



Bal və arıçılıq mahsulları istehsalı

üzrə

daxili bazar araşdırması

Bakı, 2021



ACGA
ALLIANCE CONSULTING GROUP AZERBAIJAN



Azərbaycan Respublikasının
Kiçik və Orta Biznesin
İnkişafı Agentliyi

«ALLIANCE CONSULTING GROUP AZERBAIJAN» və
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ KİÇİK VƏ ORTA BİZNESİN İNKİŞAFI AĞENTLİYİ
arasında imzalanmış, 18 May 2021-ci il tarixli, BA 11/21 sayılı müqaviləyə müvafiq olaraq, biz yuxarda qeyd
olunan müqavildə müəyyən edilmiş, Sifarişçinin təqdim etdiyi bazar araşdırmasının hazırlanması ilə bağlı
əvvəlcədən razılaşdırılmış prosedurları yerinə yetirmişik. Görülən işlərin nəticəsi olaraq, Sifarişçi üçün
Daxili Bazar Araşdırması hesabatını hazırlamışıq.



Daxili Bazar Araşdırması hesabatı 05 Avqust 2021-ci il tarixinə hazırlanmışdır.



Hesabatın hazırlanmasında məqsəd məhsulların istehsalı üzrə daxili bazar araşdırması ilə bağlı
investisiya və idarəetmə qərarlarının verilməsində KOB subyektlərinə dəstək olmaqdır.



ALLIANCE CONSULTING GROUP
AZERBAIJAN

Səbail rayonu, Neftçilər prospekti, ev 129, mənzil 129,
Bakı, Azərbaycan



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ KİÇİK VƏ ORTA
BİZNESİN İNKİŞAFI AĞENTLİYİ

Nərimanov rayonu, Mustafa Kamal Atatürk pr., 134,
Bakı, Azərbaycan

MÜNDƏRİCAT

Araşdırma metodları	3
Geniş yayılan arıçılıq məhsulları	4
Arıçılıq sahəsində dövlət dəstəyi tədbirləri	5
Arıçılıq məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan rayonlar	6
Daxili bazarın həcmi – istehsal, idxal və istehlak	7
Rəqabət mühiti – əsas bazar iştirakçıları və məhsulun bazarda çeşidlənməsi	9
Qiymət təhlilləri	21
Məhsulun hədəf kütləsi	23
Məhsulun mümkün satış kanalları	24
Porterin 5 gücü təhlili	26
Aparılmış sorğuların nəticələri	29
Arıçılıq məhsullarının istehsalında tövsiyə olunan inventarlar	34
Ümumi tövsiyələr	37



Arıçılıq məhsulları üzrə daxili bazar araşdırmasında istifadə edilmiş araşdırma metodları:

Masaüstü araşdırma - müxtəlif mənbələrdən əldə edilmiş statistik və analitik informasiyalar əsasında

Arıçılıq məhsullarının istehsalı və satışı ilə məşğul olanlar arasında **üzbə-üz (F2F) sorğular**

Sahə üzrə mütəxəssislərlə **görüşlər və intervyular**



TƏBİİ BAL

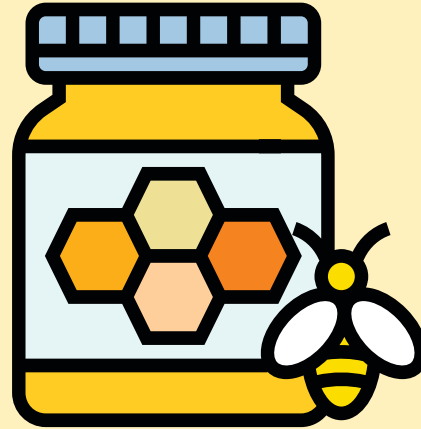
Arılar tərəfindən bitkilərdən toplanan insan orqanizmi üçün faydalı maddələrlə zəngin təbii qida, əsas arıçılıq məhsulu

ARI SÜDÜ

Arı südü cavan arılarda xüsusi vəzlərdə yaranır. Təzə halda arı südü qatı, qaymağabənzər ağ rənglə bir qədər acı, havada qaldıqda sarı və sonra tutqun qəhvəyi rəng alır. Onun tərkibində insan orqanizminə lazım olan 20-yə qədər amin turşuları vardır.

GÜLƏM

Çiçək tozu bal və arı südü ilə biokimyəvi reaksiyaya girərək konservləşən və kimyəvi cəhətdən çiçək tozundan fərqlənən, özündə arı südü, propolis və balın xüsusiyyətlərini birləşdirən arıçılıq məhsuludur. Digər adı "arı çörəyi" - və ya perqadır.



VƏRƏMUM

Arıların müxtəlif bitkilərin tumurcuq, yarpaq və zoğlarından əldə etdiyi qətranlı, yapışqanlı maddə olub, arılar tərəfindən pətəyin çat və yarıqlarının tutulmasında, xəstəliklərdən qorunmasında, sterilləşdirilməsində, sürfələrin inkişaf etdiyi şan gözcüklərinin cilalanmasında istifadə olunur. Adi mumdan fərqli olaraq vərəmə ilk toplandığı vaxt yaşımtil-qonur rəngdə olub, daha sonra təcridən qaralır. Arı vərəməni insanlar üçün mühüm bir şəfa qaynağıdır. Digər adı propolisdir.

MUM

Bal arılarının şan düzəltmək üçün hasil etdikləri maddəyə mum deyilir. Arı mumu olduqca davamlıdır. Onu uzun müddət saxlandıqda belə xarab olmur. Mum eyni zamanda iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində xammal kimi istifadə edilir.



Arıçılıq sahəsində DÖVLƏT DƏSTƏYİ TƏDBİRLƏRİ

5



Arıçılıqla məşğul olan fiziki və hüquqi şəxslərə saxladıqları hər arı ailəsinə (pətəyə) görə 2018-ci il də daxil olmaqla, 5 il müddətində ildə **10 manat məbləğində subsidiya** müəyyən edilib.



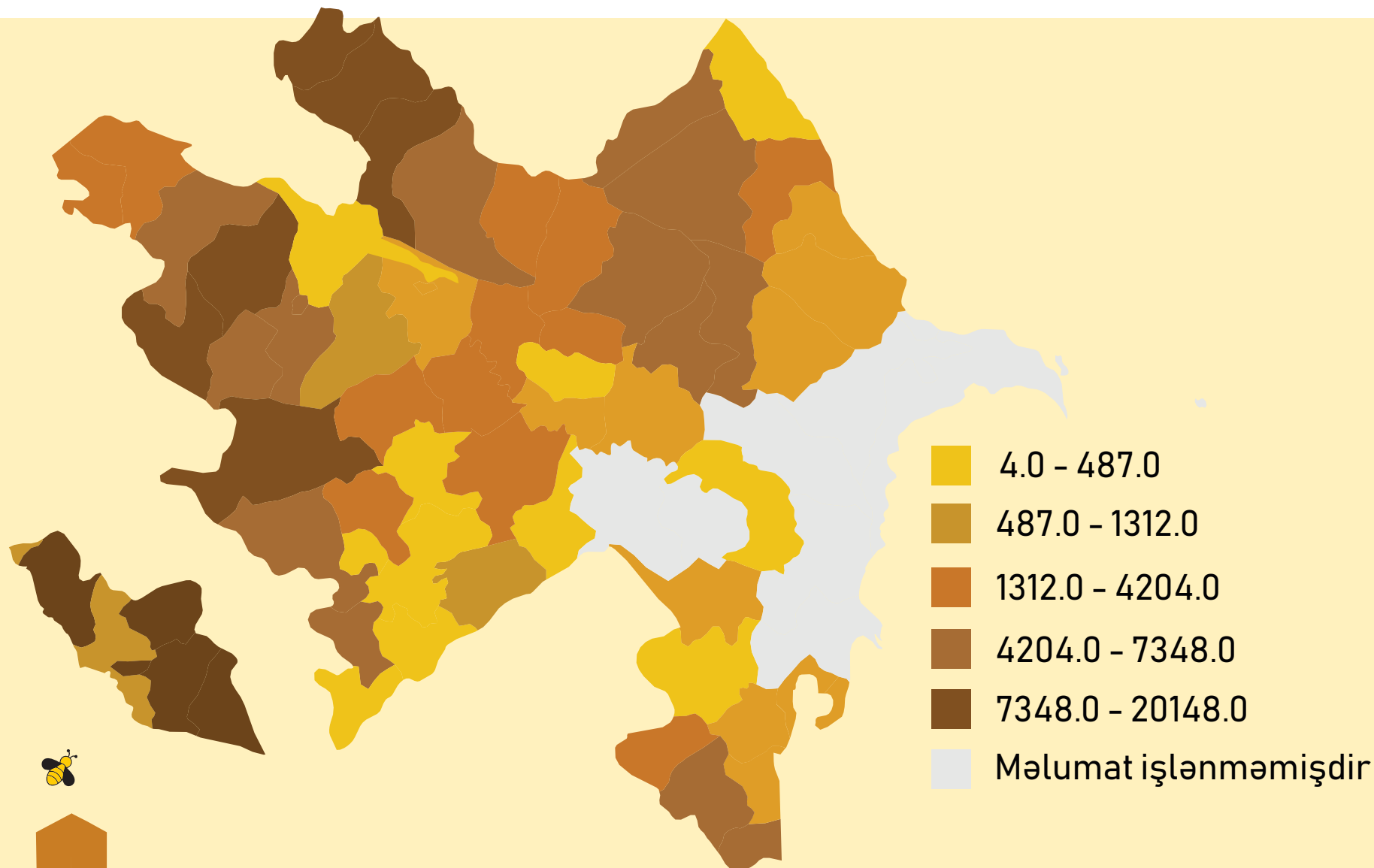
Arıçılıqla məşğul olan fermerlər 2024-cü ilə qədər digər kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları kimi **bütün vergilərdən azaddırlar** (torpaq vergisi istisna olmaqla).



İnvestiya təşviqi sənədinin alınması arıçılıq məhsulları istehsalçıları üçün **bir sıra vergi və gömrük rüsumumları üzrə güzəştlərin** tətbiqini nəzərdə tutur.

Arıçılıq məhsullarının istehsalı ilə MƏŞĞUL OLAN RAYONLAR

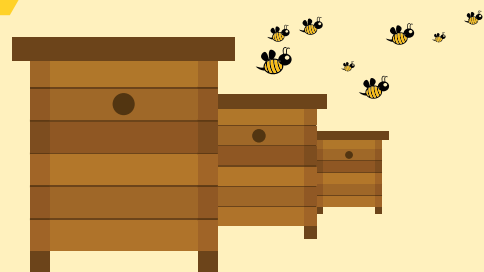
6



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumatlar əsasında hazırlanıb

Daxili bazarın həcmi – İSTEHSAL

7



Mövcud olan
təsərrüfatların sayı

32 340 ədəd



Arı ailələrinin
sayı

596 700 ədəd



TƏBİİ BAL
istehsalının həcmi

6647,2 ton

MUM
istehsalının həcmi

157,6 ton

VƏRƏMUM
istehsalının həcmi

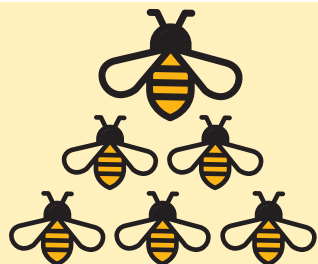
14,6 ton

GÜLƏM
istehsalının həcmi

14,7 ton

ARI SÜDÜ
istehsalının həcmi

366,1 kq



Hər arı ailəsinin orta hesabla təbii bal istehsalı

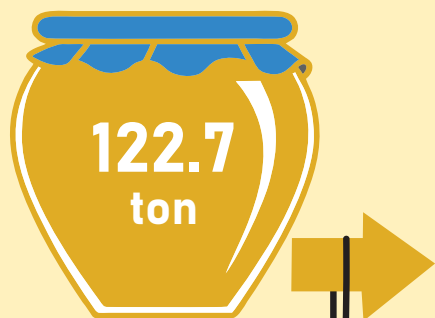
11,1 kq



Daxili bazarın həcmi – İDXAL VƏ İSTEHLAK

2020-ci ildə 040900 HS kodu (Təbii bal) üzrə idxal edilmişdir

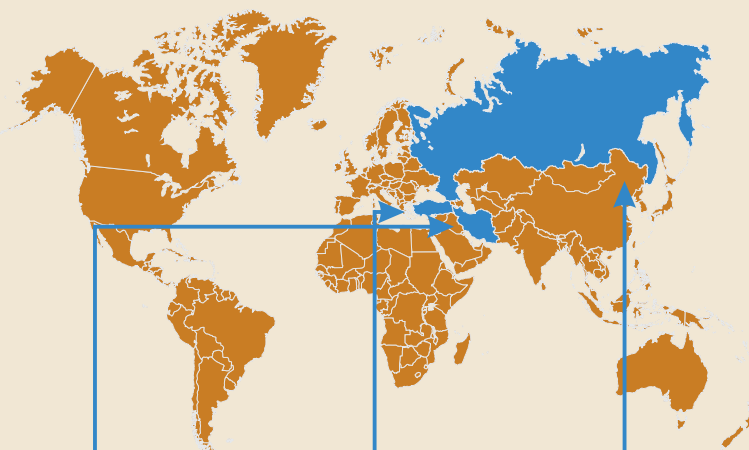
İdxalın ümumi həcmi



İdxal olunan təbii balın orta qiyməti

3.91 USD (=6.64)*

İdxalda ən çox payı olan ölkələr



İRAN



TÜRKİYƏ



RUSİYA



- Hər nəfərə düşən illik istehlak səbəbində təbii balın miqdarı



- Digər arıçılıq məhsulları üzrə istehlakın miqdarı daxili istehsalın həcmi ilə təxminən eynidir

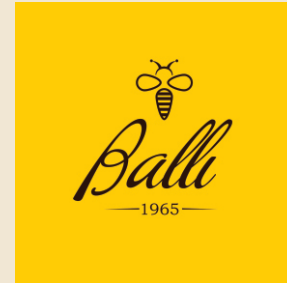
Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatları əsasında hesablanmışdır.

* Azərbaycan Mərkəzi Bankının məlumatına əsasən 1 USD = 1.7 AZN (05.07.2021)



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

9



ABAD



Propolis

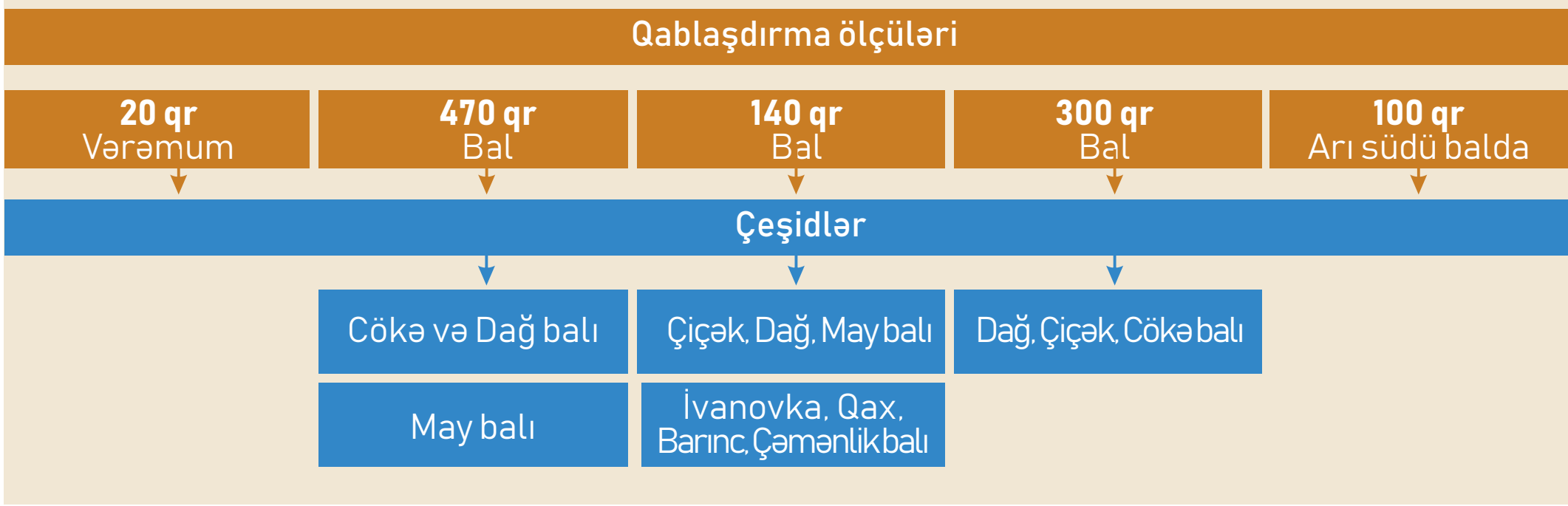
Balçı



QINYƏT OĞULLARI



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri



SAF BAL



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

13

Təbii bal çeşidləri

Təbii Dağ Cökə balı

Çiçək balı

May balı



SAF BAL

Digər arıçılıq məhsulları

Çiçək tozu

Qablaşdırma ölçüləri

100 qr
Çiçək tozu

400 qr
Bal

140 qr
Bal

300 qr
Bal

Çeşidlər

Təbii Dağ Cökə, Çiçək balı

May balı

Təbii Dağ Cökə, Çiçək balı

May balı

Təbii Dağ Cökə, Çiçək balı

May balı

RƏQABƏT MÜHİTİ – əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

14



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

15

Təbii bal çeşidləri



Qablaşdırma ölçüləri

430 qr
Bal

140 qr
Bal

300 qr
Bal

Çeşidlər

Çəmən balı

Qaratikan balı

Çəmən balı

Cökə, Qaratikan balı

Meşə balı

Cökə, Qaratikan balı

Qax çəmən balı

Qax çəmən balı

RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

16

Təbii bal çeşidləri

Cökə balı
Dağ balı
Çiçək balı



Gül balı
Kəpəz balı

Qablaşdırma ölçüləri

700 qr
Bal

150 qr
Bal

275 qr
Bal

350 qr
Bal

470 qr
Bal

Çeşidlər

Kəpəz balı

Çiçək balı

Cökə, Dağ, Çiçək balı

Gül balı

Kəpəz balı



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri

18

Təbii bal çeşidləri

Cökə balı	Dağ-çəmən bal
Meşə-çəmən balı	Akasya balı
Qozlu krem bal	Fındıqlı bal
Sadə krem bal	



Digər arıçılıq məhsulları

Arı südlü kremlər
Krem zəncəfil
Propolis
Çiçək tozu

Qablaşdırma ölçüləri

200 qr Bal	250 qr Bal	490 qr Bal	960 qr Bal	50 qr, 150 qr Arı südlü kremlər	200 qr Krem zəncəfil	50 qr Çiçək tozu	50 qr Propolis
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------------------------------	----------------------------	---------------------	-------------------

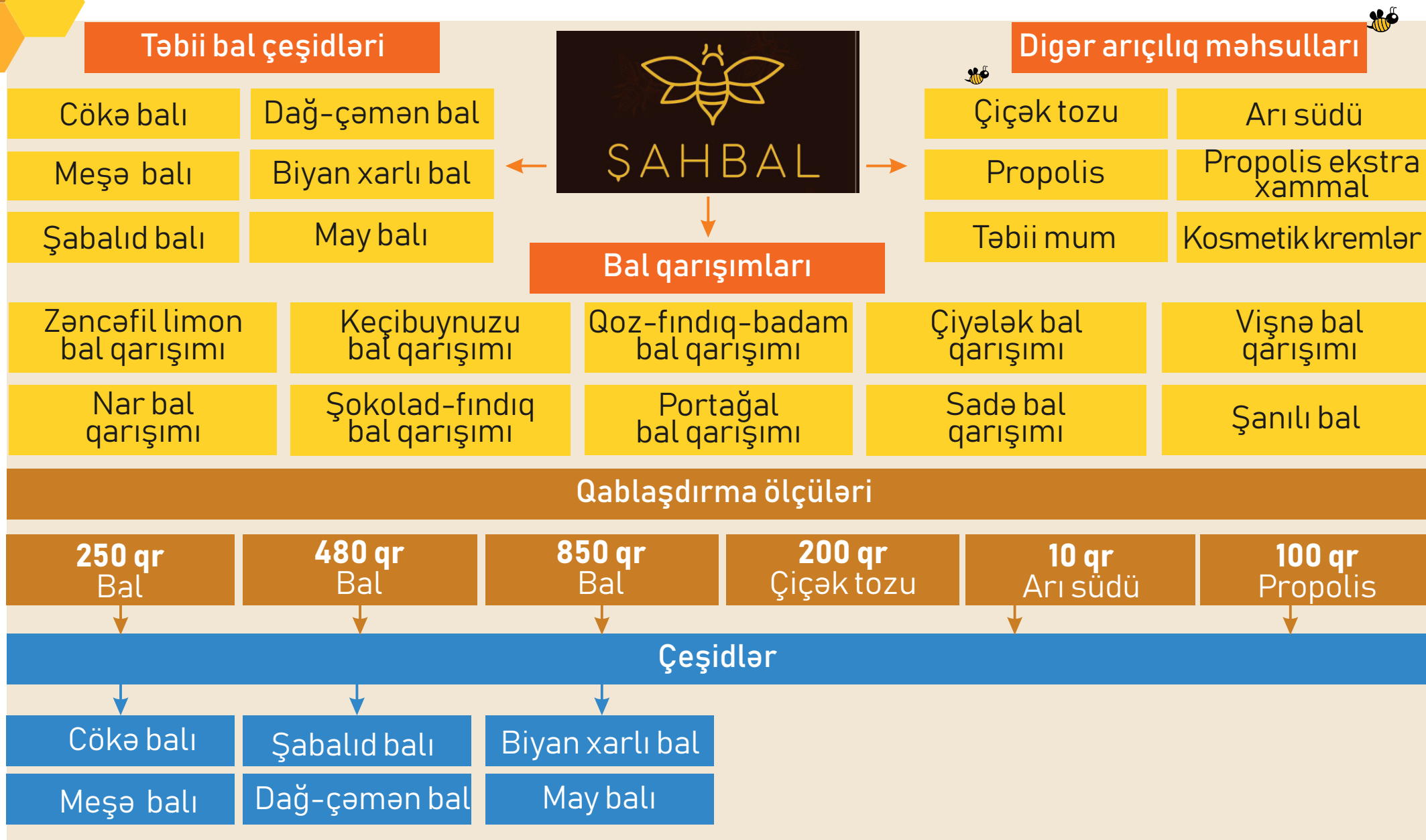
Çeşidlər

Cökə balı	Qozlu krem bal	Fındıqlı bal	Akasya balı
Meşə-çəmən balı	Sadə krem bal		




RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri



RƏQABƏT MÜHİTİ - əsas bazar iştirakçıları, məhsul çeşidləri



140 q çəkisi olan və qablaşdırılan təbii balın çeşidləri üzrə rəf qiymətləri, AZN

	Çiçək, dağ, may balı	İvanovka, Qax, Cəmənlük balı	May balı	Təbii Dağ Cökə, Çiçək balı	Qaratikan balı	Meşə balı
 QİNYƏT OĞULLARI	4.89 AZN	5.20 AZN				
 SAF BAL			4.49 AZN	4.65 AZN		
 Ballı					5.60 AZN	5.90 AZN

1 kq çəkisi olan və qablaşdırılan təbii balın çeşidləri üzrə rəf qiymətləri, AZN

	Çəmən balı	Dağ balı	Akasiya balı	Çiçək balı	Eldar şamı meşə balı	Biyən balı	Şabalıq balı	Çökə balı	Qarabaşaq balı	May balı	Qaratikan balı
 ABAD	27 AZN	30 AZN	40 AZN							34.95 AZN	
 Mr & Bee Sizin ən dostunuz				34.95 AZN	34.95 AZN	34.95 AZN					
 WytHoney			35 AZN				40 AZN	30 AZN			
 Propolis		35 AZN	30 AZN		35 AZN		45 AZN		30 AZN	30 AZN	
 Balçı			30 AZN				40 AZN			30 AZN	32 AZN

2020-ci ildə arıçılıq məhsullarının orta satış qiymətləri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumatlar əsasında hazırlanıb



Arıçılıq məhsullarının MÜŞTƏRİ SEQMENTİ

Təbii məhsul axtaran orta və yuxarı gəlirli əhali qrupları



Müxtəlif növ qida məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr

Sağlam qidalanma və sağlan həyat tərzini sürən insanlar



Müxtəlif xəstəliklərdən əziyyət çəkənlər və bu xəstəlikləri təbii üsullarla müalicə etmək istəyənlər



Məhsulun mümkün satış kanalları: TƏBİİ BAL

OTEL VƏ RESTORANLAR

Böyük şəhərlərdə yerləşən otel və restoranlarda müştərilərə təqdim edilə bilər

BAZARLAR VƏ YARMARKALAR

Ənənəvi bazarlarla yanaşı fermerlər üçün təşkil edilən yarmarkalarda və ya sərgilərdə məhsullar alıcılara təqdim edilə bilər

ONLAYN SATIŞ

Sifarişləri şəxsi kuryer və ya "Wolt" və "Bolt Food" kimi çatdırılma platformaları vasitəsilə ünvanlara çatdırmaq olar. Minimum məbləğ çatdırılma limiti kimi tətbiq etməklə

SUPERMARKET ŞƏBƏKƏLƏRİ

Grandmart
Araz
Bravo
Neptun
Bolmart
Rahat
Megastore
Spar
Fresco
Favorit
Bizimmarket
Bazarstore

MAĞAZALAR

Kiçik və orta ölçülü məhəllə arası mağazalar



Məhsulun mümkün satış kanalları: DİGƏR ARIÇILIQ MƏHSULLARI

APTEKLƏR

Proposil, arı südü və s. Arıçılıq məhsulları təbii dərman vasitəsi kimi istifadə olunduğundan onlar apteklərdə müştərilərə təqdim edilə bilər

BAZARLAR VƏ YARMARKALAR

Ənənəvi bazarlarla yanaşı fermerlər üçün təşkil edilən yarmarkalarda və ya sərgilərdə məhsullar alıcılara təqdim edilə bilər

MAĞAZALAR

Kiçik və orta ölçülü məhəllə arası mağazalar

SUPERMARKET ŞƏBƏKƏLƏRİ

Grandmart
Araz
Bravo
Neptun
Bolmart
Rahat
Bazarstore

ONLAYN SATIŞ

Sifarişləri şəxsi kuryer və ya "Wolt" və "Bolt" kimi çatdırılma platformaları vasitəsilə ünvanlara çatdırmaq olar. Minimum məbləğ çatdırılma limiti kimi tətbiq etməklə



PORTERİN 5 GÜCÜ TƏHLİLİ – təbii bal

YÜKSƏK



Bazara giriş təhlükəsi

Böyük həcmli investisiya lazım olmadığından və istehsal prosesi nisbətən asan olduğundan bazara girmək asandır. Eyni zamanda bu istiqamətdə dövlət dəstəyinin olması da bazara girişi asanlaşdırır/ stimullaşdırır

YÜKSƏK



Əvəzləmə təhlükəsi

Bazarda az sayda tam oxşar rəqib olduğu üçün əvəzlənmə təhlükəsi yuxarıdır

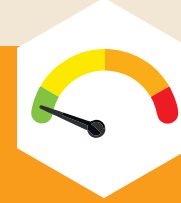
YÜKSƏK



Bazarda rəqabət

Bazarda oxşar məhsul istehsal edənlər çox olduğu üçün rəqabət yuxarıdır

AŞAĞI



Alıcıların bazar gücü

Bazarda oxşar məhsulların çoxluğu və informasiya assimetriyası (balın təbii olması ilə əlaqədar) alıcıların bazar gücünün aşağı olmasına səbəb olur

AŞAĞI



Təchizatçıların bazar gücü

Bazarda kifayət qədər təchizatçı olduğundan onların gücü zəif hesab edilə bilər



PORTERİN 5 GÜCÜ TƏHLİLİ – digər arıçılıq məhsulları

YÜKSƏK



Bazara giriş təhlükəsi

Böyük həcmli investisiya lazım olduğundan və istehsal prosesi nisbətən asan olduğundan bazara girmək asandır. Eyni zamanda bu istiqamətdə dövlət dəstəyinin olması da bazara girişi asanlaşdırır/stimullaşdırır

YÜKSƏK



Əvəzləmə təhlükəsi

Bazarda az sayda tam oxşar rəqib olduğu üçün əvəzlənmə təhlükəsi yuxarıdır

ORTA



Bazarda rəqabət

Bazarda oxşar məhsul istehsalçıların çox olmadığını nəzərə alsaq rəqabət aşağıdır

ORTA



Alıcıların bazar gücü

Bazarda alıcıların nisbətən az olması bazar gücünün orta olmasına səbəb olur

AŞAĞI



Təchizatçıların bazar gücü

Bazarda kifayət qədər təchizatçı olduğundan onların güzü zəif hesab edilə bilər



GÜCLÜ TƏRƏFLƏR



- Arıçılıq məhsulları istehsalı üçün ölkədə təbii resursların mövcudluğu
- İxtisaslı və bacarıqlı işçi qüvvəsinin mövcudluğu
- Sadə biznes modelin olması
- Tələb edilən investisiyanın aşağı olması

İMKANLAR



- Arıçılıq təsərrüfatları üçün dövlət dəstəyinin mövcudluğu
- Daxili bazarda qiymətlərin qonşu ölkələrlə nisbətdə yüksək olması
- Alıcıların daxili istehsala üstünlük verməsi
- Tez-tez arıçılıq sahəsində sərgilərin təşkil edilməsi

ZƏİF TƏRƏFLƏR



- Nisbətən ucuz idxal olunan təbii bal və digər arıçılıq məhsulları
- Əvəzləyicilərin və ya qeyri təbii üsullarla alınan arıçılıq məhsullarının, o cümlədən balın istehsalının artması
- Təbii balın və digər arıçılıq məhsulları ilə bağlı bazarda asimmetrik informasiyanın olması

TƏHLÜKƏLƏR



- Təbii fəlakətlər
- Arı ailələrinin xəstəliklərə həssas olması
- Bazarda rəqiblərin çox olması



APARILMIŞ SORĞULARIN nəticələri

Aparılmış sorğularda 62 arıçılıq məhsulları istehsalçıları və satıcıları iştirak etmişdir.



Sorğularda iştirak edənlərin **57%**-i istehsalçılar, **43%**-i isə arıçılıq məhsullarının satışı ilə məşğul olanlar olmuşlar.



Sorğuların **65%** Bakı şəhərində, yerdə qalan **35%**-i isə regionda aparılmışdır.



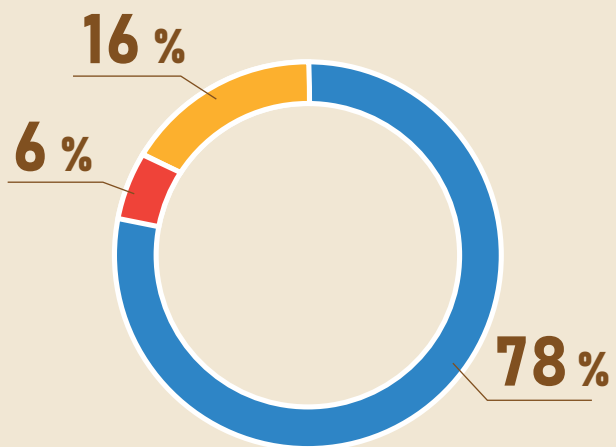
Sorğuda iştirak edənlərin **79%**-i kişi, **21%**-i isə qadın olmuşdur.



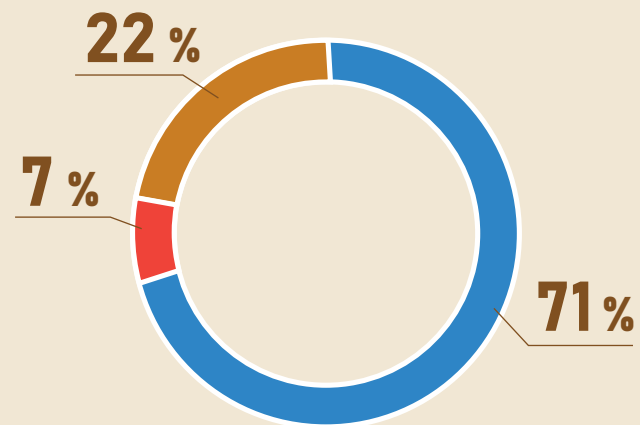
APARILMIŞ SORĞULARIN nəticələri

Təbii bal istehsalçılarna və satıçılarna görə **təbii bala və digər arıçılıq məhsullarına olan tələbat son 5 ildə artmışdır (78%)** ki, bunu da əhəlinin gəlirlərinin arması (rəsmi statistik göstəricilərə görə) ilə izah etmək olar.

Gələcəkdə də bu artımın davam edəcəyi gözlənilir (71%).



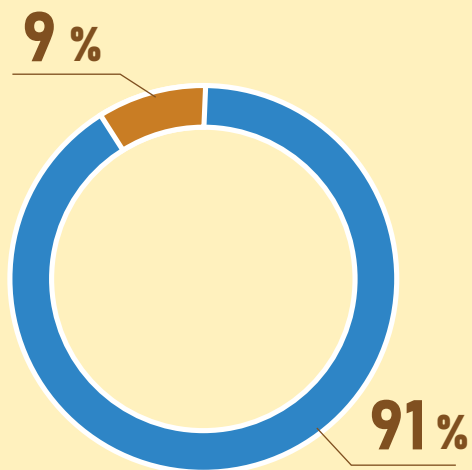
■ azalıb ■ sabit qalıb ■ artıb



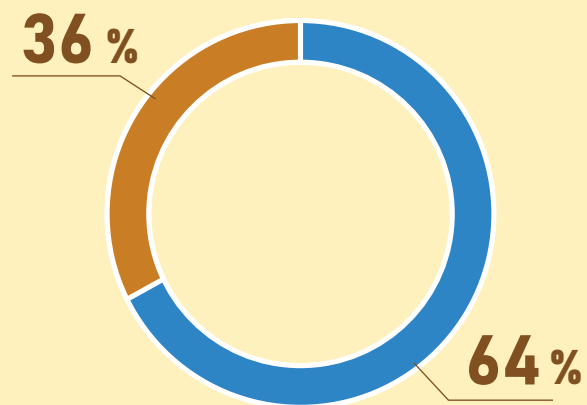
■ azalacaq ■ sabit qalacaq ■ artacaq

APARILMIŞ SORĞULARIN nəticələri

Müştərilər daha çox **yerli məhsullara üstünlük verirlər (91%)**, baxmayaraq ki, idxal olunan arıçılıq məhsulları xüsusən də təbii bal yerli bala nisbətən daha ucuz olur. Bunun da əsas səbəbi kimi keyfiyyətin daha üstün olmasını qeyd edirlər. Çünki müştərilər arıçılıq məhsulları alarkən əsasən **keyfiyyətə diqqət yetirirlər (64%)**.



■ yerli ■ xarici

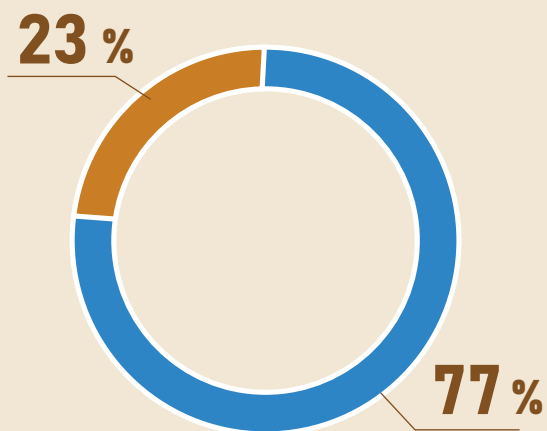


■ keyfiyyət ■ qiymət

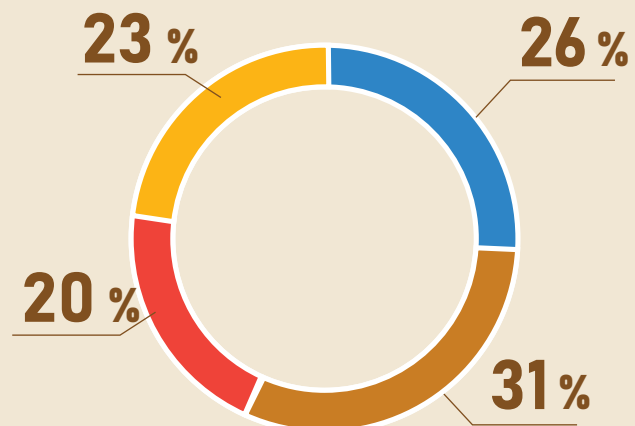


APARILMIŞ SORĞULARIN nəticələri

Müştərilər əsasən sadə formada qablaşdırılmış məhsullara üstünlük verirlər. Müştərilər əsasən may balı, təbii dağ balı və meşə balı kimi bal çeşidlərinə (77%) üstünlük verirlər.



- sadə formada qablaşdırılmış
- qablaşdırılmış (branding)



- may balı
- dağ balı
- meşə balı
- digərləri

- Alıcılar arıçılıq məhsullarını **əsasən tanıdıqları istehsalçılardan birbaşa almağı üstün tuturlar**. Amma bu trend arıçılıq məhsulları üzrə yerli brendlərin yaradılması və inkişaf etdirilməsi ilə azalması gözlənilir.
- Arıçılıq məhsullarının satışı ilin bütün fəsilərində baş tutur. Buna baxmayaraq **bu məhsullara olan tələbat əsasən yaz və payız aylarında nisbətən artır**.
- Məhsul alarkən müştərilər əsasən **Qinyətoğulları, Saf Bal, ABAD balı, Propolis və Ballı kimi yerli markalara üstünlük verirlər**.



İSKƏNƏ

Çərçivələri pətəkdən çıxarmaqda istifadə edilir. O, həmçinin, pətəyin divarlarından və çərçivələrdən mum və vərəmumun qaşınaraq təmizlənməsi üçün istifadə edilir.



TÜSTÜ KÖRÜYÜ

Arıları sakitləşdirərək arı ailəsinə baxmaq üçün istifadə olunur.



QALPAQ

Ana arını birbaşa pətəyə qoymaq, həmçinin onun müvəqqəti izolyasiyası üçün istifadə edilir.



PƏTƏK BIÇAĞI

Şanların çərçivələrdə kəsilməsi, mum toplantılarının kəsilməsi də bal ilə dolu şanların üst örtüyünün kənarlaşdırılması üçün istifadə edilir.



ÜZ TORU

Sifətin və boyunun açıq hissələrini arıların vurmasından mühafizə edir.



QAŞIYICI BEL

Pətəyin dib hissəsinin təmizlənməsi üçün istifadə edilir.



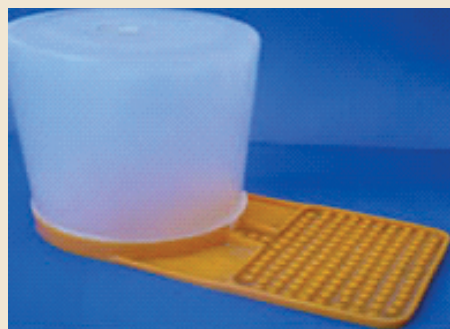
ANA QƏFƏSİ

Müəyyən müddət ana arının və ya ana yuvasının arılardan ayrı saxlamaq üçün istifadə edilir.



YEMLİK

Qış yem ehtiyatının yaradılması üçün şəkər siropu və ya bal şərbəti, həmçinin arıların oyadılması və ya müalicə üçün verilmiş şəkər yemi ilə yemləmə üçün istifadə edilir.



ÇƏRÇİVƏLƏRİN DAŞINMASI ÜÇÜN YEŞİK

Arı ailələrinə baxarkən arıçılar adətən yanlarında daşınan yeşik saxlayırlar ki, baxılmış çərçivələri vaxtında götürə bilsin, əl altında ehtiyat şanlar və yeni şanlı çərçivələr olsun.



ARILARI ŞANLARDAN VƏ PƏTƏYİN DİVARLARINDAN SÜPÜRMƏK ÜÇÜN ŞOTKA

Pətəklərin dibini təmizləyərkən, adətən arıçılar kiçik ölçülü metal kürəkdən istifadə edirlər.



İŞÇİ STOL-KƏTİL (TABURET)

Bilavasitə pətəklərlə işlədikdə kiçik həcmli inventar, avadanlıq və materialların daşınması üçün istifadə edilir.

Arıçılıq məhsullarının istehsal prosesini və zəruri İNVENTARLARI

ARILAR ÜÇÜN SUVAT

Arıların çirkli sudan istifadəsinin qarşısını alır. Ümumi istifadə üçün suvat düzəldilərkən orta ölçülü (10-12 l) çəlləkvə ya kanistr götürülərək aşağı hissəsinə kran bərkidilir.

ALOV LAMPASI

Lampa pətəklərin və metal inventarların dezinfeksiyası üçün istifadə olunur.

BEÇƏLİK

Beçənin pətəkdən çıxarılması və onun müvəqqəti saxlanması üçündür.

BALSÜZƏN

Balı pətəkdən süzmək üçün istifadə edilir.



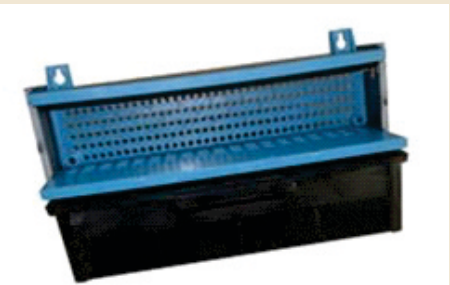
ARI YEŞİYİ

Arıların yaşaması və pətəklərin yerləşdirilməsi üçün istifadə edilir. Oksigenlə zəngin təmiz hava aşağıdan daxil olur, arılara toxunaraq isinir və yuxarı qalxır. Nəticədə hava arılardan ayrılan karbon qazı, buxar və maddələr mübadiləsi məhsulları ilə zənginləşərək ağırlaşır və aşağı çökür.



ÇİÇƏK TOZU TOPLAYAN

Çiçək tozu toplamaq üçün alətdir. Arılar bu qəfəsin gözündən keçməyə cəhd edərkən onların ayaqlarında toplanmış çiçək tozu qoparaq aşağıya tökülür.



SATIŞ NÖQTƏLƏRİ



Məhsulun satışını yuxarıda sadaladığımız kanallar üzərindən təşkil etmək olar. Otel və restoranlar, bazarlar və yarmarkalar, onlayn satış kanalları, apteklər, supermarket şəbəkələri, kiçik və orta ölçülü mağazalar.

QIYMƏT



Məhsulun maya dəyəri satış qiymətinin təyin olunmasında əsas rol oynamalıdır. Bununla belə, insanların alıcılıq qabiliyyəti də nəzərə alınmalıdır. Qiymətqoymada məhsulin keyfiyyəti ilə qiyməti arasında korelyasiya olması önəmli faktordur.

MARKETİNG



Supertmarketlərdə, yarmarkalarda, bazarlarda stendlərin quraşdırılması həm malların satılmasını təmin edə bilər, həm də ticarət markasının tanınmasını artırır. Bundan əlavə sosial media üzərindən (məs. facebook, instagram) məhsulun reklamının aparılması fayda gətirə bilər. Influenserlər vasitəsilə ticarət markasının tanınmasını daha qısa müddətdə etmək mümkün ola bilər. SMS marketing və ya elektron poçt vasitəsilə marketing təşkil etmək məhsulun tanınması üçün istifadə oluna bilər.



ÇATDIRILMA

İnternet üzərindən çatdırılmanı optimallaşdırmaq məqsədilə çatdırılma üçün minimum sifariş limitinin tətbiq edilməsi tövsiyə olunur. Pandemiyanın yayılması ilə onlayn çatdırılma xidmətlərinə tələbat da artmışdır. Çatdırılma xidməti şəxsi kuryerlər və ya “Wolt”, “BoltFood” kimi çatdırılma platformaları vasitəsilə həyata keçirilə bilər.



MƏHSULUN NÖVÜ

Gələcəkdə orqanik sertifikatlı arıçılıq məhsullarına tələbatın artacağını deyə bilərik. Bunu nəzərə alaraq demək olar ki, müxtəlif arıçılıq məhsulları üzrə çeşidlər üzrə orqanik məhsul istehsal etmək daxili bazarda mövqelənməni daha da möhkəmləndirə bilər.



İSTEHSALIN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ

İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə arıçılıq təsərrüfatlarının yaradılması gözlənilir ki, bu da daxili istehsal həcmi artıracaqdır və eyni zamanda qiymətlərə də təsirsiz ötüşməyəcəkdir. İstehsalın planlaşdırılmasında məhz bu amilin nəzərə alınması məqsədəuyğun olardı.





ACGA
ALLIANCE CONSULTING GROUP AZERBAIJAN



Tel.: +994 12 409 02 10; +994 50 235 36 10
E-mail: info@acga.az
<http://ACGA.az/>



Səbail rayonu, Neftçilər prospekti,
ev 129, mənzil 129, Bakı,
Azərbaycan