





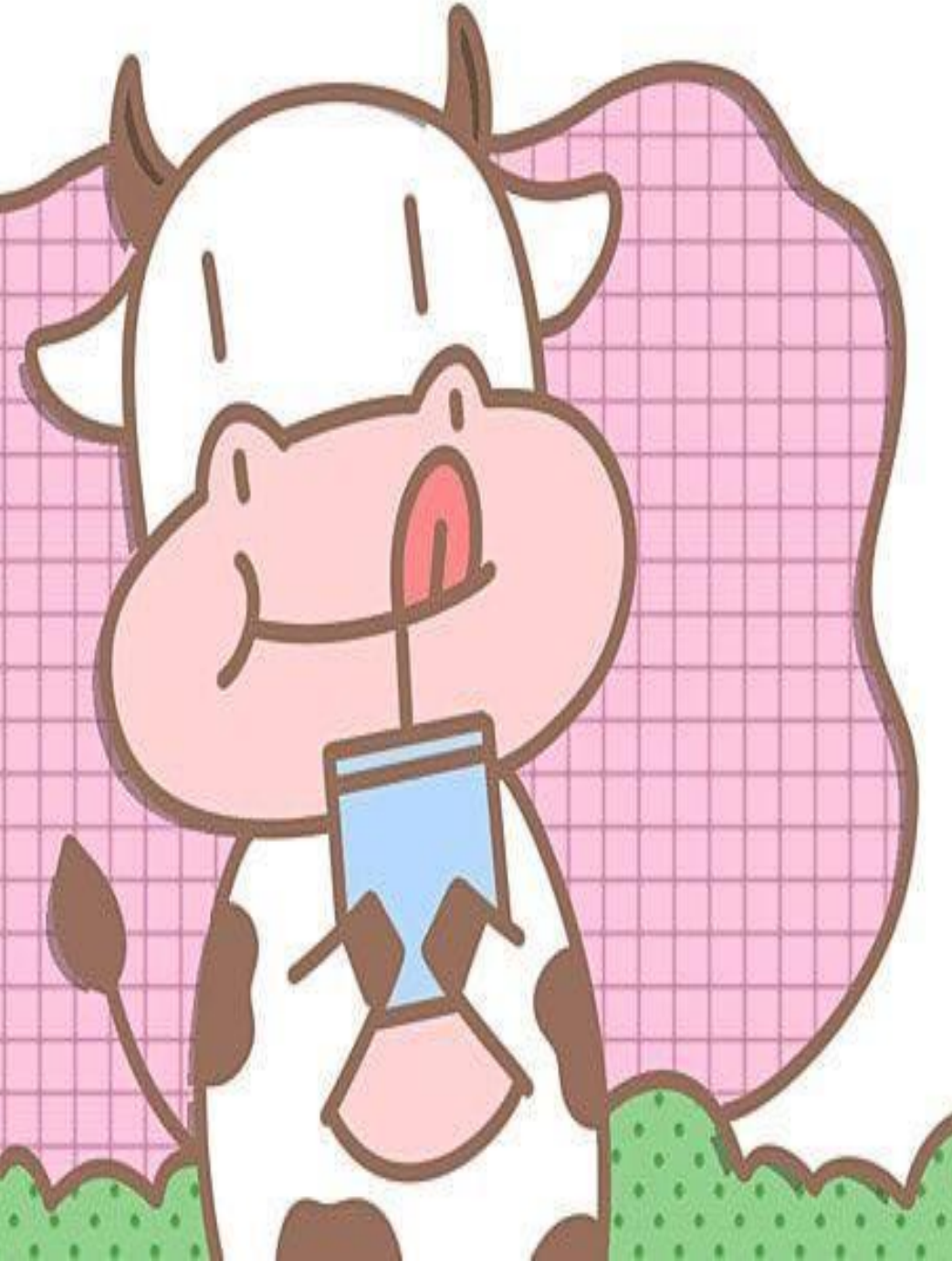
قايدى رزيقة  
بشيثي ملاك





شركة المراعي

Almarai





世界自然基金會  
WWF  
WWF





تعد شركة المراعي الرائدة في إنتاج وتوزيع الأغذية والمشروبات في الشرق الأوسط، وأكبر شركة البان متكاملة رأسيا على مستوى العالم , ومنذ تأسيس الشركة في عام 1977 ، أصبحت علامة "المراعي" التجارية اسما مرادفا للجودة بين المستهلكين في مختلف أنحاء المنطقة , فنحن نعيش ونعمل كل يوم بشعار : " جودة تستحق الثقة "







المزيج  
التسويقي  
لشركة  
المراعي

## المنتج :

هو عبارة عن عبوات من الحليب بأحجام مختلفة وأشكال مختلفة قد تكون بشكل علبة كرتونية وتكون أيضا بشكل عبوة زجاجية يوجد فيها الحليب ومن أهم خصائص المنتج أنه من المنتجات الطبيعية "فيتال"

## تصنيف المنتجات :

ألبان سائلة

العصائر

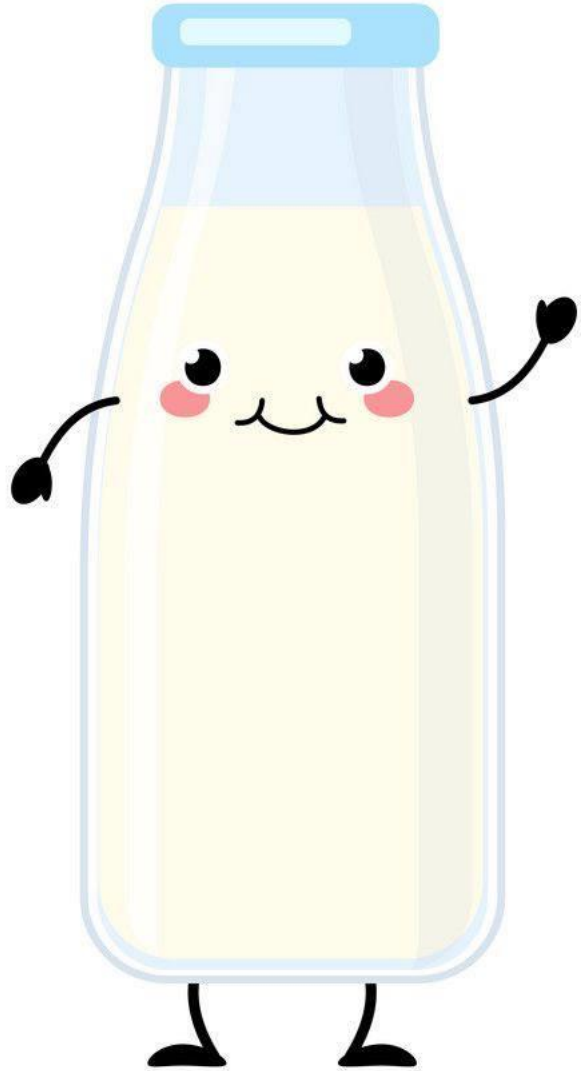
الاجبان

منتجات الأطفال

الزبادي والحلويات

الخبز

الدواجن







التسعير :  
إن سعر المنتج سوف يتم تحديده على  
أساس العديد من الاستراتيجيات السعرية  
والتسويقية حيث يتم وضع استراتيجية  
لتعسير المنتج وذلك على أساس  
الاختلافات النوعية التي تنشأ بين العملاء  
وبين العمل وأيضا اثاره المشترين  
وجذب العملاء للتوجه الى تجربته مما  
يرفع من نسبة نجاحه وانتشاره في  
المجتمع القطري





## التوزيع :

يتم توزيع هذا المنتج على الكثير من التجار والمستهلكين وذلك بكميات كبيرة فقد تقوم الشركة بعمل مواقع الكترونية لكي يستخدمها التجار في عملية الشراء فيقوموا بطلب الكميات من خلالها بالإضافة الى توفير العديد من المندوبين لكي يقوموا بعملية التوزيع والمبيعات في جميع انحاء قطر





## الترويج :

نظرا للتنافس الكبير في مجال السلع الاستهلاكية ، لجأت إلى الإعلانات التلفزيونية كوسيلة أساسية للوصول إلى شريحة كبيرة من الجمهور

تتسم إعلاناتها بجو عائلي، كذلك تبرز المنافع التي سيحصل عليها المستهلك من جراء تناوله لهذه المشروبات، والاطعمة

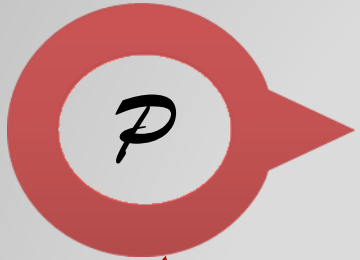
بالطبع، تقوم إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي، وقناتها باليوتيوب بدور تكميلي لنشر الوعي بالعلامة التجارية من ناحية أخرى، تمارس المراعي شكلا من أشكال العلاقات العامة ، من خلال دعم الأنشطة الخيرية، وبعض الفاعليات

حيث تشارك في رعاية الأنشطة الرياضية المحلية ، لتأكيد دورها في الاهتمام بصحة المواطنين، بما يضمن ولاء الجمهور لها وثقتهم الدائمة بها

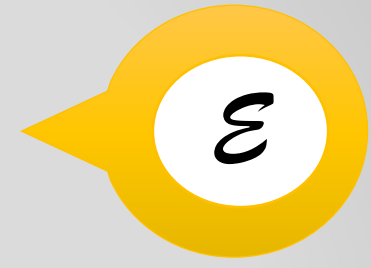
#المجلة\_بيزنس



PESTLE



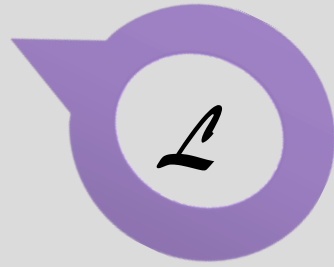
العوامل السياسية



العوامل البيئية



العوامل الاقتصادية



العوامل القانونية

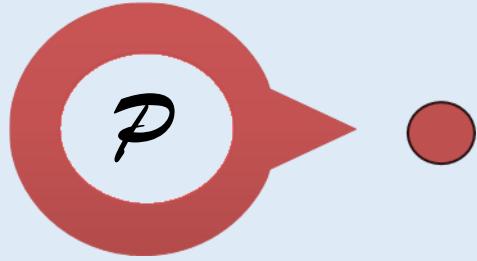


العوامل الاجتماعية



العوامل التكنولوجية





## العوامل السياسية



### المخاطر :

- ❖ فرض ضرائب جديدة على منتجات الألبان
- ❖ تغيرات في اللوائح الحكومية التي تقيد عمليات المراعي
- ❖ تغيرات في السياسة التجارية التي تجعل من الصعب على المراعي للوصول إلى الأسواق الخارجية

### الفرص :

- ✓ تغيرات في السياسة الحكومية التي تشجع الاستثمار في قطاع الألبان
- ✓ فرص في النمو في الأسواق الجديدة التي تدعمها الحكومة

### المخاطر :

- ❖ الركود الاقتصادي
- ❖ انخفاض الطلب على المنتجات
- ❖ ارتفاع التضخم

### الفرص :

- ✓ النمو الاقتصادي
- ✓ زيادة الطلب على المنتجات
- ✓ انخفاض التضخم



## العوامل الاقتصادية

## الفرص :

- ✓ التغييرات في أنماط الاستهلاك التي تدعم منتجات الالبان
- ✓ فرص في النمو في الأسواق الجديدة التي تستهدف مجموعات سكانية جيدة



## المخاطر :

- ❖ التغييرات في أنماط الاستهلاك
- ❖ التغييرات في التركيب السكاني
- ❖ التغييرات في القيم

## الفرص :

- ظهور تقنيات جديدة يمكن ان تستخدمها المراعي لتحسين منتجاتها
- فرص في النمو في الأسواق الجديدة التي تعتمد على تقنيات جديدة



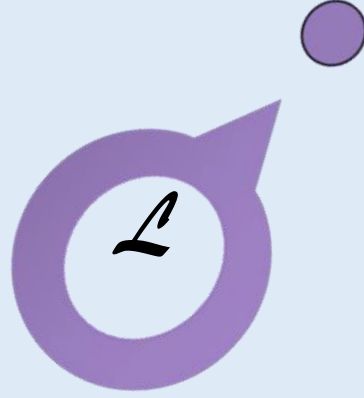
## المخاطر :

- ظهور تقنيات جديدة يمكن ان تجعل منتجات المراعي قديمة
- تغيرات في اتجاهات المستهلكين التي تفضل المنتجات الجديدة

## المخاطر:

❖ التغيرات في اللوائح البيئية التي تتطلب من المراعي استثمارات إضافية

❖ التغيرات في قوانين العمل التي تزيد من تكاليف التشغيل



## الفرص:

✓ التغيرات في اللوائح القانونية التي تدعم شركة الالبان

✓ فرص للنمو في الأسواق الجديدة التي تدعمها اللوائح القانونية

## المخاطر:

❖ تغير المناخ الذي قد يؤثر قدرة

المراعي على الإنتاج والتوزيع

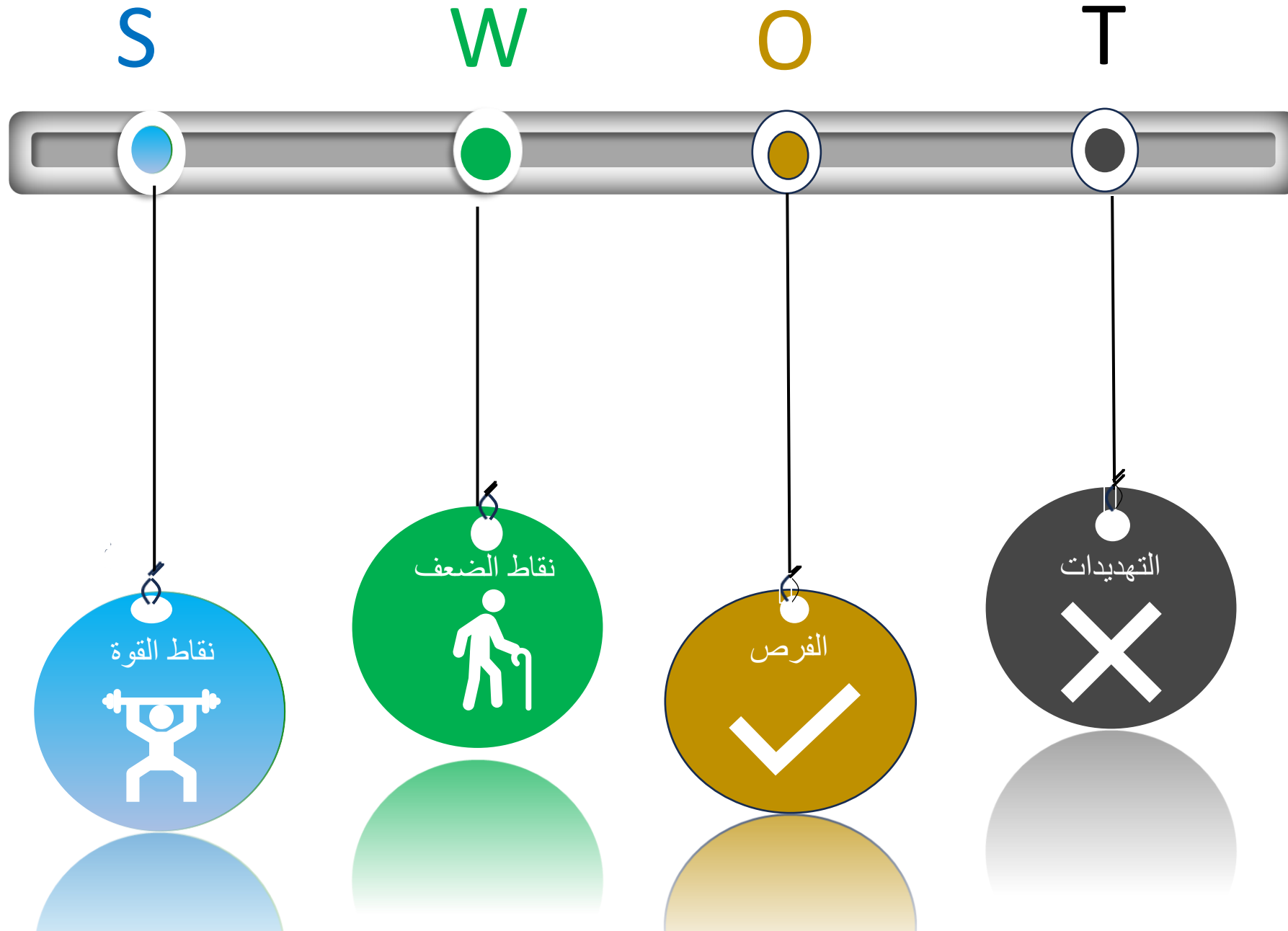
❖ قوانين حماية البيئة التي تزيد من تكاليف التشغيل



## الفرص:

✓ فرص للنمو في الأسواق الجديدة التي تركز على الاستدامة







- رائدة السوق في سوق الالبان في مجلس التعاون الخليجي
- منتجات ذات جودة عالية
- شبكة توزيع قوية
- الظروف المناخية الساخنة المواتية لسوق المشروبات
- تعد أكبر شركة متكاملة رأسيا

## نقاط الضعف

- ارتفاع تكاليف التشغيل
- الافراط في التركيز على قطاع الالبان والعصائر
- اعتماد كبير على الواردات للمواد الخام
- أسعار مرتفعة
- منتجات قابلة للتقليد من الشركات المناسبة





-التوسع في الأسواق النامية  
-ادخال منتجات جديدة  
زيادة عدد السياح الذين يزورون  
السعودية للحج والعمرة  
نمو سوق الحليب في دول  
المجلس التعاون الخليجي





الوضع السياسي في منطقة  
الخليج  
اضطراب امدادات المواد الخام  
يزيد التكلفة  
المنافسة من قبل شركات الأخرى  
جائحة كورونا التي أجبرتها على  
إغلاق بعض من الفروع

- تعتمد الشركة في دخولها للأسواق الدولية على عدة طرق منها :
- 1- الاستثمار المباشر : تقوم شركة المراعي بإقامة مصانع و مزارع في الأسواق الدولية المستهدفة هذا يساعدها على تخصيص المنتجات وفقا لاحتياجات السوق و توفيرها محليا بجودة عالية
  - 2- التوزيع و الشراكات المحلية : تعمل شركة المراعي على تشكيل شراكات مع شركات محلية في الأسواق الدولية ، مما يساعدها على توسيع قاعدة عملائها ووصولها لشرائح جديدة من السوق

طرق دخول شركة  
المراعي للأسواق الدولية







**Thank you**