌باشد. اهداف و مأموریت این اتحادیه در قانون نظام صنفی تعریف شده و طبیعتاً صدور و تمدید پروانه کسب و نظارت بر فعالیت اعضای اتحادیه و همچنین ساماندهی به وضعیت این صنعت و فراهم نمودن بستر لازم جهت حل مشکلات و هموار نمودن مسیر برای استفاده از

ظرفیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در چرخه تولید و اشتغال در کشور است. شرکت توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، پس از طی فرآیندهای مربوط و اخذ مجوزهای لازم موفق به عضویت در اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای گردید. ■

**ارتقای کیفی خدمات رسانی  
اعضاء به مردم و اطلاع رسانی  
مناسب و رسیدگی به شکایات  
دریافتی و به مدت نامحدود  
از دیگر وظایف و تعهدات این  
اتحادیه می‌باشد.**

اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای در راستای اجرای ماده ۸۶ قانون نظام صنفی و تبصره ۷ ماده ۲۱ و آیین‌نامه اجرایی مربوطه، با اهدافی نظیر انجام وظایف در حدود قانون و مقررات نظام صنفی، حمایت و حفظ حقوق صنفی اعضا، ایجاد و تحکیم اصول همکاری بین افراد صنفی تشکیل گردیده است. این اتحادیه تلاش

در بهبود محیط کسب و کار، تعامل با دستگاه‌های دولتی، نهادهای عمومی غیردولتی و بخش خصوصی در انجام وظایف و اختیارات خود دارد. همچنین ارتقای کیفی خدمات رسانی اعضا به مردم و اطلاع رسانی مناسب و رسیدگی به شکایات دریافتی و به مدت نامحدود



# جشنواره‌های پائیز و زمستان در مینومارت

## روز جهانی قهوه

در فصل پائیز و زمستان جشنواره‌ها و قرعه‌کشی‌های متعددی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت برگزار گردید. جشنواره پروتئین و لبنیات، قهوه جات به مناسب روز جهانی قهوه، فروش ویژه روغن غنچه، فروش ویژه لبنیات و...

## جشنواره جام جهانی

یکی از جشنواره‌های بزرگ برگزار شده در مینومارت، جشنواره جام جهانی بود. این جشنواره یک ماه به طول انجامید و بازخورد بسیار خوبی از سمت مشتریان داشت. در این جشنواره به ازای هر دویست هزار تومان خرید مشتریان یک امتیاز برای ایشان در نظر گرفته شد و سپس بر اساس امتیازهای کسب شده قرعه

کشی انجام گرفت. جایزه این

قرعه‌کشی ۱۰ دستگاه

تلویزیون هوشمند TCL

و ۳۰ عدد کارت هدیه

۲۰۰ هزار تومانی

بود که به برندگان

قرعه‌کشی تعلق گرفت.



## جشنواره بازگشت به مدرسه

کمپین جذاب دیگری که در فصل پائیز مینومارت برگزار شد تحت عنوان جشنواره بازگشت به مدرسه بود. برندگان خوش شانس قرعه‌کشی این جشنواره مشمول دریافت ۳۰ دستگاه تبلت و ۵۰ عدد کارت هدیه از سمت مینومارت گردیدند.

به همین ترتیب مشتریان مینومارت توانستند با خرید محصولات چاشنی و کسب امتیاز به ازای ۱۰۰ هزار تومان خرید در قرعه‌کشی جشنواره محصولات چاشنی شرکت کنند. این جشنواره به همکاری مشترک شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند (مینومارت) و شرکت کشت و صنعت ماریان (چاشنی) برگزار

شد. جایزه برنده خوش شانس

این جشنواره یک دستگاه

گوشی موبایل شیائومی

Notel۰ بود که پس از

قرعه‌کشی به مشتری

فروشگاه مرکزی تقدیم

گردید.



## جشنواره بزرگ عیدانه مینومارت

جشنواره بزرگ عیدانه مینومارت، با جوایزی بسیار نفیس میزبان مشتریان گرانقدر

مینومارتی تا آخرین روز سال ۱۴۰۱ بود. در این جشنواره دو ماهه بیشتر از ۴۰۰ قلم کالا

با تخفیفات هیجان انگیز در اختیار مشتریان قرار گرفت. جوایز این جشنواره ۵۰ میلیون تومان وجه

نقد، سفر به جزیره کیش، ۱۰۰ ثانیه خرید رایگان برای پنج نفر، ۱۰ دستگاه گوشی موبایل، ۵ دستگاه

لباسشویی پاکشوما و ۵ دستگاه جاروبرقی پارس‌خزر و ۱۰۰ ها عدد کارت هدیه بود. قرعه‌کشی این

جشنواره در ابتدای اردیبهشت سال ۱۴۰۲ انجام گرفت.

شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند، همواره به دنبال ارائه خدمات مطلوب و افزایش

رضایتمندی مشتریان خود، در پی خدمات‌رسانی بیشتر و بهتر به ایشان است.



1

## رونمایی از وبسایت جدید مینومارت

فروشگاه ها، نحوه اخذ نمایندگی و تماس با مجموعه اشاره شده است. در بخش گروه محصولات، سبد غذایی را که مینومارت در اختیار مشتریان خود قرار داده است، وجود دارد تا مشتریان به راحتی با محصولات جدید مینومارت آشنا شوند. همچنین جشنواره ها و محصولات با تخفیفات شگفت انگیز در صفحات این وبسایت قابل رویت می باشند. ■

وبسایت جدید شرکت فروشگاه های زنجیره ای پیوند به آدرس minoomart.ir در جلسه مهر ماه هیئت مدیره شرکت رونمایی شد. به واسطه این وبسایت علاوه بر انتشار اخبار فروشگاه های زنجیره ای مینومارت، پل ارتباطی بین تامین کنندگان و همچنین مشتریان با این مجموعه ایجاد شده است. در این وبسایت به معرفی و آدرس دقیق

# minoomart.ir





# بازتاب رسانه‌ای مینومارت

از سال گذشته تا کنون پوشش خبری مینومارت در رسانه‌های متعددی مورد بازدید قرار گرفته است. خبرگزاری فارس، تسنیم، مهر، فرارو، خبر فوری و حدود ۱۵ خبرگزاری دیگر ورود مینومارت را به عرصه صنعت خرده‌فروشی و افتتاحیه نخستین شعبه فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند را منعکس کردند.

در پائیز گذشته، مهندس حاج محمد مدیرعامل شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای پیوند گفتگویی اختصاصی با مجله تجارت طلایی داشتند و در رابطه با نقطه آغاز و کانسپت «مینومارت»، تعداد شعب فعال و برنامه توسعه مینومارت، برنامه‌های وفاداری و رضایت مندی مشتری و... به مخاطبان توضیحاتی ارائه دادند. ایشان همچنین از فرصت‌های پیش رو در این حوزه و چالش‌هایی که مینومارت طی این مدت با آنها دست‌وپنجه نرم کرده است نیز صحبت کردند.

tejaratetalaeeenews.ir



همچنین مهندس حاج محمد در گفتگو با روزنامه دنیای اقتصاد از استقبال بالای آحاد جامعه از فروشگاه‌های زنجیره‌ای گفت و بیان داشت که این استقبال نشانگر رضایت مندی طیف وسیعی از مردم نسبت به فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. ایشان یکی دیگر از دلایل محبوبیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای را امکان مقایسه برندهای مختلف به علت دسترسی آسان‌تر به کالاها و اجناس دانست. مساله مهم‌تر اینکه این فروشگاه‌ها با جذب نیروی کار برای افرادی اشتغال پایدار ایجاد کرده‌اند که این امر منجر به کاهش بیکاری در کشور شده است. [donya.eqtasad.com](http://donya.eqtasad.com)

۸

# پنجشنبه بازار مینومارت



تخفیفات ویژه در  
پنجشنبه بازار

مینومارت | m

پنجشنبه بازار مینومارت شامل حراج اقلام پرفروش و محبوب در میان مردم است که مشتریان گرانقدر می توانند با تخفیفات فوق استثنایی، در روزهای پنجشنبه و جمعه از این حراج بهره‌مند گردند. در قالب این حراج، هر هفته تعداد زیادی کالای اساسی و غیراساسی مورد نیاز مردم، با ارائه تخفیفات ویژه برای مصرف‌کنندگان در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت به فروش می‌رسند.

# حضور ابر برن در می



شوگوبارص



گل تاج  
شرکت زانوس پروتئین آبرز



شوگوبارص

سمیرا  
خوشمزه و خوشبخت

گل تاج  
شرکت زانوس پروتئین آبرز



سکوه



ویارطعم



شرکت بیوش ایران

Active

گوشتران  
Cassalim  
Soyage & Balogh

جو جو

یانسنی

غزوه

در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مینومارت بیش از ۲۰۰۰ قلم کالا موجود می‌باشد. این کالاها در گروه‌های متفاوتی مانند کالاهای اساسی، پروتئینی، لبنیاتی، نوشیدنی، محصولات بهداشتی، کنسروجات، تنقلات، فرآورده‌های منجمد، غلات و حبوبات دسته‌بندی می‌شوند. مشتریان محترم می‌توانند در گروه کالاهای اساسی اقلامی مانند برنج از انواع هاشمی یا طارم، روغن از برند مینو، غنچه یا طبیعت و چای احمد، گلستان، دوغزال یا شهرزاد را تهیه کنند. همچنین گوشت‌های بسته‌بندی‌شده سفید و قرمز با برندهای گل‌تاج و مهیاپروتئین در فروشگاه‌های مینومارت موجود می‌باشد. انواع ماکارونی و اسپاگتی با برندهای مشهور تک، زر، مانا و سمیرا با تخفیفات بسیار در اختیار مشتریان مینومارت قرار دارد.

مانا

خشکیا

طبیعت



# دهه های ایران نو مارت



در بخش لبنیات، انواع محصولات برندهای پگاه، دامداران، کاله و پاک موجود است. نوشیدنی های جذاب ماتینا، سن ایچ، ماجو، آیسلند، زمزم، بهنوش و جوجو تنها برخی از برندهای مشهور نوشیدنی موجود در مینومارت است و محصولات بهداشتی از برندهای هوم کر، پریل، پرسیل، اکتیو، نوتیکس، سینره، مایوشون، سافتلن، اوه و دستمال کاغذی های اقتصادی راشین، بیتا، شکوه و... در فروشگاه های مینومارت موجود می باشند. فرآورده های منجمد گوشتیران، هپینس، ب آ و نوبرسبز، حبوبات گلستان، برفود، خشکپاک و دلپذیر از دیگر تنوع برندهای مینومارت می باشند. همچنین مشتریان گرانقدر می توانند تمامی محصولات چاشنی و مینو را با تخفیفات عالی از فروشگاه های مینومارت تهیه کنند.



# چرا محصولات مینو؟



استقبال از محصولات مینو از دیرباز مورد توجه همگان بوده است. امروزه مشتریان تحت شعاع انواع تولیدات قرار دارند و تردیدی نیست که این اتفاق رفتار آنان را تحت تاثیر قرار داده و در فرآیند تصمیم گیری انتخاب و خرید کالا نقش به سزایی را ایفا می کند. افزایش آگاهی از برند و محصول و تثبیت جایگاه برند در ذهن مشتریان منجر به نزدیک کردن برداشت آنان به نقطه مطلوب و مورد نظر سازمان خواهد شد. همچنین افزایش اعتماد مشتریان، توسعه سهم بازار، رشد فروش، جذب مشتریان جدید و حفظ و نگهداری مشتریان بالفعل را در بر خواهد داشت. گروه صنعتی مینو به مرور زمان سبد کالایی خود را گسترده تر کرد و توانست با تولید و ارائه محصولات با کیفیت و در پی رعایت اصول مشتری مداری، استقبال عموم مردم و رضایت مندی آنان را کسب نماید.

## این شماره تماس را بگیرید



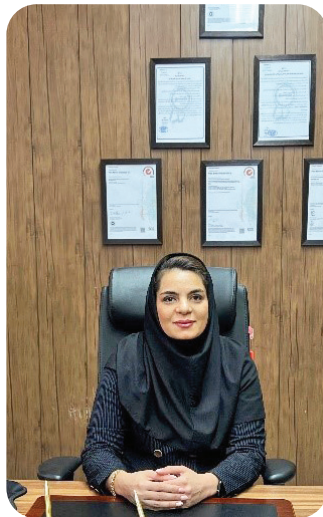


بودن آن می‌باشد که با کمترین دخالت انسان تولید می‌شود و کلیه فاکتورهای مهم بصورت سیستماتیک تحت کنترل می‌باشد. یکی از برجسته‌ترین نقاط قوت فرمولاسیون آدامس وایت را می‌توان استفاده از زایلیتول دانست. زایلیتول قند ضعیف شده‌ای است که علاوه بر کاهش احتمال جذب قند مصنوعی در بدن، با تنظیم سطح اسیدیته دهان، به پیشگیری از پوسیدگی دندان کمک به‌سزایی می‌کند.

با ایجاد زیرساخت قوی از نظر GMP، بکارگیری پرسنل زبده و آموزش دیده، همچنین با پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت کیفیت و ایمنی غذا در خط تولید آدامس وایت، سعی بر آن شده تا کلیه خطرهای ایمنی در زنجیره تامین و تولید، شناسایی و تحت کنترل قرارگیرد تا محصولی با کیفیت و کمترین ریسک خطر ایمنی به دست مشتریان برسد.

در آخر شایان ذکر می‌باشد بیش از ۹۰ درصد

مواد اولیه آدامس وایت از بهترین تولیدکنندگان اروپایی تامین می‌شود، همچنین ماشین‌آلات و تجهیزات خط تولید نیز از پیشرفته‌ترین و برترین برندهای اروپایی خریداری شده که با سرعت بالا و تعدد بسته‌بندی توان رقابتی در عرصه بازارهای جهانی را دارد. ■



**سرکار خانم شیرین هداوندخانی فوق لیسانس صنایع غذایی از دانشگاه علوم و تحقیقات و DBA مدیریت استراتژیک از دانشگاه تهران با ۱۶ سال سابقه کار در شرکت صنعتی پارس مینو هم اکنون مدیر کنترل کیفیت این شرکت هستند. و در این شماره از مجله مینومارت مطالبی را در خصوص «آدامس وایت» بیان می‌فرمایند.**

مصرف آدامس در هزاران سال قبل توسط باستان شناسان به ثبت رسیده است. تاریخچه آدامس جویدن به یونان قدیم بر می‌گردد. در ایران نیز از صمغ گیاه ون که سقز نام دارد به عنوان آدامس طبیعی استفاده می‌کردند. امروزه در آدامس‌های بدون قند از شیرین‌کننده‌های مصنوعی از قبیل زایلیتول، سوربیتول و آسه‌سولفام استفاده می‌شود. مقدار موجود چنین شیرین‌کننده‌ها در آدامس‌ها آنقدر نیست که از حد مجاز بیشتر شود و بنابراین خطری مصرف‌کنندگان را تهدید نمی‌کند.

خط تولید آدامس وایت یکی از بزرگترین خطوط تولید آدامس بدون قند در خاورمیانه است که از سال ۱۳۸۸ در شرکت صنعتی پارس مینو به بهره‌برداری رسیده‌است. از نقاط قوت خط تولید آدامس وایت، مکانیزه

**خط تولید آدامس وایت یکی از بزرگترین خطوط تولید آدامس بدون قند در خاورمیانه است که از سال ۱۳۸۸ در شرکت صنعتی پارس مینو به بهره‌برداری رسیده‌است.**

MINOO

# اسنک بالشتی حاوی شکلات



# BOOM BOOM