



شرکت نگین صبای مهرگان

ارزیابی آمادگی صادراتی شرکت فرنان پخت

دوماه ۱۴۰۱



فهرست مطالب

۲.....	مقدمه
۵.....	معرفی پیتزا.....
۶.....	تولید.....
۷.....	جدول غذایی پنیرپیتزا.....
۸.....	مزایای پنیر پیتزا.....
۹.....	معایب پنیرپیتزا.....
۱۰.....	مراحل تولید پنیرپیتزا به روش صنعتی به روش کشت آغازگر.....
۱۱.....	ویژگی های پنیرپیتزا.....
۱۱.....	شرایط نگهداری.....
۱۲.....	مواد اولیه تولید پنیرپیتزا.....
۱۲.....	ماشین آلات موردنیاز خط تولید پنیرپیتزا.....
۱۳.....	انواع پنیرپیتزا.....
۱۴.....	معرفی شرکت فرنان پخت.....
۱۶.....	درباره کشور عمان.....
۱۹.....	شرایط صادرات به عمان.....
۲۱.....	روابط تجاری ایران و عمان.....
۲۲.....	گزارش تصویری بازدید کارشناسان شرکت نگین صبای مهرگان کویر.....
۲۹.....	تحلیل سلايق مصرف کننده در حوزه صنعت مربوطه.....
۳۰.....	بررسی رقبا.....
۳۱.....	بررسی و شناسایی و معرفی شبکه های توزیع عمده و خرده فروشی.....



- ۳۱.....فروشگاه های زنجیره ای سراسری
- ۳۳.....هایپر مارکتهای محلی
- ۳۵.....فروشگاه های بقاله
- ۳۶.....بررسی برنامه های تبلیغاتی موجود و مورد استفاده
- ۳۷.....بررسی حضور در نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا
- ۳۸.....تحلیل مسائل بازار در بازار در بازارهای هدف و استخراج استراتژی ها
- ۳۹.....تحلیل SWOT نحوه حضور محصولات در بازار هدف
- ۴۱.....استراتژی قیمت گذاری
- ۴۲.....استراتژی پیشنهادی ، در ورود به کانال توزیع
- ۴۲.....تدوین برنامه عملیاتی برای اجرا نمودن استراتژی های تدوین شده
- ۴۳.....نتیجه گیری
- ۴۴.....منابع



مقدمه

فرآورده‌های لبنی درایران به دلیل وجود مواد اولیه ارزان، قیمت مناسبی نسبت به کشورهای همسایه دارند، از این رو تولیدکنندگان و تجار فعال در این صنعت همواره در پی یافتن راهی برای صادرات این محصولات هستند.

وجود مواد اولیه با کیفیت و تجهیزات استاندارد تولید پنیر پیتزا سبب شده است که صادرات پنیر پیتزا یکی از شاخه‌های پرسود در بخش صادرات باشد. خوشبختانه سال‌های متمادی‌ست که صادرات پنیر پیتزا از کشورمان به کشورهای همسایه در جریان است، که اخیراً اشتیاق فعالان این صنعت به صادرات بیشتر شده است. یکی از دلایل این امر سود بالای صادرات نسبت به فروش در بازار داخلی است.

معرفی پنیر پیتزا



پنیرپیتزا به عنوان یکی از محبوب ترین افزودنی های غذایی در سراسر جهان شناخته می شود. شاید کمتر کشوری باشد که نام این ترکیب خوشمزه و لذیذ را نشناسد. فرقی ندارد شما یک خانه دار باشید یا یک رستوران دار ، پنیرپیتزا یا به انگلیسی (Pizza cheese) شامل چندین نوع پنیر و محصول لبنی است که برای استفاده در تهیه پیتزا تولید می شود.

پنیر پیتزا شامل پنیر اصلاح و فراوری شده می باشد . پنیرپیتزا که تولید می شود، پس از تولید منجمد و به همان صورت نیز حمل و نقل می شود.

کشور خاستگاه پنیرپیتزا کشور در آمریکا و شهر وریس می باشد و نوع موزیلا در جنوب ایتالیا می باشد.

پنیرپیتزا به منظور داشتن کیفیت بهینه در قهوه ای شدن، آب شدن، کشش و محتوای چربی و رطوبت فراوری می شود.



تولید

در تولید پنیر پیتزا استارتر های آب پنیر به شیر حاوی باکتری های ترموفیل اضافه می شود و سپس به شیر اجازه می دهند تا دوران رسیدن را طی کند. سپس مایه پنیر رنت جهت ایجاد لخته به شیر اضافه می شود.

بعد از تشکیل لخته ، لخته بزرگتر بریده شده تا به قطعات کوچکتر تقسیم شود. پس از مدتی لخته ها را هم میزنند تا قسمت مایع از آن جدا گردد . بعد لخته ها را از آب جدا کرده و پرس می کنند و آب شان را گرفته و سفت می کنند . این کار باعث می شود بافت پنیر کی کش دار و لاستیک مانند شود .

سپس با حرارت دادن این حالت کش آمدن بیشتر نمایان می شود، در مرحله بعدی به لخته ایجاد شده فرصت می دهند تا PH را به محدوده 2.5-5.5 برسانند . در این محدوده PH ، پنیر قابلیت کشش بهتری پیدا می کند . برای ایجاد بافت مناسب و کشش پذیری ، پنیر را به حالت خمیر درآورده و می کشند تا بافت مناسب ایجاد شود.

البته اینکه یک پنیر پیتزا خوب کش بیاید یا نه ، ارتباط مستقلى به روش تولید درست و مدت و مدت زمان پخت لخته ها دارد .

اگر توانایی کارخانه تولید کننده بالا باشد و روش تولید را به خوبی انجام دهد ، کیفیت پنیر بالا می رود.



جدول غذایی پنیرپیتزا

در یک برش ۱۰۰ گرمی پنیرپیتزا ترکیبات زیر تخمین زده شده است .

300Kcal	انرژی
2.2 gr	کربوهیدرات
1g	قند ساده
1g	فیبر رژیمی
22gr	چربی
22gr	پروتئین
500mgr	کلسیم
350mgr	فسفر
80mg	پتاسیم
630mgr	سدیم
5mgr	ریبوفلاوین
4mgr	تیامین
4.3mg	نیاسین
96migr	فولات
25migr	سلینوم

همچنین پنیرپیتزا حاوی ترکیبات دیگری مانند ویتامین های K,E,A,B12,B6 ،
منیزیم ، مس و روی می باشد

مزایای پنیر پیتزا



۱. منبع کالری

۲. سرشار از کلسیم

۳. کمک به رشد کودکان

۴. منبع ویتامین E

۵. منبع عالی پروتئین

۶. غنی از فیبر

۷. منبع سدیم

۸. سرشار از سلنیوم

۹. منبع فسفر



معایب پنیر پیتزا



پنیر پیتزا حاوی میزان زیادی چربی است که وابسته به نوع تولید پنیر این چربی می تواند گیاهی یا لبنی باشد. میانگین میزان چربی در انواع پنیر پیتزا ۲۳٪ است، که متأسفانه در برخی از این پنیرها نوع این چربی، چربی اشباع شده است.

ماده مضر دیگر موجود در پنیر پیتزا، سدیم (نمک) است. پنیر پیتزا هم مانند سایر انواع پنیر حاوی ۱٪ نمک است. وجود چربی و نمک در پنیر پیتزا می تواند سبب افزایش وزن، فشار خون و گرفتگی عروق شود.



مراحل تولید پنیرپیتزا به روش صنعتی به روش کشت آغازگر

• عملیات حرارتی شیر (پاستوریزاسیون)	مرحله اول
• کشت شیر با مایه پنیر و استارتر	مرحله دوم
• جداسازی دلمه	مرحله سوم
• غوطه وری در آب نمک سرد	مرحله چهارم
• پخت و کشش	مرحله پنجم
• افزودن نمکهای امولسیون کننده	مرحله ششم
• رسیدگی پنیرپیتزا	مرحله هفتم
• انجماد	مرحله هشتم
• رنده	مرحله نهم
• رسیدگی بسته بندی	مرحله دهم



ویژگی های پنیرپیتزا

قابلیت رنده شدن

- به این معنا که پنیرپیتزا با رطوبت کم باید به آسانی رنده شود و تکه های آن بعد از رنده شدن به هم نچسبد

قابلیت ذوب شدن

- پنیرپیتزا باید به خوبی ذوب شده و یکنواخت بدون اینکه قطعات پنیرپیتزا به طور مجزا مشخص باشد را تشکیل دهد.

قابلیت کش آمدن

- پنیر می بایست بعد از ذوب شدن به خوبی و بدون پارگی ، کش بیاید.

شرایط نگهداری:

شرایط نگهداری پنیرپیتزا در فریزر و در درجه حرارت (18-) و حداکثر ۶ ماه خواهد بود.

پنیر به دلیل رطوبت بالا ممکن است بوی یخچال را به خود بگیرد، بنابراین آن را باید در بسته بندی خودش به خوبی پوشانید.



مواد اولیه تولید پنیرپیتزا :

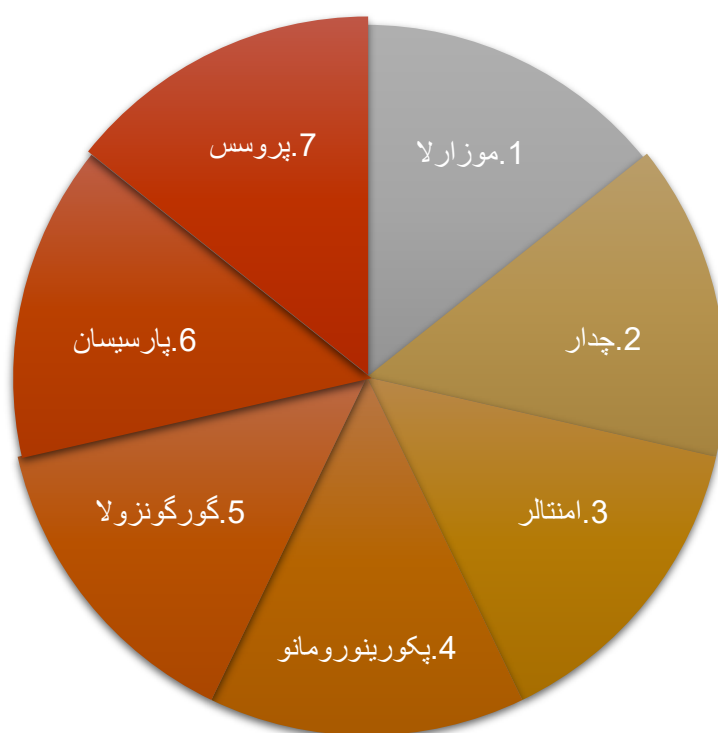


ماشین آلات مورد نیاز خط تولید پنیرپیتزا





انواع پنیر پیتزا





معرفی شرکت فرنان پخت



شرکت فرنان پخت در سال ۱۳۸۱ تاسیس گردیده و اکنون پس از گذشت ۲ دهه فعالیت پرافتخار در حال حاضر با یکصد و پنجاه نفر پرسنل و بهره گیری از توان علمی تیمهای تخصصی و علمی کارآمد در فضایی به مساحت ۹۰۰۰ متر مربع در شهرک صنعتی شکوهیه قم مشغول به فعالیت می باشد.



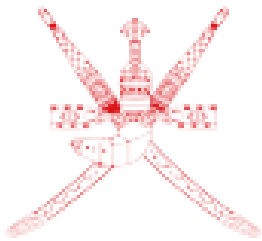
این شرکت با بهره گیری از آخرین تکنولوژی موجود، بیش از ۲۰ نوع محصول را در گروه کالایی آردی و لبنی با نام تجاری "فرنان" روانه بازارهای داخلی و بین المللی می نماید.



شرکت فرنان پخت با داشتن آزمایشهای مختلف فنی و بهداشتی و بهره مندی از نیروهای متخصص و مجرب موفق به اخذ کلیه استانداردها از جمله استاندارد ملی ایران ، استاندارد بین المللی ISO9001:2008 ، HACCP ، ISO22000 ، گواهینامه حلال ، گواهی R&D و مجوز آموزشگاه فنی حرفه ای می باشد . تیم فعال R&D شرکت همواره در پی ارتقا به سطح کیفی محصولات و ارائه محصولات جدید به بازار می باشد



4. درباره کشور عمان



نشان ملی عمان



پرچم عمان

نقشه کشور عمان

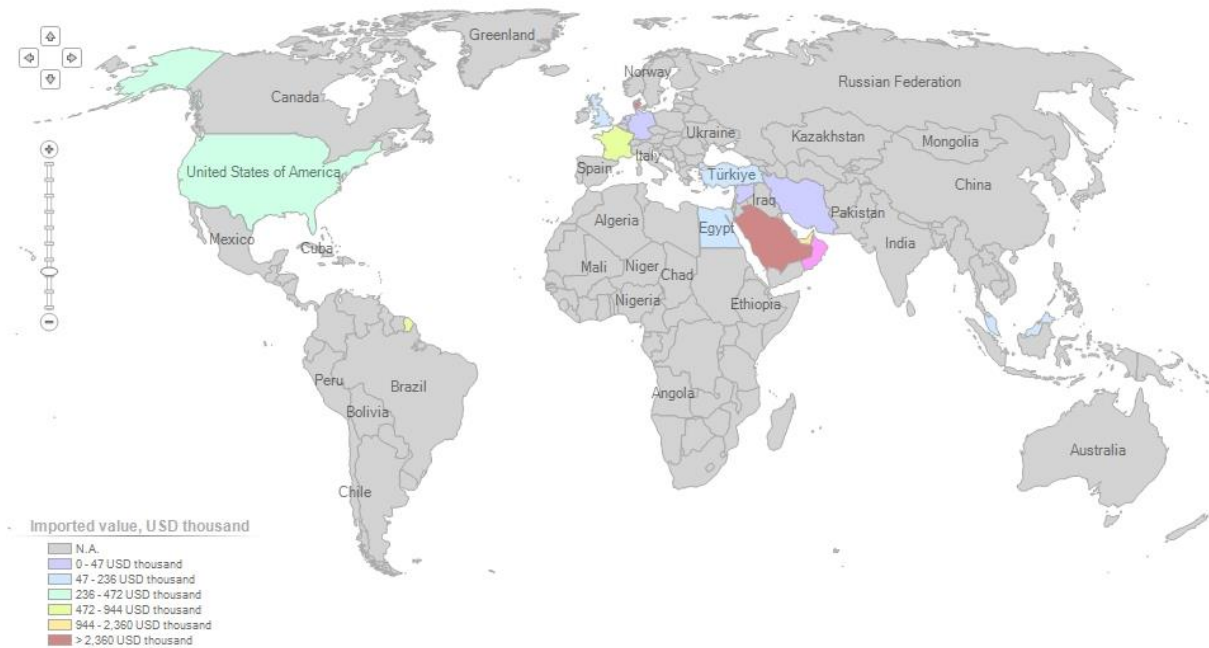
عمان با نام رسمی سلطان نشین عمان (به عربی: سلطنه عمان) کشوری پادشاهی در شرق شبه جزیره عربستان است. پایتخت این کشور شهر مسقط است. عمان از شرق به دریای غرب و از شمال به دریای عمان منتهی می شود. از جنوب با یمن و از غرب با عربستان سعودی و امارات متحده عربی مرز زمینی و با ایران مرز دریایی دارد. زبان رسمی 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 می‌کرده‌اند.

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

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

مجان در زمان‌های قدیم نام ایالتی در جنوب ایران بوده که بعدها به آن مکران نیز گفته‌اند. همین نام را به منطقه عمان فعلی نیز به کار می‌برند که ارتباط زیادی با صنعت کشتی‌سازی و معادن مس داشته‌است.



شرایط صادرات به عمان



عمان کشوری کوچک و عرب زبان واقع در جنوب شرقی ایران است. موقعیت استراتژیک جغرافیای این کشور در جوار تنگه هرمز، آن را به یکی از مناطق تجاری فعال در خاورمیانه تبدیل کرده است. عمان دارای مرز دریایی و خشکی توأم با هم است. دسترسی این کشور به آب های آزاد و روابط سیاسی و نظامی قوی با ایالات متحده، سودآوری بسیاری برای آن به ارمغان داشته است.

عمان از طریق مرزهای دریایی خلیج فارس، دریای عرب و دریای عمان و از طریق مرز خشکی یمن، عربستان و امارات با کشورها ارتباط برقرار می کند. اگر چه نسبت به اغلب کشورهای حوزه خلیج فارس دارای ذخایر نفتی محدودتری است، اما منبع اصلی درآمد سالیانه این کشور از صادرات نفت خام به سایر کشورهاست.



به لحاظ سیاسی، نظام حاکم بر این کشور پادشاهی است، اما تصمیمات پارلمان نیز بر روند اداره کشور تاثیرگذار است. همزمان با آغاز قرن بیستم میلادی، نفوذ و سلطه گری بریتانیای کبیر در کشورهای حوزه خلیج فارس، عمان را نیز تحت تاثیر قرار داد. با کوشش حاکمان وقت عمان و با پیشگیری سیاست های آزادانه، اقدامات بریتانیا ناتمام ماند.

امروزه؛ عمان بعنوان یکی از قدیمی ترین و پیشرفته ترین کشورهای شبه جزیره عربستان شناخته می شود که مقصد خوبی برای سرمایه گذاران خارجی و فعالان اقتصادی است. در ادامه؛ ضمن تشریح اوضاع اقتصادی عمان و شرکای تجاری آن، مراودات تجاری این کشور با ایران و صادرات کالا به عمان را بررسی کرده و در پایان نیز به شرح مشکلات و قوانین پیش روی تجار ایرانی خواهیم پرداخت.

روابط تجاری ایران و عمان

در واقع می توان گفت؛ در بین تمامی کشورهای حوزه خلیج فارس و مناطق عرب نشین، مراودات ایران و عمان چه به لحاظ سیاسی و چه اقتصادی از ثبات نسبی مطلوبی برخوردار بوده است. بر طبق آمارهای تجارت جهانی؛ میزان مراودات دو کشور ایران و عمان در طول چندین سال گذشته افزایش یافته است. بر این اساس؛ در سال ۲۰۱۷ میلادی، ارزش صادرات کالاهای غیرنفتی ایران به عمان حدود ۳۳۰ میلیون دلار بود که این میزان در سال ۲۰۱۸ با جهش قابل توجهی به حدود ۲ میلیارد دلار نیز نزدیک شد.

عمده صادرات کالا به عمان از طریق مرز دریایی و توسط کشتی های باربری صورت می گیرد. در حال حاضر نیز، بندر جاسک و دو شهر بوشهر و بندرعباس بهترین مسیر برای صادرات محصولات می باشند. بندر خصب در عمان نیز نزدیک ترین مقصد برای دریافت کالاهای ایرانیست.

با توجه به اقلیم گرم و خشک عمان، این کشور در بخش تولید مواد غذایی و محصولات کشاورزی با کمبودهایی روبه روست. علی رغم فرصت تجاری ایران در بحث صادرات میوه و محصولات کشاورزی، اما به دلایل مختلفی از جمله؛ استانداردهای پایین و بسته بندی نامطلوب، صادرات این دست محصولات نتوانسته است رضایت مشتریان خارجی را جلب کند. خوشبختانه؛ با اقدامات صورت گرفته در طی چندین سال گذشته این مسئله تا حدودی رفع شده است.





گزارش تصویری بازدید کارشناسان شرکت نگین صبای مهرگان کویر

در پی حضور میدانی کارشناسان شرکت ، در سه بخش بازار شامل مراکز عمده
فروشی ، فروشگاه های زنجیره ای و مراکز خرده فروشی نسبت به جمع آوری
اطلاعات در خصوص شرکت های ارائه دهنده محصول در بازار ، کیفیت محصولات و
قیمت رقبا ، بررسی کامل صورت پذیرفت که تصاویر زیر به عنوان گزیده ای از
محصولات ، شرکت ها و قیمت ها ارائه گردیده است .















با عنایت حضور تیم کارشناسی در بازار هدف و بررسی میدانی بازار و برگزاری نشست ها و جلسات متعدد با افراد و عوامل موثر در حوزه این صنعت موارد ذیل قابل اعتنا بوده و می بایست حتما قبل از ورود به بازار لحاظ گردد.

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.



2. بررسی رقبا

شرکت های دارای سهم بازار

violife-

kraft-

-الصابی

-المراعی

pride-

-کاریفور

-البقرات الشلات





۳. 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.

۳-۱. فروشگاههای 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



۲-۳ 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.



۳-۳ 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 هاف نیپالی 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.



۴. 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.





۵. بررسی حضور در نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا

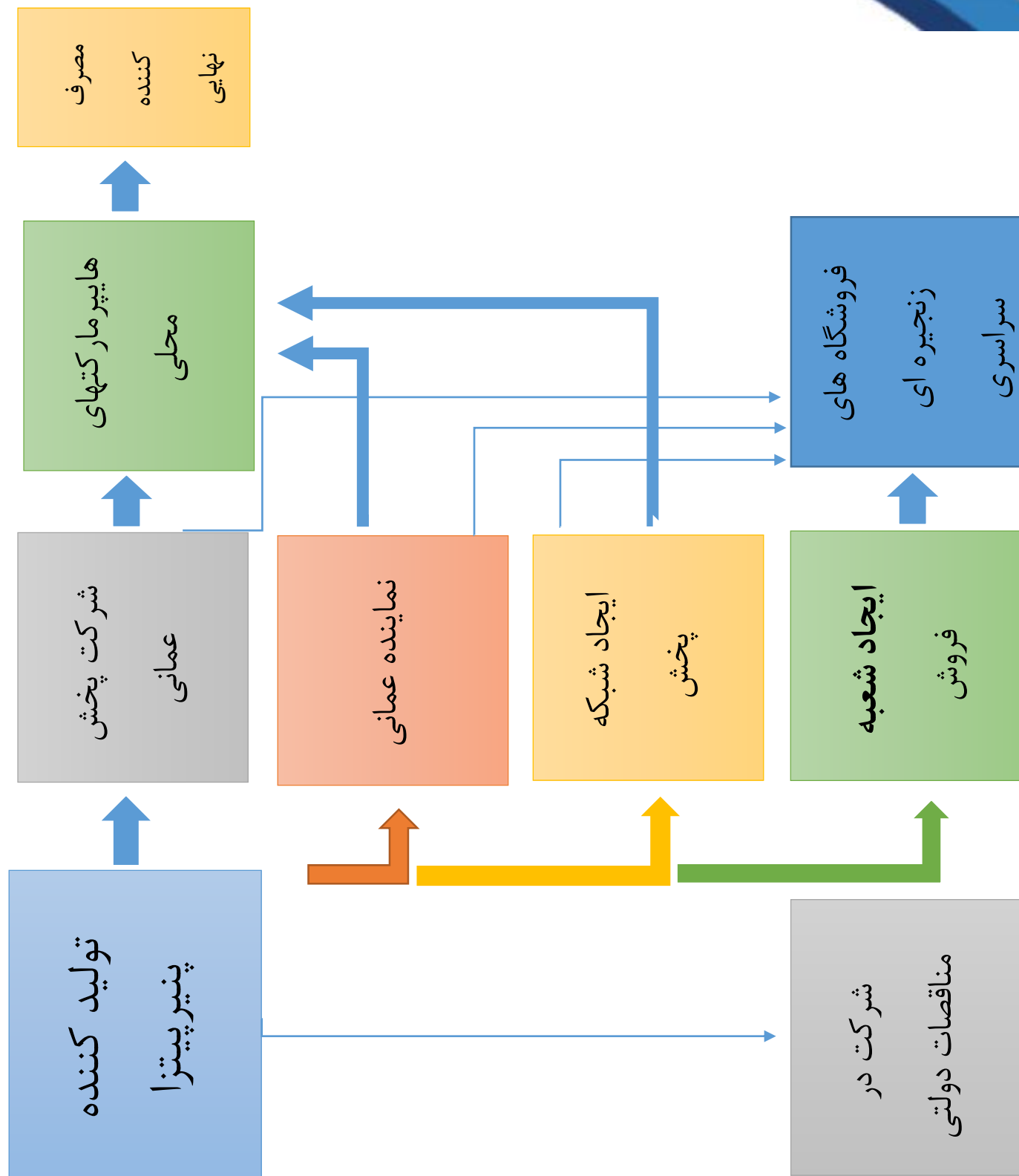
یکی از سرگرمیها و تفریحات در عمان برگزاری جشنواره ها و به اصطلاح (مهرجان) هاست که عمدتاً همراه با برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم کالاهای مرتبط است . حضور در این نمایشگاه ها در صورت داشتن زیر ساخت از جمله انبار ، نفر فروشنده و موارد مشابه به شدت توجیه می گردد . چراکه سبب معرفی محصول به مصرف کننده نهایی 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 .





تحليل مسائل بازار در بازارهای هدف و استخراج استراتژی ها و برنامه عمل فروش موثر





تحليل SWOT نحوه حضور محصولات در بازار هدف

نقاط ضعف

عدم فرمولاسيون توليد با محصول موردپذيرش تغيير مدام
در محاسبه بهاي تمام شده توليد روز نتيجه عدم ثبات
قيمت کامل نبودن سبد کالايي با محصولات مشابه

نقاط قوت

عدم فرمولاسيون توليد با محصول موردپذيرش تغيير مدام
در محاسبه بهاي تمام شده توليد روز نتيجه عدم ثبات
قيمت کامل نبودن سبد کالايي با محصولات مشابه



فرصت

عدم جذابیت بازار با توجه به میزان کم جمعیت برای
کشورهای با فاصله دور
ارزش پایه پولی بالا و قدرت خرید مردم
مصرف گرا بودن کشور هدف
عدم تولید محصول مشابه تاکنون در بازار هدف
اقبال مناسب به کالاهای ایرانی

تهدید

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



استراتژی قیمت گذاری



با توجه به ارزش پایه پولی کشور عمان قیمت گذاری از حساسیت بالایی برخوردار نیست ولی علاوه بر در نظر گرفتن حاشیه سود برای شرکت توزیع و فروشگاه ، ارائه طرحهای تشویقی و تخفیفی جهت تشویق و تخفیفی جهت تشویق مصرف کننده نهایی همواره می بایست مورد نظر باشد.

استراتژی ترویج کالا

یکی از بهترین استراتژی های مورد نظر ارائه محصول به عنوان پروموشن و نیز شخص معرفی کننده خصوصیات کالا در کنار قفسه عرضه محصولات و نیز قرار دادن جشنواره های مختلف ، تخفیفی در راستای ترویج کالا.



استراتژی پیشنهادی ، در ورود به کانال توزیع

بهترین استراتژی پیشنهادی ، روش (هیبرید) د بدینصورت که کالا بصورت امانی در اختیار کانال توزیع قرار گرفته و با درصد مشخص مورد توافق کالا توسط شرکت یا کانال توزیع فروش رفته و بعد از فروش با احتساب کسر درصد توافقی ، الباقی وجه به شرکت مسترد گردد.

البته اخذ تضامین لازم و درنظر گرفتن کلیه شرایط در مفاد قرارداد بدیهی است.

۶. تدوین برنامه عملیاتی برای اجرا نمودن استراتژی های تدوین شده

۱-۶ : تغییر در فرمولاسیون محصول

۲-۶ : شناسایی و انتخاب شرکت پخش

۳-۶ : ورود به بازار بصورت منطقه ای

۴-۶ : ایجاد برنامه های تبلیغی و بازاریابی در منطقه انتخابی

۵-۶: بررسی چرخه PDCA درخصوص استراتژی های اجرا شده



نتیجه گیری

باتوجه به توضیحات ارائه گردیده در صورت تغییر در فرمولاسیون با توجه به سایر مزایا رقابتی بازار عمان ، بازار مناسبی برای ارائه این محصول می باشد و لذا می بایست در خصوص نحوه انتخاب کانال توزیع دقت کامل را لحاظ داشته باشیم





منابع

۱. Trademap.org
۲. بانک اطلاعات مرکز تجارت جهانی ITC
۳. به انگلیسی "Oman Archived from the original on 10 June 2020. Population". worldometers.inf
۴. "Human Development Report 2019". United Nations Development Programme. 10 December 2019. Archived from the original (PDF) on 23 May 2020. Retrieved 10 December 2019.
۵. ↑ پرش به بالا به: ۳۰۱ ۳۰۲ عمان فی عام ۱۹۸۶ (عام الحصاد والتراث) إصدار وزارة الإعلام، دارالعرب للطباعة والنشر والتوزيع، ۱۹۸۶ میلادی.
۶. ↑ پرش به بالا به: ۴۰۱ ۴۰۲ ۴۰۳ سلطنة عمان. مسقط: وزارة الاعلام، ۱۹۹۲ میلادی ۱۹۸۸.
۷. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان
۸. ↑ پرش به بالا به: ۶۰۰ ۶۰۱ ۶۰۲ <http://old.ido.ir/a.aspx?a=1391072401>
۹. ↑ العوتبی، سلمة، بن مسلم، الصحاری، «(الأنساب)»، چاپ چهارم، سال انتشار ۱۹۹۴ میلادی.
۱۰. ↑ پرش به بالا به: ۸۰۰ ۸۰۱ ۸۰۲ ۸۰۳ ۸۰۴ ۸۰۵: القاسمی، سلطان، بن محمد، «(تقسیم الإمبراطورية العُمانية)»، چاپ دوم، مطابع البیان التجارية دبی: سال انتشار ۱۹۸۹ میلادی.
۱۱. ↑ پرش به بالا به: ۹۰۰ ۹۰۱ https://hii.alzahra.ac.ir/article_671.html
۱۲. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان
۱۳. ↑ <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?FID=5531391h0186>
۱۴. ↑ حاکمیت تاریخی ایران بر جزایر تنب و بوموسی، ص ۷



۱۵. <https://www.tabnak.ir/fa/news/454705/> ↑ دریای-مکران-یا-دریای-عمان
۱۶. <https://basirat.ir/fa/news/254731/> ↑ چرا-دریای-مکران-نه-عمانعلی-اسماعیلی
۱۷. "Oman Population". worldometers.info. Archived from the original on 10 June 2020. (به انگلیسی).
۱۸. "Human Development Report 2019". United Nations Development Programme. 10 December 2019. Archived from the original (PDF) on 23 May 2020. Retrieved 10 December 2019.
۱۹. ↑ پرش به بالا به: ۳/۰ ۳/۱ عمان فی عام ۱۹۸۶ (عام الحصاد والتراث) إصدار وزارة الإعلام، دارالعرب للطباعة والنشر والتوزيع، ۱۹۸۶ میلادی.
۲۰. ↑ پرش به بالا به: ۴/۰ ۴/۱ ۴/۲ ۴/۳ سلطنة عمان. مسقط: وزارة الاعلام، ۱۹۹۲ میلادی ۱۹۸۸.
۲۱. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان
۲۲. ↑ پرش به بالا به: ۶/۰ ۶/۱ ۶/۲ <http://old.ido.ir/a.aspx?a=1391072401>
۲۳. ↑ العوتبی، سلمة، بن مسلم، الصحاری، «(الأنساب)»، چاپ چهارم، سال انتشار ۱۹۹۴ میلادی.
۲۴. ↑ 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.
۲۵. ↑ پرش به بالا به: ۹/۰ ۹/۱ https://hii.alzahra.ac.ir/article_671.html
۲۶. ↑ اسناد نام خلیج فارس، میراثی کهن و جاودان
۲۷. <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?FID=5531391h0186> ↑
۲۸. ↑ حاکمیت تاریخی ایران بر جزایر تنب و بوموسی، ص ۷
۲۹. <https://www.tabnak.ir/fa/news/454705/> ↑ دریای-مکران-یا-دریای-عمان
۳۰. <https://basirat.ir/fa/news/254731/> ↑ چرا-دریای-مکران-نه-عمانعلی-اسماعیلی

آبان ۱۴۰۲