



Azərbaycan Respublikasının
Kiçik və Orta Biznesin
İnkişafı Agentliyi



SƏYYAR QƏHVƏ VƏ YAN MƏHSULLARIN İSTEHLAKI

Daxili Bazar araşdırması

ARAŞDIRMA METADALOGİYASI

- ƏHALİ ARASINDA ONLAYN VƏ B2B SORĞU;
- İAŞƏ OBYEKTlərİNDƏ (KAFFE VƏ RESTORAN) MÜŞTƏRİLƏR ARASINDA SORĞULAR;
- SƏYYAR QƏHVƏ SATIŞINI HƏYATTA KEÇİRƏN SAHİBKARLAR ARASINDA SORĞULAR;
- MÜXTƏLİF MƏNBƏLƏRDƏN ƏLDƏ EDİLMİŞ STATİSTİK MƏLUMATLAR VƏ KABİNET ARAŞDIRMASI;
- SWOT ANALİZ

ÜMUMİ MƏLUMAT

ÖLKƏLƏRİN QƏHVƏ SATIŞI ÜZRƏ ÜMUMİ STATİSTİK MƏLUMATLARI

№	Dünya üzrə qəhvə satışları	İstehsal gücü və illik qəhvə ixracı statistikasısı (tonla)		
		2019-ci il	2020-ci il	2021-ci il
		122 413	128 165	112 546
1	Braziliya	48 097	43 486	50 828
2	Vyetnam	20 002	26 502	25 00 9
3	Kolumbiya	8 526	7 654	9 929
4	İndoneziya	9 131	7 290	13 050
5	Efiopiya	7 502	6 800	6235
6	Hindistan	4 730	4 923	4 979
7	Qonduras	4 333	5 905	4 539
8	Meksika	4 003	4565	4 329
9	Uqanda	3 204	2 819	3700
10	Qvatemala	3 952	3 842	3 745
11	Peru	4 071	5 375	4 455
12	Kot-d'İvuar	984	1888	2048
13	Nikaraqua	1636	191	2019
14	Kosta-Rika	1394	1464	1573
15	Tanzaniya	848	5461	1117

İl ərzində adambaşına ən çox qəhvə içən ölkələrin ilk onluğuna aşağıdakılar daxildir

✓ Finlandiya - 12 kq

✓ Danimarka - 8,7 kq

✓ Belçika - 6,8 kq

✓ Norveç - 9,9 kq

✓ Hollandiya - 8,4 kq

✓ Lüksemburq - 6,5 kq

✓ İslandiya - 9 kq

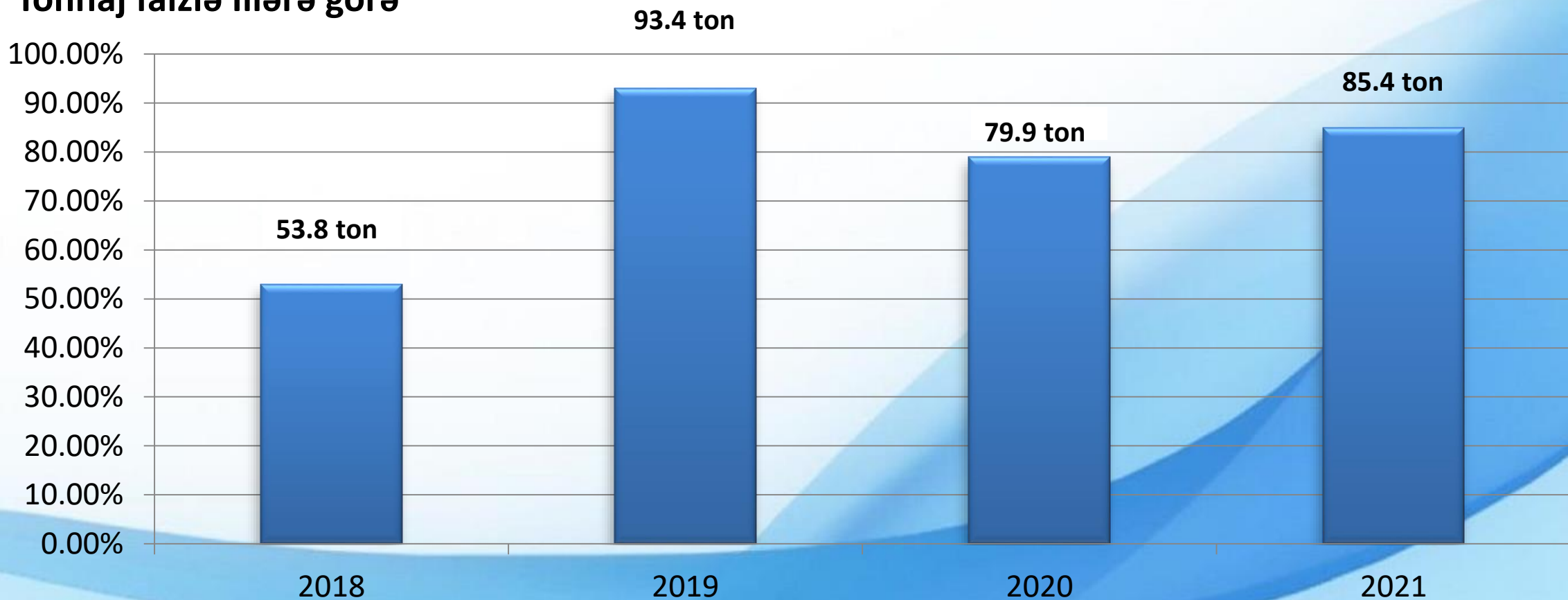
✓ İsveç - 8,2 kq

✓ Kanada - 6,2 kq

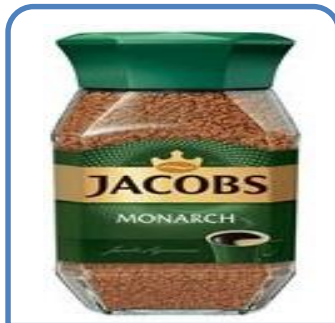
✓ İsveçrə - 8,2 kq

Azərbaycana idxal olunan qəhvənin illər üzrə müqayisəli statistikas

Tonnaj faizlə illərə görə



Azərbaycana ən çox idxal olunan qəhvə brendləri



Azərbaycanda ən çox istifadə edilən qəhvə və yan məhsulların növləri



MacCoffe, Jacobs, Nescafe, Kurukahveci Mehmet Efendi Türk Kahvesi ən çox tanınan və satılan brendlərdəndi. Eləcə də qəhvə ilə bərabər istifadə olunan yan məhsullardan - qatılaşıdırılmış süd – «Ічня» brendi, Creat Value, Густияр, Гост, Румо, Кулинарка brendləri (əsasən Rusya və Ukraynadan idxal edilir), şantı qaumaq Kent brendi, DR.OETKER brendini krem şantıları, şəkər tozu yerli məhsullar, Nestle brendinin quru süd məhsulları, Milla brendinin qaumaqları daha çox istehlak olunduğu müəyyən edilmişdir.

Qəhvəyə qatqılar



İCTİMAİ İAŞƏ XİDMƏTİ İLƏ MƏŞĞUL OLMAQ İSTƏYƏN SAHİBKARLAR AŞAĞIDAKILARDAN BİRİNİ SEÇƏ BİLƏR:

FƏRDİ SAHİBKAR KİMİ (VÖEN) HÜQUQİ ŞƏXS YARATMAQLA (Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyət)

Sahibkar səyyar qəhvə satışını həyata keçirdiyi zaman sadalanan qanunvericiliyin tələblərinə əməl etməlidir:

1. Azərbaycan Respublikası Vergilər Məcəlləsi

2. “İctimai iaşə fəaliyyəti sahəsində vergitutma məqsədləri üçün gəlirlərin və xərclərin uçotunun aparılması qaydası”nın və “Pərakəndə ticarət fəaliyyəti sahəsində vergitutma məqsədləri üçün gəlirlərin və xərclərin uçotunun aparılması qaydası”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı

3. “Bakı şəhər İcra Hakimiyyətinin Başçısının 17 yanvar 2000-ci il tarixli 64 sayılı, Bakı şəhər İcra Hakimiyyətinin Başçısı Bakı şəhərində ticarət, ictimai-iaşə və xidmət obyektlərinin yerləşdirilməsi tələbləri haqqında”

4. Azərbaycan Respublikasında ticarət, ictimai iaşə, məişət və digər növ xidmət Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI NAZİRLƏR KABİNETİNİN QƏRARI.

Fərdi sahibkar kimi qeydiyyatata düşmə

Sahibkar ilk olaraq ASAN imza əldə edir.

Bütün qeydiyyat proseduru tək şəxsiyyət vəsiqəsi ilə həyata keçirilə bilər.



Bu proses istənilən mobil operator tərəfindən yerinə yetirilir. Azercell, Bakcell və NarMobile



Asan imza əldə etmiş şəxs Vergi orqanında ASAN imza sertifikatını əldə etdikdən sonra (dəyəri 25 azn) vergi ödəyicisi kimi online qaydada qeydiyyatata düşə bilər. (VÖEN) bu halda fəaliyyət kodu dəqiq qeyd edilməlidir

Hüquqi şəxs kimi ictimai iaşə xidməti həyata keçirmək istəyən sahibkarlar aşağıdakı sənədləri təqdim etməklə qeydiyyatata düşə bilər MMC kimi fəaliyyət üçün: *Az. Res. İqtisadiyyat Nazirliyinin yanında Dövlət Vergi Xidmətində “Bir pəncərə” xidmətində və ya onlayn qaydada təsis sənədlərini təqdim edə bilər.*

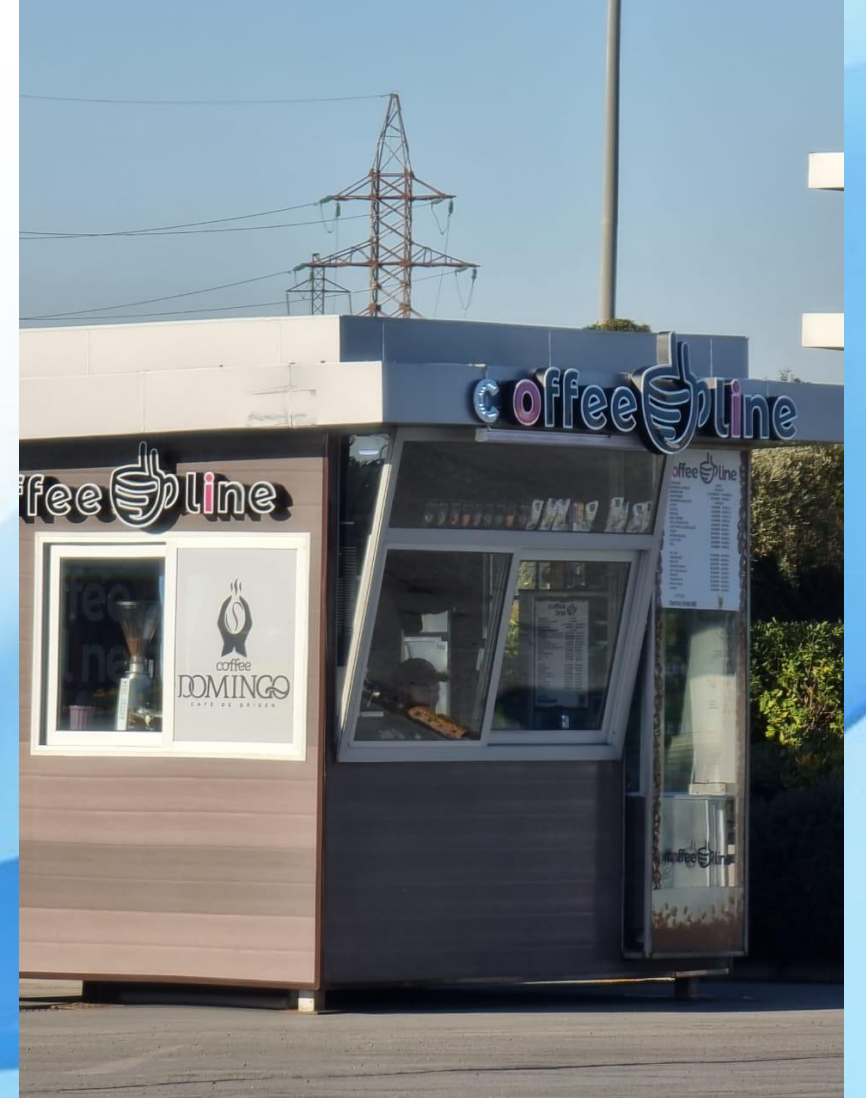
Bu halda aşağıdakı sənədlər təqdim edilir:

1. Nizamnamə
2. Təsisçilərin qərarı
3. Kommersiya hüquqi şəxsin ərizəsi (notarial təsdiq)
4. Nizamnamə kapitalın ödənilməsi haqqında qəbz
5. Dövlət rüsumunun ödənilməsi haqqında qıbz (15 azn)
6. Təsisçilərin şəxsiyyət vəsiqələrinin surəti
7. Direktorun şəxsiyyət vəsiqəsinin surəti (əgər təsisçilərdən biri deyilsə)

Bu sənədlər təqdim edildikdən 3 iş günü ərzində Şirkət qeydiyyatata alınır. Kommersiya hüquqi şəxsin ərizəsində ictimai iaşə xidmətinin göstərilməsi haqqında fəaliyyət kodu qeyd edilməlidir.

İCTİMAİ İAŞƏ XİDMƏTİ GÖSTƏRƏN SAHİBKARLARIN BİLMƏLİ OLDUQLARI VACİB QAYDALAR

- İctimai iaşə xidmətlərinin göstərilməsində sahibkar iaşə obyektlərində göstərilən xidmətlərin siyahısı icraçı tərəfindən sərbəst olaraq müəyyən edilir;
- İctimai iaşə obyektlərində hazırlanan məhsulların hər birinin kalkulyasiyasına uyğun menyunun tərtibi və sərbəst reklam etmə; (*AR Reklam haqqında Qanunun tələblərini pozmamalıdır*);
- İctimai iaşə obyektlərində istehlakçılarla hesablaşmalar zamanı nəzarət-kassa aparatının çeki ilə yanaşı, göstərilmiş ictimai iaşə xidmətinin dəyərini (çekdəki məbləği) təsdiq edən və xidmətin tərkibinə daxil olan məhsulların adları göstərilmiş hesab təqdim edilməlidir;
- Sadələşmiş vergi ödəyicisi kimi göstərilmiş müvafiq xidmətlərdən yaranmış dövriyyə üzrə vergi ödənişlərini vaxtında təqdim etməlidir;



Səyyar ticarətin qanunla müəyyənləşdiyi məkan və yerlər

- Səyyar (mövsümi) ticarət və xidmətlərin aparılması Qaydalarına uyğun olaraq - Səyyari (mövsümi) ticarət və xidmət fəaliyyəti Bakı şəhərinin parklarında, bağlarında, həmçinin əhalinin istirahətinin təşkil edildiyi digər yerlərdə, küçə və meydanların kənarlarında həyata keçirilə bilər;
- Lakin Səyyari (mövsümi) ticarət və xidmət küçələrin, səkilərin hərəkət hissəsində, hökumət və idarəetmə orqanları binalarına, tarixi memarlıq və heykəltəraşlıq abidələrinə, uşaq, məktəbəqədər və digər tədris müəssisələrinə bitişik ərazilərdə həyata keçirilə bilməz;
- Müəyyən edilmiş sahələrdən kənarında səyyari (mövsümi) ticarət və xidmət fəaliyyəti qadağandır.



Qida məhsullarının satışı ilə məşğul olan sahibkarlıq subyekti Qida Təhlükəsizliyi Agentliyindən müvafiq icazələri almalıdır

Tələb olunan Sənədlər

- ✓ Ərizə;
- ✓ Ərizəçi fiziki şəxs olduqda - şəxsiyyətini təsdiq edən sənədin surəti;
- ✓ Ərizəçinin vergi ödəyicisi kimi uçota alınması haqqında şəhadətnamənin surəti;
- ✓ Hüquqi şəxsin dövlət reyestrindən çıxarışının surəti; (f/ş: VÖEN və şəxsiyyət vəsiqəsinin sürəti)
- ✓ Ərizəçinin nümayəndəsi müraciət etdikdə onun səlahiyyətlərini təsdiq edən sənəd;
- ✓ İdxal üçün mənşə sənədi, alqı-satqı müqaviləsinin notarial qaydada təsdiq olunmuş tərcüməsi, idxal ediləcək məhsula dair hesab-faktura (invoys), idxal olunan məhsulun növündən asılı olaraq ixracatçı ölkənin səlahiyyətli dövlət qurumu tərəfindən verilmiş yeyinti məhsulunun təhlükəsizliyini təsdiq edən sənədlər;
- ✓ İxrac üçün alqı-satqı müqaviləsi, ixrac olunan məhsulun növündən asılı olaraq fitosanitar sertifikatı, baytarlıq sertifikatı, qida məhsullarının ixracı ilə bağlı idxalçı ölkələrin, o cümlədən Avropa İttifaqının bu sahədə tələblərini əks etdirən digər sənədlər;
- ✓ Dövlət rüsumunun ödənilməsi barədə sənəd;

İCTİMAİ İAŞƏ XİDMƏTİ GÖSTƏRƏN SAHİBKARLARIN BİLMƏLİ OLDUQLARI VACİB QAYDALAR

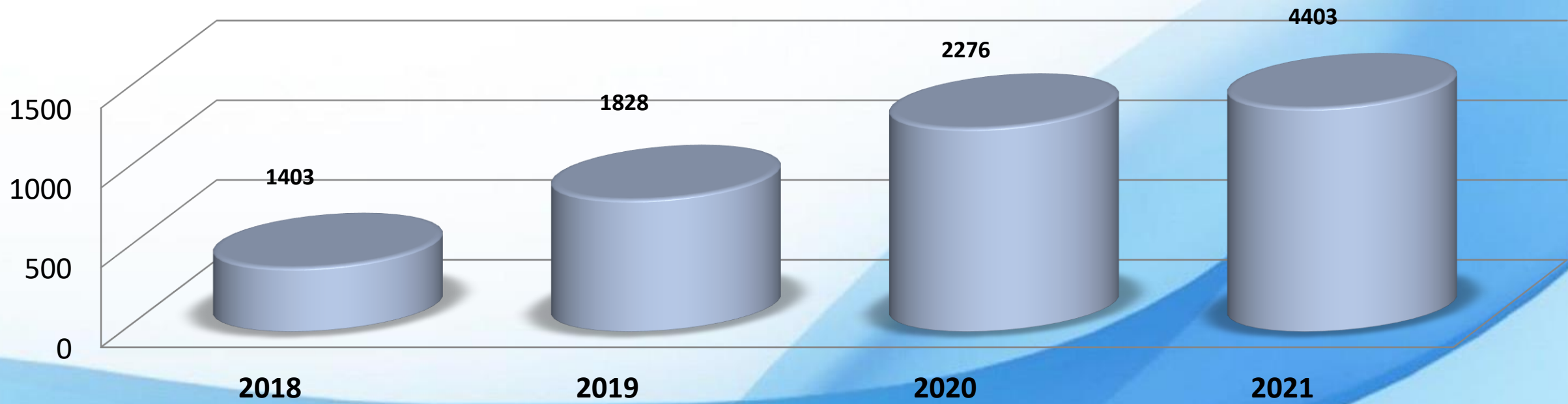
Ölkəyə idxal edilən yeyinti məhsulları qanunvericiliyə əsasən tanınmış və ya AQTƏ tərəfindən verilmiş qida təhlükəsizliyi sertifikatına malik olmalıdır. Bu forma göstərilən sertifikat “Lisenzialar və icazələr haqqında” AR Qanununa uyğun olaraq Agentlik tərəfindən aparılmış ekspertizanın nəticələrinə əsasən idxal olunan yeyinti məhsullarına verilir. İdxal olunan yeyinti məhsulunun istehsalçısı olan subyektlər qida təhlükəsizliyi qeydiyyatından keçdiyi halda həmin istehsalçının məhsullarına sertifikat tələb “Lisenzialar və icazələr haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununa uyğun olaraq ərizə ilə Agentliyə müraciət olunmalıdır.

1. Müvafiq orqan tərəfindən təsdiqlənmiş Ərizə;
2. Ərizəyə aşağıdakı sənədlər əlavə olunmalıdır:
3. Yeyinti məhsulunun mənşə ölkəsini təsdiq edən sertifikat,
4. Alqı-satqı müqaviləsinin notarial qaydada təsdiq olunmuş tərcüməsi;
5. İdxal ediləcək yeyinti məhsuluna dair hesab-faktura (invoys);
6. onun növündən asılı olaraq ixracatçı ölkənin səlahiyyətli dövlət qurumu tərəfindən verilmiş yeyinti məhsulunun təhlükəsizliyini təsdiq edən sənəd;
7. İxrac üçün alqı-satqı müqaviləsi, ixrac olunan yeyinti məhsulunun növündən asılı olaraq fitosanitar sertifikatı, baytarlıq sertifikatı, yeyinti məhsullarının ixracı ilə bağlı idxalçı ölkələrin, o cümlədən Avropa İttifaqının bu sahədə tələblərini əks etdirən sənədlər.

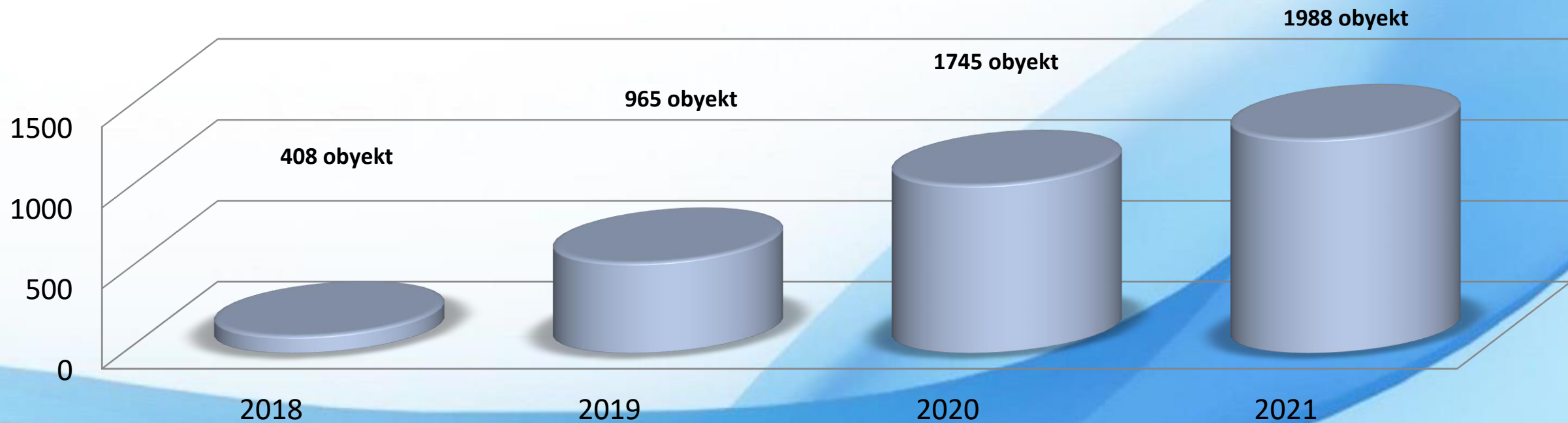
“Yeyinti məhsullarına verilən qida təhlükəsizliyi sertifikatının forması və verilmə Qaydaları”na əlavə

Azərbaycan Respublikasının Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi Qida Təhlükəsizliyi Sertifikatı Food Safety Agency of the Republic of Azerbaijan Health Certificate (import)		
1. İdxalçı müəssisənin adı və ünvanı / Name and Address of the Importer:	2. Sertifikatın nömrəsi və verilmə tarixi / Number and Issue Date of the Certificate:	
4. Qəbul edən müəssisənin dövlət qeydiyyat nömrəsi / Registration Number of the Consignor:	3. Göndərən müəssisənin adı və ünvanı / Name and Address of the Consignor:	
5. Göndərən müəssisənin dövlət qeydiyyat nömrəsi / Registration Number of the Consignee:	6. İstehsalçı müəssisənin adı və ünvanı / Name and Address of the Producer:	
7. Məhsulun adı / Name of the Product:	8. Partiyanın miqdarı / The Lot Quantity:	9. Partiyanın nömrəsi / The Total Number of Packaging:
10. Partiyanın son istifadə tarixi / Expiration Date:	11. Qablaşdırma növü / Type of Packaging:	12. Qablaşdırmanın ümumi sayı / The Total Number of Packaging:
13. Mənşə ölkəsi / Country of Origin: ISO Kodu / ISO Code:	14. Təyinat ölkəsi / Country of Destination: Azərbaycan / Azerbaijan ISO Kodu / ISO Code: AZ	
15. Yüklənmə yeri / Place of Loading:	16. Yoladüşmə tarixi və Azərbaycan SKM-nə giriş / Date of Departure and Entry BIP in Azerbaijan:	
17. Nəqliyyat vasitəsi / Means of Transport: Tayyarə / Gəmi / Dəmir yolu / Aeroplane / Ship / Railway wagon Avtomobil / Digər/ Road vehicle / Other Qeydiyyat nişanı / Identification Number:	18. Məhsulun saxlanma şəraiti / Conditions of Storage:	
Konteynerin identifikasiyası və möhürün nömrəsi / Identification of Container and Seal Number:		
19. XİF MİN / HS CODE:	20. Etibarlılıq müddəti / Validity Period:	
21. Xalis çəki / Net Weight:	22. İstifadə təyinatı / Intended Purpose of Use:	
Bu Sertifikat təsdiq edir ki, yuxarıda göstərilən məhsul partiyası təhlükəsizlik göstəricilərinə görə qüvvədə olan norma və qaydalara uyğundur. / This is to certify that the product lot described above have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures.		
Azərbaycan Respublikası Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin səlahiyyətli nümayəndəsi _____ (adı, soyadı)		
Authorised Representative of the Food Safety Agency of the Republic of Azerbaijan _____ (name, surname)		
İmza / Signature M.Y/ Stamp		

Ölkədə 2018-2021-ci illərdə qəhvə satışı ilə məşğul olan sahibkarlıq subyektlərinin illərə görə statistik göstəriciləri



Ölkədə 2018-2021-ci illərdə sahibkarlıq subyektlərində səyyar qəhvə satışını da həyata keçirən obyektlərin statistik göstəriciləri



Ölkə bazarında ən çox satılan qəhvə və yan məhsullar (71,5%)

Qəhvə ilə birgə istehlak olunan yan məhsulları



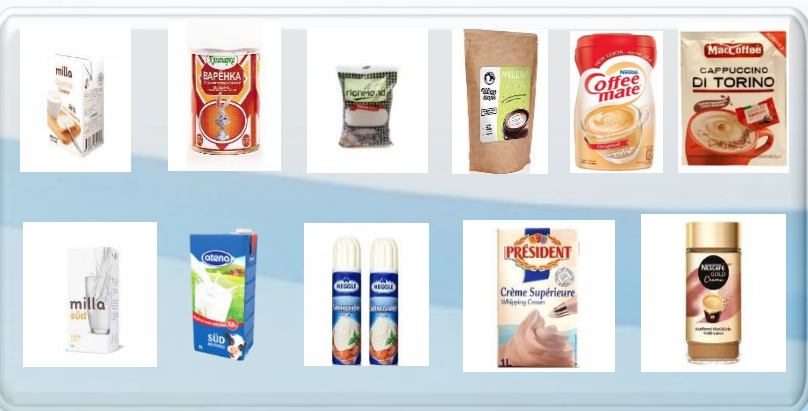
Jacobs markası “Kraft Foods”a məxsusdur, “Ani freeze” qurudulmuş qəhvə növünün ən böyük istehsalçısıdır. Azərbaycan bazarında Jacobs qəhvəsi 1994-cü ildə təqdim edilib.



“Nestle “ firmasının məhsulu olan “Nescafe” dünyada hazır qəhvənin ilk olaraq satışa çıxarmışdır. Azərbaycanda satışa 1999-cu ildən başlayıb.



MacCoffee qəhvə brendi “Future Enterprises Pte” firması tərəfindən istehsal edilir. 1994-cü ildən Azərbaycana idxal olunur.



Ölkəyə ən çox idxal olunan qəhvə və yan məhsulların çeşidləri əsasən – qəhvə - Nestle, Jacobs, MacCoffee; istifadə olunan yan məhsullardan – Milla, Azərsüd, «Ічня» brendi, Creat Value, Густияр, Гост, Румо, Кулинарка brendləri (əsasən Rusiya və Ukraynadan idxal edilir), şantı qaumaq Kent brendi, DR.OETKER brendini krem şantı və sairidir.

Ölkə bazarında ən çox satılan qəhvə və yan məhsulları istehsal edən şirkət - Nestle markası

Kofe



Nestle Azerbaijan LLC tərəfindən 1994-cü ildən qəhvə məhsulları müxtəlif çeşiddə Azərbaycana idxal edir.

Hazır yeməklər



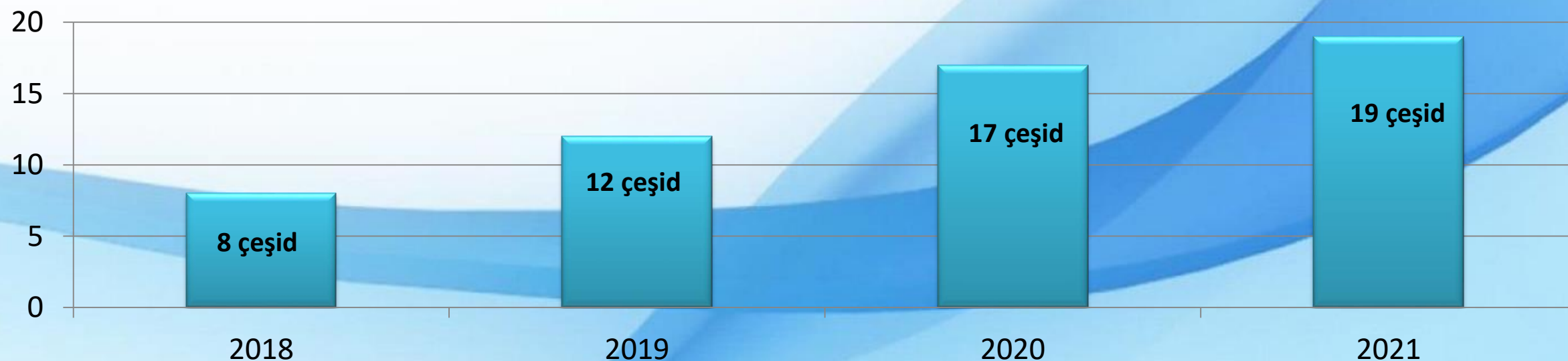
Şokolad



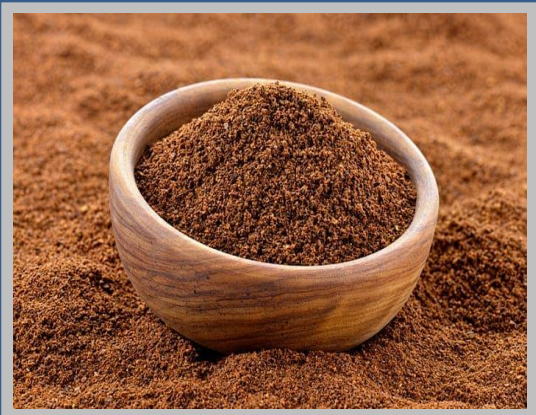
Nestlé

Nestle firmasının Azərbaycana idxal olunan məhsullarının çeşidlər

2018-ci il – İckilər - Nesquik, Nestea, Milo; **Su**-Poland Spring; **Qəhvə** - Nescafe, Nespresso, Coffee Mate.
2019 –cü ildən - Kulinariya, soyudulmuş və dondurulmuş yeməklər - Maggi, Hot Pockets, Stouffers, Thomy, Jack`s, Tombstone, Herta, Buitoni, DiGiorno, Lean Cuisine; **Su** - Pure Life, Perrier;
2020-ci il -Şokolad - Qənnadı - Kitkat, Toll House, Milkybar, Smarties; **Dondurma** - Dreyer`s, Extrême, Häagen-Dazs, Mövenpick, Nestlé Ice Cream; **Su** -S.Pellegrino; **Qəhvə** - Nescafe "Klassik», Nescafe "Qızıl, "Dolce Gusto"**Şokolar** - Maggie, Nats.
2021-ci il – Avadanlıq - Nescafe "3-də 3". Little Wand, NESCAFÉ® Alegria, NESCAFÉ® ATP 40 E, NESCAFÉ® FTP 120, NESCAFÉ® FTS 60 E, Astoria Calypso 1, Astoria Calypso 2, NESCAFÉ® De'Longhi Dinamica, NESCAFÉ® 1060



Qəhvənin istehsal texnologiyası və istifadə olunan xammallardan asılı olmaqla qəhvə məhsulları bir neçə qrupa bölünür



Üyüdülmüş və qovurulmuş təbii dənəvər qəhvə



Yaşıl və xam (çiy) qəhvə



Pasta konsistensiyalı həll olan qəhvə içkiləri



Toz quruluşlu həll olan qəhvə içkiləri



Həll olan qəhvə



Kofeinsiz qəhvə



Süd tərkibli qəhvə içkiləri



Peşəkar qəhvə maşını **NESCAFÉ®**
FTP 30

İçkilərin sayı: 12 növ

Fincanların sayı: gündə 30-dan çox

Ölçülər (h/e/d): 56,7 x 31,6 x 56,5 sm

Çəkisi: 29,4 kq

Enerji istehlakı: 1,4 kVt



Peşəkar qəhvə maşını **NESCAFÉ®**
FTP 30

İçkilərin sayı: 12 növ

Fincanların sayı: gündə 60-dan çox

Ölçülər (h/e/d): 66.6 x 42.2 x 59.9 sm

Çəkisi: 35,2 kq

Enerji istehlakı: 3 kVt



Peşəkar qəhvə maşını **Astoria Calypso 2**

İçkilərin sayı: 12 növ

Fincanların sayı: gündə 45-dən çox

Ölçülər (h/e/d): 57.5 x 75.5 x 54 sm

Çəkisi: 76 kq

Enerji istehlakı: 2,3 / 3.1 kVt



Peşəkar qəhvə maşını **NESCAFÉ®**
De'Longhi Dinamica

İçkilərin sayı: 4 növ

Fincanların sayı: gündə 30-dan çox

Ölçülər (h/e/d): 34.8 x 23.6 x 42.9 sm

Çəkisi: 9,5 kq

Enerji istehlakı: 1,5 kVt

**Nestlé**
PROFESSIONAL®

Qəhvənin insanın qida rasionunda rolu

Qəhvənin əsas fərqləndirici xüsusiyyəti onun dadında və tonusyüksəldiciliyindədir. Gümrahlıq vermə və fiziki gərginliyi aradan qaldıra bilmə xarakterinə görə əksər insanlar qəhvə içkisini əsasən səhərlər içməyi sevirlər. İnsan orqanizminə olan qəhvənin təsirini aydınlaşdırmaq məqsədi ilə onun unikal tərkibi hissəsi ilə yaxından tanış olmaq lazımdır:

- Triqonelin – ateroskleroz xəstəliyi daxil olmaqla bir sıra biokimyəvi reaksiyalarda iştirak edərək əksər xəstəliklərin inkişafının qarşısını alır;
- Polisaxaridlər – toxumalara və qana kompleks (mürəkkəb) karbohidratların axınını təşkil etməklə beyinin aktivliyini yüksəldir;
- Üzvi turşular – insan orqanizmində sağlam bağırsağ mikroflorasının yaranmasına köməklik edir, həzmolma qabiliyyətini yüksəldir, həm də təbii antiseptik rolunu icra edir;
- Kofein – əzələ tonusunu artırır, sinir sistemini stimullaşdırır və maddələr mübadiləsini yüksəldir P vitamini – damar divarlarının möhkəmləndirilməsində iştirak edir



Şərq üsulu qəhvə- cezve (türk) adlandırılan qabda hazırlanır. Hazırlanmasında tez-tez hill, darçın və başqa ədviyyatlardan istifadə olunur.

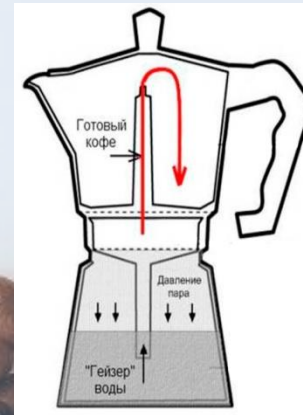
French Press hazırlanan. Frenc Press xüsusi kolbadır. Adətən şüşə və ya metal termos formasında olur. Hansında ki, ələklə porşen içkini qəhvə çöküntüsündən ayırır.



Türk qəhvəsi, yalnız Türklər tərəfindən hazırlanan, özünə xas bişirmə və təqdim etmə şəkli olan qəhvə növüdür. Türk qəhvəsi deyilincə ağla ilk gələnler köpük, telvə (türklər qəhvənin dibində qalan çöküntüyə telve deyirlər), cezve (qəhvədan) və fincandır.



Geyzer tipli qəhvədan(həmçinin neopolitan üsulu qəhvə). Geyzer tipli qəhvədanı, və ya moka, üç hissədən ibarətdir: alta su doldurulur, hansı ki, sonradan 1,5 atm təzyiq altında buxara çevrilir. Buxar sonradan yuxarı dar kanal üzrə qalxır və orta hissəyə tökülmüş üyüdülmüş qəhvədən keçir. Yuxarı hissəyə artıq hazır içki qalxır.



Espresso - xüsusi espresso maşınının köməyi ilə alınır.



Mırra - Türkiyənin Şanlıurfa bölgəsinə məxsus bir qəhvə növüdür. Bu qəhvə bir neçə dəfə dəmlənərək hazırlanır.



Mocha (Mokka) - Yəməndə hazırlanan bir qəhvə növüdür. Bu qəhvə Latte-yə şokolad tozu və şəkər əlavə etməklə hazırlanır.



Amerikano Espressonun üzərinə biraz qaynar su əlavə edərək hazırlanır.



Doppio (Dopyo) - Amerikanodan daha da sərt olan bir qəhvə növüdür.



Cappuccino(Kapuçino) - Espressonun üzərinə qaynar süd və süd köpüyü əlavə edərək hazırlanır.

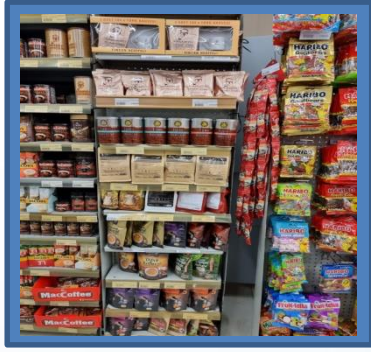
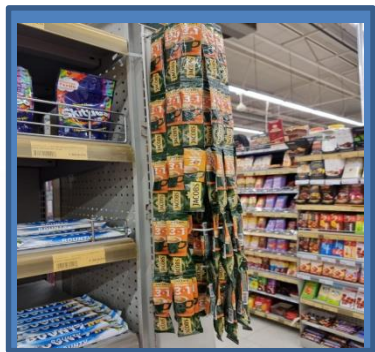


Latte - Espressonun üzərinə buxarlandırılmış süd əlavə edilir.

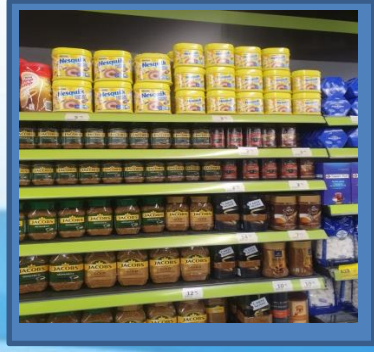


İri satış marketlərində (Bravo, Araz, Rahat, Bazar Store, Megastore və s.) Nestle firmasının ən çox satışda olan məhsulları

Müşahidələr onu göstərir ki, iri marketlərdə əsasən Nestle firmasının istehsalı olan qəhvə və yan məhsulların satışı üstünlük təşkil edir



Qəhvə məhsulları



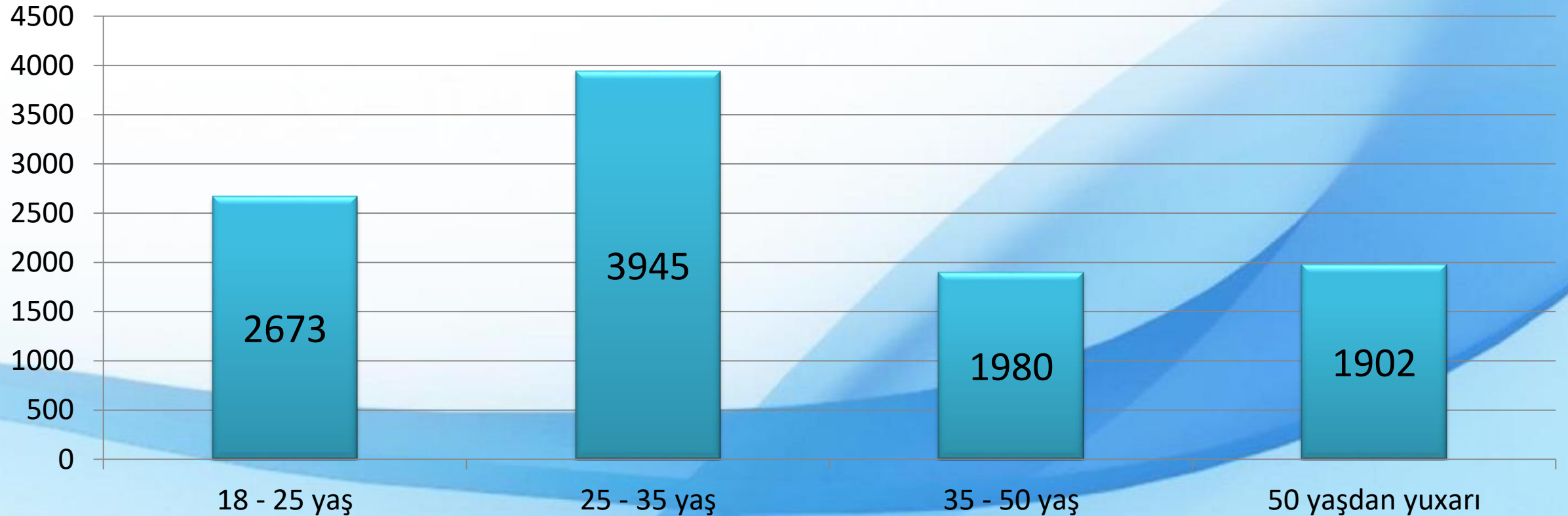
Qəhvə üçün yan məhsullar



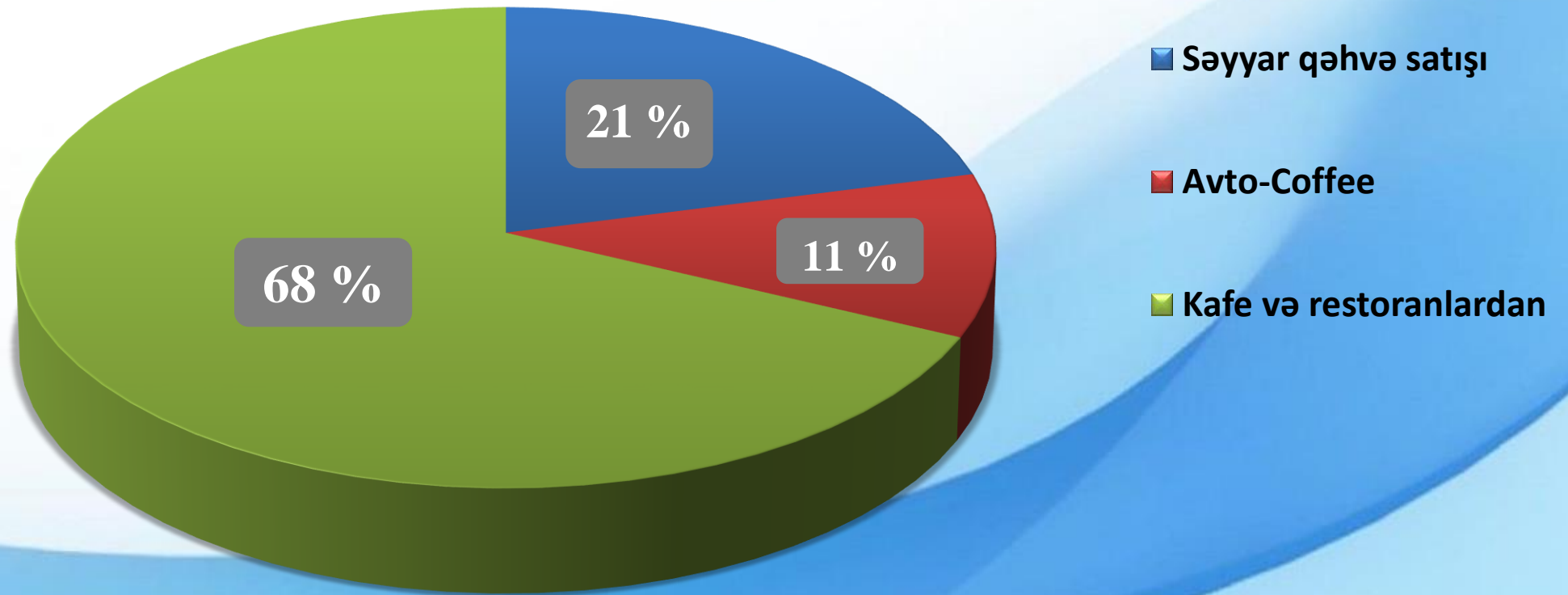
ƏHALİ ARASINDA APARILAN SORĞULARIN NƏTİCƏLƏRİ

RESPONENTLƏR ARASINDA APARILAN B2B SORĞUNUN NƏTİCƏLƏRİ

Aparılan sorğunun nəticələri göstərir ki, qəhvəni ən çox 25-35 yaş arası əali qrupu istehlak edir

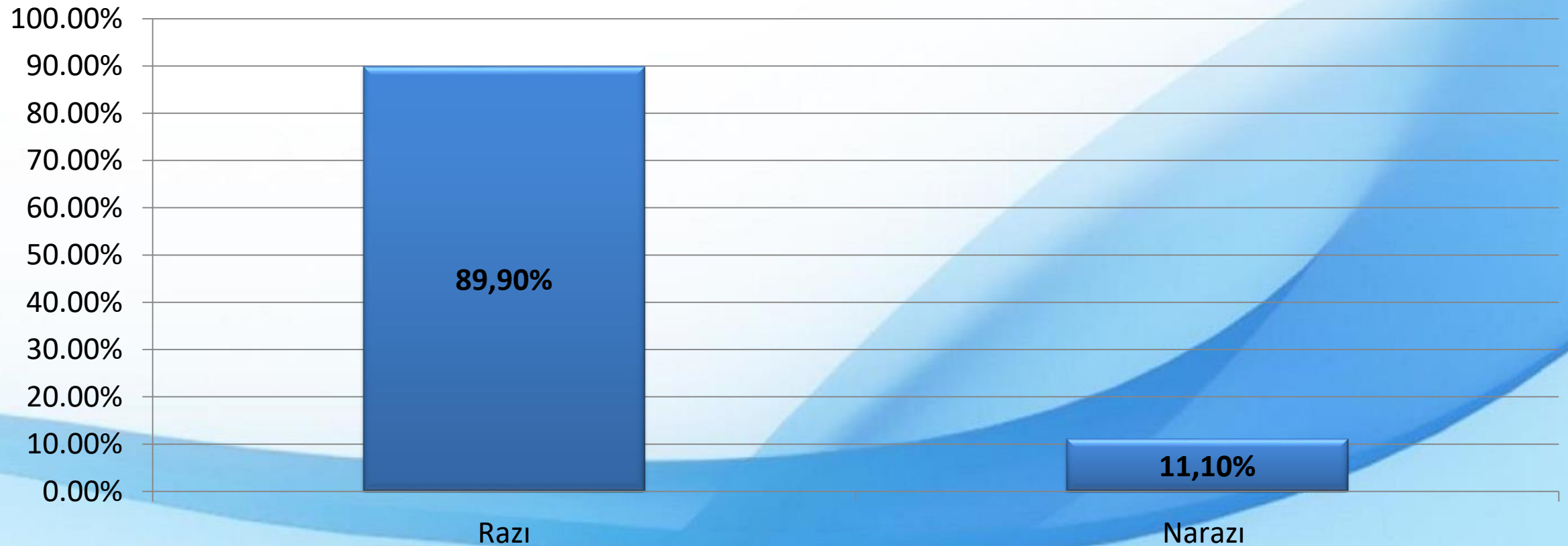


Qəhvə istehlakçıları ən çox xidməti haradan əldə edirlər



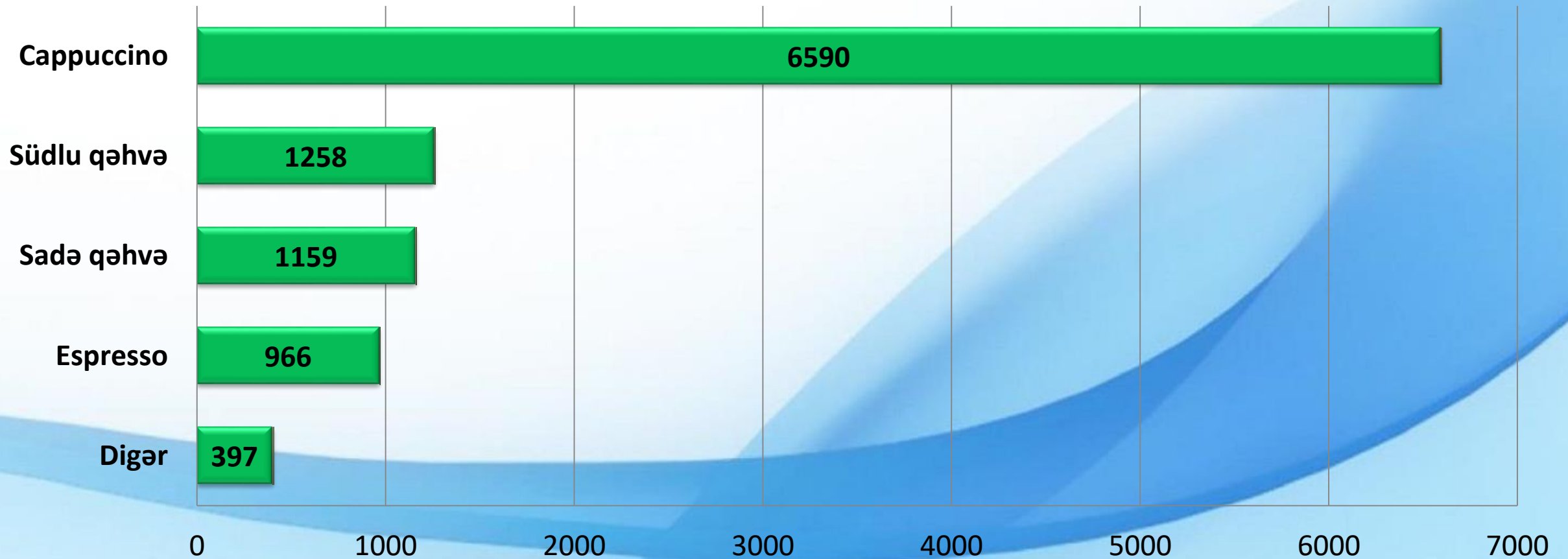
Səyyar qəhvə satışının xidmət keyfiyyətinin dəyərləndirməsi

Səyyar qəhvə satışından istifadə edən respondentlərin əksəriyyəti - həm məhsulun keyfiyyəti, həm də satış xidmətindən razıdır



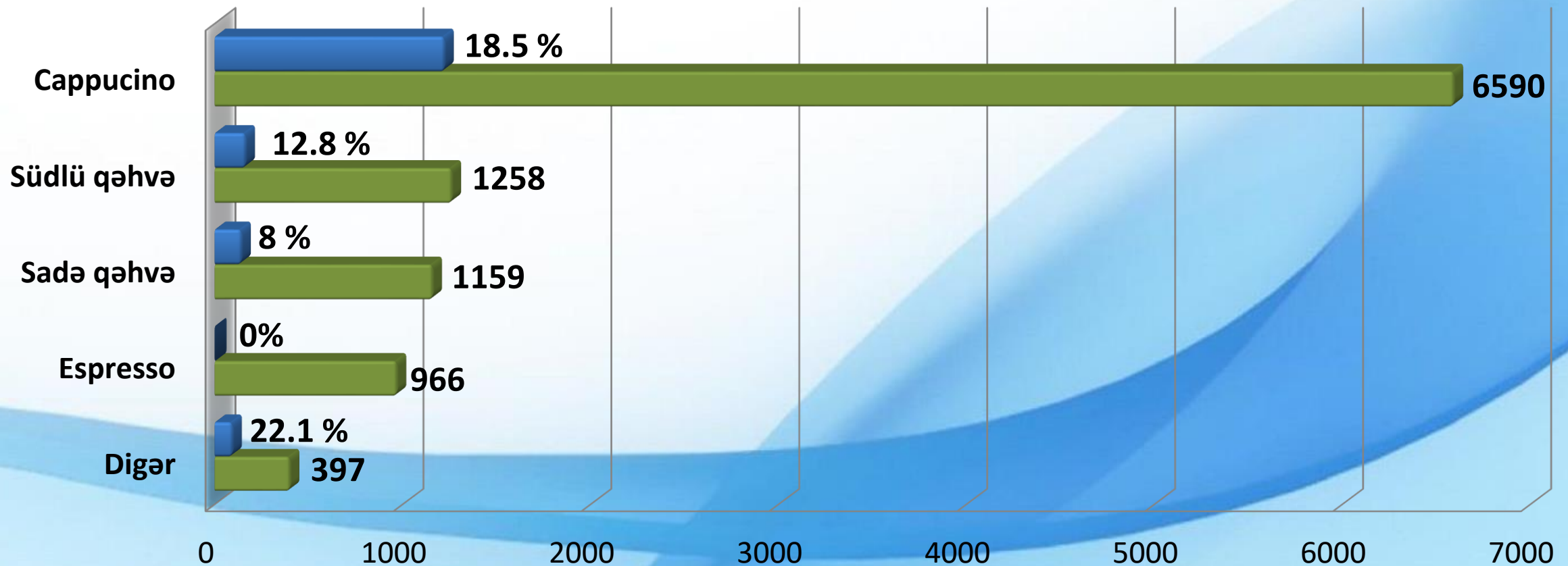
Orta və iri iaşə müəssisələrində müştərilər arasında sorğu

10 370 müştəri arasında aparılan sorğuya əsasən müştərilərin əksəriyyəti bu növ qəhvələrə üstünlük verir



Orta və iri iaşə müəssisələrində müştərilər arasında sorğu

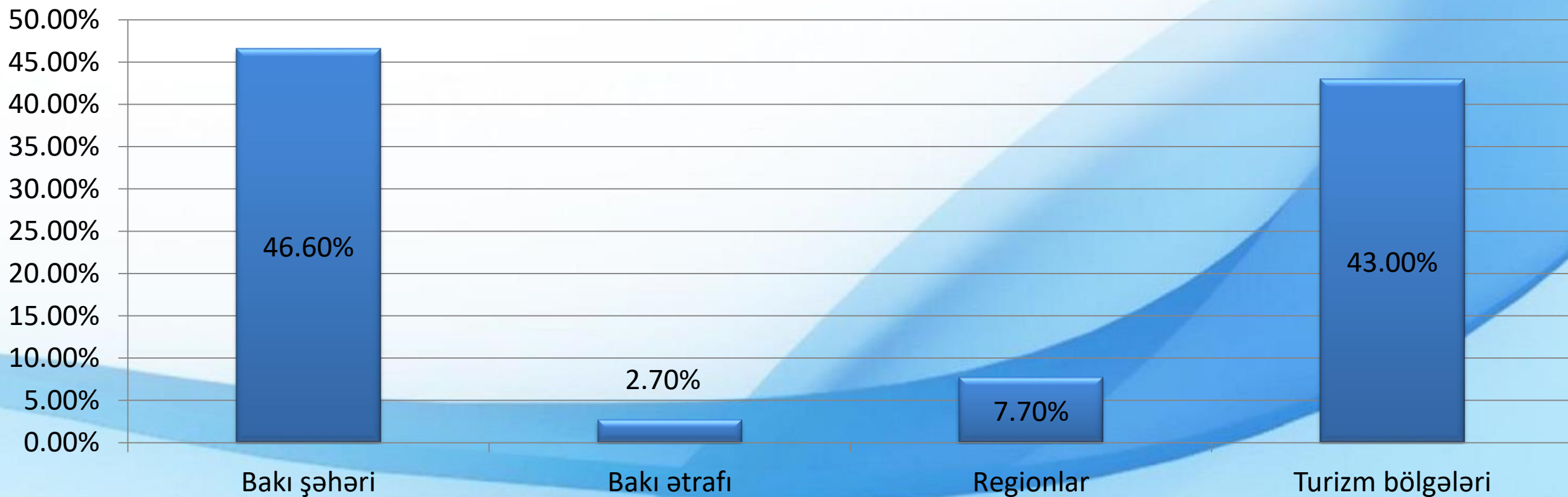
Müştərilərin səyyar qəhvə satışından istifadə göstəriciləri (faizlə)



SƏYYAR QƏHVƏ SATIŞI HƏYATA
KEÇİRƏN SAHİBKARLAR ARASINDA
SORĞU

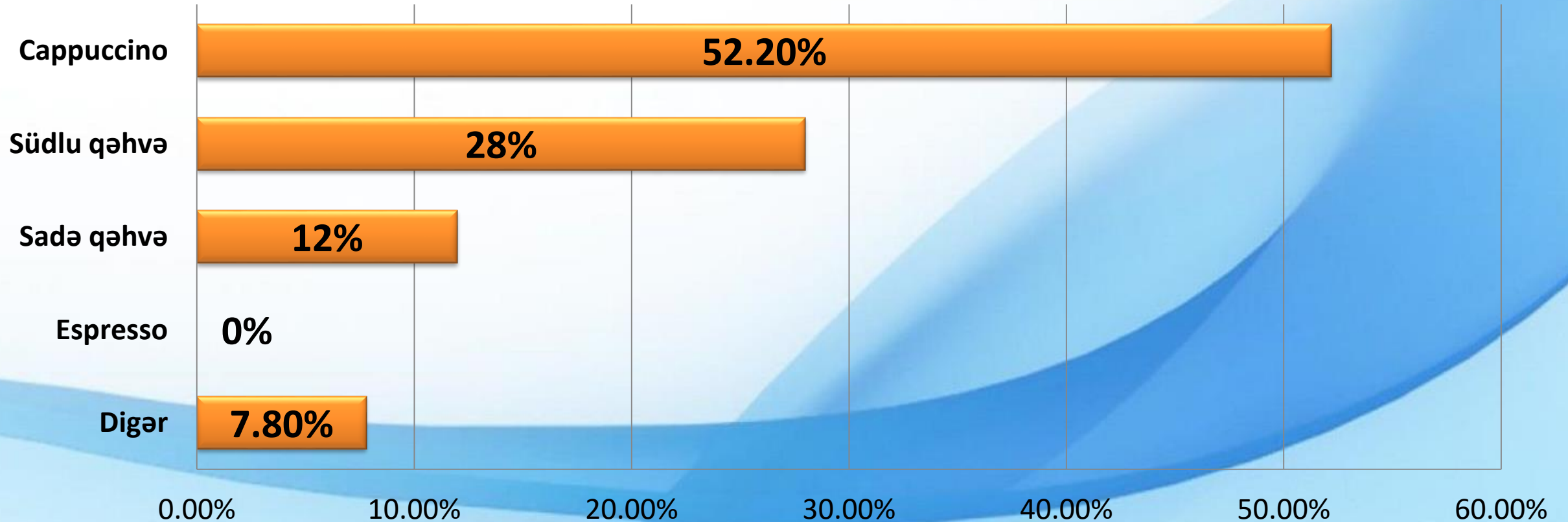
Səyyar qəhvə satışını həyata keçirən sahibkarlar arasında sorğu

Səyyar qəhvə satışından əhəlinin istifadə etmə intensivliyi – Bakı və regionlar üzrə



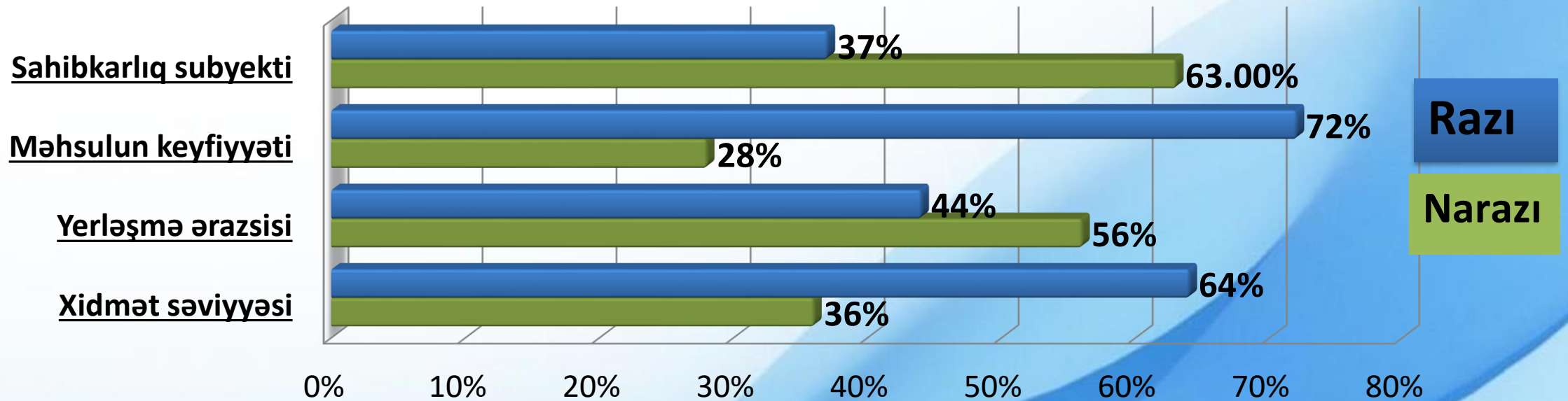
Səyyar qəhvə satışını həyata keçirən sahibkarlar arasında sorğu

Səyyar qəhvə satışında əhalinin ən çox üstünlük verdiyi qəhvə növləri



Səyyar qəhvə satışını həyata keçirən sahibkarlar arasında sorğu

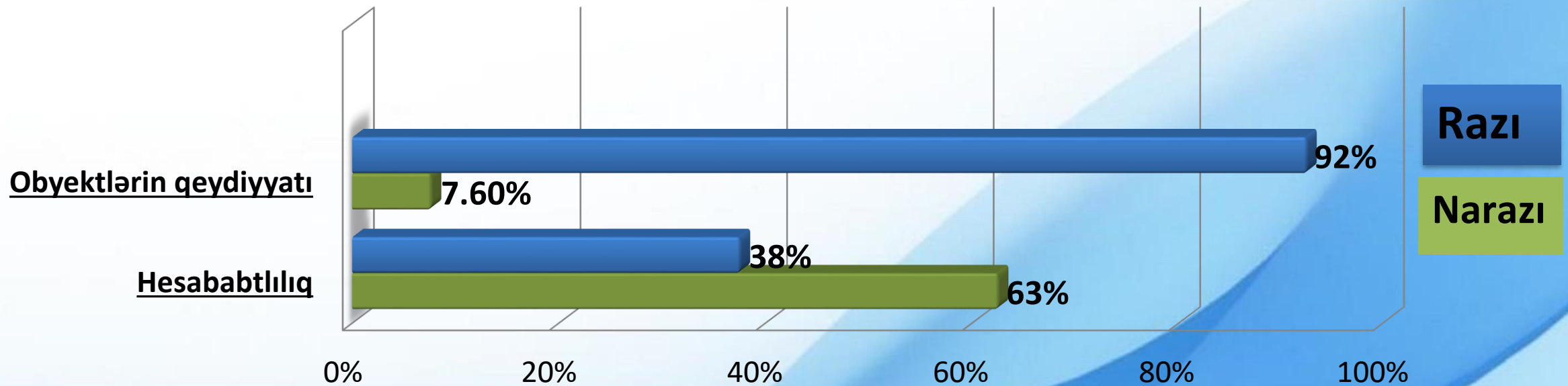
Səyyar qəhvə satışından istifadə edən əhali arasında keyfiyyət və xidmət göstəricilərinə münasibət



Sahibkarlar arasında aparılan sorğuların nəticəsi olaraq məlum olmuşdur ki, əhali arasında səyyar qəhvə satışının keyfiyyətindən və xidmət səviyyəsindən kəskin narazılıq mövcud deyil

Səyyar qəhvə satışını həyata keçirən sahibkarlar arasında sorğu

Səyyar qəhvə satışı obyektinin dövlət qeydiyyatında mövcud qaydalar və hesabatlılıq (Vergi və DSMF)

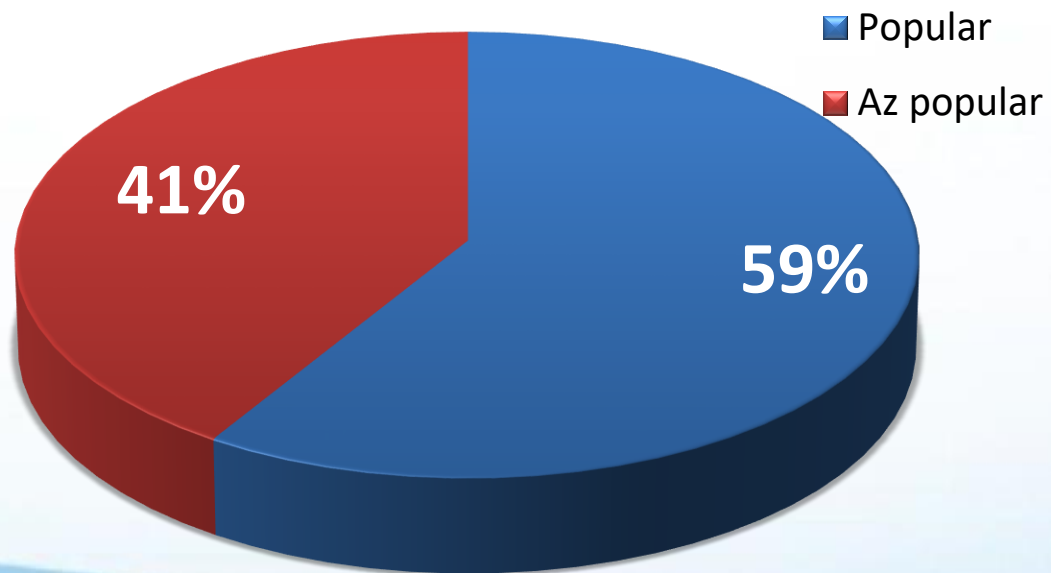


Hesabatlılıqdan narazılığın səbəbi sahibkarların əksəriyyətinin mühasibat uçotu və hesabatlılıqla bağlı bilgileri aşağı səviyyədədir.

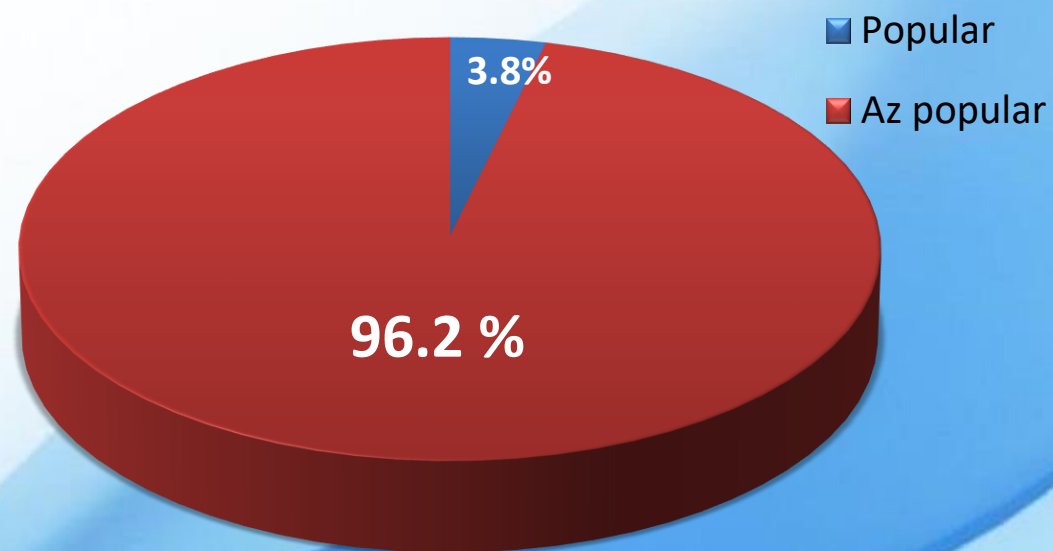
MÜXTƏLİF MƏNBƏLƏRDƏN ƏLDƏ EDİLMİŞ
STATİSTİK MƏLUMATLAR VƏ KABİNET
ARAŞDIRMASI

Kabinet araşdırması və onlayn sorğuların nəticələri

Bakı əhalisi arasında «avto-coffee»nin aktualıq göstəriciləri

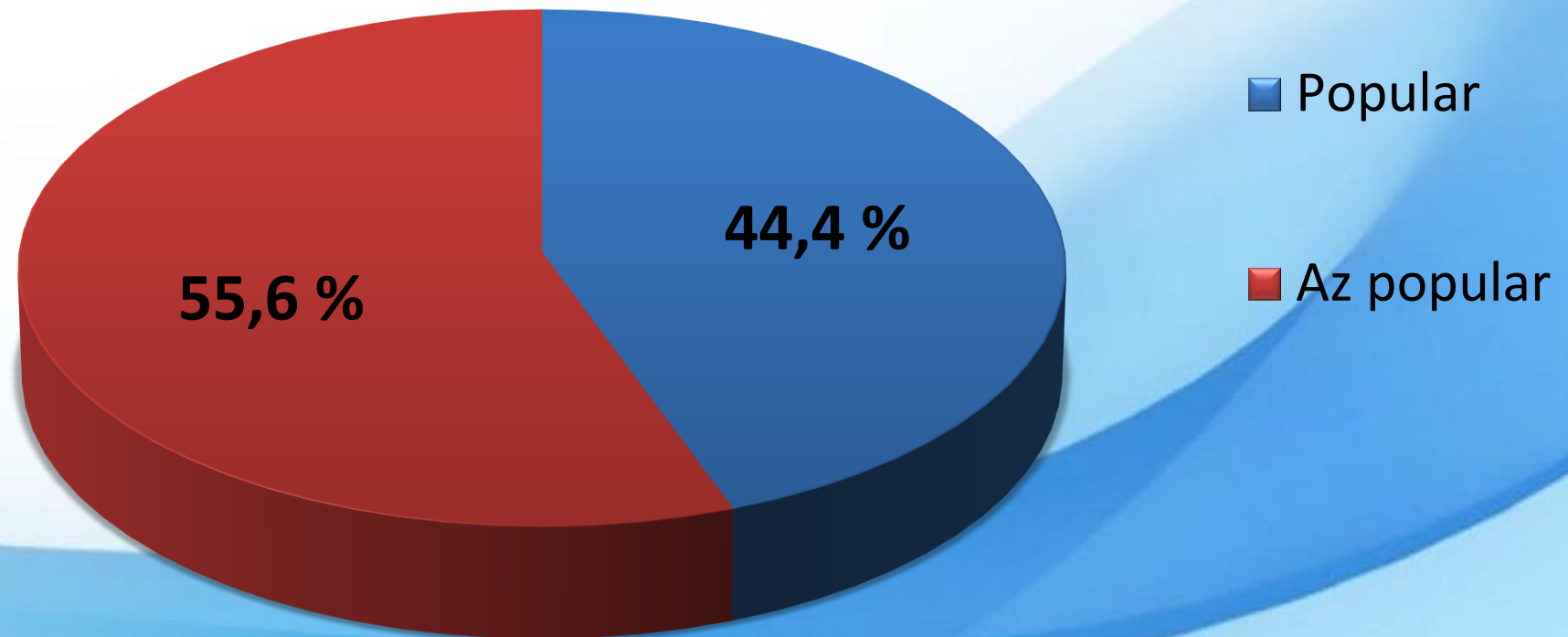


Regionlarda «avto-coffee»nin aktualıq göstəriciləri



Kabinet araşdırması və onlayn sorğuların nəticələri

Turizm bölgələrində «avto-coffee»nin aktualıq göstəriciləri



“Avto-Coffee” qəhvə satışı nümunələri



SWOT ANALİZ

S

Güclü

W

Zəif

O

İmkanlar

T

Təhlükələr

GÜCLÜ TƏRƏFLƏRİ

- ✓ Səyyar qəhvəni əksəriyyət qəhvə və yan məhsulların satışı xidməti verən obyektlərdə günün istənilən saatında satış və çatdırılma edilməsi mümkündür;
- ✓ Qəhvənin səyyar xidmətdən əldə edilməsi müştərinin vaxtına qənaət edilməsinə imkan yaradır
- ✓ Səyyar qəhvə müştəri üçün daha ucuz başa gəlir
- ✓ İnsan orqanizmi üçün faydalıdır

Zəif tərəfləri

- ✓ Əksəriyyət qəhvə və yan məhsulların satışı xidməti verən obyektlərdə səyyar qəhvə satışı üçün «auto drive inn» çox az miqdardadı;
- ✓ Bir çox qəhvə satışı obyektlərində yalnız obyekt daxili səyyar qəhvənin əldə edilməsi mümkündür;
- ✓ Səyyar qəhvə xidmətindən əsasən 18-35 yaş həddində olan şəxslər istifadə edir;
- ✓ Səyyar qəhvə satışı xidmətindən istifadə etmək ənənəsi Bakı şəhərində daha çox müşahidə olunur. Regionlarda bu ənənəyə daha az rast gəlinir;
- ✓ “Auto-cofe” ənənəsi ümumilikdə Azərbaycana yeni gəlmiş bir sahibkarlıq fəaliyyətidir ki, belə obyektlər 2020-2021-ci illərdə artmağa başlayıb, lakin ölkədə sayları azdır;
- ✓ “Auto-cofe” obyektlərinin yerləşmə yerləri praktik deyil.

İmkanlar

- ✓ Regionlarda “Auto-cofe” obyektlərinin yaradılmasına kifayət qədər imkanlar var;
- ✓ Turizm bölgələrində “Auto-cofe” obyektlərinin artırılması imkanları daha çoxdur;
- ✓ Əhali arasında qəhvə içmə ənənəsi getdikcə artır və bu xidmətlərdən daha çox istifadə edilməsinin təşviqi imkanlarını genişləndirdiyini göstərir;
- ✓ “Auto-cofe” xidməti bazarının həm Bakıda həm də regionlarda genişləndirilməsinə və yeni çeşiddə qəhvələrin satışa daxil edilməsi imkanlarının geniş olması;
- ✓ Tələbatın artması;
- ✓ Satış nöqtələrinin çoxaldılması;

Təhlükələr

- ✓ **Bu xidmət növünün regionlarda az tanınması əhali tərəfindən neqativ qəbul olunmasına səbəb ola bilər**
- ✓ **Rəqiblərin bazara daxil olmasında hec bir maneələrin olmaması**
- ✓ **Regionlarda qəhvə içmək ənənəsinin az olması və tanınmaması**
- ✓ **Yeni növ xidmətin və məhsulun bazarda qəbul olunmaması riski**
- ✓ **Əhali arasında daha çox çay və digər müvafiq içkilərin içmə ənənəsinin olması**

TÖVSIYYƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tövsiyyələr

Başlıqlar

- ✓ “Auto-cofe” - səyyar qəhvə və yan məhsulların satışı obyektlərinin sayının artırılması və təbliğ işinin genişləndirilməsi (reklam işi);
- ✓ Qəhvə satışı həyata keçirən obyektlərdə yan xidmətlərin – “auto drive inn” sayının çoxaldılması
- ✓ Daha fərqli və cəlbedici formatda səyyar qəhvə satışının formalaşdırılması
- ✓ Qəhvənin faydalı tərəfləri haqqında daha geniş məlumatın verilməsinin təmin edilməsi

Tövsiyyələr

Başlıqlar

- ✓ “Auto-cofe” - səyyar qəhvə və yan məhsulların satışı ilə məşğul olan obyektlərin daha rahat yerlərdə yerləşdirilməsini təmin etmək
- ✓ Xidmət keyfiyyətini yüksəltmək və təklif olunan məhsul çeşidlərini artırmaq
- ✓ Obyekt sahiblərinin vergi və maliyyə hesabatlılığı ilə bağlı maarifləndirmə işini gücləndirmək

Tövsiyyələr

Kiçik bir qəhvəxana kimi bir iş istənilən şəhərdə çox gəlirli bir müəssisədir. Müəssisəyə başlamaq üçün ən yaxşı yerlər:

- Öz müəssisənizi quracağınız yer böyük əhəmiyyət kəsb edir. Buna uyğun məkanı seçin;
- Çox izdihamlı ərazini seçin;
- Yolların yaxınlığında yerləşməsinə nail olun;
- İnsanların uzun müddət dayandıqları və ya qaldıqları yeri seçin (dayanacaqlar, təhsil müəssisələri, xəstəxanalar);
- Şəhər mərkəzi;
- Çoxlu nəqliyyat və piyadaların olduğu kəsişmələri;
- Bazar, qatar stansiyası, böyük ticarət mərkəzi və ya ali təhsil müəssisələrinin yaxınlığındakı ərazilərdə yerləşdirilməsi tövsiyyə edilir.

Tövsiyyələr

- «Auto coffe» modelinin ilkin olaraq nümunəsini və praktik tərəflərini nümayiş etdirməyi tövsiyyə edirik;
- Gənclər arasında sahibkarlığın bu növünün təbliği üçün görüşlərin təşkili və şəbəkəli şəkildə işləməsinə nail olmaq;
- Gənc sahibkarlar üçün maliyyə idarəçiliyi və hesabatlılıqla bağlı kursların təşkil edilməsi;
- Yeni biznes sahəsi kimi daha çox təbliğat işini həyata keçirmək;
- Qəhvə satışında xidmət növlərinin çeşidlənməsi bacarıqlarının aşılması və keyfiyyət göstəricilərinə üstünlük verilməsinin təbliği.



DİQQƏTİNİZƏ GÖRƏ
TƏŞƏKKÜR EDİRİK!