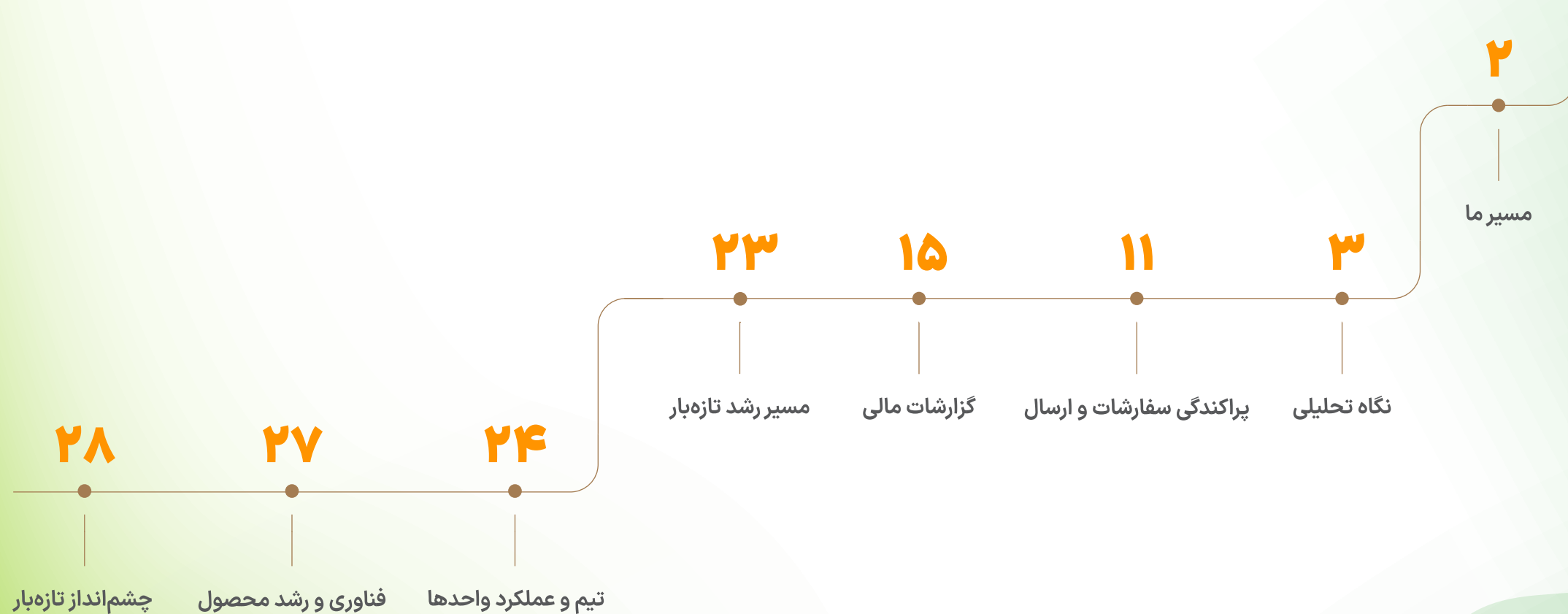




تازه‌بار

گزارش سال ۱۴۰۳

فهرست



آنچه دیروز رویا بود، امروز مسیر ماست

تغییر و پیشرفت، هرچند پرچالش، تنها راه ساختن آینده‌ای بهتر است. تازه‌بار با تعهد، شفافیت و نوآوری، سومین گزارش سالانه خود را منتشر می‌کند و به آینده‌ای روشن‌تر می‌اندیشد.

سال ۱۴۰۳ یکی از موفق‌ترین سال‌های فعالیت ما بود؛ سالی که توانستیم به تمامی اهداف خود دست یابیم و جایگاه تازه‌بار را به‌عنوان رهبر پخش رستورانی در تهران تثبیت کنیم. علاوه بر میوه و تره‌بار، با توسعه فروش محصولات غیرتره‌باری مانند انواع روغن، رب گوجه، نوشیدنی‌ها، مواد شوینده، برنج، تخم‌مرغ و اقلام سوپرمارکتی، افق‌های تازه‌ای را گشودیم و در سال ۱۴۰۴ نیز این مسیر را با برنامه‌ریزی دقیق ادامه خواهیم داد.

به‌عنوان یک شرکت دانش‌بنیان در صنعت هورکا، متعهد به شفافیت و ارائه گزارش‌های دقیق هستیم تا نشان دهیم چگونه در مسیر کاهش واسطه‌ها، حمایت از کشاورزان و تحقق شعار «از مزرعه تا آشپزخانه» گام برمی‌داریم. هدف ما خلق ارزش برای مشتریان از طریق کاهش هزینه‌ها و بهبود کیفیت خدمات است.

رویاها وقتی به واقعیت تبدیل می‌شوند که جرأت حرکت به سوی ناشناخته‌ها را داشته باشیم.

با تلاش تیمی ۶۰ نفره، به یکی از مهم‌ترین نقاط عطف خود دست یافتیم و اکنون با امید و انگیزه، در مسیر ورود به بازار نوآفرین فرابورس گام برمی‌داریم. این گزارش، روایت دستاوردها و مسیر پیشرفت تازه‌بار در سالی است که گذشت. ما همچنان بر این باوریم که با شفافیت، خلاقیت و تعهد، آینده‌ای روشن‌تر برای صنعت کشاورزی و هورکا در ایران رقم خواهیم زد.



رفتار مشتریان تازه‌بار در سال ۱۴۰۳

ساعات ثبت سفارش

۵۹٪ از سفارشات در بازه **۲۳:۰۰ تا ۰۱:۰۰ بامداد** ثبت شده است.

روزهای پرتراфик تحویل

بیشترین حجم تحویل سفارش‌ها در روزهای **شنبه و چهارشنبه** انجام شده است.

ساعات اوج تحویل

بازه **۱۰:۰۰ تا ۱۲:۰۰** شلوغ‌ترین زمان تحویل بوده است.

دسته‌بندی محصولات محبوب

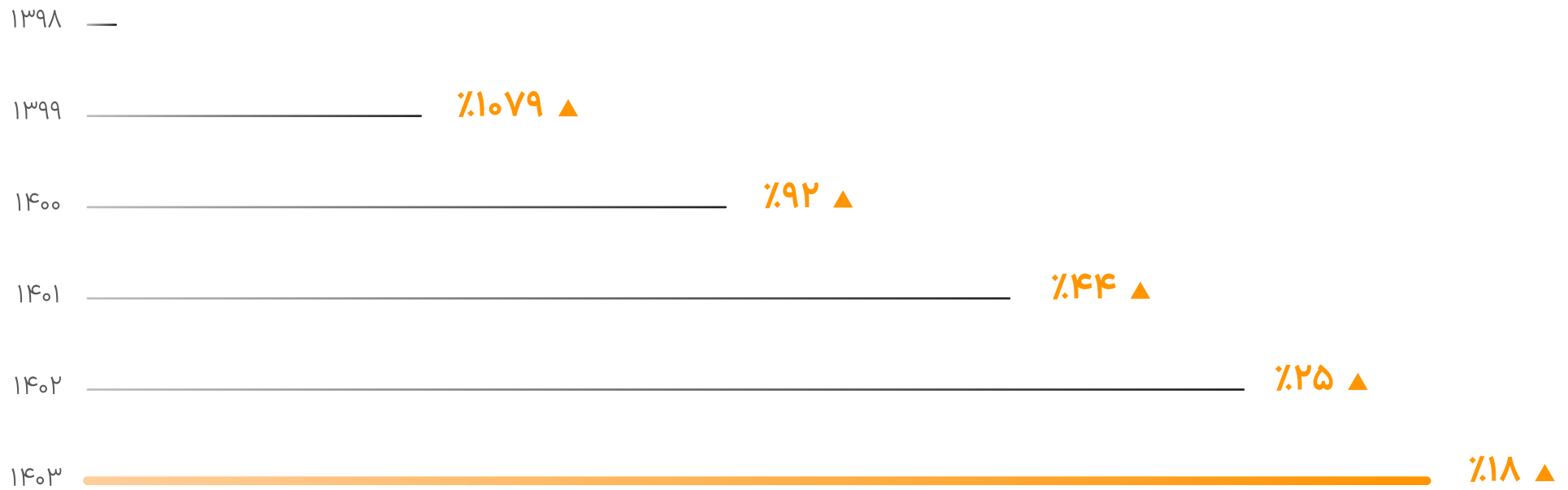
۶۳٪ از سفارش‌های ثبت‌شده مربوط به **محصولات دستچین** بوده است.

نوع محصول پرترفدار

۵۳٪ از کل سفارش‌ها به **صیفی‌جات** اختصاص داشته است.

مسیر رشد کاربران تازه‌بار؛ از آغاز تا امروز

به طور متوسط بیش از **۲۵۰٪** رشد مرکب سالانه در جذب تعداد کاربر



→ میزان رشد تعداد کاربران در هر سال نسبت به سال گذشته

رشد با شما معنا دارد؛ نگاهی به کاربران تازه‌بار

سال گذشته، خانواده تازه‌بار بزرگ‌تر شد. با ۳,۴۴۷ کاربر جدید و رشد ۱۸٪، مسیر تازه‌بار پر از لحظه‌های تازه بود.

شما هم بخشی از این داستان هستید!



رشد کاربران نسبت به سال قبل ۱۸٪

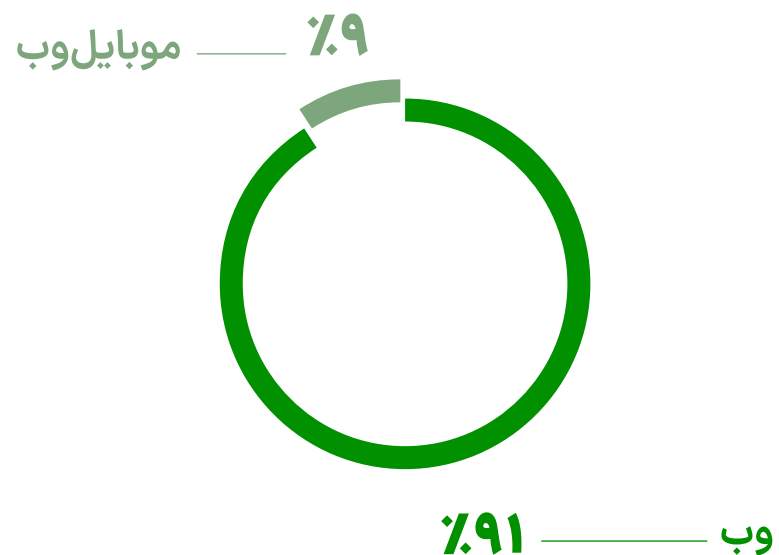
۳,۴۴۷ کاربر جدید

کاربران جدید

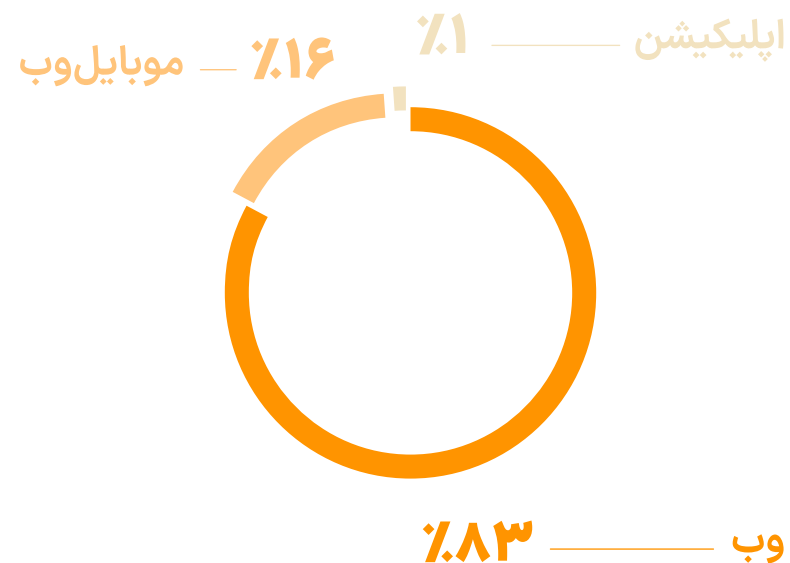


تحلیل رفتار خرید مشتریان تازه‌بار، کاربران به چه صورت سفارش ثبت می‌کنند؟

سهم ابزارهای مختلف از حجم فروش ریالی تازه‌بار



سهم ابزارهای مختلف از تعداد سفارش‌های تازه‌بار

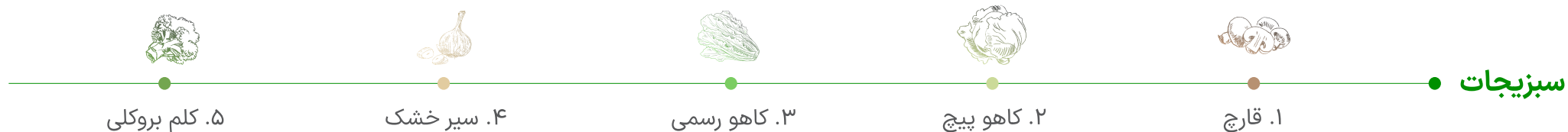


پرطرفدارهای تازه بار در سال ۱۴۰۳

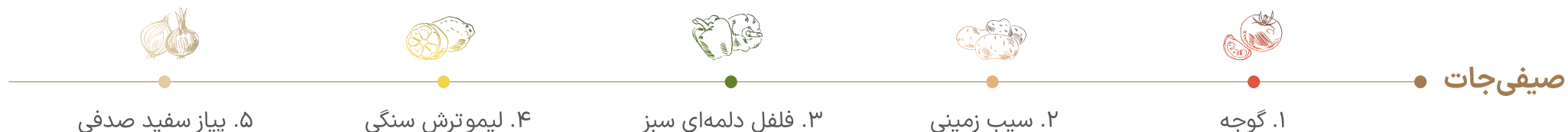
میوه



سبزیجات



صیفی جات

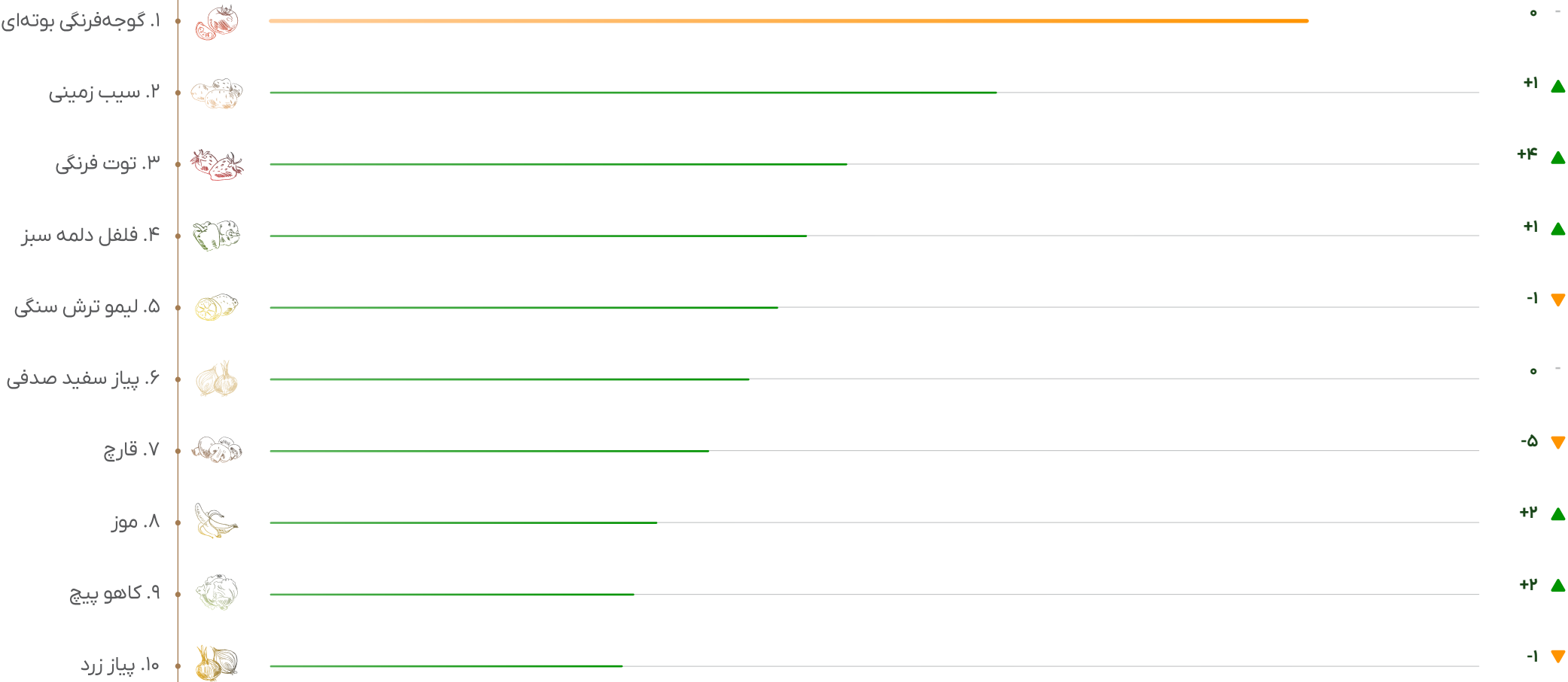


سایر محصولات



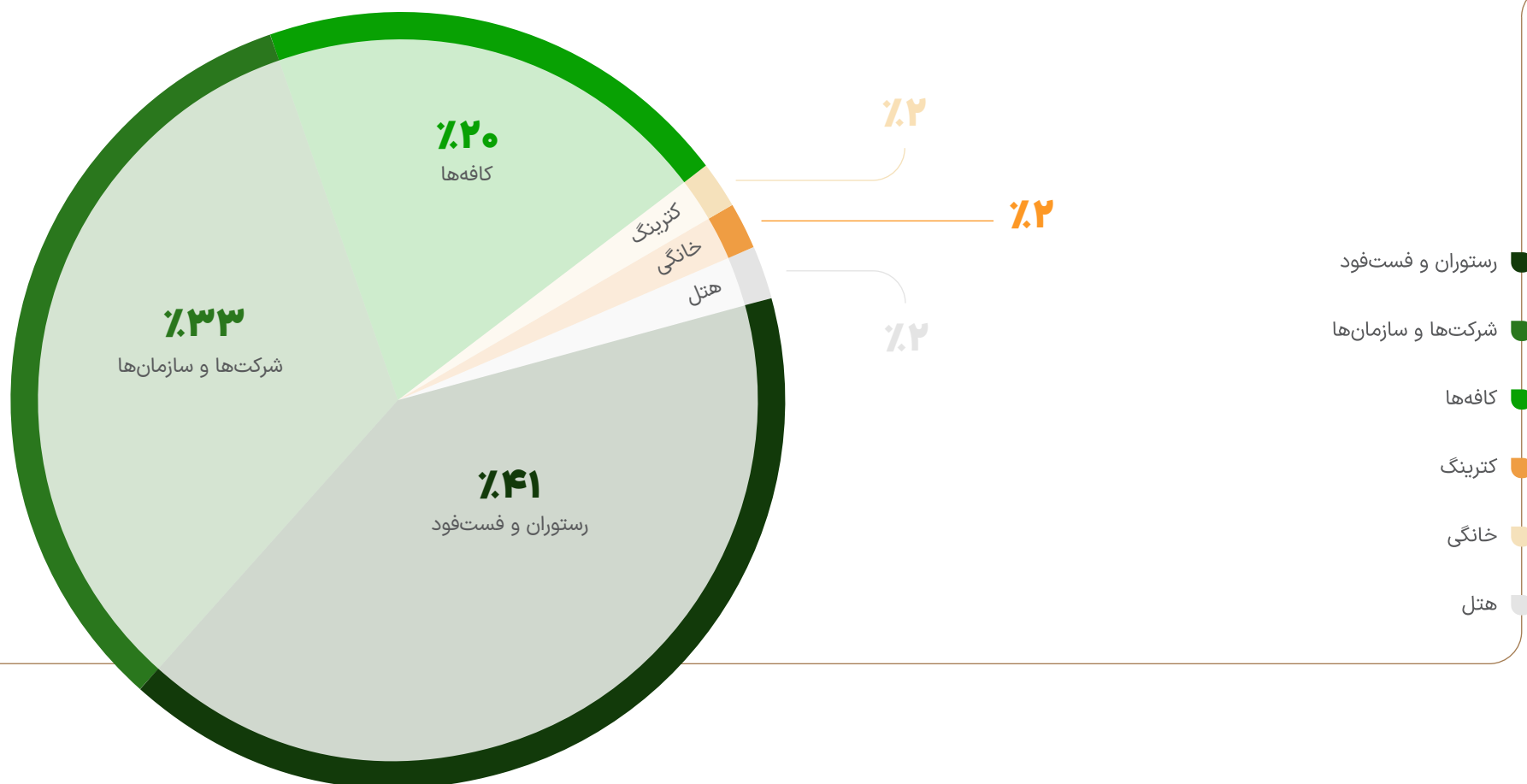
پرفروش ترین محصولات سال

بیش از ۵۳٪ فروش تازه‌بار در سال گذشته مربوط به **۱۰ محصول پرفروش** بوده که ۶۴٪ آن‌ها در دسته‌بندی دستچین و مابقی در دسته‌بندی عمده قرار دارند.



تنوع مشتریان

تازه‌بار تأمین‌کننده‌ی محصولات تازه برای طیف گسترده‌ای از مشتریان است، از رستوران‌ها و فست‌فودها گرفته تا سازمان‌ها، هتل‌ها، کافه‌ها و مشتریان خانگی. این نمودار نشان‌دهنده‌ی سهم هر گروه از مشتریان در فروش تازه‌بار است.

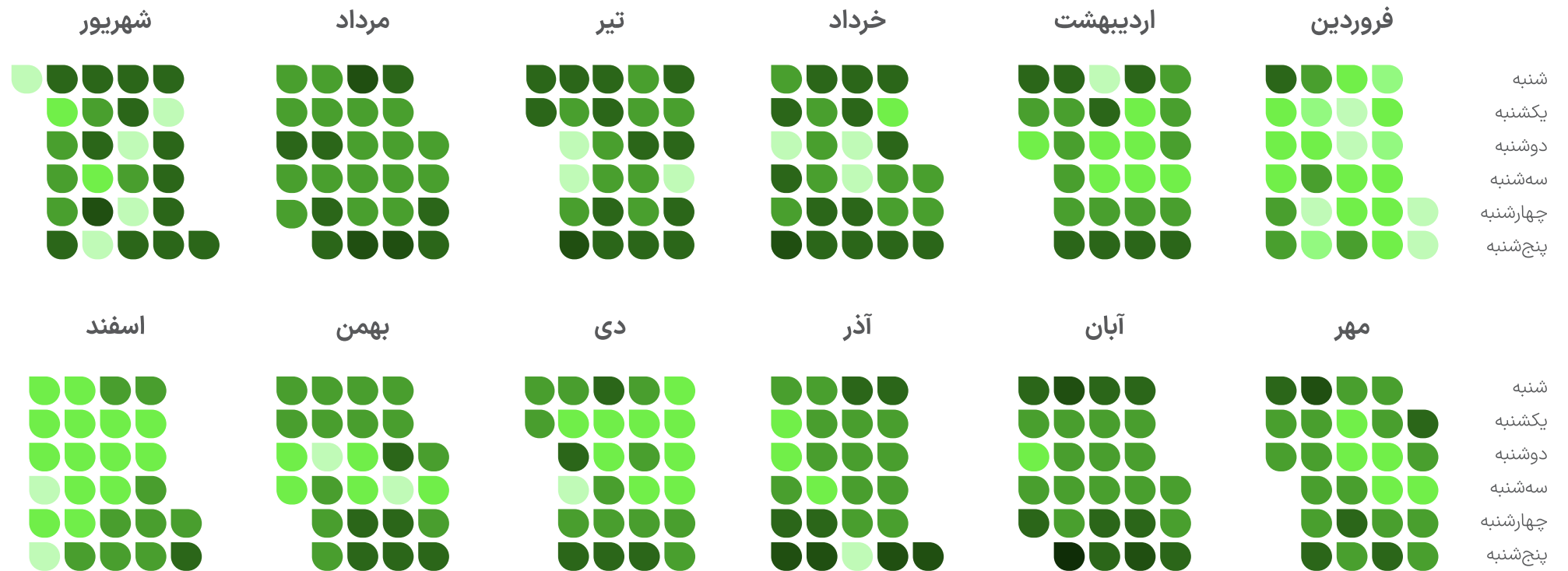


تعدادی از همراهان ما در سال ۱۴۰۳



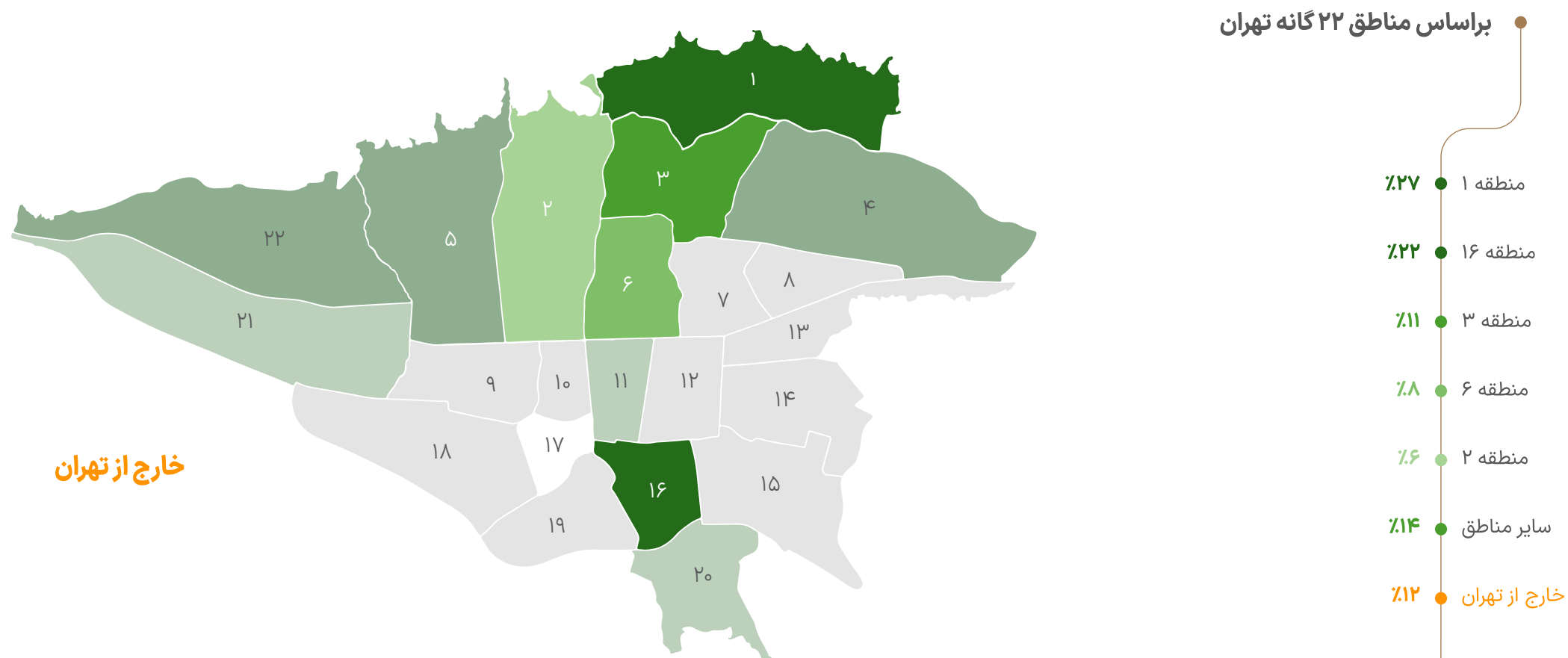
الگوی سفارش‌های روزانه در تازه‌بار

این گزارش، نمایی از روند سفارش‌های ثبت‌شده در تازه‌بار طی یک سال را نشان می‌دهد و میزان سفارش‌ها را در روزهای مختلف سال مقایسه می‌کند.



کمترین سفارش بیشتر سفارش

نقشه‌ی سفارشات تازه‌بار؛ بیشترین تقاضا از کدام مناطق است؟



۷۴٪ از سفارشات تازه بار از ۵ منطقه تهران ثبت شده‌اند.

سفارشات خارج از تهران به استان البرز و شهرستان‌های شهریار، پرنده و رباط‌کریم اختصاص دارد و ۱٪ نسبت به سال قبل افزایش یافته‌اند.

رکورد تازه‌بار در تحویل به موقع سفارش‌ها

۱۴۱,۰۹۲ کیلومتر — مسافت طی شده در کل سال

۴ کیلومتر — میانگین کیلومتر طی شده برای هر سفارش

۸۰ کیلومتر — دورترین سفارش از مرکز پردازش تازه‌بار

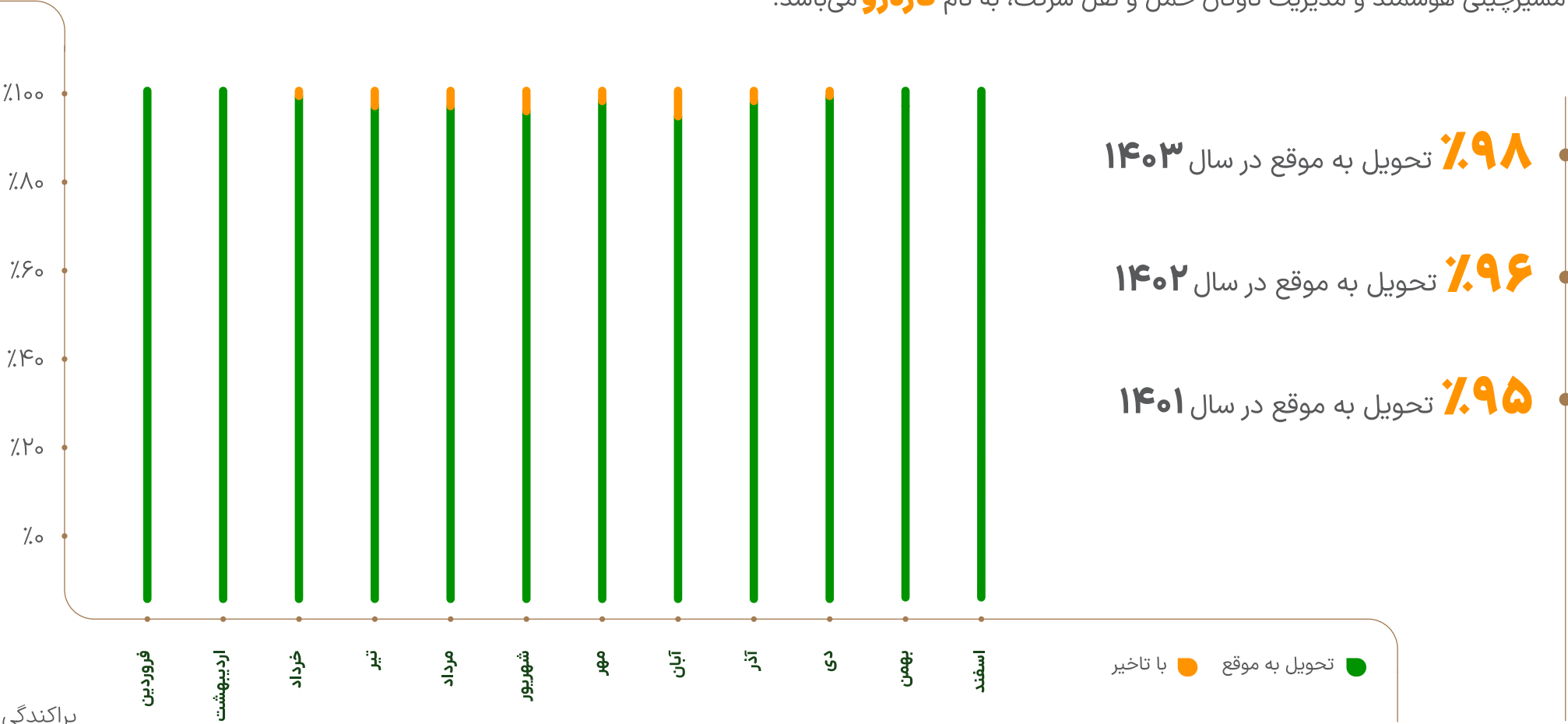
۱۰ کیلومتر — نزدیک‌ترین سفارش از مرکز پردازش تازه‌بار

۲۹ دقیقه — میانگین زمان بین تحویل دو سفارش



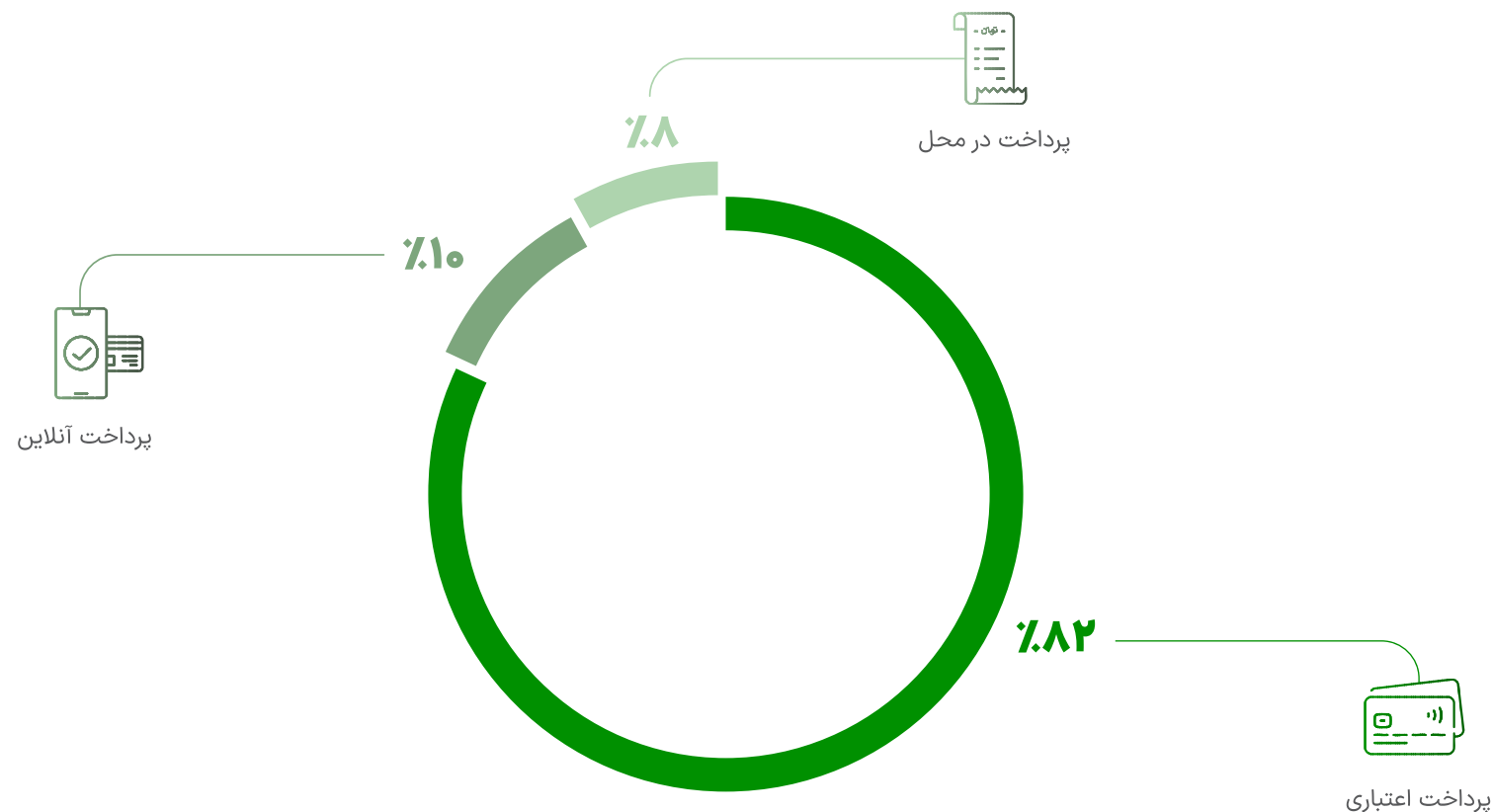
رکورد تازه‌بار در تحویل به موقع سفارش‌ها

سال ۱۴۰۳، تازه‌بار موفق شد با وجود افزایش تعداد سفارش‌ها و کاهش تعداد خودروهای ناوگان حمل‌ونقل خود، **۹۸٪** از سفارش‌ها را در بازه‌های زمانی دو ساعته تعیین شده به مشتریان تحویل دهد. این بهترین عملکرد ما تاکنون در تحویل به موقع بوده است. علت اصلی این دستاورد پلتفرم اختصاصی مسیرچینی هوشمند و مدیریت ناوگان حمل و نقل شرکت، به نام **تازه‌رو** می‌باشد.



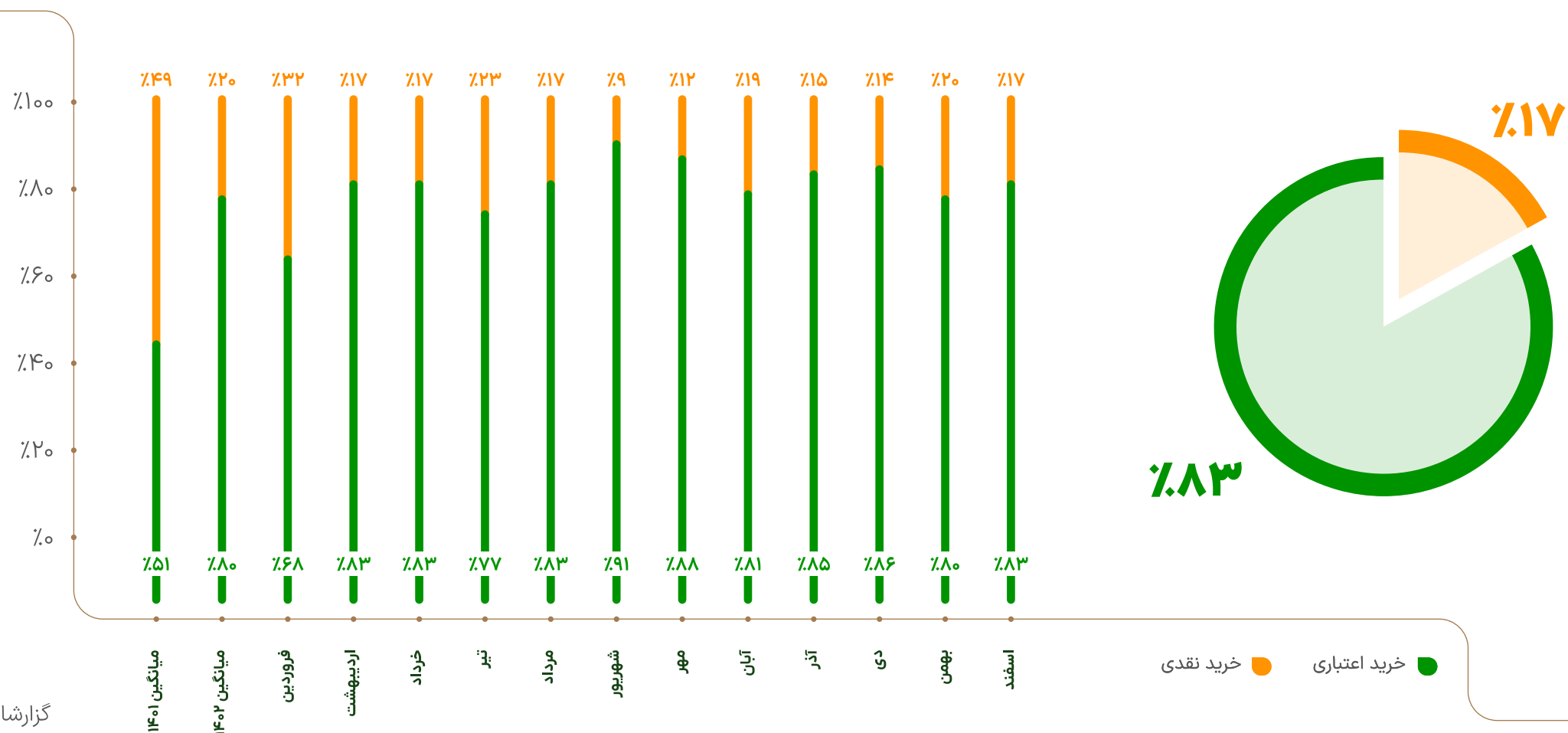
رشد چشمگیر خرید اعتباری مشتریان تازه‌بار

در سال ۱۴۰۳، میزان خرید اعتباری مشتریان تازه‌بار به **۸۲٪** از کل سفارشات رسید، در حالی که این رقم در سالیان قبل‌تر به ترتیب **۶۰٪** و **۳۸٪** بود. این روند نشان‌دهنده اعتماد بیشتر به مشتریان و بهبود شرایط خرید برای کسب‌وکارها است. افزایش پرداخت‌های اعتباری، تأمین کالا را برای مشتریان آسان‌تر کرده و امکان مدیریت بهینه‌تر نقدینگی را برای آن‌ها فراهم کرده است.



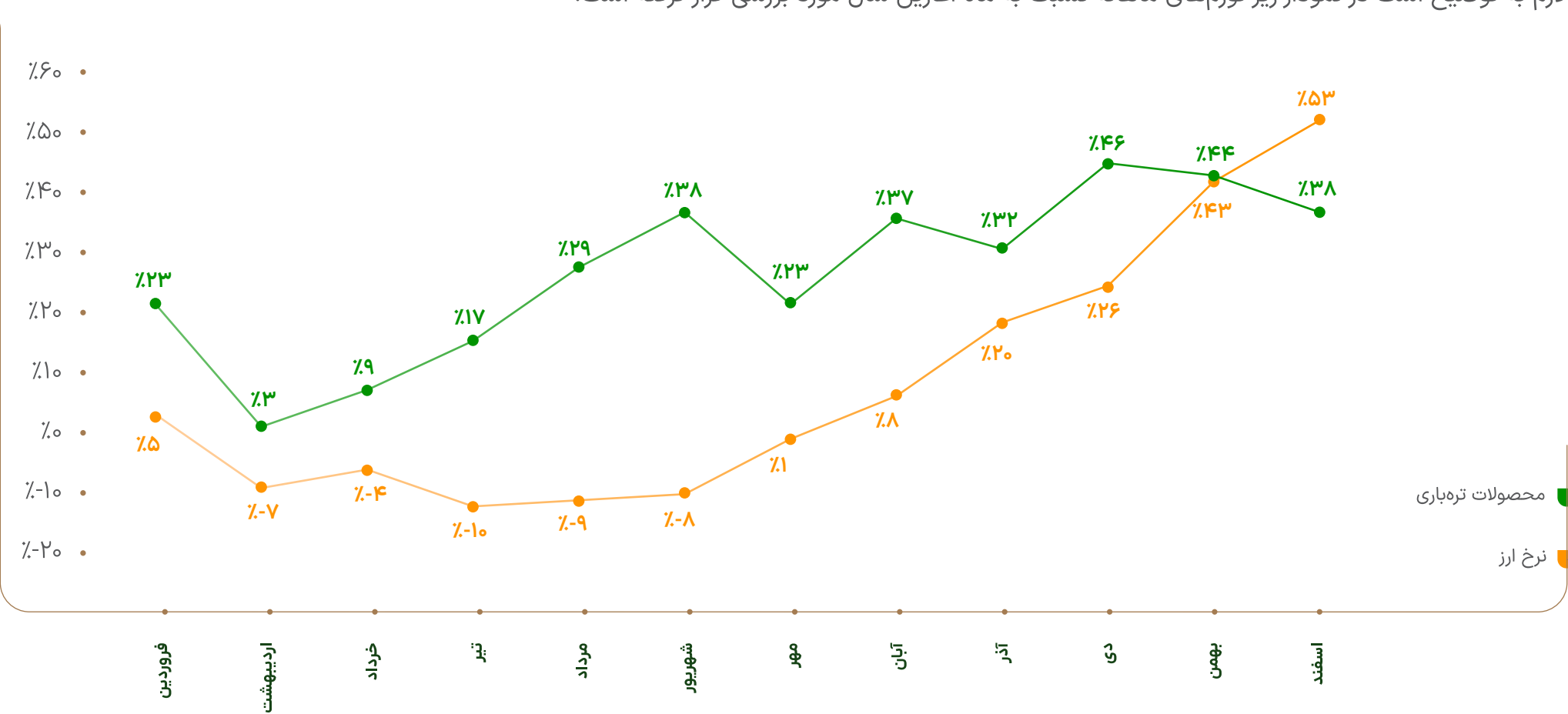
خرید اعتباری از تأمین کنندگان چگونه بود؟

در سال گذشته، **۸۳٪** خریدهای تازه‌بار به‌صورت اعتباری انجام شده؛ این رقم نسبت به سال قبل **۳٪** رشد داشته است. این موفقیت حاصل شناخت بهتر بازار و افزایش همکاری با تأمین‌کنندگان بوده که با گسترش حساب‌های اعتباری، بدون درگیر شدن منابع نقدی، خرید اعتباری را برای مشتریان راحت‌تر کرده‌ایم.



تحلیل تورم سال ۱۴۰۳: مقایسه رشد نرخ ارز و تورم میوه و ترهبار

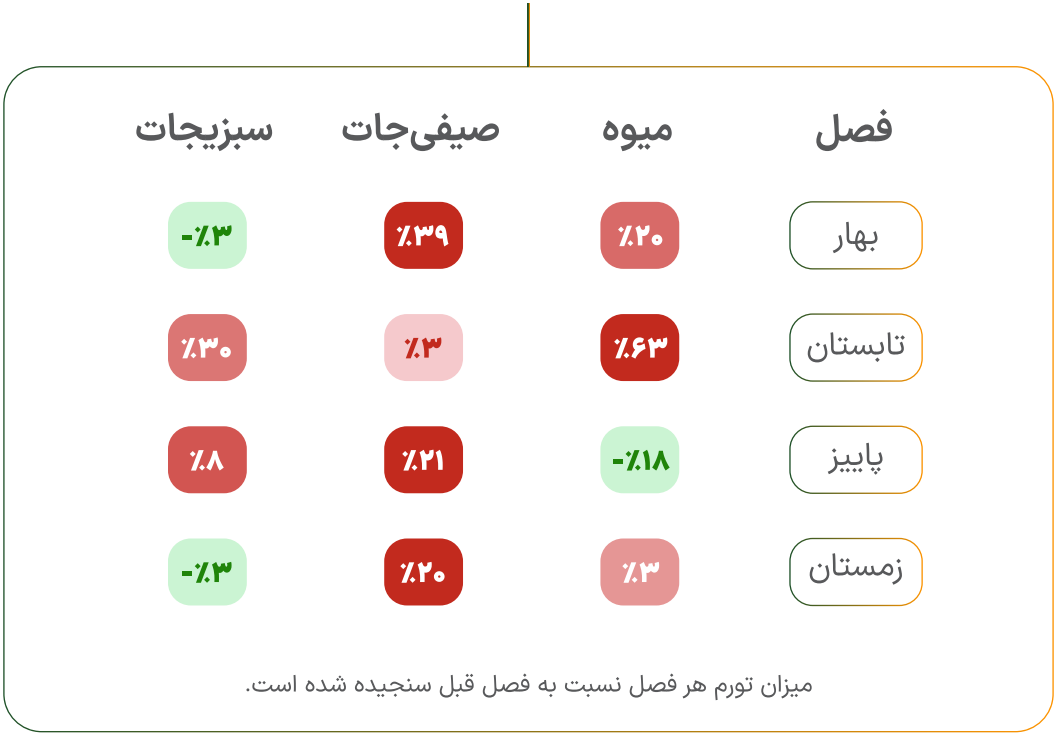
در حالی که نرخ ارز در سال گذشته با تورمی کم‌سابقه مواجه شد، افزایش قیمت میوه و ترهبار با شتابی بیشتر، از آن پیشی گرفت و تأثیر قابل‌توجهی بر هزینه‌های معیشتی رستوران‌ها، کافه‌ها، خانوارها و ... برجای گذاشت. نمودار زیر، مقایسه ماهانه رشد قیمت ترهبار نسبت به نرخ ارز را نشان می‌دهد. لازم به توضیح است در نمودار زیر تورم‌های ماهانه نسبت به ماه آغازین سال مورد بررسی قرار گرفته است.



نوسانات فصلی قیمت در بازار میوه و تره بار

تورم محصولات تازه بار در سال گذشته با نوسانات قابل توجهی همراه بود. در تابستان، میوه ها با تورم ۶۳ درصدی به اوج گرانی رسیدند، اما در فصل پاییز شاهد کاهش محسوس قیمت ها بودیم. این آمار نشان می دهد که تغییرات فصلی تأثیر مستقیمی بر روند قیمتی این محصولات دارد.

تورم فصلی محصولات تازه بار



تازه بار ۱۴۰۳ در یک نگاه



بالاترین مبلغ سفارشات ثبت شده در یک روز: **۱۲,۶۷۱,۶۹۰,۱۱۰** ریال



بالاترین مبلغ یک سفارش: **۵,۴۸۱,۶۰۷,۰۰۰** ریال



سنگین‌ترین سفارش ثبت شده در یک روز: **۱۲,۲۵۵** کیلوگرم



بیشترین تنوع کالا در یک سفارش: **۴۰** قلم



تعداد تخفیف‌های اعمال شده در سال: **۱,۷۹۸** کد تخفیف



میزان تخفیف ارائه شده به مشتریان: **۵,۱۱۴,۸۹۲,۳۲۰** ریال

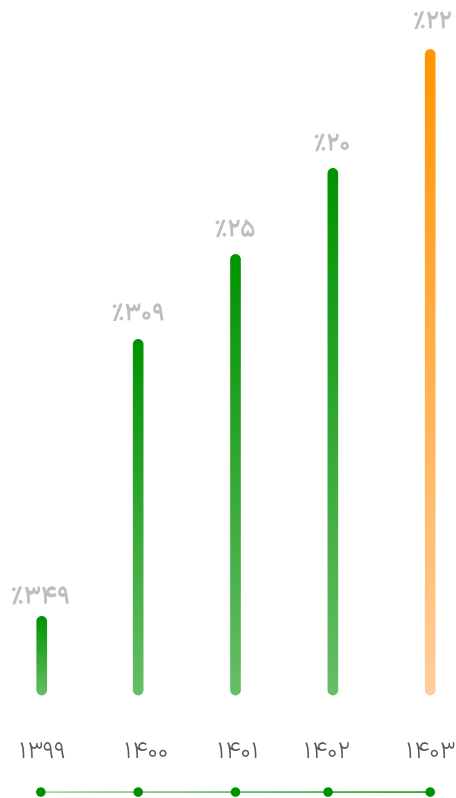


بیشترین تعداد سفارش یک مشتری در سال گذشته: **۳,۰۲۷**

بررسی شاخص‌های عملکرد تازه‌بار

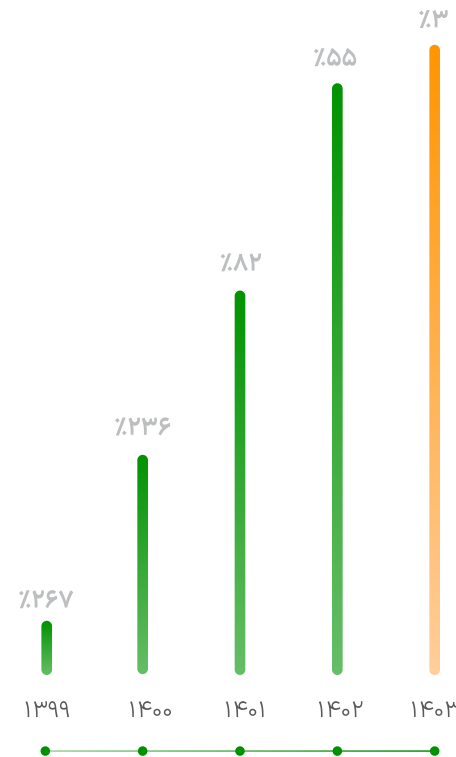
تعداد سفارشات

رشد نسبت به سال ۱۴۰۲ ▲ ۲۲٪



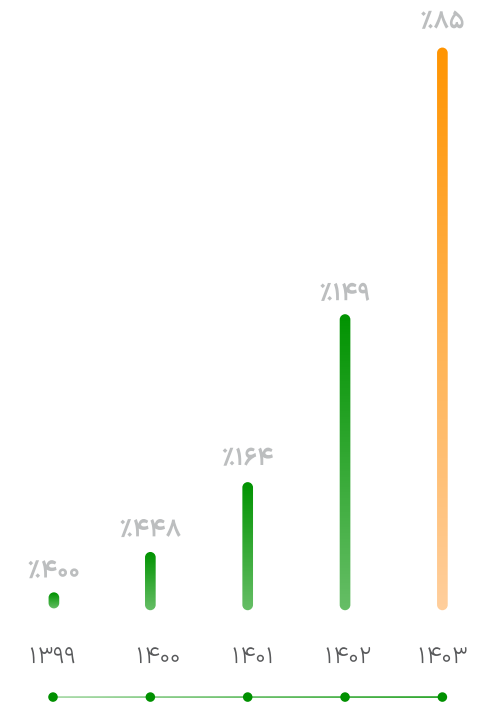
حجم سفارشات (تن)

رشد نسبت به سال ۱۴۰۲ ▲ ۳٪



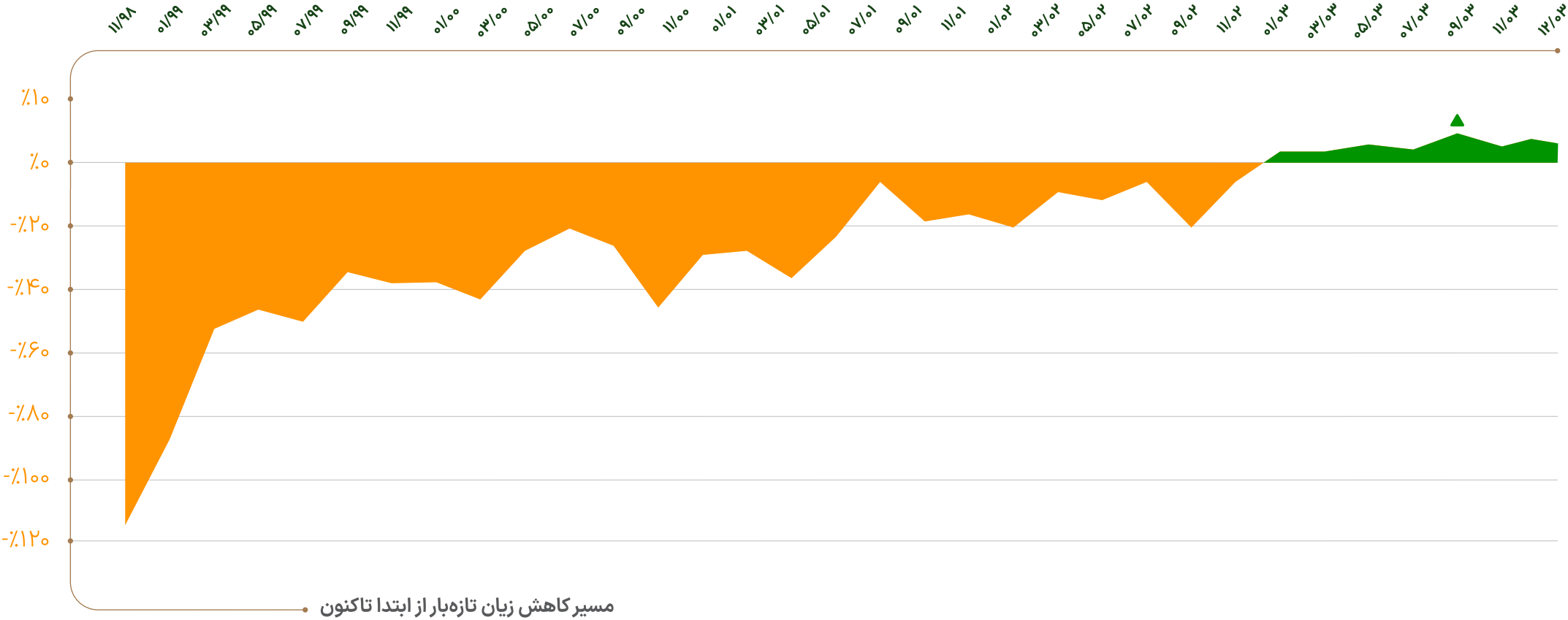
مبلغ سفارشات (میلیارد تومان)

رشد نسبت به سال ۱۴۰۲ ▲ ۸۵٪



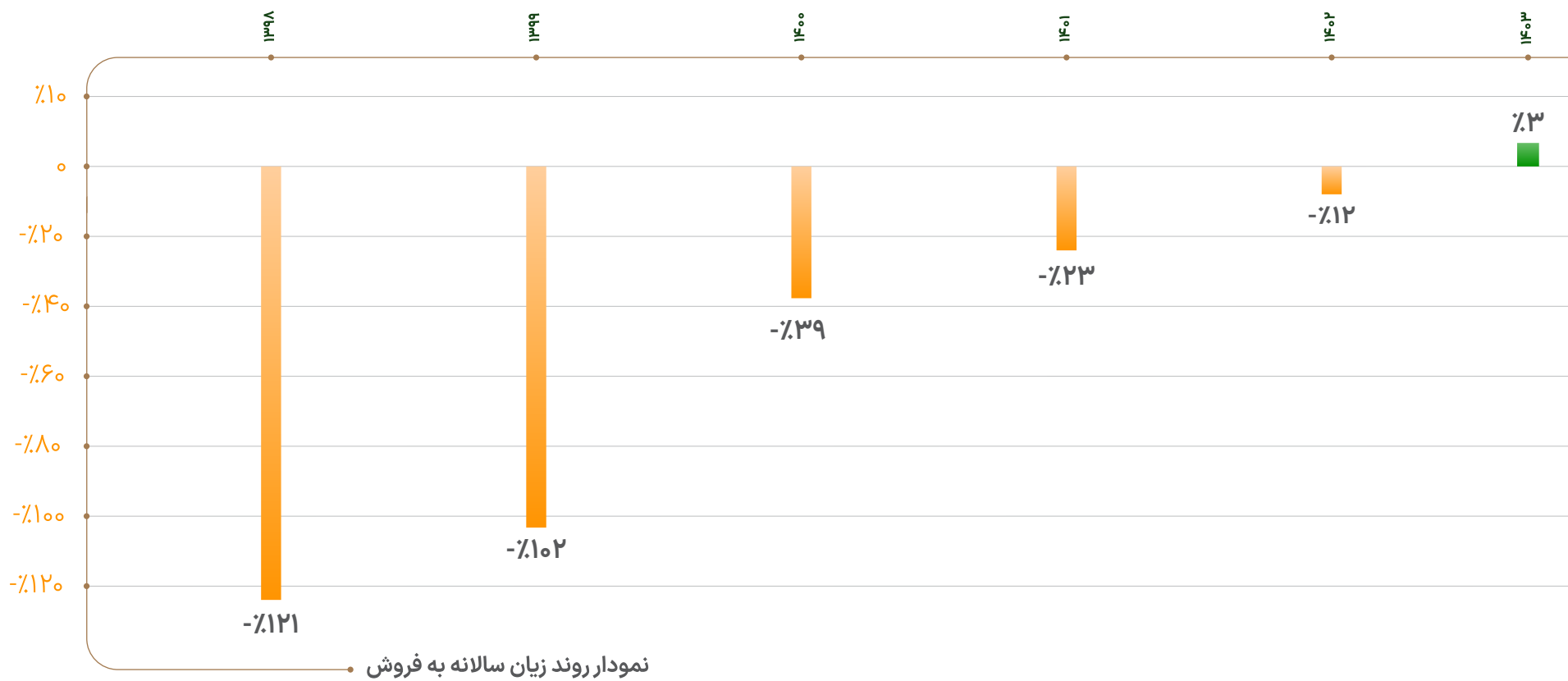
از زیان تا سود: مسیری که پیموده‌ایم

نسبت زیان خالص به فروش شرکت در این نمودار نمایش داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این نسبت طی دوره‌های اخیر کاهش قابل‌توجهی داشته و نشان‌دهنده‌ی حرکت شرکت از وضعیت زیان‌دهی به سمت سودآوری است.

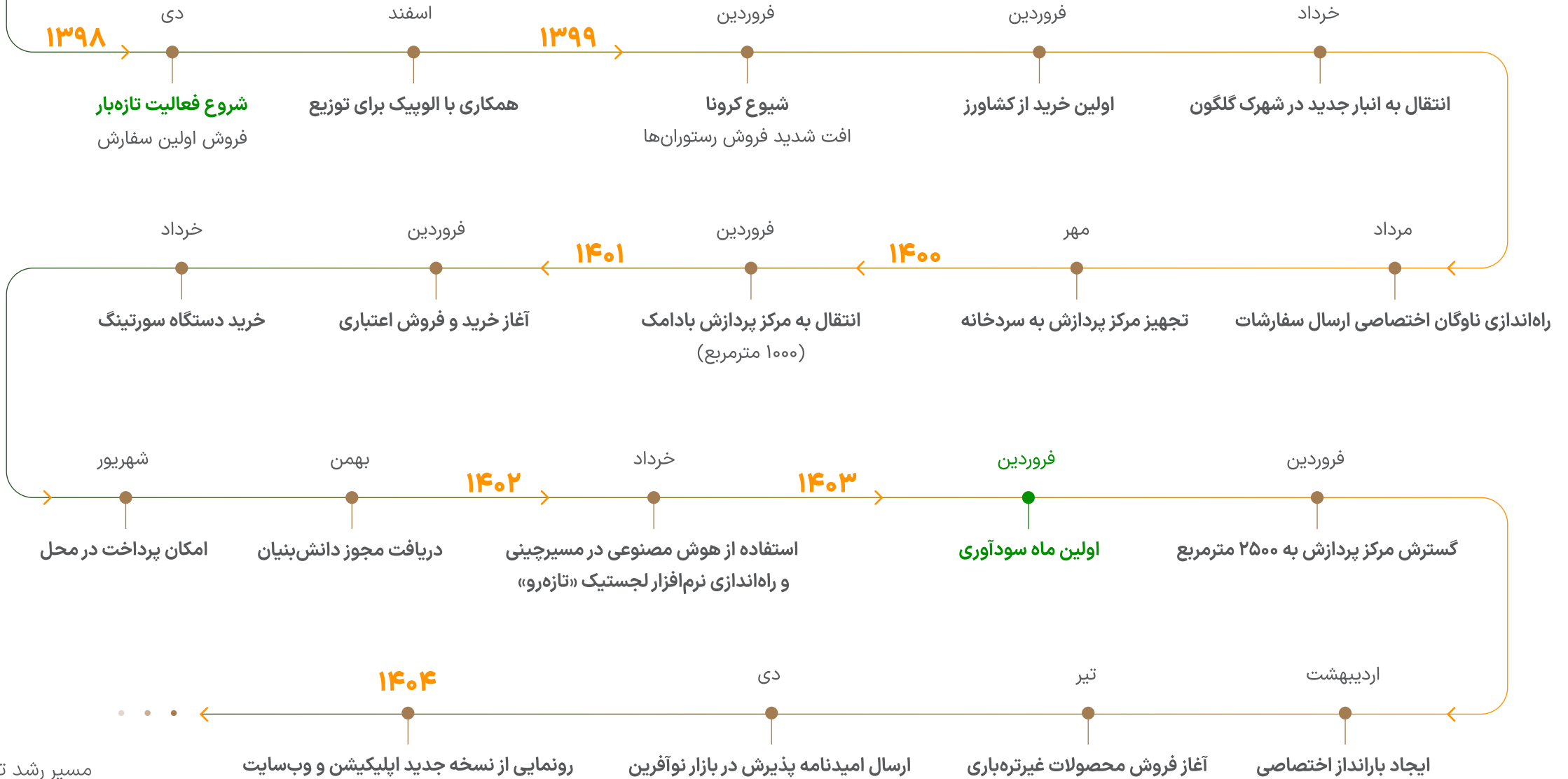


از زیان تا سود: مسیری که پیموده‌ایم

همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود، روند کاهش زیان نسبت به فروش در سال‌های اخیر نشان‌دهنده حرکت پیوسته تازه‌بار به سمت **سودآوری** است؛ پیش‌بینی ما حاکی از تداوم این مسیر و دستیابی به جریان‌های نقدی مثبت در سال‌های آینده است.



مسیر رشد تازه‌بار؛ از آغاز تا امروز



نیروی انسانی تازه‌بار و پراکندگی در واحدهای تیم

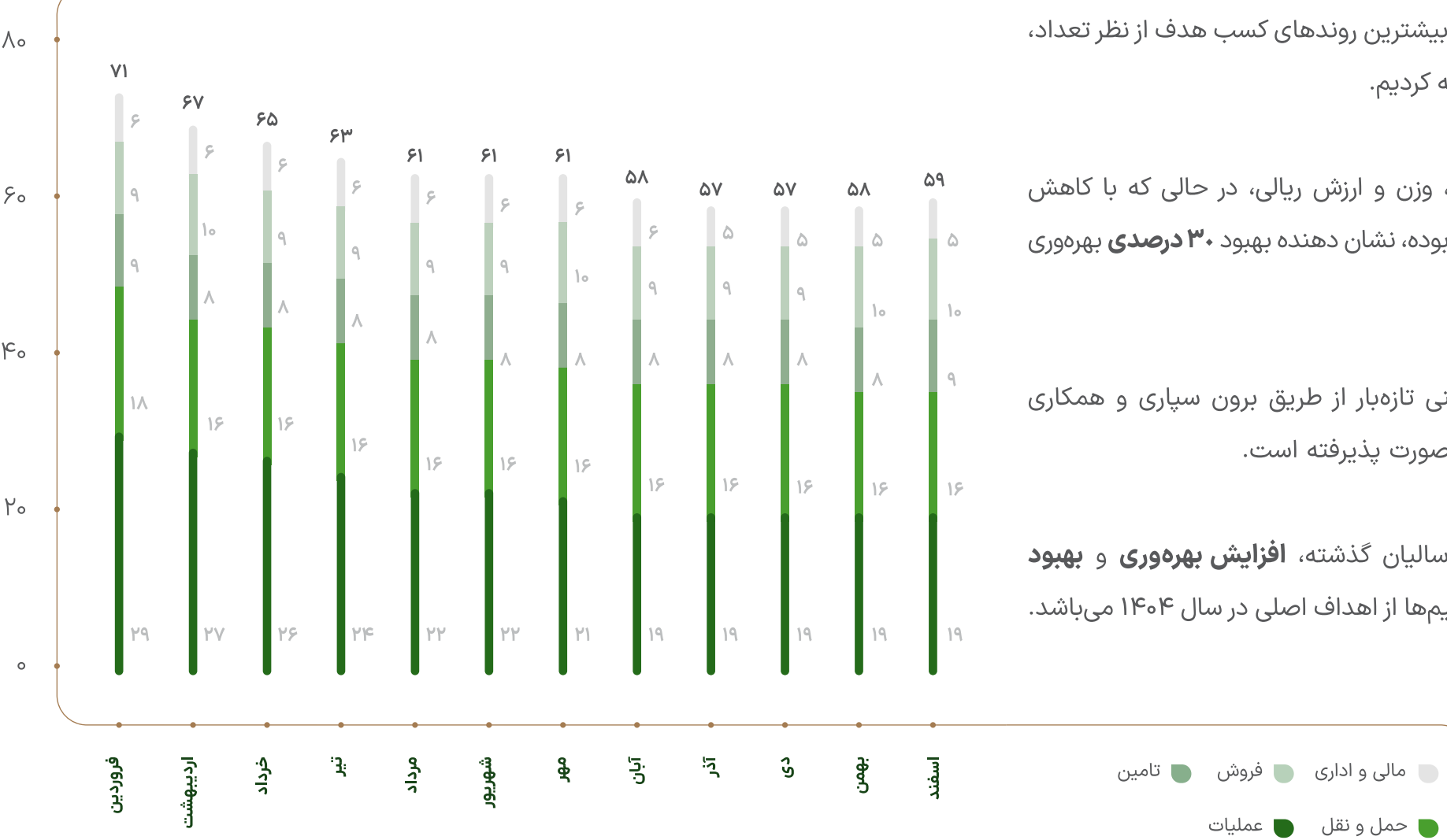
سال گذشته یکی از بهترین و بیشترین روندهای کسب هدف از نظر تعداد، حجم و میزان فروش را تجربه کردیم.

افزایش فروش از نظر تعداد، وزن و ارزش ریالی، در حالی که با کاهش چشمگیر تعداد پرسنل همراه بوده، نشان دهنده بهبود **۳۰ درصدی** بهره‌وری در عملکرد تمامی تیم‌هاست.

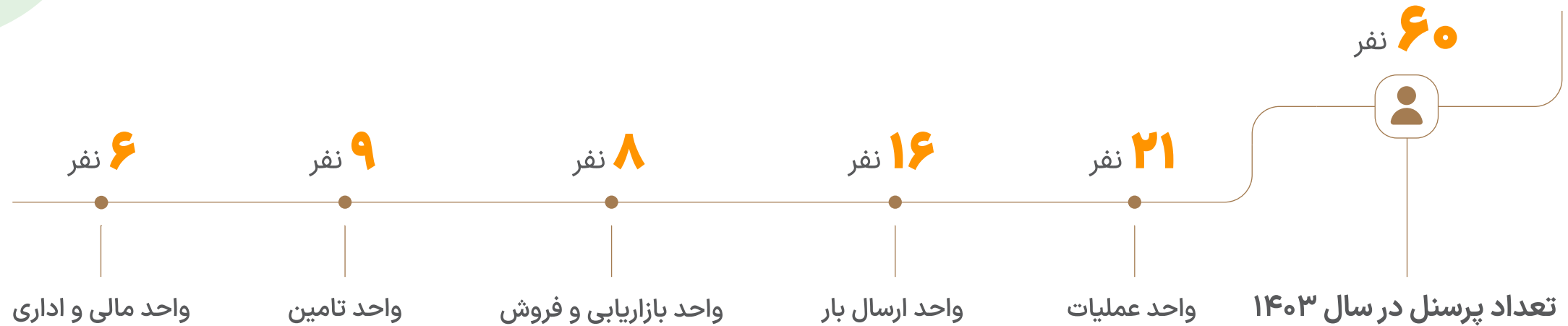
توسعه محصول و بخش فنی تازه‌بار از طریق برون سپاری و همکاری پروژه‌ای با شرکت کنترل‌تک صورت پذیرفته است.

باتوجه به کسب تجربه در سالیان گذشته، **افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد کلیه نیروها** از تمام تیم‌ها از اهداف اصلی در سال ۱۴۰۴ می‌باشد.

نمودار پراکندگی نیروی انسانی در واحدهای مختلف در سال ۱۴۰۳



نیروی انسانی تازه‌بار در یک نگاه



میانگین ماندگاری پرسنل ۲ سال و ۷ ماه

درصد کارمندان زن و مرد

جنسیت	درصد
زن	۸٪
مرد	۹۲٪

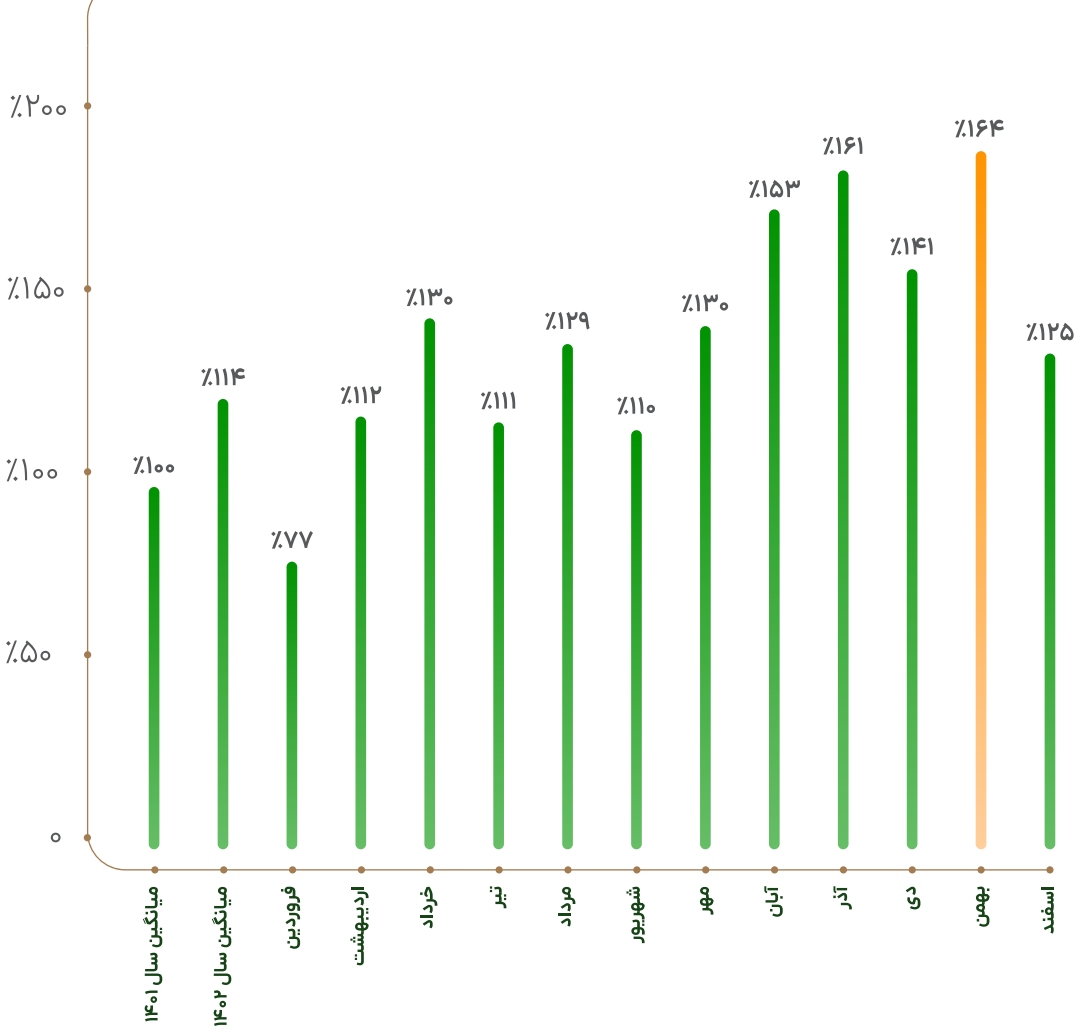
جوان‌ترین همکار ۱۹ سال

با تجربه‌ترین همکار ۵۶ سال

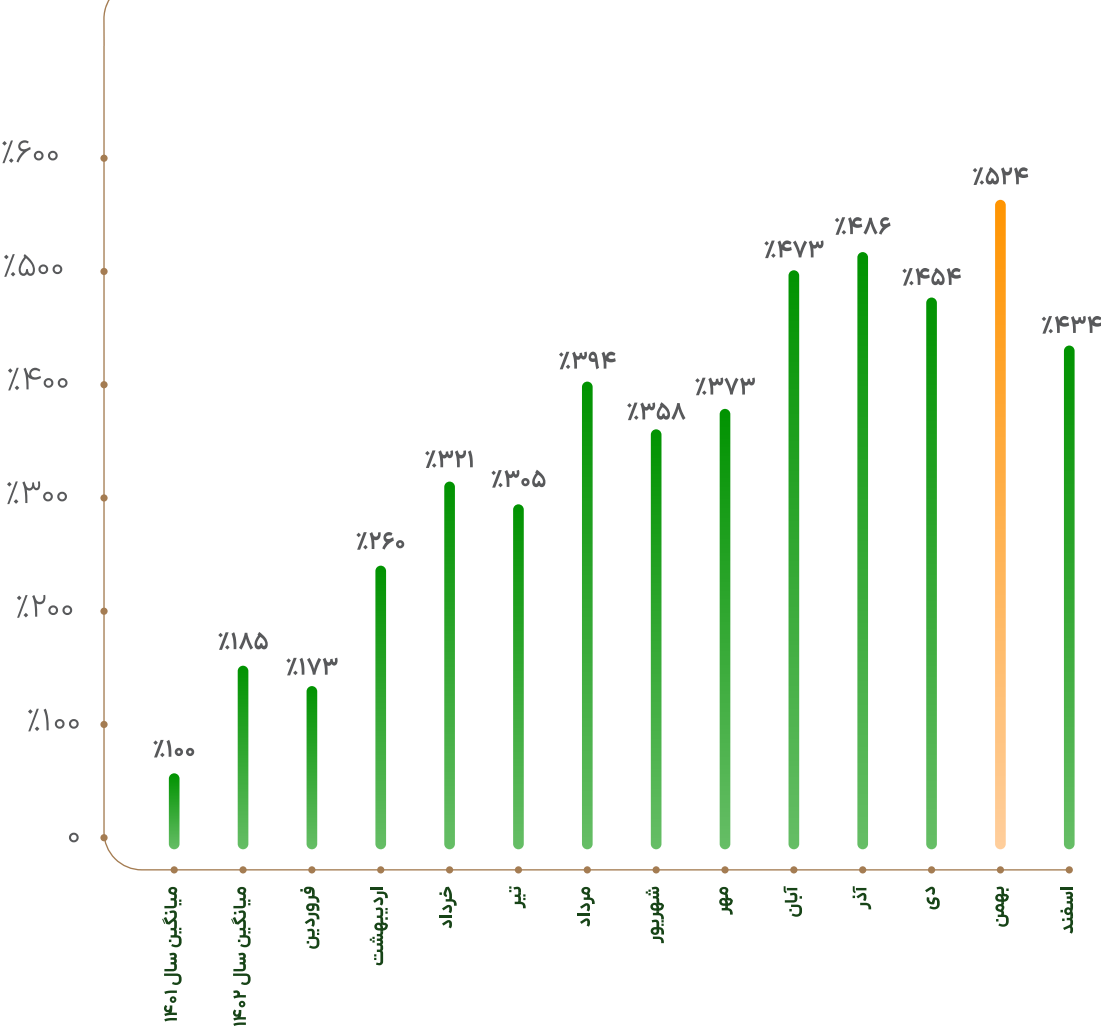
میانگین سن پرسنل ۳۵ سال

بررسی عملکرد ماهانه (نسبت به میانگین سال ۱۴۰۱)

متوسط فروش وزنی در سال ۱۴۰۳ به ازای هر پرسنل (کیلوگرم)



متوسط فروش ریالی در سال ۱۴۰۳ به ازای هر پرسنل (میلیون تومان)



توسعه محصول فنی تازه‌بار در سالی که گذشت

با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از زیرساخت‌های فنی تازه‌بار در سال‌های گذشته آماده‌سازی و اجرا شده بود، در سال ۱۴۰۳ تمرکز اصلی ما بر بهبود این زیرساخت‌ها و بهینه‌سازی پلتفرم‌های تازه‌بار، تازه‌رو و تازه‌بان قرار گرفت. در همین راستا، اقدامات کلیدی زیر انجام شد:

۱. بهینه‌سازی سیستم لجستیک:

هزینه‌های لجستیک یکی از عوامل مهم در موفقیت یا شکست هر مجموعه فعال در حوزه پخش است. به همین دلیل، در سال ۱۴۰۳ با ایجاد یک سیستم مبتنی بر هوش مصنوعی، توانستیم پلتفرم تازه‌رو را ارتقاء داده و فرایندهای مسیرچینی، بارگیری و تخصیص سفارشات را بدون دخالت نیروی انسانی در بهینه‌ترین حالت اجرا نماییم که موجب بهره‌وری بالای تیم حمل‌ونقل و کاهش هزینه‌های این واحد شد.

۲. افزودن قابلیت‌های پیشرفته به سیستم فروش (CRM):

برای بهبود فرآیندهای فروش، یک فیچر پیشرفته در CRM تازه‌بان پیاده‌سازی شد که عملکرد تیم فروش را ارتقا می‌دهد و فرآیند سفارش‌گیری را بهینه می‌کند.

۳. بازطراحی وب‌سایت و اپلیکیشن:

در سال ۱۴۰۳، پروژه ری‌دیزاین سایت و اپلیکیشن تازه‌بار به طور کامل طراحی و نهایی شد. نسخه جدید این پلتفرم‌ها با تجربه کاربری بهبودیافته و امکانات گسترده‌تر، در سال ۱۴۰۴ رونمایی خواهد شد.

این اقدامات، زمینه را برای افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و بهبود تجربه مشتریان تازه‌بار در سال‌های آینده فراهم می‌کند.

۴. بیش از ده‌ها فیچر دیگر در وب‌سایت، اپلیکیشن و پلتفرم‌های ادمین تازه‌بار.



نگاه به آینده

در سال ۱۴۰۳، هدف اصلی تازه‌بار رسیدن به نقطه سر به سر و سوددهی بود، که این امر مهم تحقق یافت. اکنون، در سال ۱۴۰۴، تمرکز ما بر توسعه پایدار کسب‌وکار و گسترش مزیت‌های رقابتی تازه‌بار است. در همین راستا، اهداف کلیدی ما برای سال آینده شامل موارد زیر است:

۱. رشد سودآوری و سلامت مالی شرکت: هدف ما در سال آینده، حرکت قطعی به سمت سودآوری پایدار و حفظ سلامت مالی مجموعه است؛ چرا که دستیابی به سودآوری، نه تنها به ما کمک می‌کند جریان نقدی مثبت و قابل اتکایی داشته باشیم، بلکه این امکان را فراهم می‌سازد تا با آسودگی خاطر و قدرت بیشتری به توسعه فعالیت‌های خود ادامه دهیم.

۲. توسعه سبد محصولات: علاوه بر میوه و تره‌بار، تمرکز ما بر افزودن محصولات جدید و متنوع‌سازی پیشنهادهای تازه‌بار برای مشتریان است.

۳. گسترش بازار و جذب مشتریان جدید: در کنار تأمین نیازهای هتل‌ها، رستوران‌ها و کافه‌ها، هدف ما افزایش سهم بازار در بین کسب و کارهایی است که نیازهای غیرتره‌باری دارند، از جمله شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ.

۴. افزایش سهم خرید مشتریان فعلی: با ارائه خدمات بهتر، محصولات متنوع‌تر و ایجاد تجربه خرید یکپارچه، قصد داریم حجم خرید مشتریان را افزایش دهیم و ارتباط بلندمدت‌تری با آن‌ها برقرار کنیم.

۵. بهینه‌سازی زنجیره تأمین: سرمایه‌گذاری در بهینه‌سازی فرآیندهای تأمین، لجستیک و کاهش هزینه‌های عملیاتی، با هدف ایجاد یک مزیت رقابتی پایدار در حوزه FMCG و محصولات غذایی.

با این رویکرد، تازه‌بار در سال ۱۴۰۴ گامی بلند به سوی تثبیت جایگاه خود به عنوان یکی از بازیگران کلیدی صنعت تأمین مواد غذایی و کالاهای مصرفی در بازار هورکا و فراتر از آن برداشته است.

منتظر خبرهای هیجان انگیز تازه‌بار در سال آینده باشید...

تیم تازه بار در یک قاب!



تازه‌بار
۱۴۰۳

