

SG 7 0 0 1



دستورالعمل طرح استراتژیک خرده فروشی بهارات

ب مشاوران

فهرست



03

یک کلمه از
مدیر عامل

04

شرکت
بررسی اجمالی

06

درک بیرونی
محیط

09

مشکلات و مسائل اخیر

10

مشکلات استراتژیک و
گزینه ها

یک کلمه از مدیر عامل

همزمان با آغاز سفری حیاتی با خرده فروشی بهارات، به گرمی استقبال می‌کنم. شرکت ما، در حالی که ریشه‌های محکم در چشم‌انداز خرده‌فروشی هند دارد، در یک زمین چالش‌برانگیز حرکت می‌کند. ما معتقدیم که تخصص و بینش شما می‌تواند مسیری را به سوی آینده‌ای روشن‌تر ترسیم کند.

ماموریت شما واضح است: یک برنامه استراتژیک جامع بسازید که نه تنها ما را در پیچیدگی‌های بازار امروز هدایت کند، بلکه خرده‌فروشی بهارات را برای موفقیت بلندمدت قرار دهد. ما با چشم‌انداز چندوجهی، با رشد سریع خرده‌فروشی آنلاین، نوسانات اقتصادی، و فشارهای تورمی که چابکی استراتژیک را می‌طلبد، روبرو هستیم.

ما همچنین باید قابلیت‌های تجارت الکترونیک خود را تقویت کنیم تا در این عصر دیجیتال رقابتی باقی بمانیم. علاوه بر این، ارتقای استانداردهای خدمات مشتری برای حفظ مشتریان ارزشمند ما و جذب مشتریان جدید بسیار مهم است.

برنامه استراتژیک شما به عنوان ستاره راهنمای ما عمل خواهد کرد و مسیر رشد و شکوفایی پایدار در بازار پویای خرده‌فروشی هند را روشن می‌کند. ما مشتاقانه راه‌حل‌های نوآورانه و استراتژی‌های عملی شما را پیش‌بینی می‌کنیم.

خوش آمدید، و بیاید با هم این سفر را آغاز کنیم تا موقعیت Bharat Retail را به عنوان یک رهبر در صنعت خرده‌فروشی تضمین کنیم.

با سلام و احترام

اس آنجا لپی آتل

سانجی پاتل

مدیر عامل





شرکت بررسی اجمالی

Bharat Retail یک فروشگاه زنجیره ای خرده فروشی خیالی که در مناظر پر جنب و جوش هند واقع شده است. این غول خیالی که در سال 2000 توسط کارآفرین رویایی سانجی پاتل تأسیس شد، به طور تصاعدی رشد کرد و به یکی از زنجیره‌های خرده‌فروشی پیشرو در هند تبدیل شد و دارای شبکه وسیعی از بیش از 500 فروشگاه است که در 20 ایالت مختلف پراکنده شده است.

در زمان‌های اخیر، خرده‌فروشی بهارات با چندین چالش مبرم روبرو شده است: افزایش رقابت خرده‌فروشی آنلاین ظهور خرده‌فروشان آنلاین، چشم‌انداز خرده‌فروشی را متحول کرده است. پلتفرم‌های آنلاین با ارائه راحتی، قیمت‌های رقابتی و طیف گسترده محصولات، خرده‌فروشی سنتی را مختل کرده‌اند.

خرده‌فروشی بهارات خود را با کاهش سهم بازار خود در این فروشگاه‌های آنلاین دست و پنجه نرم می‌کند

رقبا

تأثیر کندی اقتصادی اقتصاد هند شاهد کاهش رشد بوده است که بر مخارج مصرف کننده و متعاقباً بر بخش خرده فروشی تأثیر گذاشته است. خرده فروشی بهارات، مانند بسیاری دیگر، با چالش سازگاری با این تغییر اقتصادی و یافتن راه هایی برای برانگیختن مجدد علاقه مصرف کننده مواجه است.

تشدید تورم با افزایش نرخ تورم، بهای تمام شده کالاهای فروخته شده افزایش یافته و سودآوری خرده فروشی بهارات را کاهش داده است. یافتن راه هایی برای عبور از این منطقه تورمی برای سلامت مالی شرکت بسیار مهم است.

در میان این چالش‌ها، خرده‌فروشی بهارات نقاط قوت قابل توجهی را نشان می‌دهد: شهرت برند مورد اعتماد Bharat Retail به عنوان یکی از مورد اعتمادترین و شناخته‌شده‌ترین برندهای خرده‌فروشی هند جایگاهی برجسته دارد. نام آن با مصرف کنندگان طنین انداز می شود و اعتماد و وفاداری را القا می کند.

شبکه گسترده فروشگاه‌های که در طول و وسعت هند را در بر می گیرد، شبکه گسترده فروشگاه های Bharat Retail آن را تضمین می کند.

می تواند به طور موثر به یک پایگاه مشتری متنوع دسترسی پیدا کند و به آن خدمت کند و بازار خود را بیشتر تقویت کند

حضور

زنجیره تامین قوی مهارت زنجیره تامین بهارات خرده فروشی این شرکت را قادر می سازد تا طیف وسیعی از محصولات را با قیمت های رقابتی به مشتریان ارائه دهد. این کارایی عملیاتی عامل کلیدی موفقیت آن است.

نیروی کار ماهر

با نیروی کار ماهر و کارکنان، خرده فروشی بهارات به خوبی مجهز است تا تجربه خریدی برتر را به مشتریان خود ارائه دهد و بر مزیت رقابتی خود بیافزاید.

Bharat Retail به عنوان یکی

از معتبرترین و شناخته شده ترین برندهای خرده فروشی هند، جایگاه برجسته ای دارد.



با این حال، این نقاط قوت با برخی از نقاط ضعف همراه هستند:

چشم انداز Bharat Retail

هزینه‌های عملیاتی بالا حفظ یک شبکه فروشگاهی وسیع و یک زنجیره تامین کارآمد هزینه دارد. خرده فروشی بهارات با هزینه‌های عملیاتی بالایی دست و پنجه نرم می‌کند که بر سودآوری آن تأثیر منفی می‌گذارد. **ساده است: پیشروی به عنوان زنجیره خرده فروشی برتر هند.**

حضور محدود در تجارت الکترونیک

در عصر افزایش روند خرید آنلاین، حضور نسبتاً متوسط تجارت الکترونیک Bharat Retail به عنوان یک کمبود قابل توجه است.

تصویری از چشم انداز و عملیات

رقابت موثر در عرصه دیجیتال امری ضروری است. Bharat Retail ساده است: پیشروی چشم انداز و مأموریت: چشم انداز Bharat Retail ساده است: پیشروی

به عنوان زنجیره خرده فروشی برتر هند. این شرکت با هدایت مأموریت نگرانی‌های خدمات مشتری خود، در تلاش است تا در یک محیط خرید راحت و لذت بخش، طیف وسیعی از محصولات را با قیمت‌های رقابتی به مشتریان ارائه دهد.

انتقاد در مورد کیفیت خدمات مشتری آسیب پذیری دیگری را ایجاد می‌کند. خدمات Subpar می‌تواند مشتریان را به سمت رقبا سوق دهد و بر وفاداری برند تأثیر بگذارد.

تعالی عملیاتی: خرده فروشی بهارات در عملیات با زنجیره تامین تثبیت شده و نیروی کار بسیار ماهر برتر است. تعهد تزلزل ناپذیر این شرکت به کیفیت از طریق اقدامات کنترل کیفیت دقیق آن مشهود است و تضمین می‌کند که محصولات به طور مداوم با بالاترین استانداردها مطابقت دارند.

خرده فروشی متنوع: تنوع بخشی جنبه کلیدی استراتژی خرده فروشی بهارات است. محصولات متنوع این شرکت شامل مواد غذایی، مواد غذایی، پوشاک، لوازم الکترونیکی و لوازم خانگی است. این تنوع ریسک را به حداقل می‌رساند و با بهره برداری از جریان‌های درآمدی متعدد، درآمدزایی را افزایش می‌دهد.

در پیمایش این چالش‌ها و استفاده از نقاط قوت آن‌ها، شما تشویق می‌شوید که یک برنامه استراتژیک برای آینده خرده‌فروشی بهارات تهیه کنید. در نظر بگیرید که چگونه این شرکت می‌تواند به افزایش خرده فروشی آنلاین، نوسانات اقتصادی آب و هوا، مدیریت فشارهای تورمی، افزایش قابلیت‌های تجارت الکترونیک و ارتقای استانداردهای خدمات مشتری رسیدگی کند.

برنامه استراتژیک شما به عنوان یک نقشه راه عمل می‌کند و خرده فروشی Bharat را به سمت موفقیت پایدار در بازار پویای خرده فروشی هند هدایت می‌کند.

درک کردن خارجی محیط

صنعت خرده فروشی هند یکی از بزرگترین و سریعترین رشد در جهان است، از 700 میلیارد دلار در سال 2022 به 1.5 تریلیون دلار تا سال 2030 برسد. دولت هند به طور فعال از بخش خرده فروشی از طریق سیاست هایی مانند 100% سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI) فرایند های صنایع مجوز شده و مشوق های مالیاتی حمایت می کند. با این حال، مقررات پیچیده، بوروکراسی، فساد و بی ثباتی سیاسی چالش هایی را ایجاد کرده اند. انتظار می رود تا سال 2025 به 1.1 تریلیون دلار برسد.

آنالیز صنعت خرده فروشی هند

صنعت خرده فروشی هند یکی از بزرگترین و سریع ترین بخش های در حال رشد در این کشور است. انتظار می رود تا سال 2025 به 1.1 تریلیون دلار برسد.

این صنعت با تعدادی نیرو مشخص می شود، از جمله: شهرنشینی رو به رشد: هند یکی از شهرهای شهرنشین ترین کشورهای جهان است که بیش از 35 درصد از جمعیت در شهرها زندگی می کنند. این امر باعث رشد صنعت خرده فروشی می شود، زیرا مصرف کنندگان شهری درآمد قابل تصرف بیشتری دارند و تمایل بیشتری به خرید از فروشگاه ها دارند.

افزایش درآمد: طبقه متوسط هند به سرعت در حال رشد است و درآمدهای قابل تصرف در حال افزایش است. این امر نسل جدیدی از مصرف کنندگان را ایجاد می کند که مایلند و می توانند پول بیشتری را برای کالاهای خرده فروشی خرج کنند.

تغییر سبک زندگی: با رشد اقتصاد هند، مصرف کنندگان بیشتر سبک زندگی غربی را اتخاذ می کنند. این منجر به تغییر به سمت خرده فروشی سازمان یافته و تقاضا برای طیف وسیع تری از محصولات و خدمات می شود.

فناوری: فناوری نقش مهمی را در صنعت خرده فروشی هند ایفا می کند. خرید آنلاین به سرعت در حال رشد است و خرده فروشان از فناوری برای بهبود زنجیره تامین و خدمات مشتری خود استفاده می کنند.

سیاست های دولت: دولت هند اقداماتی را برای حمایت از رشد صنعت خرده فروشی انجام داده است، مانند کاهش هنجارهای سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI).

عوامل اجتماعی در بازی: جامعه در حال تحول هند شاهد تحولات سریعی است. طبقه متوسط رو به رشد و افزایش آگاهی مصرف کننده موجب تغییر در ترجیحات و خواسته های مصرف کننده می شود. عوامل اجتماعی مانند افزایش شهرنشینی، سبک زندگی در حال تحول و نفوذ بیشتر اینترنت

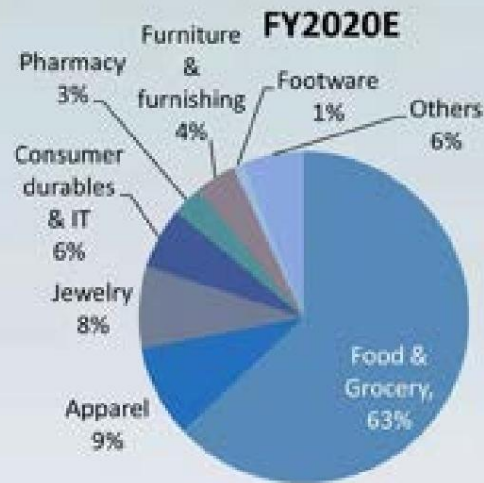
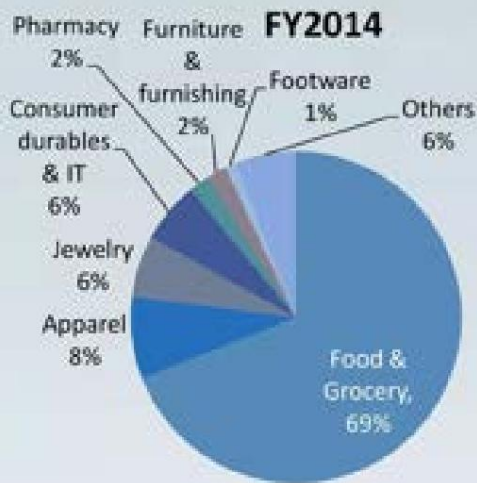
بیشتر بر بخش خرده فروشی هند تأثیر می گذارد.

تقاضای مبتنی بر فناوری: فناوری نقشی اساسی در افزایش کارایی و تجارب مشتری در بخش خرده فروشی هند دارد. خرده فروشان رقیب از فناوری برای ساده کردن مدیریت زنجیره تامین، کنترل موجودی، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و کمپین های بازاریابی هدفمند استفاده می کنند.

مسئولیت زیست محیطی: آگاهی زیست محیطی در بخش خرده فروشی هند در حال رشد است. خرده فروشان اقدامات سازگار با محیط زیست مانند لوازم برقی کارآمد، کاهش بسته بندی پلاستیکی، بازیافت ضایعات، و تامین منابع از تامین کنندگان پایدار را برای کاهش اثرات زیست محیطی خود اتخاذ می کنند.

پیمایش زمین قانونی: بخش خرده فروشی هند تحت قوانین و مقررات مختلفی از جمله قانون مدیریت ارز (FEMA)، قانون حمایت از مصرف کننده (CPA)، قانون شرکت ها، قانون فروشگاه و تأسیس، و قانون وزن و معیار عمل می کند. رعایت این الزامات قانونی برای جلوگیری از مجازات ضروری است.

Indian Retail Industry Growth



عوامل موفقیت در هند

صنعت خرده‌فروشی برای موفقیت در صنعت خرده‌فروشی هند، خرده‌فروشان باید بر روی عوامل زیر تمرکز کنند: ارزش پیشنهادی: خرده‌فروشان باید ارزش پیشنهادی واضحی را از نظر قیمت، انتخاب محصول و راحتی به مشتریان خود ارائه دهند.

خدمات مشتری: خرده‌فروشان برای حفظ مشتری باید خدمات عالی به مشتریان ارائه دهند

مشتریان و جذب مشتریان جدید.

فناوری: خرده‌فروشان برای بهبود زنجیره تامین، خدمات مشتری و حضور آنلاین خود باید روی فناوری سرمایه‌گذاری کنند.

نوآوری: خرده‌فروشان باید در این زمینه نوآور باشند

به منظور پاسخگویی به نیازهای در حال تغییر آنها مشتریان

تمایز: خرده‌فروشان باید متمایز شوند

خود را از رقبای خود از نظر انتخاب محصول، قیمت‌گذاری و تجربه مشتری در نظر می‌گیرند.

دینامیک رقبا:

Bharat Retail با رقابت بازیگران بزرگی مانند Walmart India، Reliance و Amazon India مواجه است که هر کدام نقاط قوت و ضعف خود را دارند.

Reliance Retail: معروف به برند قوی و زنجیره تامین، قیمت‌گذاری

تهاجمی را اتخاذ می‌کند.

با این حال، ممکن است از خدمات مشتریان ضعیف و تجارت الکترونیک توسعه نیافته رنج ببرد.

والمارت هند: برند قوی، زنجیره تامین و کارایی عملیاتی دارایی‌های آن است.

با این حال، توسعه تجارت الکترونیک و قیمت‌های بالا در مقایسه با

خرده‌فروشان محلی، زمینه‌هایی برای بهبود هستند.

آمازون هند: نقطه قوت آن در برند قوی، طیف وسیع محصول، قیمت رقابتی

و راحتی نهفته است. با این حال، فاقد فروشگاه‌های فیزیکی است و گاه به

گاه با مشکلات خدمات مشتری مواجه است.

استراتژی‌های رقیب: همه رقبای اصلی در بازار خرده‌فروشی هند به شدت در تجارت الکترونیک سرمایه‌گذاری می‌کنند و در عین حال شبکه فروشگاه‌های فیزیکی خود را گسترش می‌دهند. آنها همچنین محصولات و خدمات جدیدی را برای پاسخگویی به نیازهای در حال تحول مصرف‌کنندگان هند توسعه می‌دهند.

این درک جامع از خرده‌فروشی بهارات و محیط بیرونی پویای آن، زمینه را برای تحلیل و برنامه ریزی استراتژیک فراهم می‌کند، و یک مطالعه موردی ارزشمند را برای دانشجویانی که به دنبال ایجاد استراتژی‌های نوآورانه در چشم‌انداز خرده‌فروشی همیشه در حال تکامل هستند، ارائه می‌دهد.



4.1%

اقتصاد هند در سال مالی 2022-23 با 4.1 درصد رشد کرد که پایین‌ترین نرخ در یک دهه اخیر است.

7%

تورم در هند در ماه ژوئن 7.01 درصد بود.
2023 این بالاترین سطح در 8 سال گذشته است.

15%

در سال 2022، خرده‌فروشی آنلاین در هند 10.5 درصد از کل خرده‌فروشی را تشکیل می‌داد.
حراجی، پیش‌بینی می‌شود این میزان تا سال 2025 به 15 درصد افزایش یابد.

راهبردی مسئله

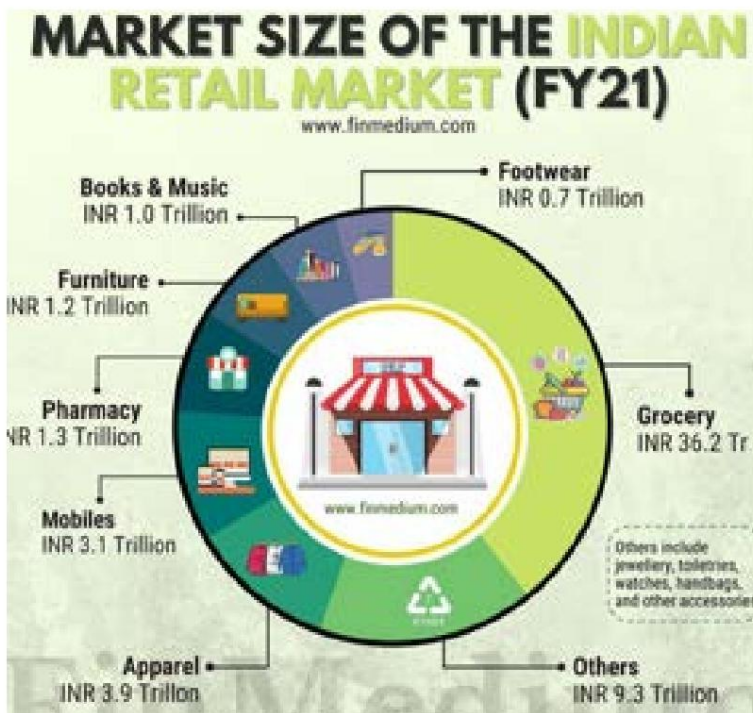
یکی از مشکلات استراتژیک پیش روی Bharat Retail، افزایش رقابت از سوی خرده فروشان آنلاین است. در سال 2022، خرده فروشی آنلاین در هند 10.5 درصد از کل خرده فروشی را تشکیل می داد. این هست

انتظار می رود تا سال 2025 به 15 درصد افزایش یابد.

خرده فروشان آنلاین تعدادی مزیت مانند راحتی، قیمت کمتر و طیف وسیع تری از محصولات را به مشتریان ارائه می دهند. به عنوان مثال، آمازون هند بیش از 170 میلیون محصول ارائه می دهد. در حالی که Bharat Retail دارای موجودی فروشگاه فیزیکی حدود 10 میلیون محصول است.

در نتیجه این رقابت، Bharat Retail در سال های اخیر سهم بازار خود را به خرده فروشان آنلاین از دست داده است. در سال Bharat Retail 2020، سهم بازار 18٪ را داشت. این به 16 درصد کاهش یافت

2022.



راهبردی گزینه ها

Bharat Retail تعدادی گزینه استراتژیک در دسترس دارد تا به مشکل رقابت خرده فروشان آنلاین رسیدگی کند. این گزینه ها عبارتند از:

سرمایه گذاری در تجارت الکترونیک: Bharat Retail می تواند در پلتفرم تجارت الکترونیک خود برای رقابت با خرده فروشان آنلاین سرمایه گذاری کند. این به شرکت اجازه می دهد تا به طیف وسیع تری از مشتریان دست یابد و همان را به آنها ارائه دهد.

راحتی و قیمت های پایین تر که خرده فروشان آنلاین ارائه می دهند.

شراکت با خرده فروشان آنلاین: Bharat Retail می تواند با خرده فروشان آنلاین برای فروش محصولات خود در پلتفرم های آنها شریک شود. این به شرکت اجازه می دهد تا بدون نیاز به سرمایه گذاری در پلت فرم تجارت الکترونیک خود، به طیف وسیع تری از مشتریان دست یابد.

سرمایه گذاری در خرده فروشی همه کانالی: Bharat Retail می تواند در خرده فروشی همه کاناله سرمایه گذاری کند تا تجربه خریدی یکپارچه را در همه کانالها به مشتریان خود ارائه دهد. این به مشتریان این امکان را می دهد که به صورت آنلاین خرید کنند و خریدهای خود را از یک فروشگاه فیزیکی دریافت کنند یا بالعکس. این امر به Bharat Retail یک مزیت رقابتی نسبت به خرده فروشان آنلاین می دهد، زیرا بهترین های هر دو جهان را به مشتریان ارائه می دهد.

تمرکز بر بازارهای خاص: خرده فروشی بهارات می تواند بر روی بازارهای خاص تمرکز کند که در آن بازارها دارای نقطه ضعف هستند

مزیت رقابتی. به عنوان مثال، این شرکت می تواند بر فروش محصولات سنتی هند یا محصولاتی که یافتن آنلاین آنها دشوار است تمرکز کند. این به Bharat Retail اجازه می دهد

خود را از خرده فروشان آنلاین متمایز کند و

جذب مشتریانی که به دنبال این نوع محصولات هستند.

علاوه بر این گزینه های استراتژیک، خرده فروشی Bharat همچنین باید بر بهبود خدمات مشتریان خود و کاهش هزینه های خود تمرکز کند. این به شرکت کمک می کند تا در بازار خرده فروشی هند رقابتی باقی بماند.

عملیات و کیفیت

در اینجا چند نمونه خاص از بهارات آورده شده است
تخصص و کیفیت عملیات خرده فروشی:

خرده فروشی بهارات دارای بیش از 100 شبکه است
مراکز توزیع و انبارها در سراسر

هند. این به شرکت اجازه می دهد تا محصولات را به سرعت و کارآمد به فروشگاه های
خود تحویل دهد.

خرده فروشی Bharat از تکنولوژی روز در مدیریت زنجیره تامین و سیستم های مدیریت
موجودی استفاده می کند. این به شرکت کمک می کند تا هزینه ها را کاهش دهد و کارایی
را بهبود بخشد.

خرده فروشی بهارات تیمی متشکل از 10000 بازرس کیفیت دارد که همه محموله های
دریافتی محصولات را بازرسی می کنند. این کمک می کند تا اطمینان حاصل شود که
محصولات با استانداردهای کیفیت بالای شرکت مطابقت دارند.

Bharat Retail ممیزی های منظمی از تامین کنندگان خود انجام می دهد تا اطمینان
حاصل کند که آنها از دستورالعمل های کیفیت شرکت پیروی می کنند.

خرده فروشی بهارات طیف گسترده ای از محصولات را از بیش از 10000 تامین کننده
به فروش می رساند. این تنوع به کاهش ریسک شرکت و ایجاد درآمد از منابع متعدد کمک
می کند.

به طور کلی، خرده فروشی بهارات دارای تخصص عملیاتی قوی و تعهد کیفیت است. این
یکی از مهمترین مزیت های رقابتی این شرکت در بازار خرده فروشی هند است.

خرده فروشی بهارات دارای تخصص عملیات قوی است.
این شرکت دارای یک زنجیره تامین توسعه یافته است که به آن امکان می دهد محصولات
را از سراسر جهان تهیه کرده و آنها را به سرعت و کارآمد به فروشگاه های خود تحویل دهد.
خرده فروشی Bharat همچنین دارای نیروی کار ماهر با بیش از 100000 کارمند است که
برای ارائه یک تجربه خرید خوب به مشتریان آموزش دیده اند.

Bharat Retail نیز به کیفیت متعهد است. این شرکت تعدادی از اقدامات کنترل کیفیت
را برای اطمینان از مطابقت محصولاتش با بالاترین استانداردها در نظر گرفته است. به
عنوان مثال، Bharat Retail تیمی از بازرسان کیفیت دارد که تمام محموله های دریافتی
محصولات را بازرسی می کنند تا اطمینان حاصل کنند که استانداردهای کیفی شرکت
مطابقت دارند. Bharat Retail همچنین ممیزی های منظمی از تامین کنندگان خود انجام
می دهد تا اطمینان حاصل کند که آنها از دستورالعمل های کیفیت شرکت پیروی می کنند.

Bharat Retail یک خرده فروش متنوع است. را

این شرکت طیف گسترده ای از محصولات از جمله مواد غذایی، مواد غذایی، پوشاک،
لوازم الکترونیکی و لوازم خانگی را به فروش می رساند. این تنوع به خرده فروشی بهارات
کمک می کند تا ریسک خود را کاهش دهد و از منابع متعدد درآمدزایی کند. به عنوان
مثال، اگر فروش یک دسته محصول کاهش یابد، خرده فروشی بهارات همچنان می تواند
از سایر دسته های محصول درآمد ایجاد کند.



نتیجه :

خرده فروشی بهارات در برهه ای حساس در تعقیب رقابت پذیری و رشد پایدار در بازار خرده فروشی هند قرار دارد. چالش های مطرح شده توسط خرده فروشان آنلاین نیاز به آینده نگری و چابکی استراتژیک دارد. به عنوان دانشجو، تجزیه و تحلیل شما از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای شرکت، همراه با توصیه های ارائه شده، زمینه را برای یک برنامه آگاهانه و استراتژیک تشکیل می دهد.

اکنون، نوبت شماست که از این بینش ها برای ایجاد یک برنامه استراتژیک جامع برای خرده فروشی بهارات استفاده کنید که سفر این شرکت را در دهه آینده هدایت می کند.

در نظر بگیرید که چگونه شرکت می تواند از منابع و قابلیت های خود استفاده کند، در پویایی بازار حرکت کند و یک مزیت رقابتی را حفظ کند و در عین حال به ترجیحات مشتری در حال تحول و پیشرفت های تکنولوژیکی پاسخ دهد.

برنامه استراتژیک شما کلید باز کردن پتانسیل خرده فروشی بهارات برای موفقیت پایدار در چشم انداز خرده فروشی هند در حال تحول خواهد بود.





10 هزار

خرده فروشی بهارات نیز دارای مهارت است
نیروی کار بیش از 100000 کارمند که برای ارائه
یک تجربه خرید خوب به مشتریان آموزش دیده اند.

10 میلیون

Bharat Retail دارای موجودی فروشگاه فیزیکی حدود
10 میلیون محصول است.

16%

در سال 2020، Bharat Retail سهم بازار 18% را داشت.
این به 16 درصد کاهش یافت
2022.

1.1T

صنعت خرده فروشی هند یکی از بزرگترین و سریع ترین
بخش های در حال رشد در این کشور است. انتظار می رود
تا سال 2025 به 1.1 تریلیون دلار برسد.

