



ارزیابی آمادگی صادراتی شرکت سپید دانه قم



فهرست

۴.....	ماکارونی
۴.....	ماکارونی در ایران
۵.....	تعریف ماکارونی
۶.....	مواد اولیه
۷.....	شباهت ها و تفاوت های اسپاگتی و ماکارونی
۸.....	تاریخچه ماکارونی در ایران
۱۰.....	اسپاگتی
۱۱.....	طرز تهیه اسپاگتی
۱۲.....	پاستا
۱۳.....	تاریخچه پاستا چیست؟
۲۵.....	درباره کشور عمان
۲۹.....	تحلیل سلائق مصرف کننده و ویژگی های محصولات
۳۰.....	بررسی رقبا
۳۱.....	بررسی و شناسایی و معرفی شبکه های توزیع عمده و خرده فروشی
۳۳.....	هایپر مارکتهای محلی
۳۵.....	فروشگاه های بقاله

- تحلیل SWot نحوه حضور در بازار هدف..... ۳۶
- فرصت ها و تهدید ها ۳۷
- بررسی برنامه های تبلیغاتی موجود و مورد استفاده..... ۳۸
- بررسی حضور در نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا..... ۳۹
- استراتژی قیمت گذاری..... ۴۰
- نتیجه گیری ۴۱
- منابع..... ۴۲

ماکارونی



ماکارونی (به انگلیسی: macaroni، به ایتالیایی: maccheroni) یک نوع پاستای خشک است که به طور سنتی شکل گرفته و در اشکال و اندازه‌های گوناگون تولید می‌شود و دارای طعم و رنگ‌های متفاوت است.

ماکارونی در ایران

در ایران ماکارونی را هم با نام ماکارانی صدا میکنند هم با نام ماکارونی. ماکارونی در ایران جزو غذاهای بسیار محبوب میباشد و دوست داران زیادی در همه سنین دارد.

تعريف ماکارونی

ماکارونی یکی از گونه‌های پاستا است. این ماده خوراکی بیشتر در کارخانجات به صورت خشک تولید شده و پیش از خوردن جوشانده می‌شود. معنا و شکل ماکارونی در هر کشور یا منطقه تفاوت دارد. در ژاپن بیشتر به گونه‌ای پاستا گفته می‌شود که شکل ظاهری آن به صورت میله‌ای کوتاه سوراخ‌دار یا به شکل صدف یا طرح‌های گوناگون دیگر است. در ایتالیا ماکارونی اشاره به نوعی پاستا به شکل میله‌ای سوراخ‌دار کوتاه است. به زبان انگلیسی، ماکارونی به معنای نوعی پاستای میله مانند کوتاه و سوراخ دار است، اما در بین ایتالیایی-آمریکایی‌ها در سراسر فیلادلفیا و نیویورک، ماکارونی واژه‌ای است که به همه گونه‌های «پاستا» اشاره دارد.

مواد اولیه

بهترین ماکارونی از سمولینای گندم دوروم به دست می آید. سمولینا حاصل آسیابانی گندم سختی، به نام گندم دوروم (جنس *Triticum* و گونه *Durum*) است. البته از گندمهای دیگر نیز برای تهیه آرد ماکارونی استفاده می کنند. شایان ذکر است که طبق قوانین ایتالیا ماکارونی را فقط می توان از آرد گندم دوروم یا آرد سمولینا تهیه کرد.



شباهت ها و تفاوت های اسپاگتی و ماکارونی

شباهت ها

اسپاگتی و ماکارونی هردو از زیر شاخه های پاستا هستند و از آرد سمولینا ساخته می شوند.



تفاوت ها

برای ساخت اسپاگتی خمیر را به شکل رشته های دراز درمی آورند ولی ماکارونی بر حسب منطقه و کشور دارای معنای مختلفی است و برخی از اشکال آن به صورت لوله های کوچک توخالی، حلزونی، مارپیچ، پاپیونی و غیره است.



تاریخچه ماکارونی در ایران

اولین کارگاه تولید ماکارونی سازی در ایران سال ۱۳۱۳ با نام «لوبل»، با دستگاهی ابتدایی و ساده شروع به فعالیت نمود، تولید روزانه این کارگاه که حدود ۲۰ تا ۳۰ کیلوگرم بود، منحصرأ مورد مصرف سفارتخانه ها و کنسول گری های خارجی و محدود افراد ایرانی که در ارتباط با این مراکز بودند، می گردید. شاید به همین خاطر به ماکارونی «رشته فرنگی» نیز گفته می شود، در حقیقت ماکارونی در آن زمان یک فراورده غذایی فانتزی به شمار می آمد. واحد تولیدی «ایتا ماکارون» و سپس «پارس ماکارون» اولین واحدهای تولید ماکارونی در ایران می باشد. در سال ۱۳۵۶ اولین کارخانه تولید ماکارونی در ایران با نام «ماکارونی سمیرا» با دستگاه های پیشرفته تر شروع به فعالیت کرد.



مصرف ماکارونی در نقاط مختلف ایران با توجه به تأثیرات برخی مسائل متفاوت است. به عنوان مثال در شمال ایران، نسبت به سایر مناطق تمایل به مصرف ماکارونی کمتر است.



قبل از اتمام جنگ ایران و عراق، هنوز وابستگی واردات ماکارونی در کشور وجود داشت به طوری که عمده سهم بازار ماکارونی در دست شرکت‌های خارجی بود. تا اینکه اولین کارخانه تولید ماکارونی صنعتی در سال ۱۳۷۴ در ایران آغاز به کار کرد. امروزه در ایران بیش از پنج کارخانه عظیم تولید ماکارونی فعالیت می‌کنند.

اسپاگتی



اسپاگتی یا رشتار نوعی پاستای استوانه ای نازک و کشیده با ریشه ایتالیایی و سیسیلی است و به عنوان یکی از غذاهای محبوب ایتالیایی شمرده می شود که غالباً از سمولینا یا آرد معمولی و آب تهیه می شود. اسپاگتی در قرن دوازده میلادی در ایتالیا رواج یافت. اسپاگتی خشک ایتالیایی از آرد نوعی گندم سفت به نام Durum ساخته می شود ولی ممکن است در کشورهای دیگر از آردهای دیگر نیز تهیه گردد.

گاهی در اصطلاح رایج ایرانیان به همه نوع پاستای غیرورقه ای از جمله اسپاگتی، ماکارونی گفته می شود. با این وجود در جنوب ایتالیا و شهر ناپل به همه نوع پاستا

"spaghetti e la pasta in generale" ماکارونی هم یک غذای لذیذ و متشابه

با اسپاگتی است که مال کشور ایتالیا است. (مانند اسپاگتی)

طرز تهیه اسپاگتی



ابتدا در آب جوش رشته‌های اسپاگتی را اضافه می‌کنند و می‌گذارند تا کمی بپزد در
حین قل زدن کمی روغن و کمی نمک هم به آن اضافه می‌کنند تا رشته‌ها به هم
نچسبد، سپس به آن سس ماکارونی که غالباً ترکیبی است از سبزیجات گوشت روغن
زیتون و رب گوجه فرنگی، در ایران علاوه بر موارد قبلی سویا سیب زمینی، نخود فرنگی،
قارچ، فلفل دلمه، هویج و پیاز نیز به انتخاب آشپز اضافه می‌گردد و بعد آن را سرو
می‌کنند. در ایران پس از این کار آن را دم هم می‌کنند.

پاستا



پاستا یا خمیراک به ایتالیایی Pasta: به معنی خمیر، یک اصطلاح عمومی برای گونه‌های مختلف ایتالیایی رشته فرنگی (نودل)، درست شده از خمیر آرد، آب یا تخم مرغ است. پاستا حدوداً به ۳۵۰ شکل مختلف موجود است. چند شکل معروف پاستا اسپاگتی، ماکارونی، فوسیلی، شلز، پنه، لینگوئینی، تالیاتله، تورتلینی، راویولی و لازانیا (به صورت ورقه‌ای) هستند.

در ایران واژه ماکارونی به صورت گسترده برای اسپاگتی، لازانیا و ... به کار می‌رود.

تاریخچه پاستا چیست؟

پاستا و تاریخچه آن امروزه پاستا ایتالیایی در آشپزی تمام کشورها وجود دارد و انواع مختلفی از آن تهیه و طبخ می‌شود.

هر کشور با توجه به فرهنگ خود پاستای ویژه‌ای اختراع کرده است و آن را با طبع و ذائقه خود تطبیق داده است.

از پاستا اسپاتزل در آلمان گرفته تا اوزو در یونان و نودل برنج و تخم مرغ در آشپزی آسیایی طیف متنوعی از این غذای خوشمزه تهیه می‌شود. اما داستان پاستا از کجا شروع شد؟



وقتی به پاستا و خاستگاه آن فکر می کنیم بی درنگ یاد کشور ایتالیا می افتیم.
بر خلاف پیتزا و سس گوجه که غذاهایی جدید محسوب می شوند پاستا تاریخچه
قدیمی تری دارد و به صدها سال پیش برمی گردد.

باور عامه بر این است که مارکوپولو جهانگرد مشهور در قرن ۱۳ به چین سفر کرد و
ایده نودل را به ایتالیا آورد. اما تحقیقات نشان می دهد که پاستا خیلی پیش از آن در
سیسیل مصرف می شده است.

همچنین اسناد تاریخی غذایی را کشف کرده اند که در دوران رومی ها و اتروسک ها
محبوب بوده است.

این غذای نودل مانند هم دست مثل پاستا از آرد گندم سمولینا تهیه می شده و لاگان
نامیده می شده است و احتمالا واژه لازانیا از همین کلمه گرفته شده است.



البته این غذا طرز تهیه ای متفاوت داشته و در فر کباب می شده است. لاگن اگرچه با پاستای ایتالیایی امروزی شباهت های زیادی داشته است اما لازم بود چند قرن بگذرد تا بالاخره محبوب ترین غذای ایتالیایی راه خود را به سفره های ما باز کند.

پاستا در گذر زمان

در قرن ۱۴ پاستای خشک شده غذایی بسیار محبوب بود، چون تا مدت زمان زیادی می شد این غذا را مصرف کرد.

به همین دلیل در سفرهای دریایی طولانی و مسافرت های جهانگردی استفاده زیادی پیدا کرد.

اتفاقا از طریق همین سفرهای دریایی و زمینی بود که پاستا به کشورهای دیگر هم راه پیدا کرد.

تا آن زمان پاستا ایتالیایی در شکل های مختلفی تولید می شد و تکنولوژی جدید تهیه پاستا را راحت تر می کرد.

تا پیش از آن برای تهیه پاستا باید خمیر را برای ساعت ها ورز می دادند و کار سخت و طاقت فرسایی بود.



دستگاه های تولید ماکارونی و پاستا باعث شد کم کم این غذا رواج بیشتری پیدا کند و بخشی از زندگی ایتالیایی شود.



البته تحول بزرگ بعدی پاستا زمانی اتفاق افتاد که در قرن ۱۹ پاستا با گوجه فرنگی آشنا شد! ترکیب این دو باعث شد پاستا به غذایی بسیار لذیذ و خوشمزه تبدیل شود و به سرعت در سرتاسر ایتالیا و دنیا محبوب شود.

البته گوجه خیلی قبل تر به اروپا و ایتالیا وارد شده بود اما کشت و پرورش گسترده آن تا مدت ها به تعویق افتاده بود.



شاید یکی از دلایل این امر این باشد که شایعه هایی مبنی بر سمی بودن گوجه در اروپا بر سر زبان ها افتاده بود و تا اواسط قرن نوزدهم این باورهای غلط ادامه داشت. اما در سال ۱۸۳۹ برای اولین بار در اسناد در مورد پاستا یا گوجه فرنگی سخن به میان آمده است.

کم کم گوجه در کشورهای مختلف اروپایی و از جمله جنوب ایتالیا کشت داده شد و به این ترتیب گوجه پای خود را به آشپزی ایتالیایی باز کرد.

پاستای امروزی

امروزه پاستا یکی از مشهورترین غذاهای ایتالیایی و از جمله محبوب ترین غذاها در دنیاست.

تخمین زده می شود هر فرد ایتالیایی سالانه ۲۷ کیلوگرم پاستا نوش جان می کنند و به این ترتیب رکورد آمریکایی ها را در این زمینه پشت سر گذاشته اند.

پاستا در ایتالیا از آرد سمولینا تهیه می شود و حجم بالایی از این آرد سالانه در ایتالیا مصرف می شود.



پاستا در کشورهای مختلف مصرف می شود و دستور غذایی های مختلف و متنوعی از این غذا وجود دارد. حتی هر کس می تواند با اضافه کردن مواد غذایی دلخواه، پاستای ویژه خود را آماده کند.

بیش از ۳۰۰ نوع پاستا در دنیا وجود دارد!

پاستا در شکل ها و اندازه های مختلفی تهیه می شود و حدود ۳۰۰ نوع پاستای خشک در ایتالیا تولید می شود.



پاستا پروانه ای، پنه، اسپاگتی، ماکارونی، فتوچینی، روتینی، بوکاتینی، ریگاتونی و صدها مدل و شکل دیگر از پاستا تهیه می شود و هر سلیقه ای را راضی می کند.

پاستا دیگر تنها یک غذا برای سیر شدن نیست، بلکه یک هنر است که با ترکیب شکل ها و رنگ های مختلف توانسته به یک شاهکار خوشمزه تبدیل شود.

تهیه پاستا در ایتالیا قوانین و شرایط خاصی دارد و مثلا در تهیه پاستای خشک تنها باید از آرد سمولینا و آب استفاده شود.

همچنین پاستاها پس از شکل داده شدن باید در دمای خاصی قرار داده شوند تا خشک شوند



دما و زمان خشک شدن پاستا در طعم و کیفیت آن تاثیر زیادی دارد. اما امروزه برای تولید انبوه پاستا دما را بیشتر می کنند تا مدت زمان خشک شدن کوتاه تر شود.

بنابراین شاید پاستاهای صنعتی آن طعم و کیفیت پاستاهای خانگی و قدیمی ایتالیایی را نداشته باشد. در روش سنتی، پاستا با سرعت بسیار کمتری خشک می شود و حتی ممکن است ۵۰ ساعت طول بکشد تا پاستاها کاملاً خشک شوند.

خود ایتالیایی ها معتقدند این روش باعث خوشمزه تر شدن پاستا می شود و هنوز هم مادر بزرگ های ایتالیایی خودشان آستین بالا می زنند و خمیر پاستا درست می کنند.



انواع ماکارونی، پاستا



ماکارونی و پاستا در فرم های مختلف تهیه می شوند و با توجه به سسی که همراه پاستا تهیه می شود اسامی متفاوتی دارند. در ایران معمولاً از پاستا رشته ای استفاده می شود که همراه با سس گوشت چرخ شده و رب گوجه فرنگی تهیه می شود و غذای مورد علاقه همه به خصوص بچه ها است .

ماکارونی و اسپاگتی و پاستا هر سه از آرد سمولینا تهیه می شوند.

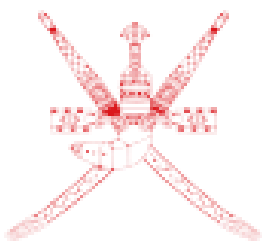
برای تهیه اسپاگتی خمیر را به شکل رشته های دراز در می آورند که میتواند به شکل لوله های تو پر و در قطرهای مختلف باشد .

ولی برای تهیه ماکارونی ، رشته های خمیر دراز و توخالی هستند که در قطر های مختلف و اندازه های بلند و کوتاه تهیه می شوند .



پاستا از نظر ظاهری تنوع بیشتری دارد مثل پاستا فوسیلی یا پیچی ، فتو چینی یا تالیاتلی ، گوش ماهی یا صدفی یا شل ، جامبوشلز یا صدفی بزرگ ، پنه ، خاویاری یا برنجی ، فارفاله یا پروانه ای ، لوله ای پیچی یا ماکارونی ، لازانیا یا پاستا ورقه ای ، کانلونی یا استوانه ای ، ریگاتونی یا استوانه ای شیاردار ، پاستا سوپی یا ورمیشل .

درباره کشور عمان



پرچم عمان

نشان ملی عمان

نقشه کشور عمان

عمان با نام رسمی سلطان نشین عمان (به عربی: سلطنه عمان) کشوری پادشاهی در

شرق شبه جزیره عربستان است. پایتخت این کشور شهر مسقط است. عمان از

شرق به دریای غرب و از شمال به دریای عمان منتهی می شود. از جنوب با یمن و

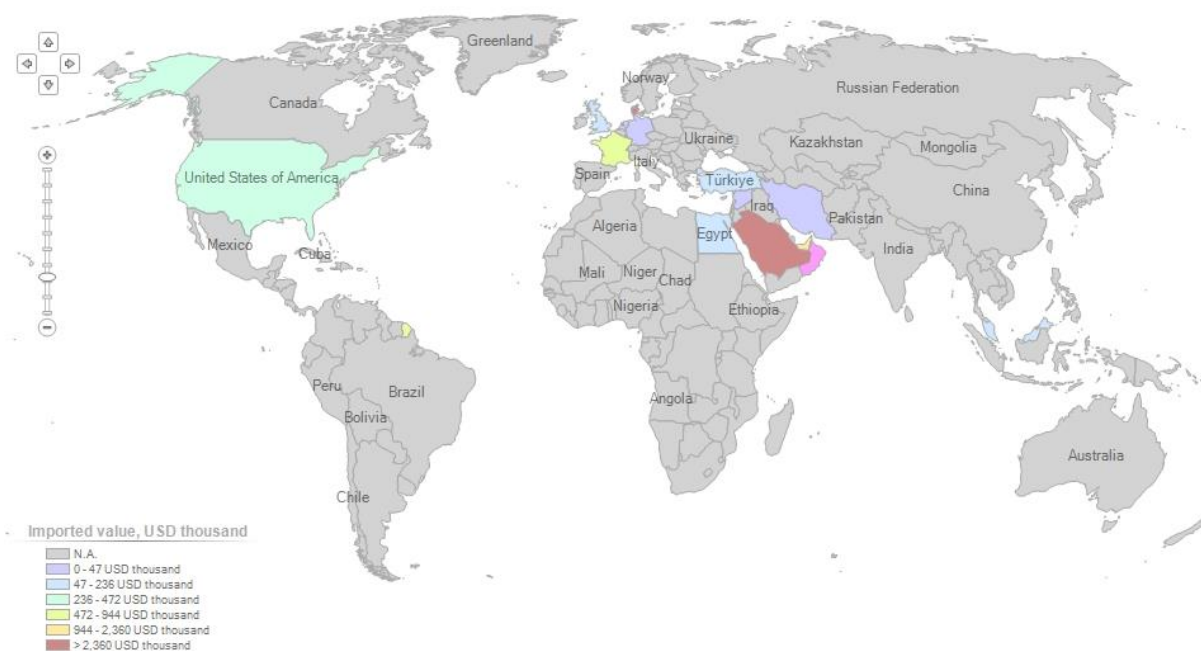
از غرب با عربستان سعودی و امارات متحده عربی مرز زمینی و با ایران مرز دریایی

دارد. زبان رسمی این کشور عربی و دین آن اسلام (ابا ضمیر) می باشد.

نوع حکومت این کشور، سلطنت مطلقه و در حال حاضر هیثم بن طارق آل سعید ،
سلطان این کشور در سال ۱۶۵۱ بنیان گذاری شده است.

List of supplying markets for a product imported by Oman in 2021

Product : 040620 Grated or powdered cheese, of all kinds



مساحت کل این کشور 309,500 کیلومتر مربع بوده و جمعیت آن در آخرین
سرشماری 5,106,626 نفر بوده دارای تراکم ۱۶ نفر برکیلومتر مربع است .
این کشور دارای دو برون بوم است. بخش کوچکی از عمان در قسمت جنوبی تنگه
هرمز قرار دارد که مسندم نام دارد. این بخش از سرزمین اصلی جدا افتاده است.
برون بوم دیگر مدحا نام دارد که توسط امارات متحده عربی احاطه شده است.

از سده ۱۷ میلادی عمان دارای پادشاهی خودکفا بوده است.

در سده ۱۹ میلادی این کشور در اوج قدرت خود بوده است. با کاهش قدرت در سده بیستم میلادی این کشور تحت تأثیر و نفوذ گسترده پادشاهی بریتانیای کبیر قرار گرفت اما هیچگاه به شکل رسمی بخشی از آن نگردید. عمان پیوند گسترده نظامی و سیاسی با ایالات متحده آمریکا و پادشاهی بریتانیای بزرگ دارد ولی سیاست خارجی آزادانه‌ای درپیش می‌گیرد. فرمانروایی این کشور پادشاهی بی چون و چراست اما پارلمان نیز نقش قانون‌گذاری و بازرسی اندکی دارد.



عمان نقش میانجیگری را در بین کشورهای خاورمیانه دارد.

همانند سایر کشورهای عربی خلیج فارس منبع اصلی درآمد کشور، نفت است.

هر چند نسبت به همسایگان، این کشور تولیدکننده متوسطی است. کشاورزی و ماهیگیری نیز دو منبع مهم درآمد در عمان هستند. منبع جایگزین دیگر گردشگری است. عمان یکی از قدیمیترین مکانهای بشر ساکن در جهان است و مردمان عمان حداقل ۱۰۶/۰۰۰ سال زندگی می کردهاند.

عمان قدیمیترین دولت مستقل در بین کشورهای عربی را نیز دارا است.

سرزمین فعلی عمان در طول تاریخ به نامهای مختلفی نامیده شده است. در بعضی متون اومانا و اومان نیز نامیده شده است. عمان واژه ای غیر عربی است. اما بارزترین نامهای قدیم آن مگان و تغییر یافته آن مجان بوده است.

مجان در زمانهای قدیم نام ایالتی در جنوب ایران بوده که بعدها به آن مکران نیز گفته اند. همین نام را به منطقه عمان فعلی نیز به کار می برند که ارتباط زیادی با صنعت کشتی سازی و معادن مس داشته است.

۱. تحلیل سلايق مصرف کننده و ویژگی های محصولات مورد مورد علاقه در

حوزه صنعت مربوطه

پنیر پیتزای موزد مصرف در بازار عمان تقریبا بطور کامل از دونوع ورقه ای (چدارو گودا) و پنیرپیتزای پروسس که تقریبا تولید کلیه کارخانجات پنیرپیتزا در ایران از این نوع می باشد ، کاملا متفاوت است .به نحوی که در مراجعه به بیش از یکصد مورد کانال توزیع و محل عرضه حتی یک مورد از محصول پروسس رویت نگردید و با توجه به آشنایی بازار و ارائه پنیر پروسس ، بیانگر این مطلب است :

سلیقه مصرف کننده تمایلی به مصرف این نوع پنیر نداشته و درصورت تمایل ورود به بازار هدف ، الزام به تغییر فرمولاسیون می باشد . چون علاوه بر ذائقه شرایط نگهداری پنیر موزارلا در دمای یخچالی $^{\circ}\text{C}$ (۵-۸) می باشد اما پنیر پروسس می بایست در دمای فریزری یعنی $^{\circ}\text{C}$ (۲۳-۱۸-) نگهداری گردد.

بررسی رقبا

شرکت های دارای سهم بازار

violife-

kraft-

-الصابی

-المراعی

pride-

-کاریفور

-البقرات الشلات



بررسی و شناسایی و معرفی شبکه های توزیع عمده و خرده فروشی

شبکه توزیع کالا در کشور عمان (در حوزه صنایع غذایی) در سه قالب ذیل خلاصه می گردد.

فروشگاهی زنجیره ای سراسری

این فروشگاه ها که عمدتاً بصورت فرانچایز از شرکت های بزرگ بین المللی می باشند ، عمدتاً در مراکز خرید (مال ها) و یا مراکز تفریحی مستقر می باشد . از فضای بسیار گسترده برخوردار بوده و عموماً تمامی نیاز خانوار از لوازم منزل گرفته تا میوه جات ، محصولات پروتئنی (گوشت، مرغ، ماهی) پخت نان و موارد این چنین





را شامل می گردد. از تنوع بسیار گسترده برخوردار بوده و فرایند ورود به آنها فرایند پیچیده ای می باشد .

از آنجاییکه این فروشگاه ها عمدتاً مبلغ سنگینی را به عنوان هزینه ورودی به ازای هر SKU کالا دریافت می کنند . ورود کالاهای شرکتی SME به این فروشگاه ها دشوار بوده و گاهی با توجه به این که در کنار محصولات رقبای بین المللی قرار می گیرد . امکان خروج قابل توجیه (نسبت به هزینه ورودی) را ندارد . علاوه بر آنکه این فروشگاه ها ارقام دیگری را نیز بابت هزینه های بازاریابی کسری کالا ، قفسه چینی و غیره مطالعه می کنند.

نکته قابل ذکر دیگر در خصوص این فروشگاه ها نحوه بازپرداخت آنهاست که عمدتاً فروشی بوده و در صورت عدم فروش طی مفاد قرارداد کالا مرجوع خواهد گردید. از سوی دیگر با توجه به شرایط اقتصادی و نوسانات قیمت در ایران تغییر قیمت محصولات در این فروشگاه ها فرایند بسیار پیچیده و زمانبندی را شامل می گردد. در مجموع حضور در این کانال توزیع برای شرکتهای SME توصیه نمی گردد.

عمده فروشگاه های زنجیره ای سراسری در عمان شامل

LULU

CARFOR

NESTO

I K I A



هایپر مارکتهای محلی

این فروشگاه ها عمدتاً در مساحتی بین ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ مترمربع در دوطبقه احداث میگردد. مالکیت شخصی داشته و سعی آن دارند نیازهای روزانه مردم را تامین نمایند.

مسئولیت خرید کالا با مالک فروشگاه و یا نماینده وی بوده و از تشریفات فروشگاه های زنجیره ای سراسری خبری نیست . جالب اینکه عمده این فروشگاه ها در اختیار مالکان ایرانی الاصل بوده و حرف اول را در رقابت ورود به این فروشگاه ها قیمت می زند. این فروشگاه ها محصولات را با سودی حداقلی در اختیار مشتری قرار میدهند و همین امر سبب گردید استقبال مردم علی الخصوص طبقه متوسط جامعه به سوی این فروشگاه ها می باشد .

مشکل ورود به این فروشگاه ها نحوه ارسال بار به آنهاست که می بایست یا شرکت پخش داشته و یا با یک شرکت پخش قرار داشته باشید چون این فروشگاه ها به علت کمبود فضا و تنوع محصولات سفارش یکجا دهند ولی در صورت قرار گرفتن کالای شما در سبد کالای شما در سبد یکی از شرکت های پخش تامین کننده (مینی فروشگاه) شما به بازار هدف اصلی خود دست یافته اید.

فروشگاه های بقاله

این فروشگاه ها با ابعادی بسیار کوچک در حد ۱۰ تا ۱۵ مربع ولی بصورت گسترده در تمامی سطح کشور پراکنده اند. اغلب کالاهای FMCG را عرضه نموده را از تنوع کالای بسیار محدودی برخوردار می باشند و عمدتاً کالاهایی را که بصورت تک قلم مورد نیاز خانوار است تامین می کند. مالک اکثر این فروشگاه ها فنیپالی یا بنگلادش و یا سایر مهاجرین با کفالت یک نفر عمانی می باشند و با توجه به فروش بسیار پایین محلی ، توجهی را به خود اختصاص نمی دهد.

تنها نکته قابل اشاره در خصوص این فروشگاه ها در صورت وجود پخش گرم تسویه نقدی آنهاست.



SWOT نحوه حضور محصولات در بازار هدف

نقاط ضعف

- ✓ ظرفیت تولید پایین
- ✓ عدم توانایی در استفاده از ماشین الات به روز
- ✓ عدم فعالیت کافی در حوزه برندینگ
- ✓ کامل نبودن سبد کالا در تنوع محصول
- ✓ عدم ثبات قیمت تمام شده
- ✓ هزینه محل گزاف

نقاط قوت

- ✓ بهره گیری از انرژی ارزان
- ✓ بهره گیری از نیروی کار ارزان
- ✓ دسترسی به مواد اولیه با کیفیت
- ✓ توانایی بهره مندی از بسته بندی با کیفیت
- ✓ دارا بودن فرمولاسیون های مختلف
- ✓ قدرت انعطاف در تغییر فرمولاسیون
- ✓ دارا بودن واحد RBD
- ✓ شناخت کامل از سلیق و ذائقه های مصرف کنندگان در بازار هدف

فرصت

- ✓ ورود به بازار یمن و نیز شمال آفریقا از طریق عمان
- ✓ حذف رقیب قدرتمند به نام ترکیه به واسطه کوتاه تر بودن مساحت به بازار هدف

تهدید

- ✓ هزینه حمل بالا
- ✓ احتمال فسادپذیری محصول باتوجه به گرمای بالای هوا
- ✓ هزینه های توزیع بالا باتوجه به پراکندگی شهری
- ✓ نوسان دائمی قیمت ارز و عدم ثبات قیمت

بررسی. برنامه های تبلیغاتی موجود و مورد استفاده

در کشور عمان تبلیغات تلویزیونی و محیطی از میزان اهمیتی مانند سایر کشورهای حوزه خلیج فارس برخوردار نیست. عمده تبلیغات برای مخاطبین از طریق صفحات اینستاگرام و اسنپ چت صورت می پذیرد و بیشترین تاثیر را تبلیغات پیشبرد فروش اعم از جشنواره ها ، تخفیفات و پروموشن ها دارا می باشد . در کل فرهنگ مردم کشور عمان فرهنگ تجملاتی نیست و عمده تبلیغات انجام گرفته از نوع اطلاع رسانی و معرفی کننده می باشد.



بررسی حضور در نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا

یکی از سرگرمیها و تفریحات در عمان برگزاری جشنواره ها و به اصطلاح (مهرجان) هاست که عمدتاً همراه با برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم کالاهای مرتبط است . حضور در این نمایشگاه ها در صورت داشتن زیر ساخت از جمله انبار ، نفر فروشنده و موارد مشابه به شدت توجیه می گردد . چراکه سبب معرفی محصول به مصرف کننده نهایی می گردد که می تواند بازخوردهای واقعی را به شرکت منتقل نماید از سوی دیگر همواره علاوه بر نمایشگاه های تخصصی حضور در این نمایشگاه ها سبب ایجاد در روابط تجاری در صورت فراهم بودن شرایط و درنهایت موجب جذب نماینده می گردد. با توجه به پراکندگی جمعیت در حال حاضر بهترین گزینه همکاری با یک شرکت پخش سراسری قوی می باشد. از سوی دیگر فروش بصورت EX با توجه به عدم دریافت آگهی از اطلاعات بازار موجب شکست محصول در بازار گردیده است .



استراتژی قیمت گذاری

✓ به واسطه قیمت تمام شده کمتر رقبا در بازار استراتژی قیمت گذاری کاهشی

راه به جایی نخواهد برد و تنها راه بهره مندی از استراتژی Nick Marker می باشد .

✓ تدوین برنامه عملیاتی برای اجرا نمودن استراتژی های تدوین شده با عنایت

به تمامی موارد ذکر شده حضور و رقابت محصول مورد بررسی در بازار عمان

تنها از طریق استراتژی Nick Marker مقدور می باشد بدین نحو در مورد

کالاهای مصرفی عادی وارد رقابت نشده و تمرکز محصولاتی چون رشته

آشیانه ای ، درصد اصلی محصولات رقبا نیست قرارداد تا با فاصله گرفتن از

رقابت قیمتی در حوزه تخصصی و رقابت کیفیت میتوان اقدام خاصی را لحاظ

نمود .

نتیجه گیری

با توجه به تمامی بررسی های صورت گرفته در مجموع بازار جذابی برای محصول مورد بررسی متصور نمی باشد و باتوجه به هزینه های توزیع و میزان جمعیت و پراکندگی بافت جمعیت برای حضور در این بازار ، تاکید خاصی وجود ندارد .

البته چنانچه بررسی کاملتری در خصوص بازار صادرات مجدد صورت پذیر و می تواند توجیه مناسب تری در این خصوص صورت پذیرد .

منابع

1. [Maccheroni47473hb, History of Maccheroni](#) [بایگانی‌شده](#) در ۲ ژوئن ۲۰۱۹ توسط [Wayback Machine](#) (it)
2. ["Maccherone, Maccarone". Vocabolario Etimologico della](#) [Lingua Italiana di Ottorino Pianigiani](#) (به ایتالیایی [cite](#)). [web](#): Unknown parameter `|accessmonthday=` ignored ([help](#))
3. [↑ مشارکت‌کنندگان ویکی‌پدیا. «マカロニ». در *دانشنامهٔ ویکی‌پدیای ژاپنی*، بازبینی‌شده در ۱۳ مارس ۲۰۱۴.](#)
4. [«\[↑ دربارهٔ ما\]\(#\). «ماکارونی سمیرا». دریافت‌شده در ۰۳-۰۷-۲۰۲۱.](#)
5. [«\[↑ روند استانداردسازی ماکارونی در ایران\]\(#\). \(PDF\) «واحد تحقیق و توسعهٔ گروه صنعتی زر. بایگانی‌شده از \[اصلی\]\(#\)» \(PDF\) در ۱۳ مارس ۲۰۱۴. دریافت‌شده در ۲۱ اسفند ۱۳۹۲.](#)
6. واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب پارسی، دفتر نخست تا چهارم
7. [↑ پرسش به بالا به: ۲, ۱, ۲, «۱۰ نکته جالب و اشتهاآور دربارهٔ اسپاگتی». BBC Farsi. ۲۰۱۹-۰۵-۰۳. دریافت‌شده در ۲۰۱۹-۰۵-۰۳.](#)
8. <https://www.tabnak.ir/fa/news/454705/> دریای-مکران-یا-دریای-عمان
9. <https://basirat.ir/fa/news/254731/> [↑](#) چرا-دریای-مکران-نه-عمانعلی-اسماعیلی
۱۰. Archived from the "Oman Population". [worldometers.info](#). (به انگلیسی). original on 10 June 2020.
۱۱. [↑](#) "Human Development Report 2019". United Nations Development Programme. 10 December 2019. Archived from the original (PDF) on 23 May 2020. Retrieved 10 December 2019.

۱۲. ↑ پرش به بالا به: ۳/۰ ۳/۱ عمان فی عام ۱۹۸۶ (عام الحصاد والتراث) إصدار وزارة الإعلام، دارالعرب للطباعة والنشر والتوزيع، ۱۹۸۶ میلادی.

۱۳. ↑ پرش به بالا به: ۴/۰ ۴/۱ ۴/۲ ۴/۳ سلطنة عمان. مسقط: وزارة الاعلام، ۱۹۹۲ میلادی ۱۹۸۸.

۱۴. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان

۱۵. ↑ پرش به بالا به: ۶/۰ ۶/۱ ۶/۲ <http://old.ido.ir/a.aspx?a=1391072401>

۱۶. ↑ العوتبی، سلمة، بن مسلم، الصحاری، «(الأنساب)»، چاپ چهارم، سال انتشار ۱۹۹۴ میلادی.

۱۷. ↑ پرش به بالا به: ۸/۰ ۸/۱ ۸/۲ ۸/۳ ۸/۴ ۸/۵: القاسمی، سلطان، بن محمد، «(تقسیم الإمبراطورية العُمانية)»، چاپ دوم، مطابع البیان التجارية دبی: سال انتشار ۱۹۸۹ میلادی.

۱۸. ↑ پرش به بالا به: ۹/۰ ۹/۱ https://hii.alzahra.ac.ir/article_671.html

۱۹. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان

۲۰. ↑ <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?FID=5531391h0186>

۲۱. ↑ حاکمیت تاریخی ایران بر جزایر تنب و بوموسی، ص ۷

۲۲. ↑ <https://www.tabnak.ir/fa/news/454705> دریای-مکران-یا-دریای-عمان

۲۳. ↑ <https://basirat.ir/fa/news/254731> چرا-دریای-مکران-نه-عمانعلی-اسماعیلی

۲۴. ↑ پرش به بالا به: ۴۰۰ ۴۰۱ ۴۰۲ ۴۰۳ سلطنة عمان. مسقط: وزارة الاعلام، ۱۹۹۲ میلادی ۱۹۸۸.

۲۵. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان

۲۶. ↑ پرش به بالا به: ۶۰۰ ۶۰۱ ۶۰۲ <http://old.ido.ir/a.aspx?a=1391072401>

۲۷. ↑ العوتبی، سلمة، بن مسلم، الصحاری، «(الأنساب)»، چاپ چهارم، سال انتشار ۱۹۹۴ میلادی.
۲۸. ↑ پرش به بالا به: ۸۰۱ ۸۰۲ ۸۰۳ ۸۰۴ ۸۰۵: القاسمی، سلطان، بن محمد، «(تقسیم الإمبراطوریة العُمانیة)»، چاپ دوم، مطابع البیان التجارية دبی: سال انتشار ۱۹۸۹ میلادی.
۲۹. ↑ پرش به بالا به: ۹۰۰ ۹۰۱ https://hii.alzahra.ac.ir/article_671.html
۳۰. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان
۳۱. ↑ <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?FID=5531391h0186>
۳۲. ↑ حاکمیت تاریخی ایران بر جزایر تنب و بوموسی، ص ۷

آبان ۱۴۰۲