



Azərbaycan Respublikasının
Kiçik və Orta Biznesin
İnkişafı Agentliyi

SAT
GROUP

Bazar araşdırması təqdimatı

BOYA İSTEHSALI



► Araşdırma metodologiyası

Boya istehsalı üzrə bazar araşdırması çərçivəsində aşağıdakı araşdırmalar və sorğular aparılıb :

- Kabinet araşdırması, o cümlədən müxtəlif mənbələrdən əldə edilmiş statistik və analitik məlumatlar;
- Sahə ekspertləri ilə ekspert görüşləri və müsahibələr;
- Boya satış nöqtələrinin satıcıları arasında üzbəüz (F2F) sorğular;
- Rəngsaz ustalar arasında telefon sorğuları;
- SWOT analizi.



AZƏRBAYCANDA BOYA SEKTORUNUN HAZIRKI VƏZİYYƏTİ

► “Sobsan” Azərbaycanı ən böyük boya istehsalçılarında biridir



Digər markalara nisbətdə həm mağazalardakı rəf payına, həm də müştərilər tərəfindən tanınırlığına görə "Sobsan" Azərbaycanı ən çox tanınan 2 markadan biridir.

1999-cu ildən fəaliyyətə başlayan "Sobsan" markası 8 fərqli kateqoriyada 52 çeşiddə müxtəlif boya məhsullarının istehsalı ilə məşğul olur.

"Sobsan" markası həm ustalarla əməkdaşlığına görə, həm də istifadəçilərə çatımlılıq baxımında "Fab" boyanı və digər markaları geridə qoyur.

► “Fab” boya “Sobsan” markasının ölkə üzrə liderlikdə ən böyük rəqibidir.



"FAB Boya və Kimya Sənayesi" MMC 2001-ci ilin 24 aprelində Bakı şəhərində təsis edilib. "Sobsan"ın əsas rəqibi hesab olunur və 7 kateqoriya üzrə 49 fərqli boya məhsullarını satışa çıxarır.

“Omid” şirkəti ilə əməkdaşlıq edən «Fab»ın məhsulları həmin mağazalarda nəzərə çarpacaq dərəcədə üstünlük təşkil edir. “Fab” şirkəti boya məhsullarından əlavə gips məhsullarının istehsalı və satışı ilə də məşğul olur.

► “NB GROUP” geniş çeşiddə müxtəlif tipli boya məhsulları istehsal edən, böyük şirkətlərdən biridir.



NB group dörd fərqli marka adı altında boya məhsulları istehsalı ilə məşğul olur.

Bu şirkət alt marka olaraq dörd fərqli boya brendi birləşdirməklə yanaşı yuyucu məhsulların, plastik və metal qabların istehsalı ilə də məşğul olur.

► "NB GROUP" markası məhsul çeşidinin çoxluğu ilə seçilir.



"Corella" markası «Fab» və «Sobsan» boyadan sonra ən güclü üçüncü boya şirkəti olaraq qiymətləndirilir. Şirkət 6 kateqoriya üzrə 46 çeşiddə boya məhsulları satışı ilə məşğul olur.

Bu şirkət əsasən inşaat boyaları üzrə ixtisaslaşmışdır. Mağazalardakı sayına və ustalar arasında tanınırılıqlığına görə "NB Group" şirkətinin "Corella" markası daha çox məşhurdur.

► "Penguin" və "Polistar" boya markaları da bazarda kifayət qədər yer tutan və uğurlu olanlardır.



Polistar
COLOR EXCELLENCE



«Penguin» brendi «Caspi - Marine Technologies» MMC-nin istehsal etdiyi boya brendidir və 6 kateqoriya üzrə 34 fərqli çeşiddə məhsul ilə təmsil olunur. Digər brendi olan «Zink» isə aşağı segment müştərilər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Digər markalardan fərqli olaraq "Penguin" markasının öz satış nöqtələri var və burada yalnız öz məhsullarını satırlar.

Polistar geniş məhsul profili ilə bazara ilk girən şirkətlərdən biridir.



«Panda» və «Linx» boya markaları «Muradlı-M» MMC inşaat məhsullarının istehsalı və satışı ilə məşğul olan şirkət tərəfindən bazara çıxarılır.



«Muradlı-M» MMC boya istehsal etməklə yanaşı, Azərbaycana boya idxalı ilə də məşğul olur. O «Genç» markasının ölkəmizdəki distribüteridir və satış nöqtələrinin sayının çoxluğu ilə seçilir.

«Panda» markası «Linx» markası ilə nisbətdə həm bazardakı sayına, həm də tanınırlığına görə üstünlük təşkil edir. Bu brend 3 fərqli kateqoriya üzrə 18 çeşiddə məhsul ilə bazarda təmsil olunur.

► «Rokol» boya markası



«MətanətA» şirkətinin alt markası olaraq fəaliyyət göstərən «Rokol» boyları da bazarda müəyyən paya sahibdir. Bu markanın bazara çıxardığı boya məhsullarının çeşid sayı digər markalara nisbətdə azdır. «Rokol» adı altında 3 fərqli kateqoriyada 31 çeşiddə boya məhsulları istehsal olunur.

Digər boya markalarından fərqli olaraq «Rokol» boyanın məhsullarının mağazalarda sayı azdır.



Boya məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan və ön planda olmayan, birbaşa istifadəçilərə satış edən sexlər də var.



Bazarda nisbətən az tanınan və həcm etibarı ilə vitrinlərdə az görünən çox sayda markalar var. Hətta fərdi şəxslər sex tipli məkanlarda boya istehsalı ilə məşğul olur.

AZƏRBAYCANA BOYA VƏ BOYA MƏHSULLARI İDXAL EDƏN MARKALAR



Azərbaycana 20 müxtəlif ölkədən çox sayda markalardan fərqli boya və boya məhsulları idxal olunur.



GENÇ



Ölkəmizə müxtəlif ölkələrdən fərqli çeşidlərdə boyalar idxal olunur. Onlar arasında "Betek", "Tikkurila", "Jotun", "Genç" bazarın xarici məhsullar üzrə əsas oyunçulardır.

▶ Bazarda çoxsaylı xarici markalar var və həmin markalar yerli şirkətlər və sexlərlə əməkdaşlıq edir.

valresa

ESFERA

 **SAYERLACK®**

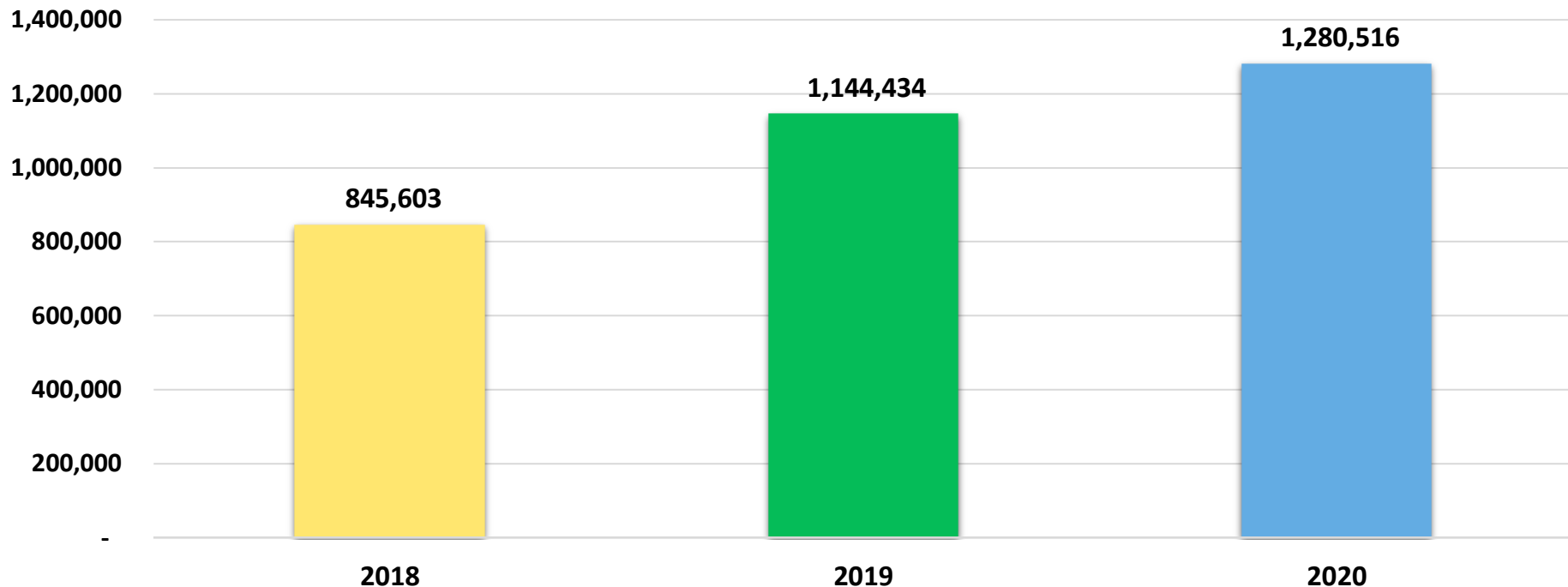
İB/VET
BOYA & VERNİK

Bazarda özünü göstərən brendlərin sayı çoxdur. Həmin şirkətlərin bir çoxu pərakəndə satışdan çox korporativ və topdan satışa yönəlib. Bu da onların bazarda ciddi satış etməyinə gətirir.

AZƏRBAYCANA İDXAL OLUNAN BOYA VƏ BOYA MƏHSULLARININ STATİSTİKASI

▶ **Azərbaycana 20 müxtəlif ölkədən boya və boya məhsulları idxal olunur. İdxal artan tempdə davam edir.**

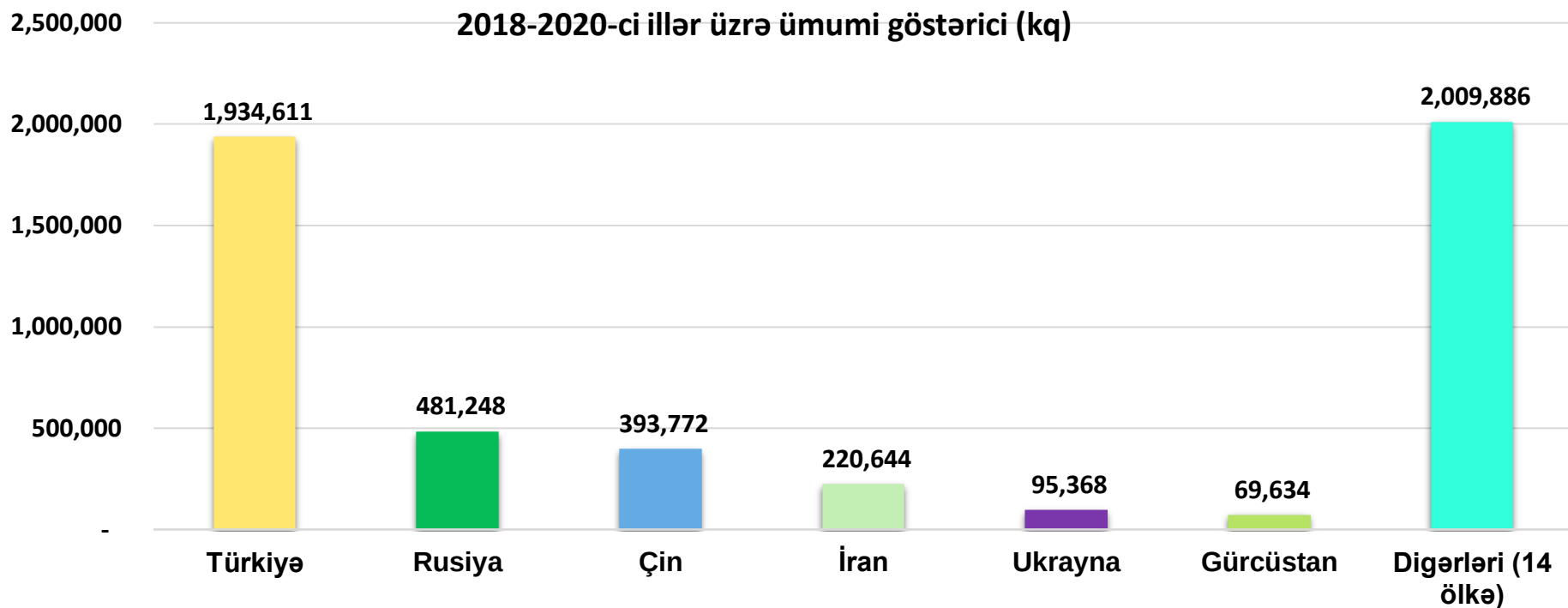
Azərbaycana son üç ildə ümumilikdə 3,270,552 kq boya və boya məhsulları idxal olunub.





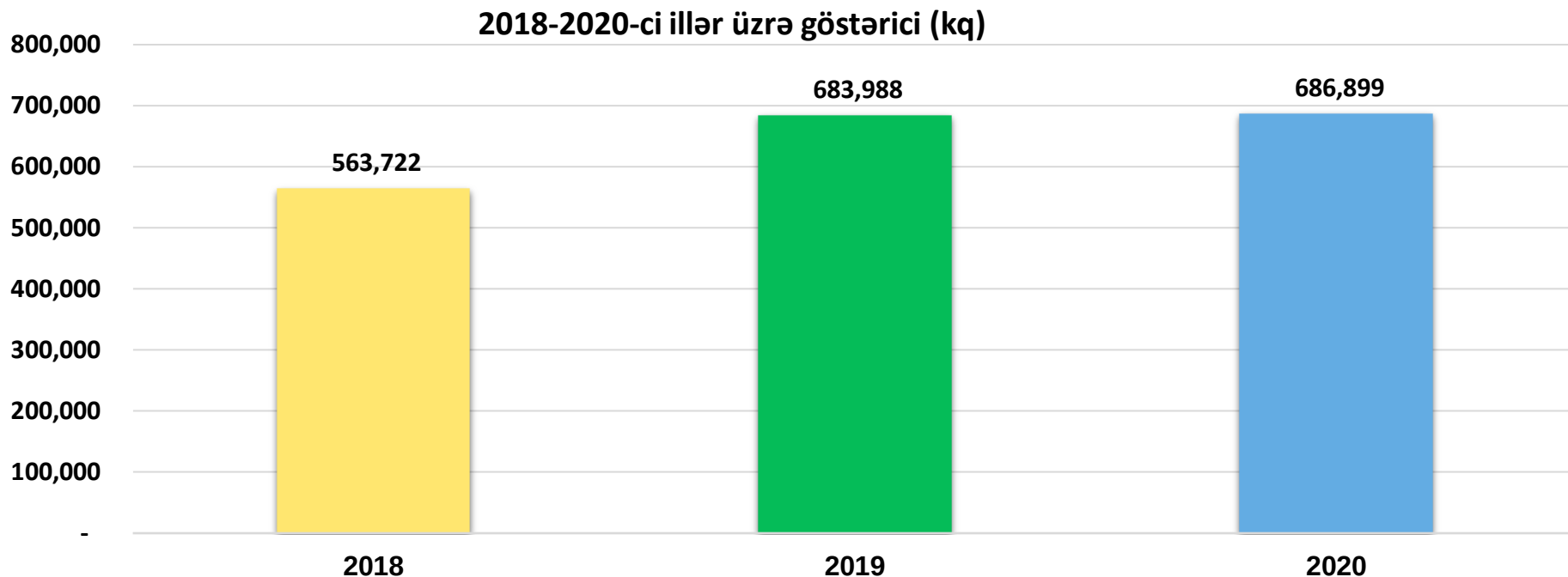
Son 3 ildə Azərbaycana ən çox məhsul Türkiyədən gətirilib, daha sonra isə Rusiyadan gətirilən məhsullar üstünlük təşkil edir.

Son üç ildə Azərbaycana boya və boya məhsulları idxal edən ölkələrin məhsulun miqdarına görə bir-birinə olan nisbəti şkalada əks olunub.



▶ **Türkiyədən idxal olunan boyanın həcmi ildən-ilə artmaqdadır.**

Son üç ildə ümumilikdə 1,934,611 kq boya məhsulu Türkiyədən idxal olunub.



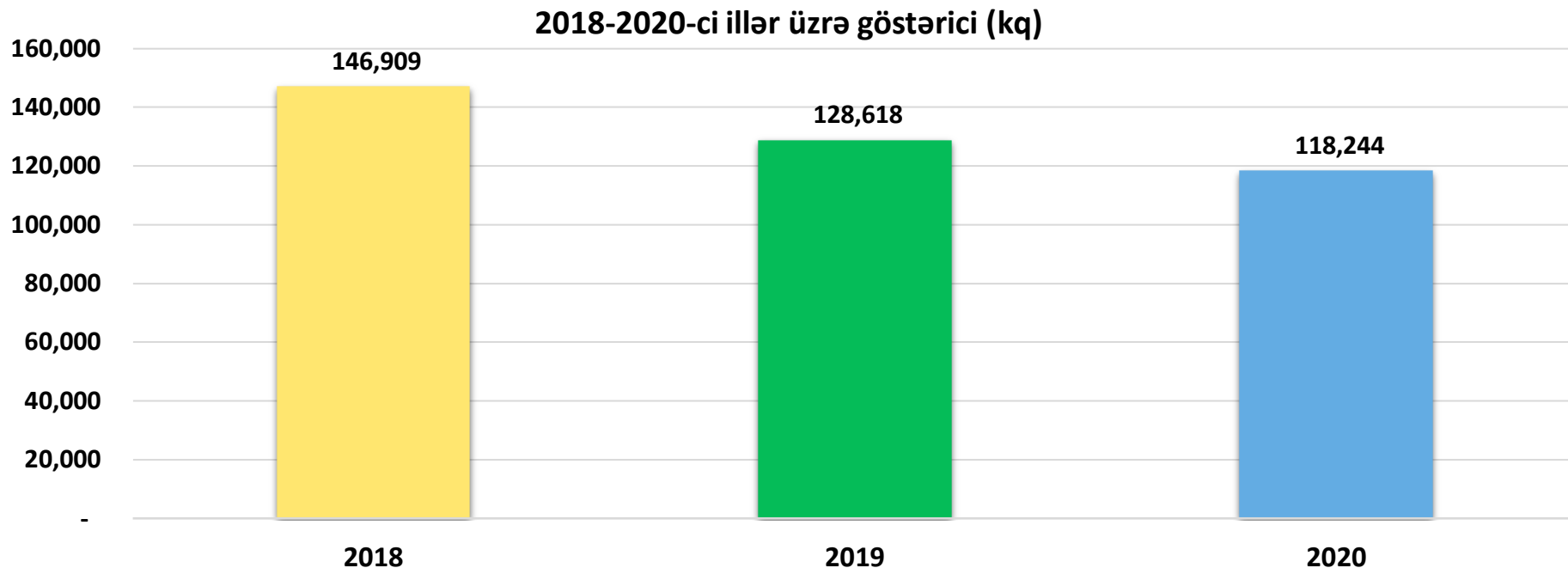
▶ **Rusiyadan idxal olunan boyanın həcmi ildən-ilə artmaqdadır və ən böyük artım 2019-cu ildə qeyd alınıb.**

Son üç ildə ümumilikdə 481,247 kq boya məhsulu Rusiya Federasiyasından idxal olunub.



► **Çindən idxal olunan boya məhsullarının həcmi ildən-ilə azalır.**

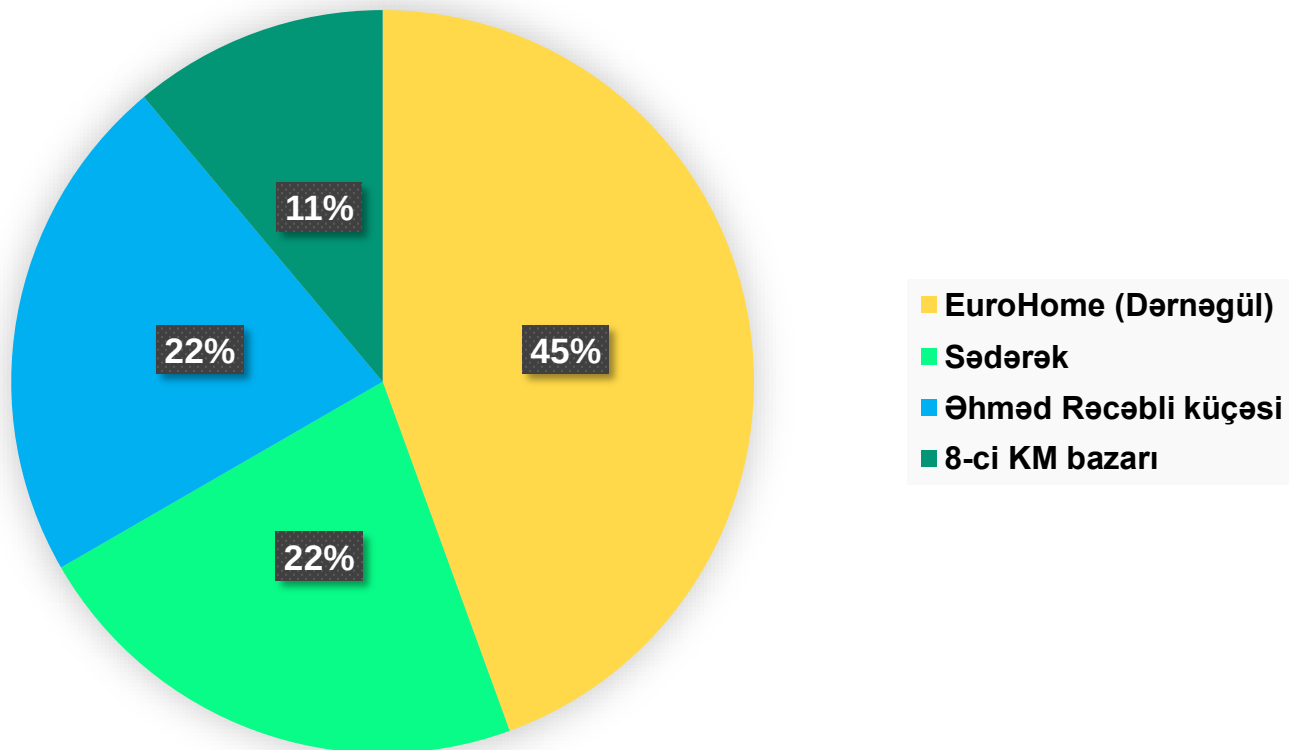
Son üç ildə ümumilikdə 393,772 kq boya məhsulu Çindən idxal olunub.



SATICILAR ARASINDA SORĞULAR



Bakı şəhərində tikinti materiallarının satıldığı 4 əsas topdan satış bazarlarında və onlara yaxın ərazilərdə 45 boya satıcısı ilə sorğu aparılıb. Daha çox mağaza EuroHome ticarət mərkəzində olub.

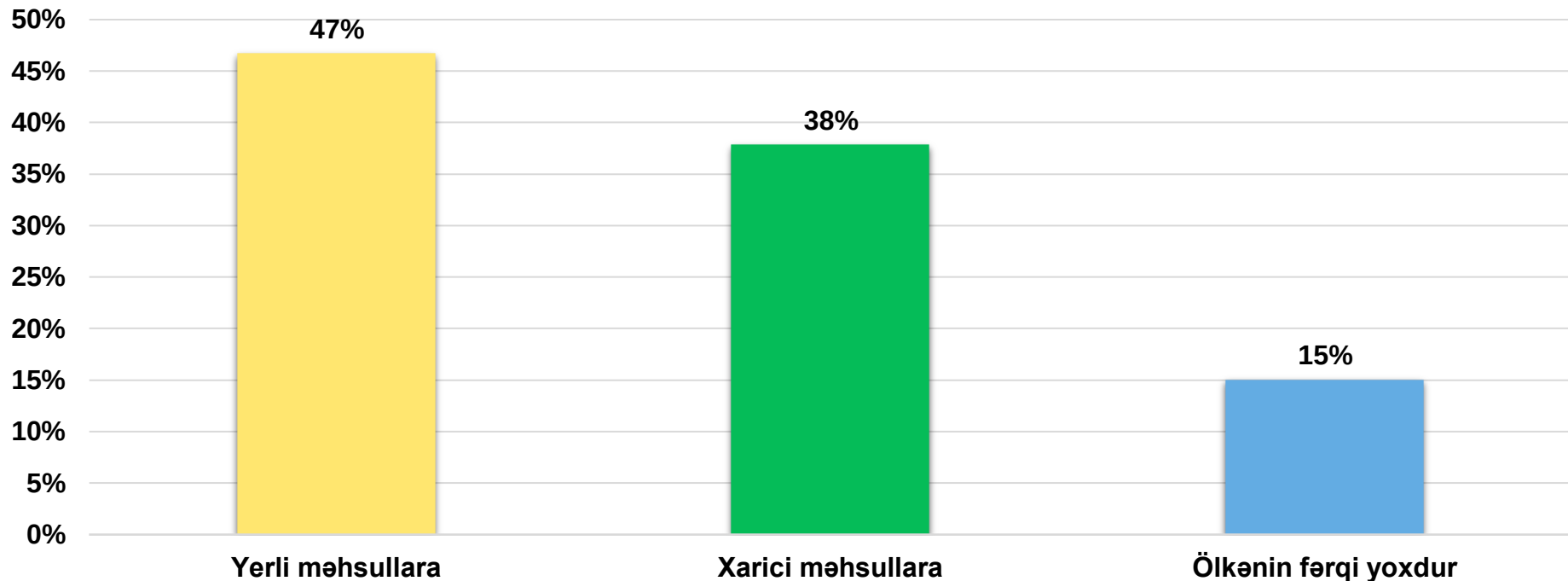




Satıcılar arasında keçirilmiş sorğudan məlum olur ki, mağazalarda daha çox yerli məhsullar satılır.

Müştərilər daha çox hansı mallara üstünlük verir?

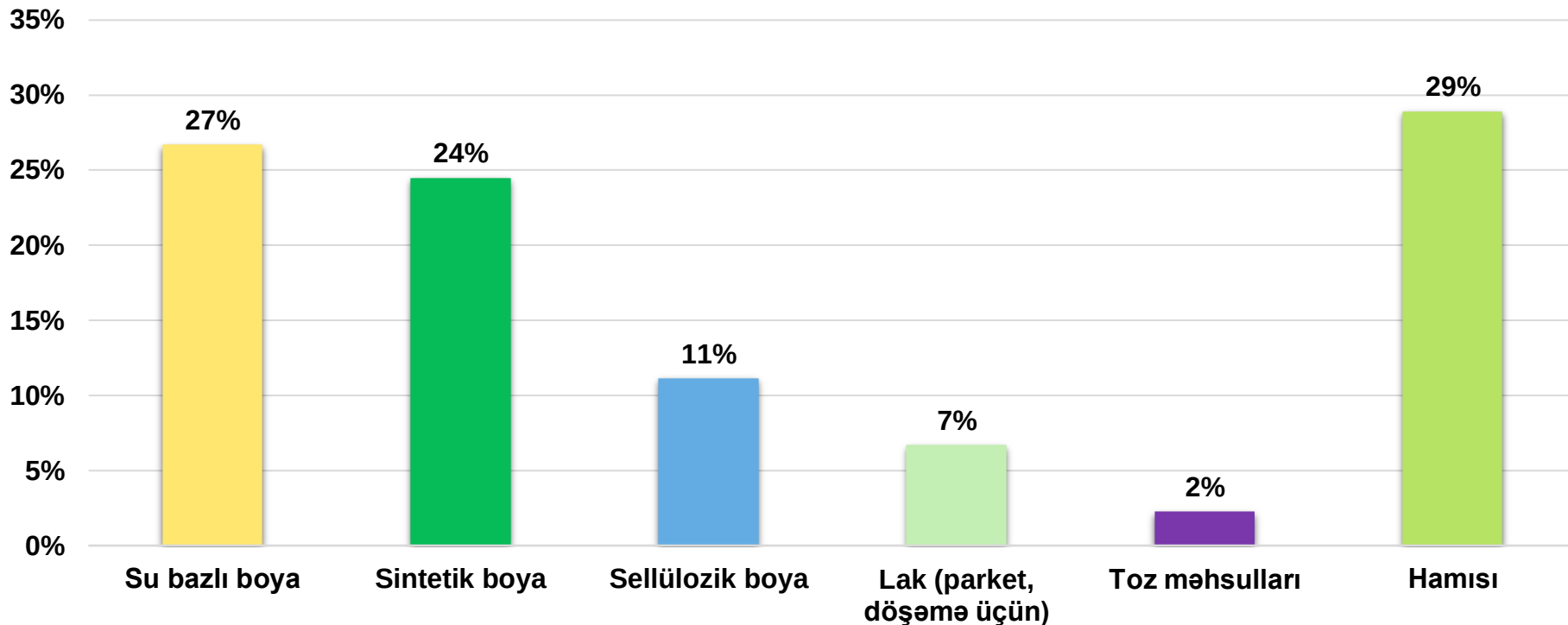
Say : 45



► Mağazalarda daha çox su bazlı və sintetik boyalar satılır.

Müştərilər daha çox hansı boya məhsullarını alır? (çox variantlı)

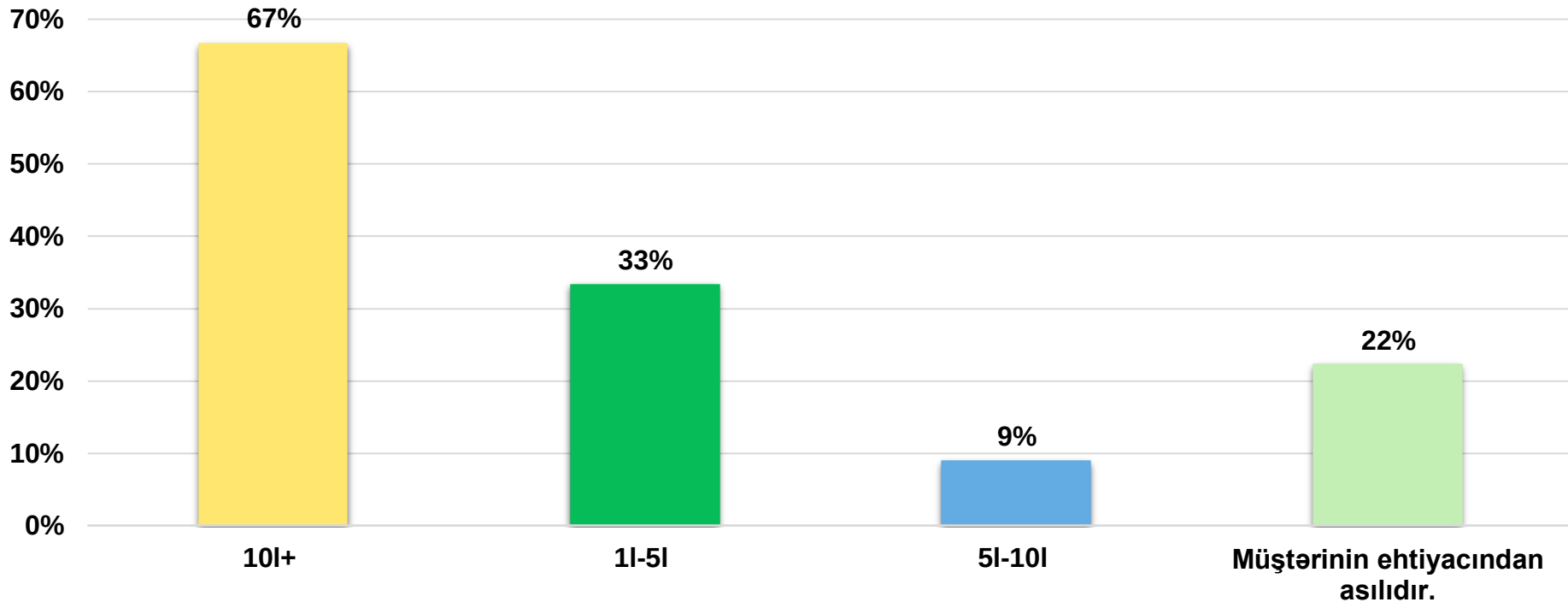
Say : 45



▶ **Ən çox satılan boyalar 10L-dən böyük qablaşdırmada olan boya məhsullarıdır.**

Ən çox hansı çəkiddə/həcmdə olan boya alınır? (çox variantlı)

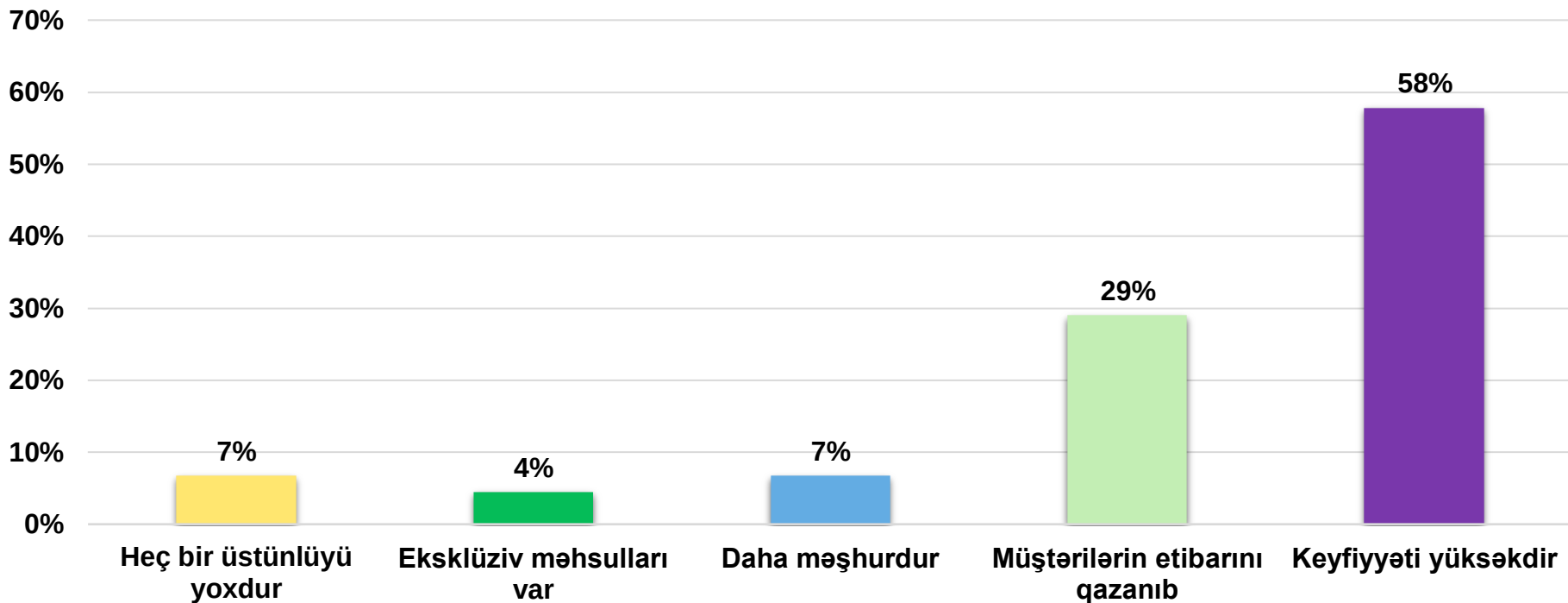
Say : 45



▶ **Satıcıların təcrübəsinə əsasən xarici markaların ən böyük üstünlüyü daha keyfiyyətli tərkibə sahib olmasıdır ki, bunun nəticəsində müştərilərin etibarını qazanıb.**

Xarici markaların üstünlükləri nədir? (çox variantlı)

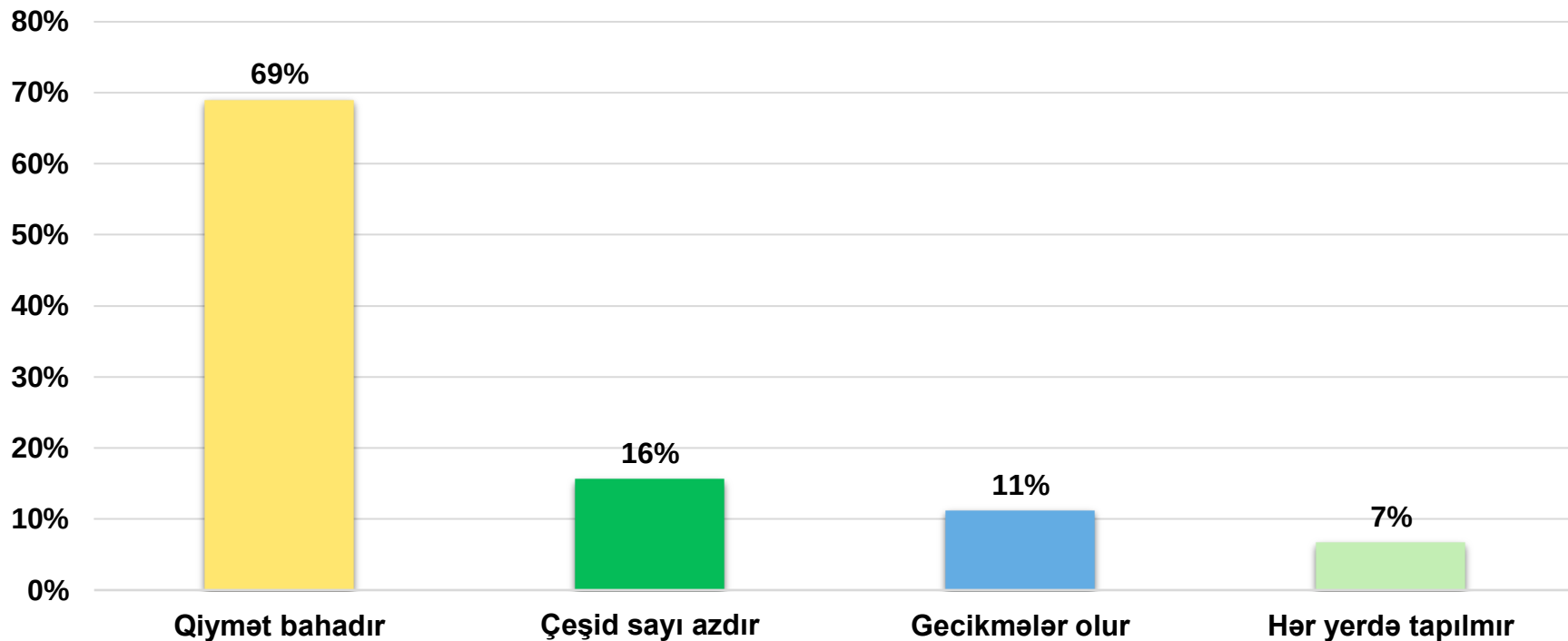
Say : 45



▶ **Xarici markaların zəif cəhəti olaraq ən böyük pay qiymətin baha olmasına düşür.**

Xarici markaların zəif cəhətləri hansılardır? (çox variantlı)

Say : 45

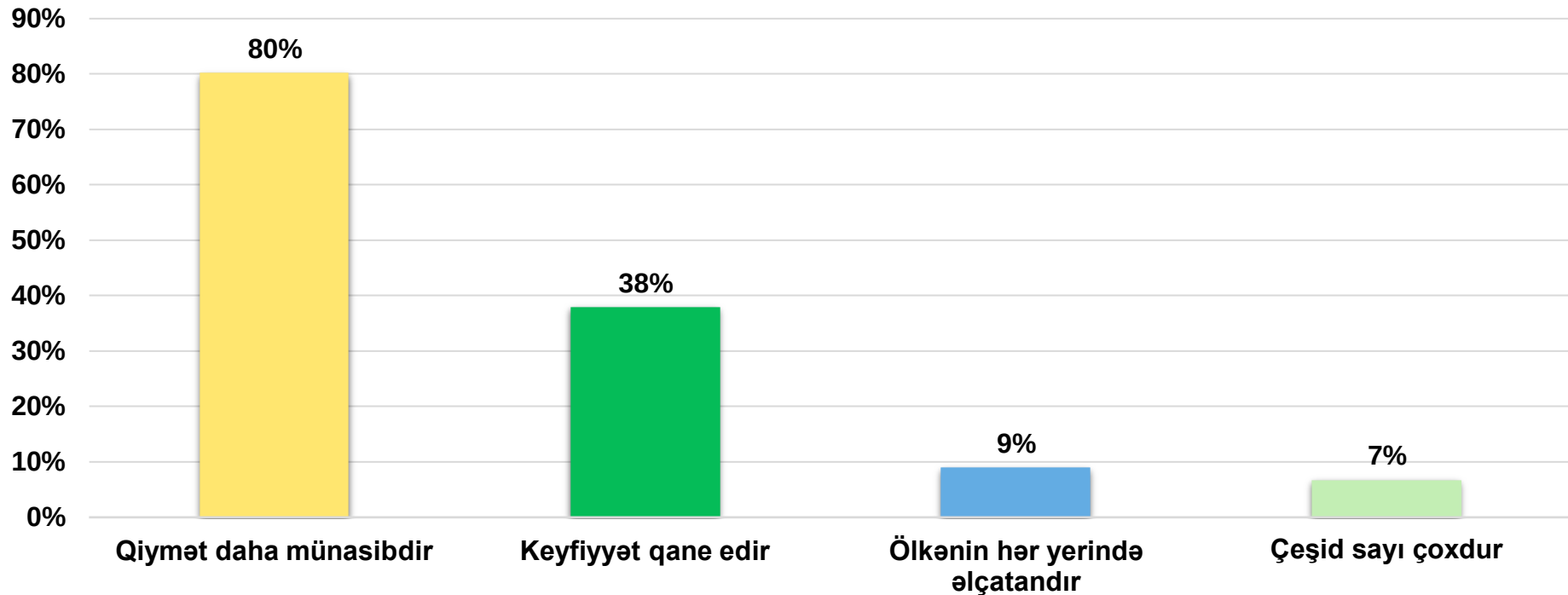




Yerli boya istehsalı məhsulların bazardakı ən böyük üstünlüyü daha münasib qiymətə satışa çıxarılmasıdır.

Yerli markaların üstünlükləri hansılardır? (çox variantlı)

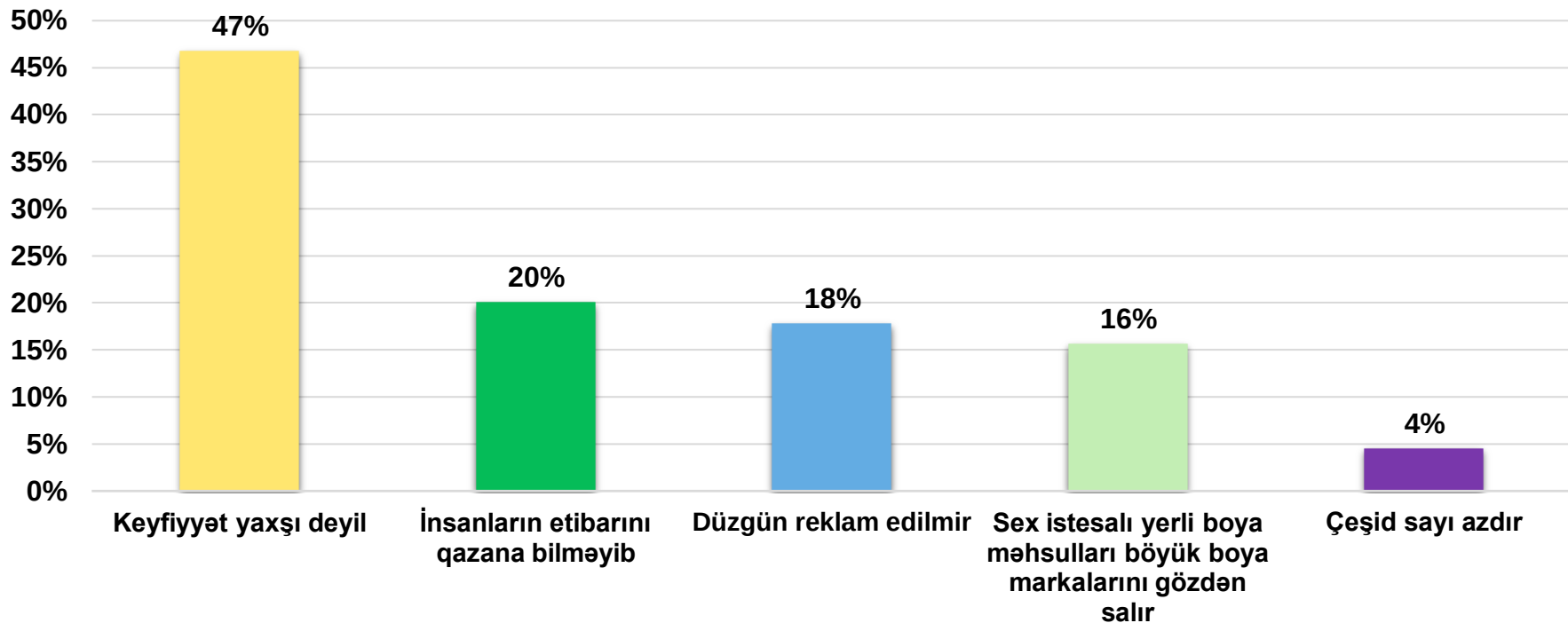
Say : 45



▶ Yerli markaların zəif cəhəti olaraq ən böyük problem boyanın keyfiyyətinin aşağı olmasıdır.

Yerli markaların zəif cəhətləri nələrdir? (çox variantlı)

Say : 45

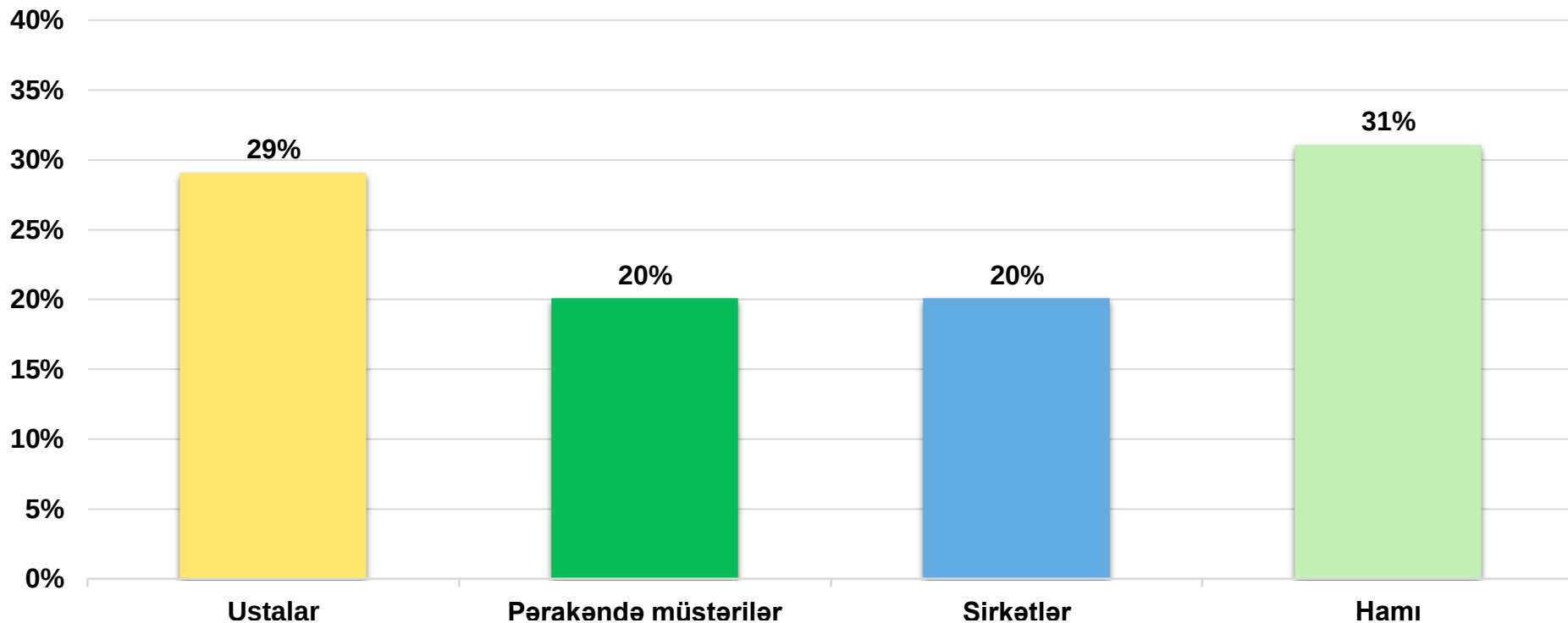




Mağazalardan ən çox alış edən şəxslər ustalardır. Ustaların rəyi bu sahədə əsas amildir

Sizdən ən çox kimlər alış edir?

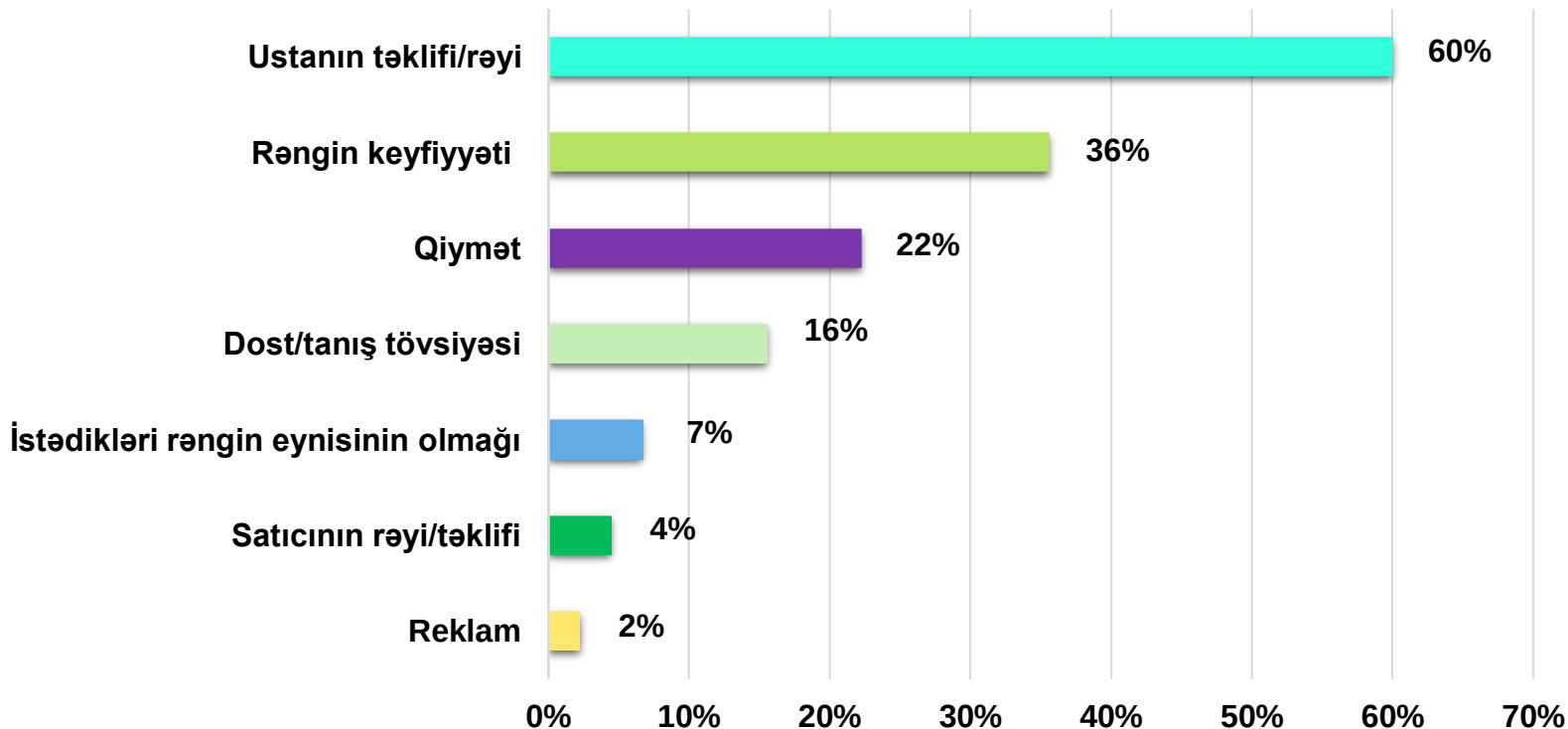
Say : 45



► Aparılan sorğunun nəticəsindən aydın olur ki, müştərilər boya alarkən ilk olaraq ustanın təklifini nəzərə alır.

Müştərilər boya məhsulları alarkən ən çox nəyə diqqət edirlər? (çox variantlı)

Say : 45

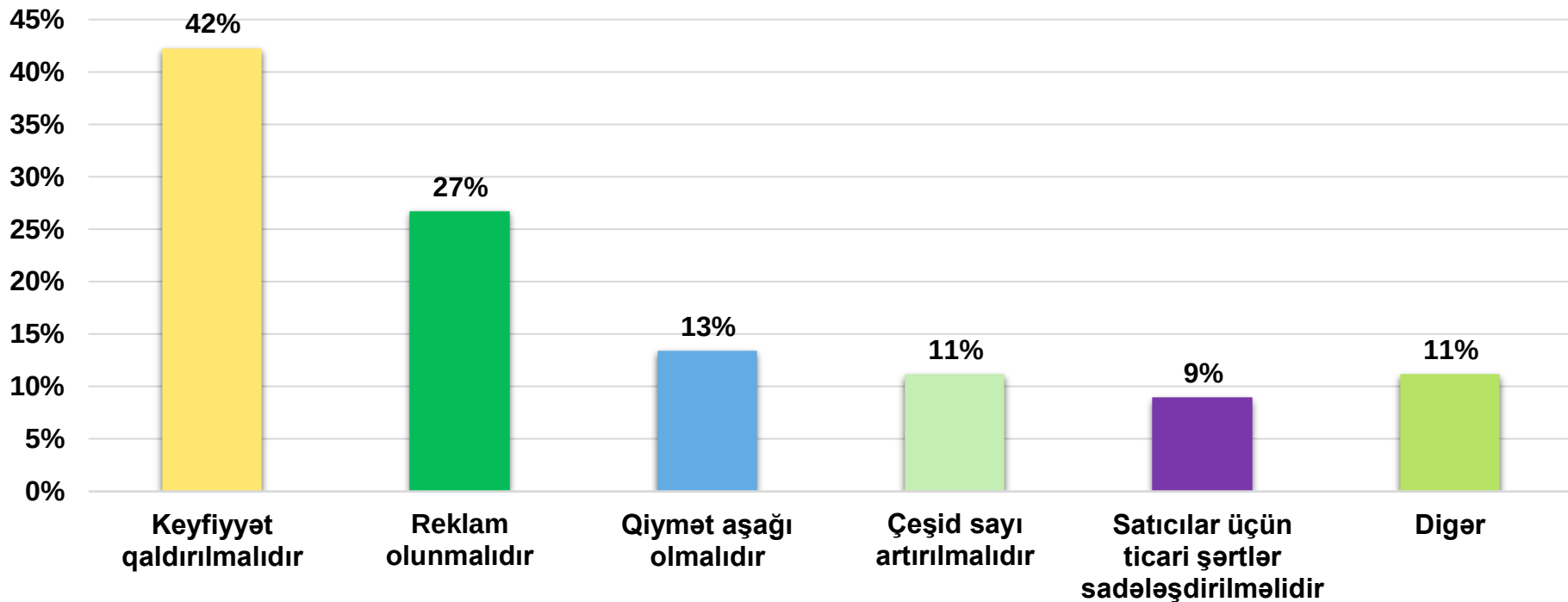




Hazırkı satıcıların demək olar ki, yarısı istehsalın inkişafı üçün məhsulun keyfiyyətinin qaldırılmasını daha vacib amil kimi görür.

Yerli boya istehsalını daha çox inkişaf etdirmək üçün nələr etmək lazımdır? (çox variantlı)

Say : 45



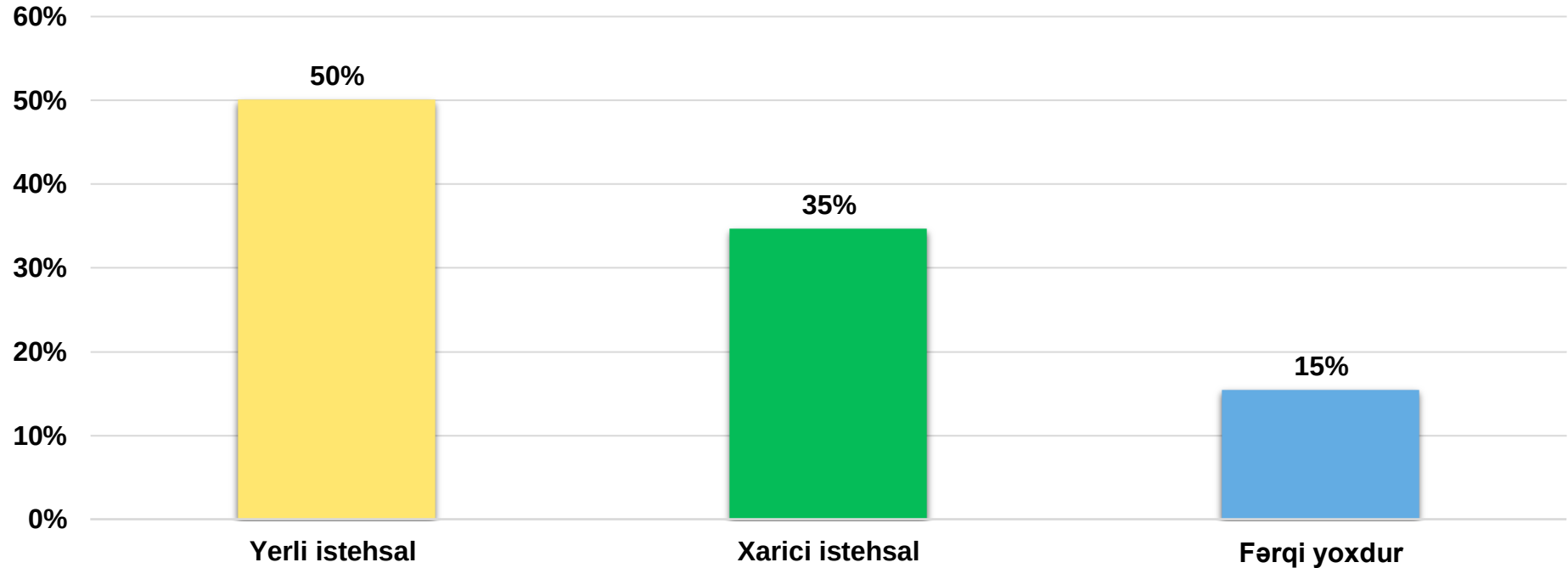
RƏNGSAZ USTALAR ARASINDA SORĞULAR



Müştərilər əsasən markaları və onların istehsal olunduğu ölkələri tanımadığına görə bu işlərin üstündə çox dayanmır və bunu ustanın öhdəliyinə buraxır.

Müştərilər hansı ölkənin istehsal etdiyi məhsullara üstünlük verir?

Say : 30

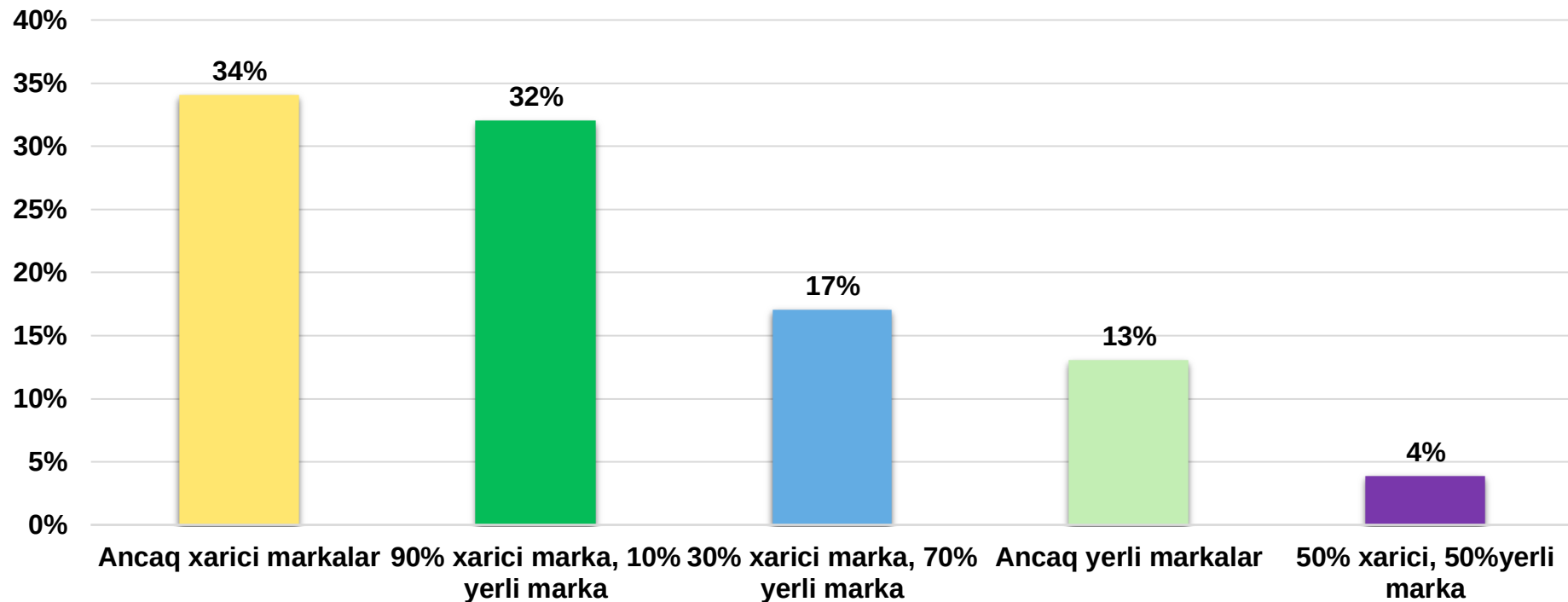




Ustaların qəbul etdiyi sifarişdən, müştəridən asılı olaraq yerli və ya xarici marka seçimi dəyişə bilər.

Xarici və yerli boyaları hansı nisbətdə istifadə edirsiniz?

Say : 30



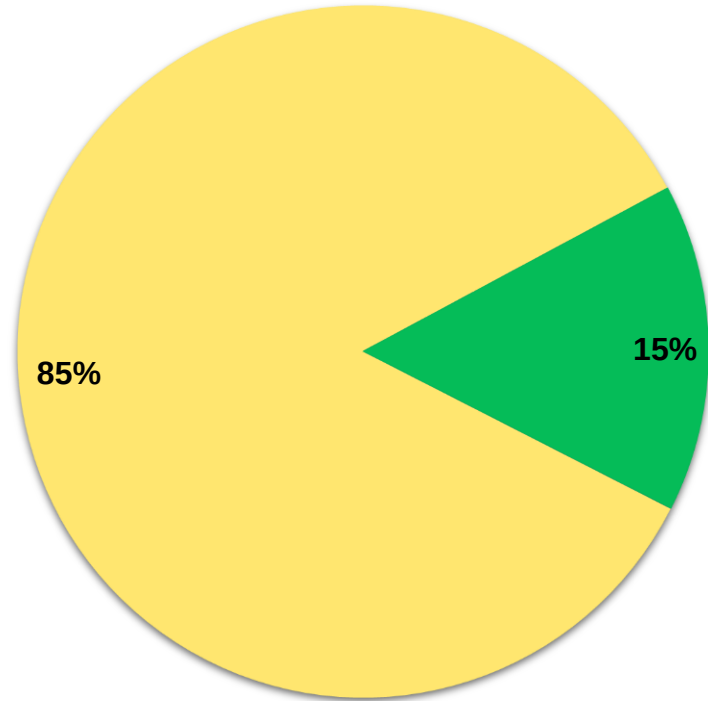
► Ustalar müştəriləri razı salmaq, daha az vaxt və enerji sərf etmək üçün xarici markaya üstünlük verir. Xarici markalar daha keyfiyyətli olur və rəng olaraq seçilir

Xarici markanı seçməyinizin səbəbi?

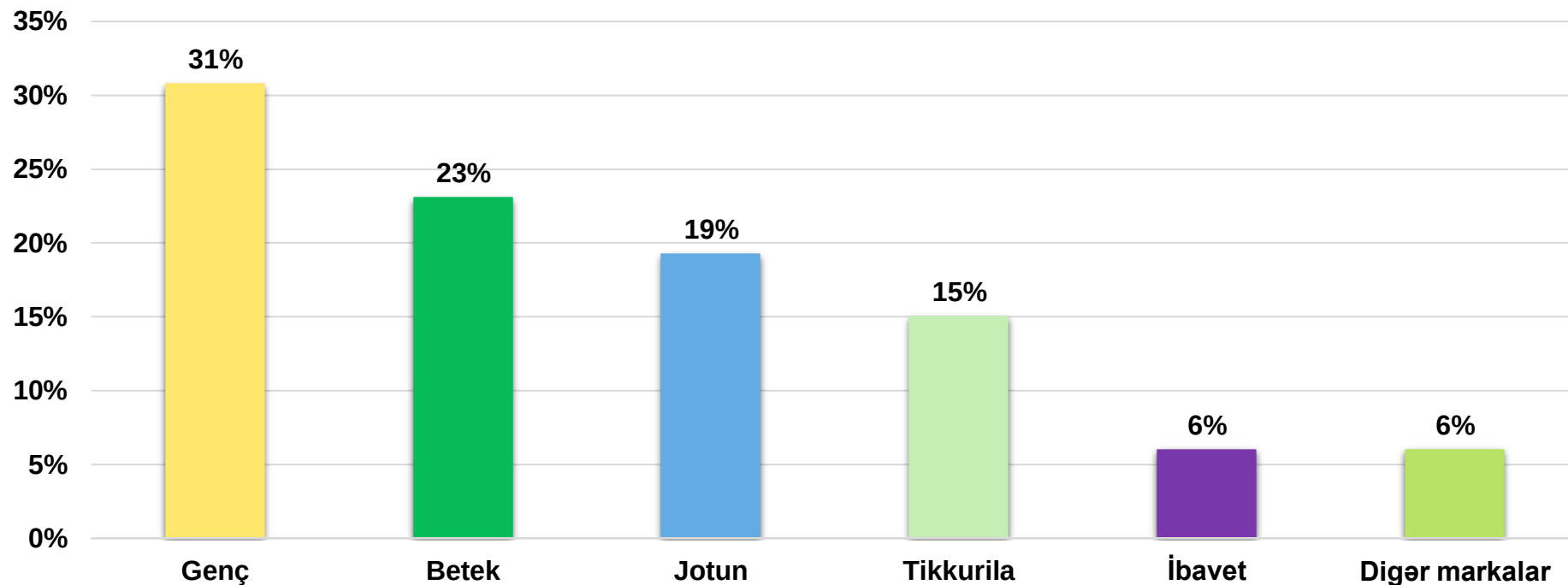
Say : 26

■ Keyfiyyətinə görə

■ Müştəri istəyinə görə



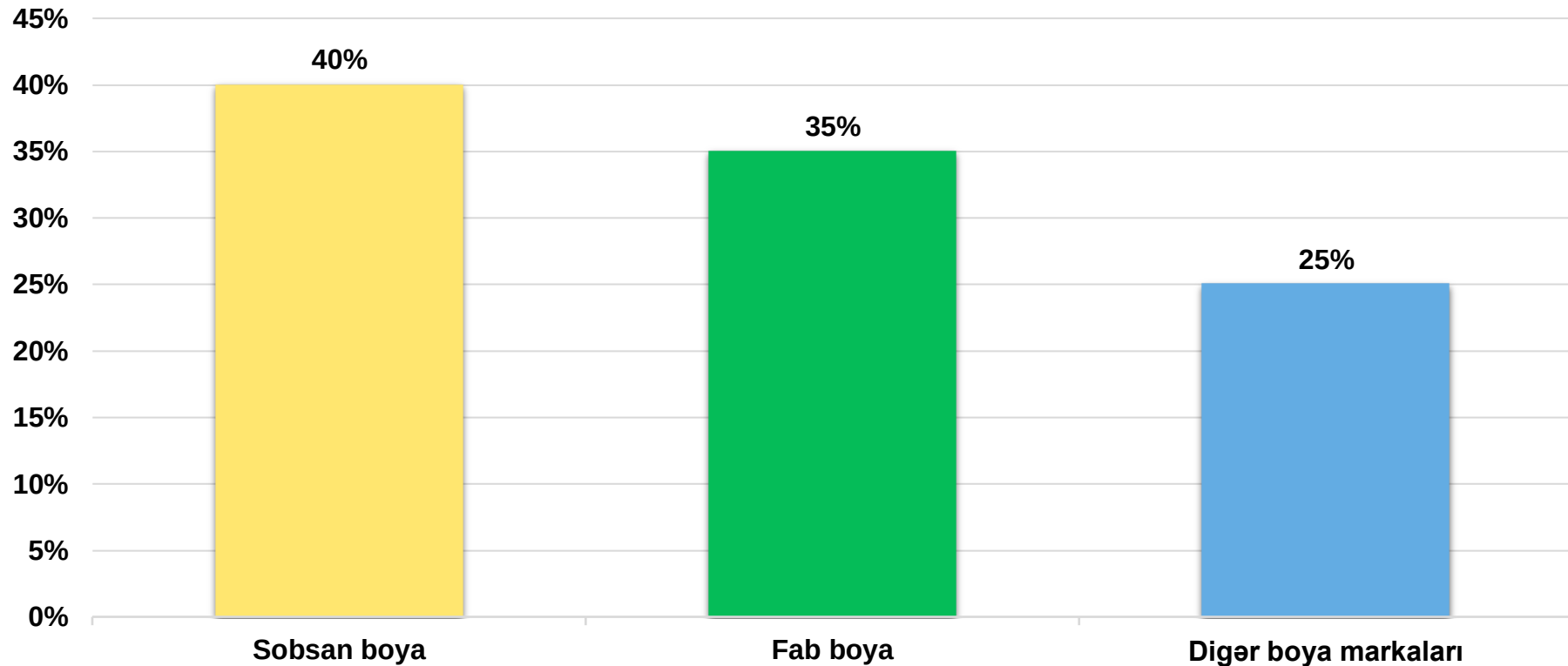
Say : 30



► Ustaların çoxu yerli marka olaraq "Sobsan" boya və "Fab" boyanın məhsullarına müraciət edir.

Yerli boya markalarının hansından daha çox istifadə edirsiniz?

Say : 20

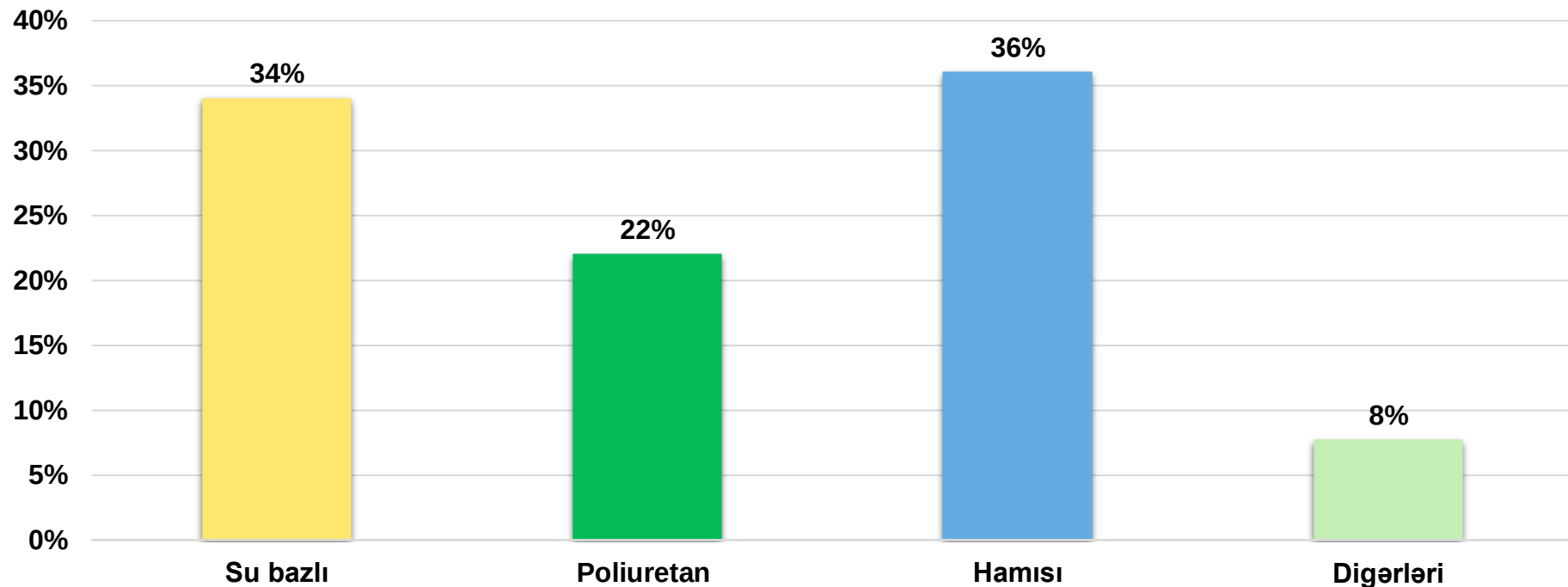




Əvvəlki illərdən fərqli olaraq günümüzdə su bazlı boyanın istifadəsi digər çeşidlərdən daha çoxdur.

Daha çox hansı boya məhsullarından istifadə edirsiniz?

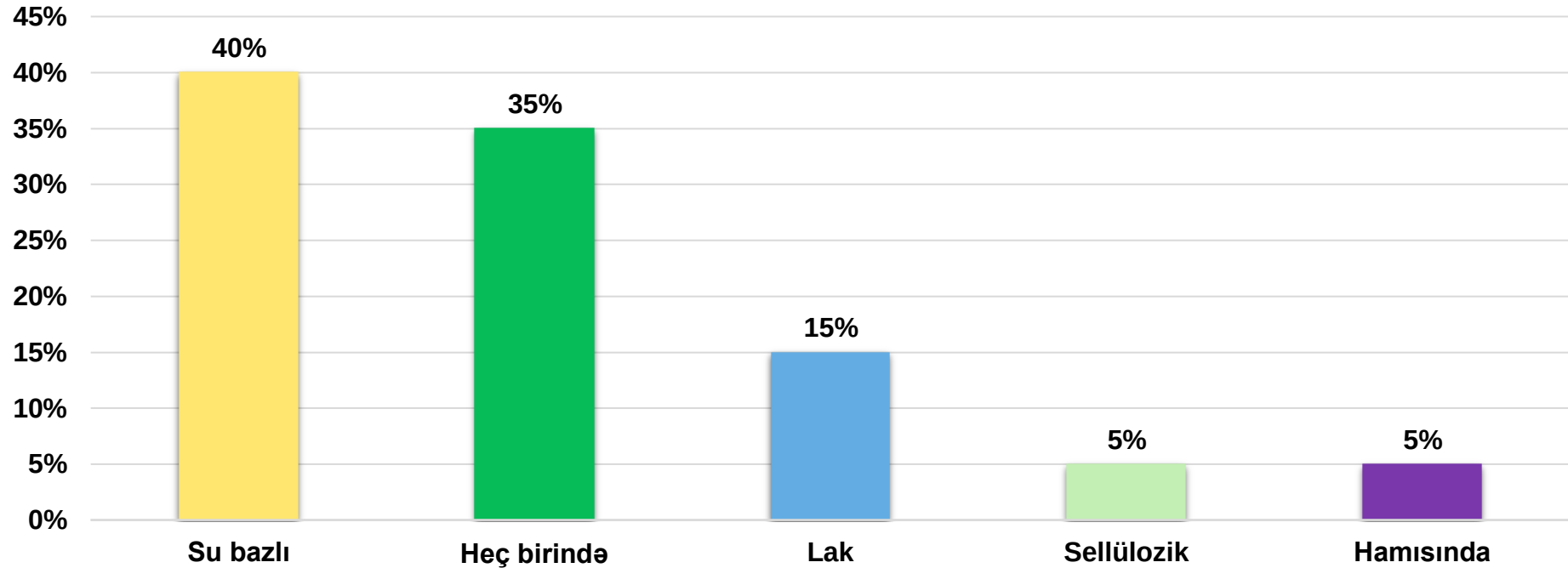
Say : 30



▶ Digər boya növlərinə nisbətə su bazlı boyalara daha çox ehtiyac var.

Hansı boya məhsullarında yerli markalara üstünlük verirsiniz?

Say : 20

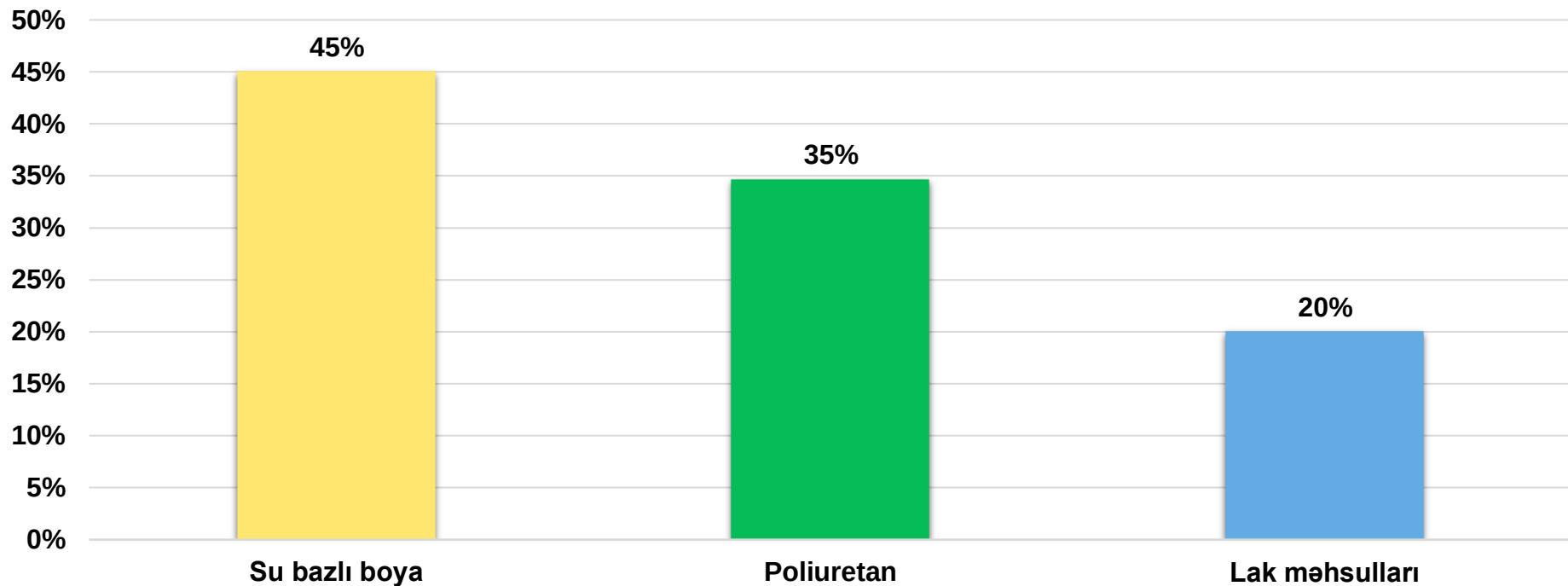




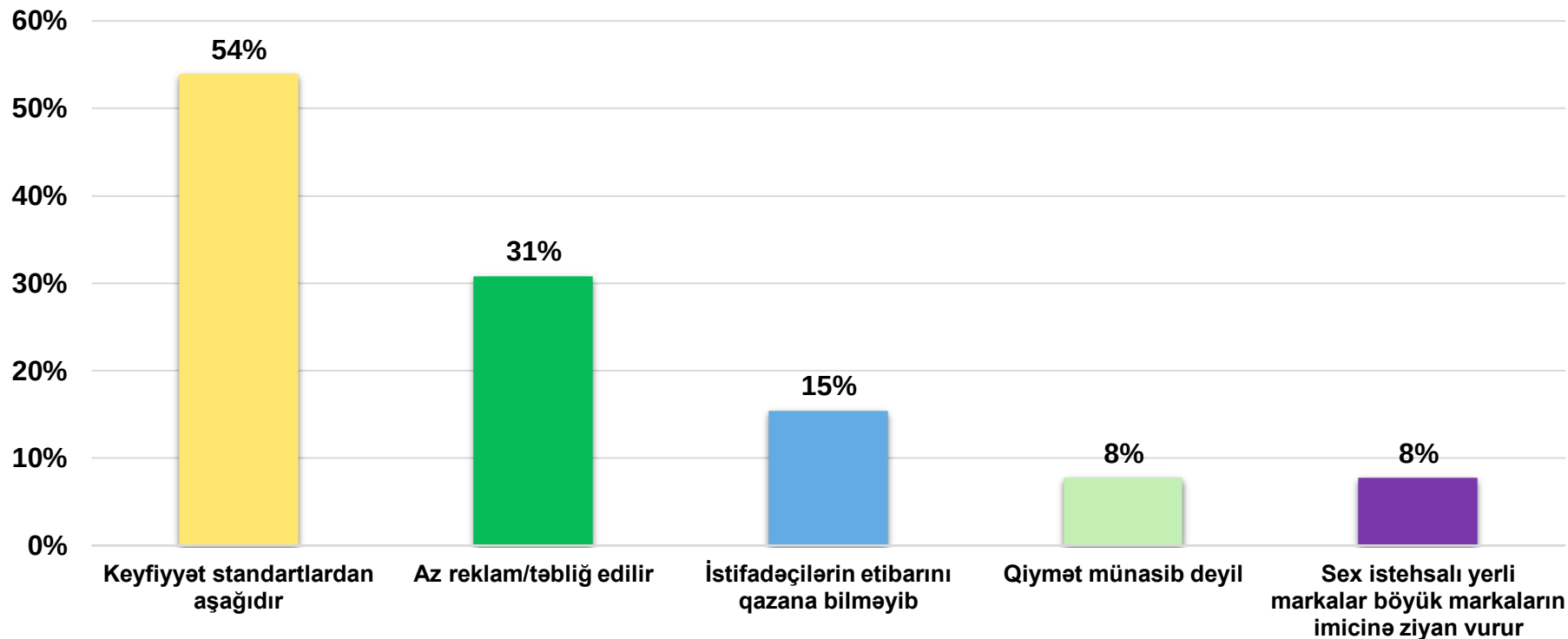
Ustaların ən çox istifadə etdiyi məhsullar su bazlı boya, poliuretan və lak olduğuna görə əsasən şikayətləri məhz həmin məhsulların tərkibi ilə bağlı olur.

Sizin fikrinizcə, hansı tip yerli məhsullarda problemlər var? (sırf məhsul baxımından)

Say : 20



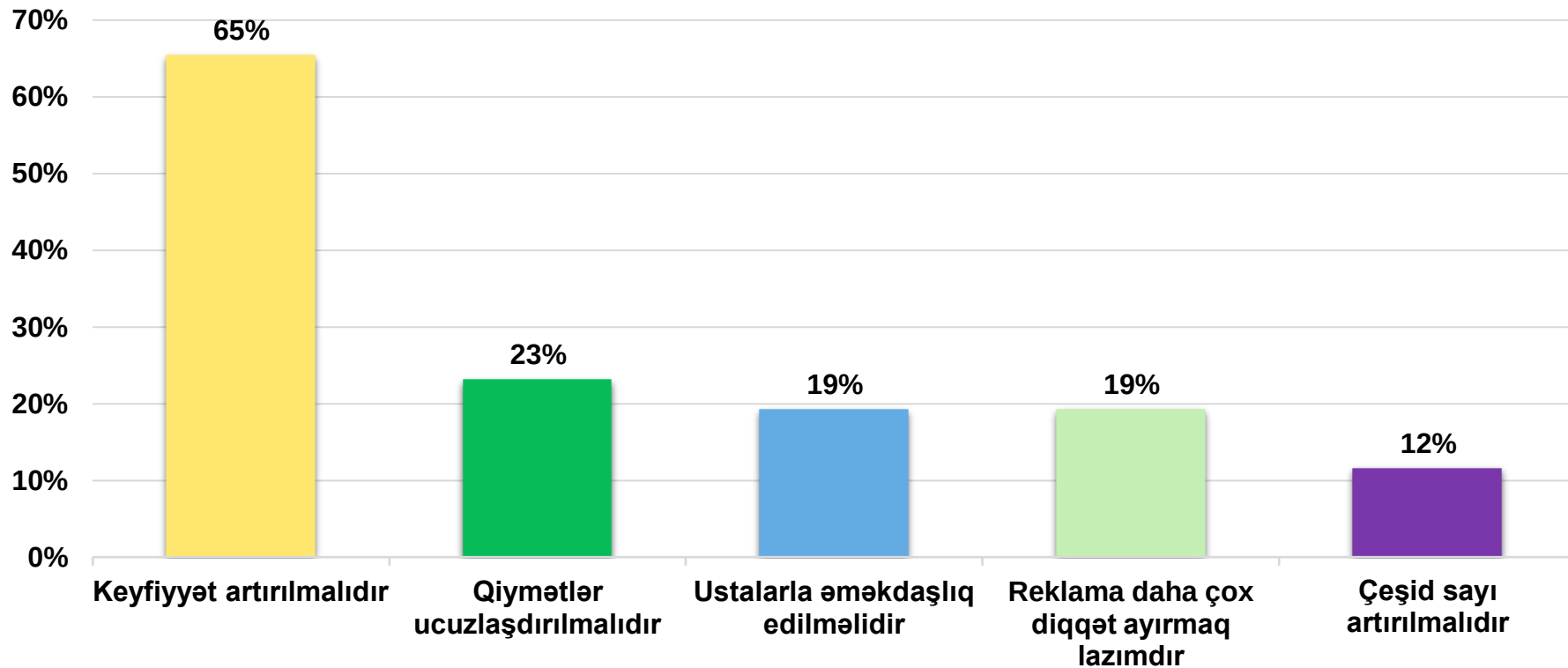
Say : 30



► Ustaların təcrübəsinə əsasən məlum olur ki, yerli istehsalın inkişafı üçün ilk növbədə boya məhsullarının keyfiyyəti dünya standartlarına uyğunlaşdırılmalıdır.

Boya sahəsində yerli istehsalın inkişafına nail olmaq üçün nə təklif edirsiniz? (açıq sual)

Say : 30

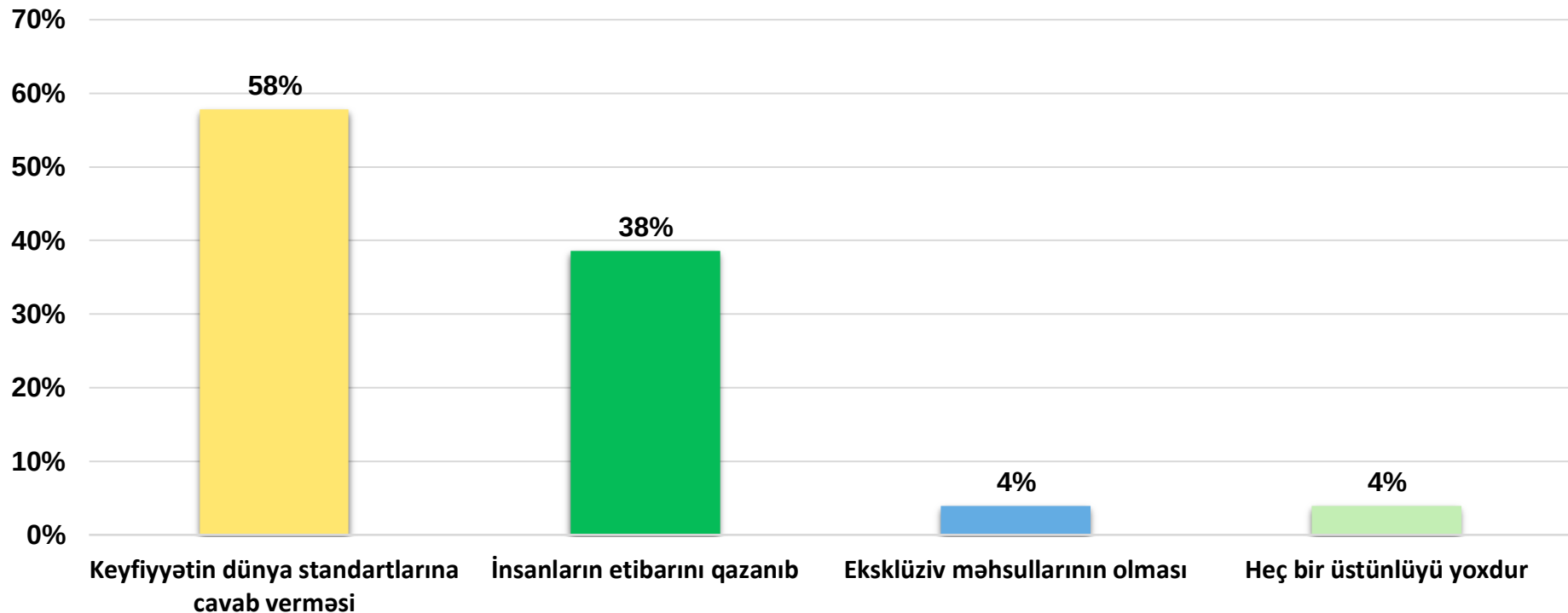




Xarici brendlərin yerli istehsal məhsullarına nisbətə üstün cəhətləri keyfiyyəti və insanların etibarını qazanmağıdır.

Xarici brendlərin yerli istehsal məhsullarına nisbətə üstün cəhətləri nələrdir? (açıq sual)

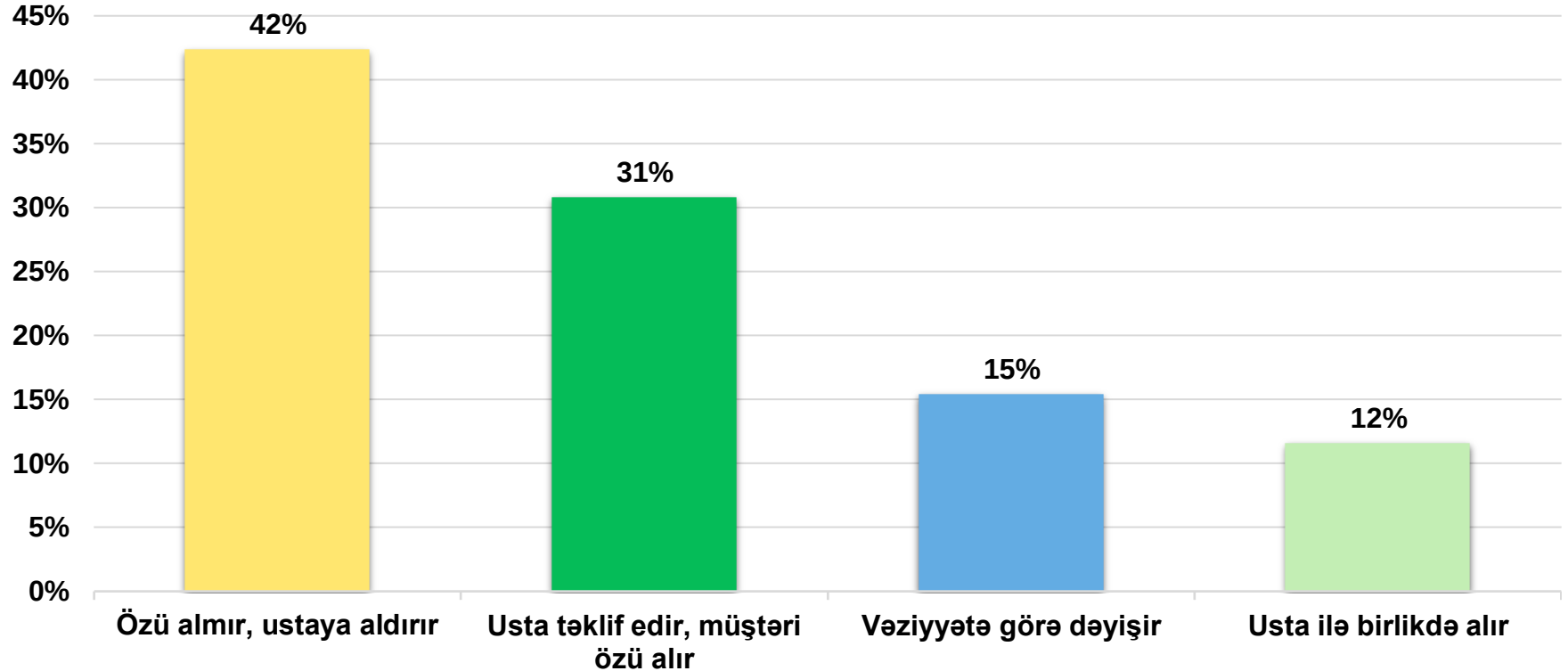
Say : 30



▶ Sorğunun nəticəsindən də aydın olur ki, boya alma prosesində ustalar çox ciddi rola malikdir.

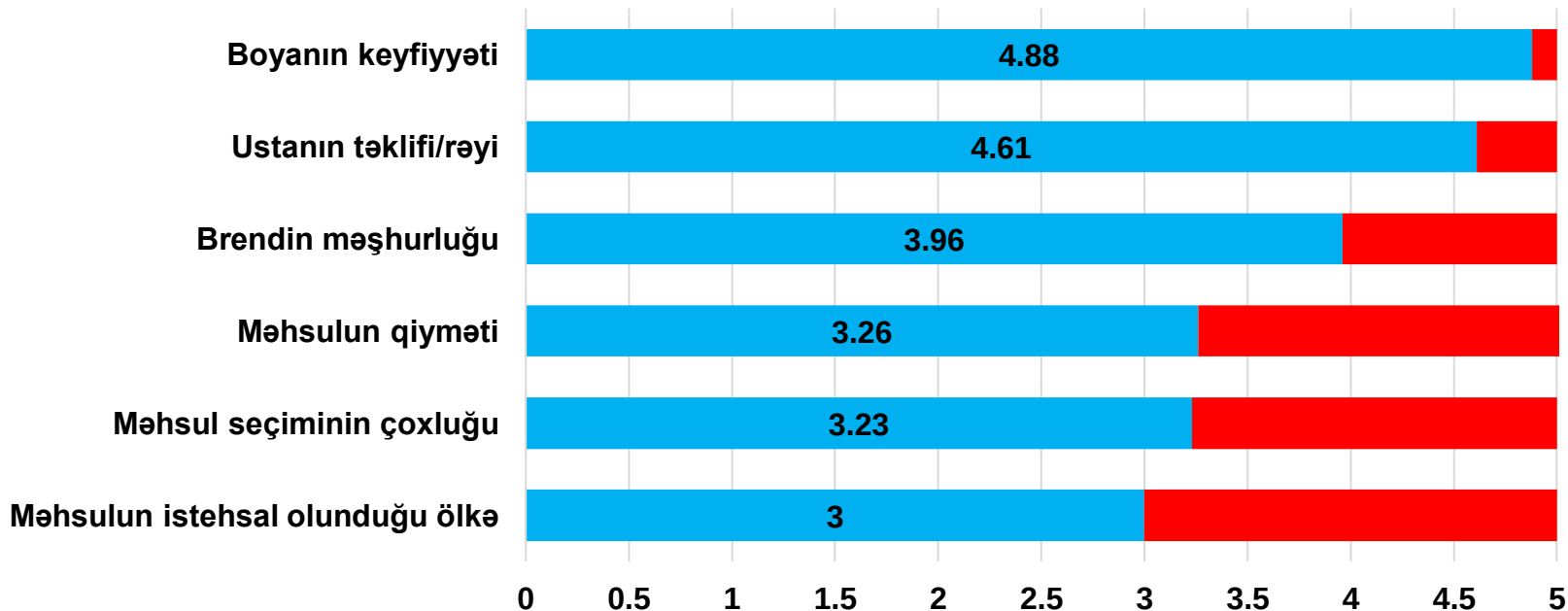
Müştərilər boyanı hansı yolla alır?

Say : 30



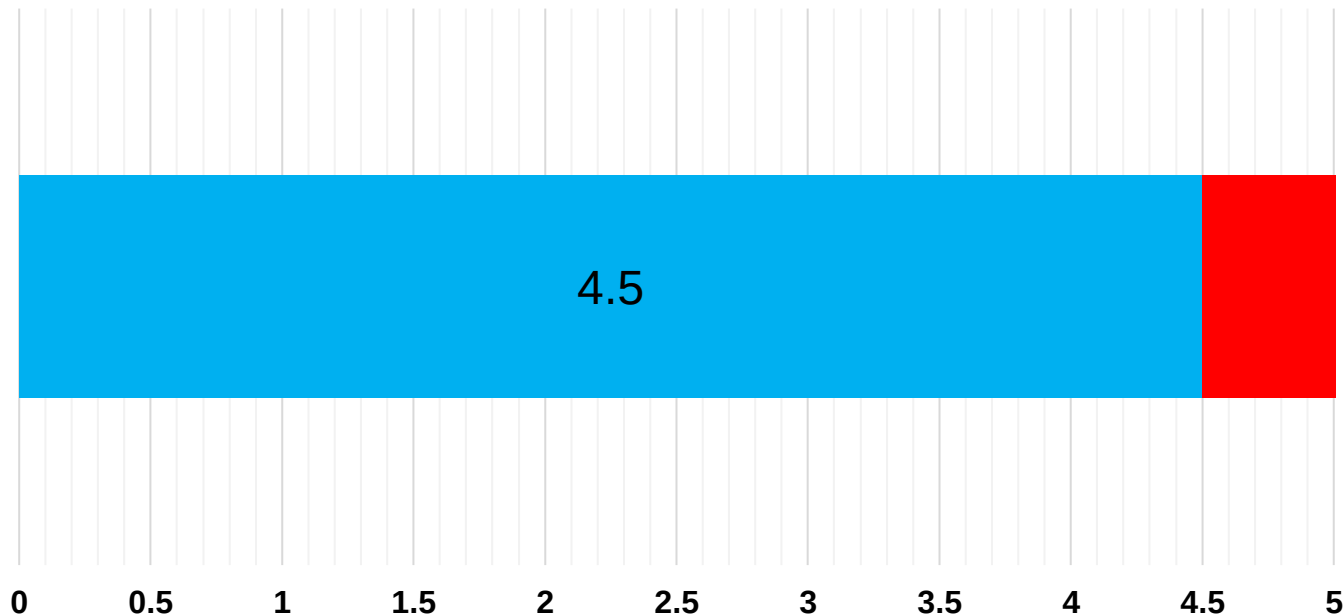
► Müştərilər üçün ən vacib amil məhsulun keyfiyyəti və ustanın təklifidir.

Boya satışında ustaların təklifinin müştəriyə təsir etmək ehtimalını 5 bal üzərində qiymətləndirin (1 - heç vaxt təsir etmir, 5- hər zaman təsir edir)



► Nəticədən görünür ki, ustaların müştəriyə təsiri kifayət qədər böyükdür.

Boya satışında ustaların təklifinin müştəriyə təsir etmək ehtimalını 5 bal üzərində qiymətləndirin
(1 - heç vaxt təsir etmir, 5- hər zaman təsir edir)



ISTEHSAL PROSESİ

► Laboratoriya

İstehsal prosesinə başlamazdan əvvəl hər bir boya laboratoriyalarda hazırlanmalı və tərkibini təşkil edən hər bir elementin keyfiyyəti sınaqdan keçirilməlidir. Bununla yanaşı, xammalın keyfiyyətli olmasına və istehsal prosesindəki elementlərin keyfiyyətinə nəzarət laboratoriyaların öhdəliyindədir.



► Xammalın çəkisinin təyin olunması və keyfiyyətə nəzarətin edilməsi

Bütün xammal quru anbarlarda saxlanır. İstehsal prosesinin başlanğıcında anbardakı xammal dəqiq şəkildə ölçülür və ilkin qarışdırma prosesi üçün göndərilməyə hazırlanır. Quru xammal qarışdırılma prosesində paketlərdə müəyyən qədər boya maddəsi qaldığına görə tərkibdə yarana biləcək dəyiklikliyə nəzarət etmək üçün davamlı olaraq yoxlanmalıdır.



► Quru xammalın qarışdırılması

Quru xammalın qarışdırılması iki hissədən ibarətdir. İlk mərhələdə tam şəkildə xammal ayrılma bilmədiyinə görə ikinci mərhələdə maddənin ayrılması nizamlanmış olur. Bu prosesin yüksək səviyyədə başa çatdırılması üçün xüsusi qarışdırma avadanlıqlarından istifadə etmək lazımdır.



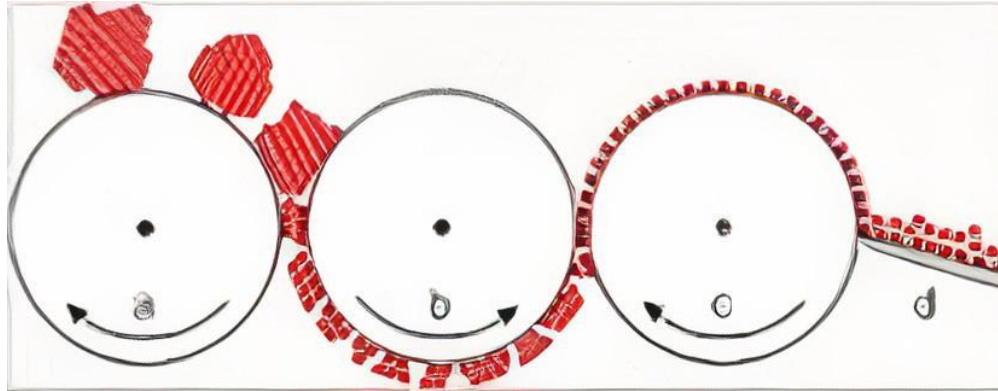
► Boyanın ilkin mərhələ qarışdırılması və pigmentlərin üyüdülməsi

Boyanın qarışdırılmasının ilkin mərhələsində tərkib hissələr quru halda olur. Daha sonra 3 rulonlu dəyirməndə istənilən incəliyə qədər üyüdülmür. Bu mərhələdə diqqət etmək lazımdır ki, tərkib hissələr zərər görməsin. Əks halda boyada rəng dəyişikliyinə səbəb ola bilər.



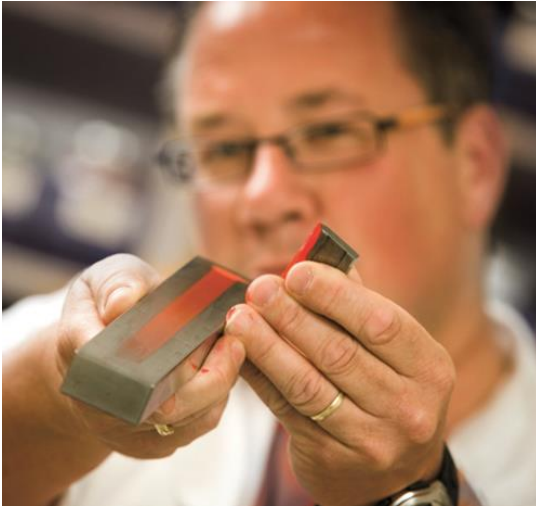
► 3 rulonlu dəyirmanın işləmə prinsipi

Dəyirmanın hər bir silindiri fərqli sürətlərə sahibdir. İlk silindir nisbətən yavaş, ikinci əvvəlkinə nisbətən 3 dəfə sürətli, sonuncu isə 9 və ya 12 dəfə sürətli olur. Bu silindir vasitəsilə piqment toparları üyüdülür və aradakı sürət fərqi maddənin bir silindirdən digərinə axmasına səbəb olur. Ən sonra bir qazıyıcı vasitəsilə boya silindirdən çıxarılır.



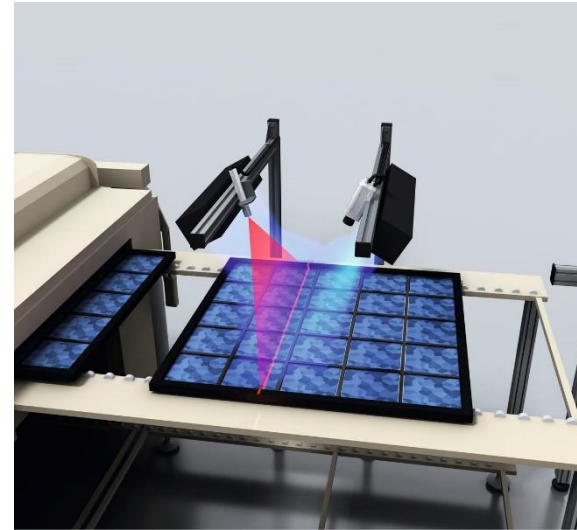
► Boyanın incəliyinin yoxlanması mərhələsi

Silindirlər arasındakı məsafə boyanın incəliyini təşkil edir. Bu mərhələ ən azı beş dəfə təkrar edilməlidir. Tərkibin üyüdülməsi nə qədər incə olarsa, boyanın rəngləndirmə gücü bir o qədər çox olar. Əks halda istənilən keyfiyyəti əldə etmək mümkün olmayacaq.



► Boyanın rənginin yoxlanılması

Əldə edilmiş rəngin keyfiyyəti, incəliyi standart rənglə müqayisə edilməlidir. Boya həm qalın, həm də incə şəkildə tətbiq olunaraq yoxlanılır. Yeni rəng ilə standart rəng arasında bir fərq olmamalıdır.



► Boyanın sabitliyinin yoxlanılması

Sadəcə keyfiyyətli məhsulların satışa çıxarılacağından əmin olmaq üçün hər partiya müəyyən müddət saxlanılır. Bu müddət başa çatdıqdan sonra başqa bir laboratoriya təfəindən yoxlanılmalıdır. Təsdiq olunduqdan sonra qablaşdırılma edilir.



SWOT ANALIZI

► Güclü tərəflər

No	Başlıqlar
1	Yerli məhsulların xarici istehsal boyu məhsullarından daha ucuz başa gəlməsi
2	Xarici markalara nisbətdə bazara daha ucuz qiymətlə çıxmaq imkanı
3	Geniş çeşiddə məhsul istehsal etmək imkanı
4	Yerli istehsalatda boyu sahəsi üzrə təcrübəli işçilərin, texniklərin olması
5	Böyük anbar

► Zəif tərəflər

No	Başlıqlar
1	Keyfiyyətin dünya standartlarına cavab verməməsi
2	Müştərilərin yerli marka adına etibar etməməsi
4	Ustalarla sistemli şəkildə əməkdaşlığın edilməməsi
5	Böyük şirkətlərlə əməkdaşlığın edilməməsi
6	Yerli marka məhsulunu satdığı halda satıcıya əlavə gəlirin qalmaması
7	Boyalar üçün nəzərdə tutulmuş ölçülərdə dünya standartlarından yayınmalar
8	Premium məhsullarda xarici markalara məğlub olmaq (dekorativ)
9	Mağazalarla sərfəli ticarət şərtlərinin olmaması
10	Qiymətin markanın profilinə uyğun olmaması



İmkanlar

No	Başlıqlar
1	Reklam vasitəsilə bazar payını böyütmək
2	Ustaların dəstəyi ilə satışı artırmaq imkanı
3	Təmir-tikinti və mebel şirkətləri ilə əməkdaşlıq edərək satışı artırmaq imkanı
4	Mağazanın dizaynını tam fərqli konseptdə edib, digər mağazalardan seçilmək.
5	Məşhur dizayner, memarlar və ustalarla əməkdaşlıq edərək şirkətin tanınırlığına nail olmaq
6	Daha keyfiyyətli məhsul istehsal edərək loyal müştəri sayını artırmaq
7	Getdikcə yerli markalara olan tələbatın artması
8	Satış nöqtələrinin sayının çoxalması
9	Tələbatın çox olması
10	Davamlı şəkildə mağazaları/şirkətləri tələb olunan məhsul ilə təmin etmək imkanı

► Təhlükələr

No	Başlıqlar
1	Rəqiblərin bazara daxil olmasında maneələrin olmaması
2	Xarici markaların və yerli böyük markaların güclü marketing fəaliyyəti
3	Keyfiyyətə nəzarət etməyən markaların digər yerli markaların imicinə ciddi ziyan vurməsi
4	Özünü doğrultmadığı halda ustanın ikinci dəfə həmin məhsuldan istifadə etməməsi

TÖVSIYƏ VƏ TƏKLİFLƏR



Mağazalara peşəkar satış təmsilçiləri cəlb olunmalıdır (səliqəli və boya haqqında məlumatlı)

Ustalar klubunun yaradılması və ustalarla nizamlı, güclü əməkdaşlığın edilməsi

Mağaza vitrininin tam fərqli və rahatlıq baxımdan əlverişli dizayn edilməsi

Satıcılara yerli markanın satışından daha çox gəlir gətirəcək təkliflərin verilməsi

Sosial media şəbəkələrində uyğun şəxslərlə əməkdaşlıq etmək

Məhsulun keyfiyyəti ilə yanaşı çəki standartlarına nəzarət etmək



Ustalar klubunun yaradılması və ustalarla nizamlı, güclü əməkdaşlığın edilməsi

Həmin markanın satışından ustaya maraqlı olacaq dərəcədə bonusun verilməsi

Daimi olaraq fərqli məhsulları ustalara sınamaq üçün təqdim etmək

Ustaları həvəsləndirmək üçün onlara müəyyən hədiyyələrin verilməsi

Peşəkar boya kurslarının təşkil edilməsi və ustaların ora cəlb edilməsi

Əməkdaşlıq etdikləri ustaları şirkət formaları ilə təmin etmək



Təmir, tikinti və dizayn şirkətləri ilə əməkdaşlıq edərək böyük həcmdə satıřlara nail olmaq mümkündür.

Azərbaycanda çox sayda böyük şirkətlər boyaya olan ehtiyacı ödəmək üçün xarici markalarla əməkdaşlıq edir. Bu se imd  təkcə məhsulların keyfiyyəti deyil, həm də şirkətin reputasiyası nəzərə alınır. Bu kimi məsələlərə görə fərdi ř xsl r v  kiçik biznesl rl  yanaşı böyük şirkətlərin etibarını qazanmaq lazımdır.





Artan mebel istehsalı ilə mebel üçün olan boya məhsullarına t labat da g n -gündən artır.

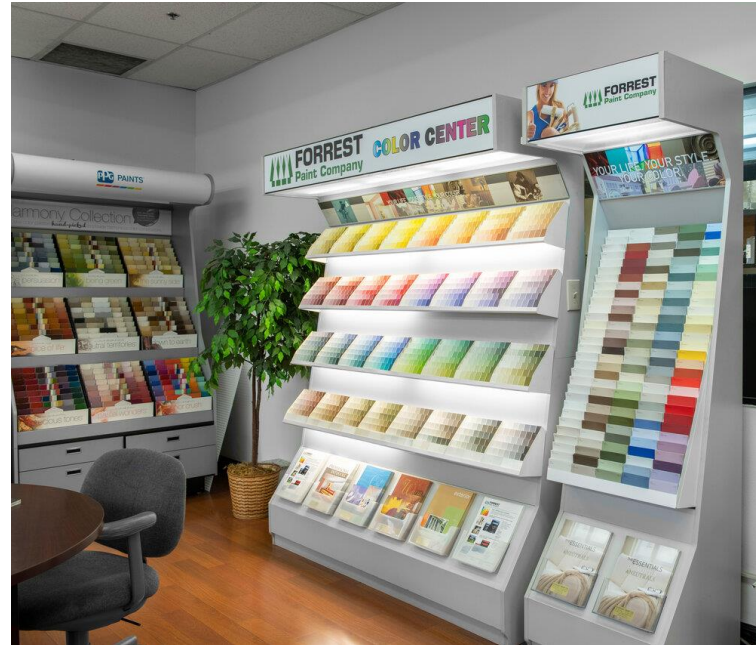
Azərbaycanda mebel üçün lazım olan boyalar digərlərinə nisbətdə kifayət qədər keyfiyyətli istehsal olunmadığına görə şirkətlər v  sexlər bunun üçün xarici markalara  z tutur. Keyfiyyətli mebel boyası istehsalı və uyğun ticarət şərtləri sayəsində həmin şirkətlərlə əməkdaşlıq etmək və onların dəstəyini almaq m tl qd r.





Mağaza vitrininin tam fərqli və rahatlıq baxımdan  lveriřli dizayn edilməsi

Bir çox satıř nöqtəsi daxili və   l dizaynı baxımından cəlbedici v  səliqəli deyil. M řt ril r  onların daha rahat hiss edəcəyi, seçim imkanının çox olacaėı maėaza a maqla markanı daha yaddaqalan etmək mümkündür.



► Dizaynın reklam layihələrinə təsiri

Daha səliqəli mağaza tanıtım çarxlarının çəkilməsində və fotoçəkilişlərin həyata keçirilməsində çox mühüm rol oynayır. Reklam layihələrinin uğurla reallaşdırılması üçün bu məqama xüsusi diqqət ayırmaq lazımdır.



DİQQƏTİNİZ ÜÇÜN TƏŞƏKKÜRLƏR!