

رب انار ارسنجان در یک قدمی برند فرا ملی

با توجه به هرم نسبی جمعیتی ایران، (هرم نسبی جمعیتی ایران را می‌توانید در گوگل مشاهده نمایید) کاهش جمعیت سرانه خانوارها، خرید روز مرگی، گنجشک روزی شدن، رشد شانه به شانه فست فودها نشان از تحولات همه جانبه است که اقبال عمومی به کالاهای بسته بندی و برند شدن کالا های مصرفی را در پی دارد و ارائه **رب انار ارسنجان** به شکل مرسوم قادر به بقاء نمی باشد.

رب انار ارسنجان در صورتی می تواند همچنان سهمی از بازار داشته باشد که به صورت برند درآید. برای روشن شدن قضیه قدری این مقوله را بسط می دهیم :

تولید رب انار سنتی در شمال ایران (بهشهر) منطقه طارم، نیریز فارس، یزد، کاشان و ارسنجان مرسوم است و تولید رب انار صنعتی در کارخانجات یک و یک و تولید می شود، رب انار گیری بصورت صنعتی در هر کارخانه ای که صورت گیرد به دلیل تحت فشار قرار گرفتن دانه های انار با پوست میوه مقداری از آلکالوئید های تلخ پوست وارد آب انار استحصالی می گردد و باعث پایین آوردن کیفیت رب انار می گردد. هر چند رب انار صنعتی دارای بسته بندی شیک و دارای برند می باشد ولی به علت پایین بودن کیفیت آن با اقبال عمومی بر خوردار نبوده است و هرگز نمی توانند رقیب **رب انار ارسنجان** به حساب آیند .

رب انار سنتی شمال و طارم از نظر کیفیت و مزه قابل عرض اندام نمی باشد .

ویژگی های رب انار ارسنجان نتیجه هم آغوشی های واریته های مختلف انار با طعم و مزه های گو ناگون، به حد کلیماکس رسیدن

پوشش گیاهی (گذراندن دوره نو نهالی) زیر اشکوب قرار گرفتن انار ها با کاشت درختان بلندتر مانند زردآلو تبریزی، گردو، توت، مجموعا میکرو کلیمای خاصی را ایجاد نموده است که **انار های ارسنجان پر آب تر** گردد. اغلب نقاط انار خیز ایران در حاشیه کویر قرار گرفته و اقلیم خشن بر آنها حاکم است و اغلب موارد از کیفیت مطلوبی برخوردار نمی باشد . مجموعه عوامل فوق باعث شده است که **رب انار ارسنجان** از مزیت رقابتی مطلوبی برخوردار باشد. با توجه به مراتب فوق احساس نیاز جامعه، کم هزینه بودن به روش برون سپاری، پایین بودن احتمال ریسک، توجه شرکت تعاونی باغداران، مدیریت قنات عایشه، بخش خصوصی به انجام این رسالت مبذول می دارد. شایان ذکر است که واحد های تولیدی فرازمندی بودند که زمانی سرمست سود آوری بودند تحولات اجتماعی را نادیده گرفتند و به پرتگاه ورشکستگی رانده شدند (عالی نسب).

نویسنده: مصطفی رحیمی

در ارسنجان چند فرصت طلایی وجود دارد:

یکی از فرصت های طلایی برند کردن **رب انار ارسنجان** با بسته بندی مدرن و کاملاً بهداشتی در سایز های مختلف می باشد تا بتوان در توزیع مویرگی و تبلیغات نقش خود را ایفا نماید .

بهترین روش نفوذ در بازار روش تهاجمی است تا بتوان در حداقل زمان به نیاز جامعه پاسخگو باشیم و سهم عمده در بازار را داشته

باشیم در صورت تعلل و یا اتخاذ سایر روش های نفوذ در بازار، توپ در زمین رقیب انداختن است. به دلیل برون سپاری هزینه ثابت کم و استفاده از فرصت بوسیله رقبا زیاد است **به عبارتی پاسخ به موقع ندادن به فرصت، فرصت را به تهدید مبدل می نماید.**

وسایل مورد نیاز:

مخازن پلی اتیلنی که با ورق های مشکی و یا ایزوگام ضد نور شده باشد و یا داخل خاک مستقر شده باشد، خط بسته بندی و لیبل زنی که حاوی مختصات تولید باشد و ظروف تیره رنگ در اندازه های مختلف متحدالشکل شیشه ای و یا پیت رنگی با برند مخصوص، که با سفارش و برون سپاری تهیه می گردد .

نتایج:

پاسخ به نیاز جامعه و پر کردن خلاء موجود، گسترش سهم بازار و نفوذ در بازار فرا ملی که ارزش افزوده و ارزش آوری را در پی خواهد داشت.

ارائه رب انار در ظروف رنگی ضد نور باعث خواهد شد که رنگ رب انار در مدت طولانی تری به شکل طبیعی خود ماندگاری داشته باشد .

ارائه رب انار در سایز های مختلف متناسب با نیاز خانوار ها.

قابل ارائه کردن در فروشگاه ها و سوپر مارکتهای بزرگ.

با خرید رب انار بر اساس ویسکوزیته، بریکس و رنگ، کیفیت رب انار ارتقاء می یابد .

شایان ذکر است که **عرضه رب انار ارسنجان** هر چند با کیفیت مطلوب به روش سنتی در آینده نزدیک، محلی از اعراب ندارد.

با تقدیم احترام

مصطفی رحیمی

۹۳/۱۱/۲۵

نویسنده: مصطفی رحیمی