

# Arimiz da, balımız da ən yaxşıdır, brendimiz isə...

Mütəxəssis deyir ki, marka, ölkə daxilində öz fərqini ortaya qoyduqdan sonra onun xaricdə tanıtılması üçün proqram hazırlanmalıdır

**S**on dövrlər ölkəmizdə inkişaf edən qeyri-neft sektorlarından biri də arıçılıqdır. Hər il keçirilən bal yarışması da bunun ən bariz nümunəsidir. Bu da danılmaz faktıdır ki, Azərbaycan balı dadına görə digər ölkələrin balından fərqlənir. Bunu isə biz yox, ölkəmizə gələn turistlər, beynəlxalq mütəxəssislər deyirlər. Balın məhsuldarlığında arıçılığın da rolu böyükdür.



"Azərbaycandan olan Qafqaz cins arıları dünyanın ən yaxşı arılarıdır". Bunu Azərbaycanda fəaliyyət göstərən diplomatik korpus nümayəndələri ilə birgə bal yarışmasında olan BMT-nin Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatının (FAO) Azərbaycan üzrə Tərəfdaşlıq və Əlaqələndirmə Ofisinin rəhbəri Melek Çakmak deyib. Onun sözlərinə görə, buna səbəb həmin arıların xortumunun digər arılardan fərqli olmasıdır: "Azərbaycanda olan arıların xortumu digər arılardan fərqli olaraq daha uzundur və buna görə də, onlar çiçəklərin ən dərinliyində olan şirələri sovura bilirlər. Beləcə də, bu cür yolla əldə olunan bal ən yüksək keyfiyyətli baldır".

O, həmçinin qeyd edib ki, FAO olaraq Azərbaycanda arıçılığın inkişafı ilə bağlı 3 il öncə layihə həyata keçirmişik. Bu layihəyə əsasən süni mayalanma yolu ilə Qafqaz arı növünün saxlanması ilə bağlı tədbirlər görüldü. Melek Çakmak bildirib ki, istehsalın daha da yaxşılaşdırılması üçün qablaşdırma, marketing sahəsində Azərbaycan arıçılarının qarşısında mühüm vəzifələr durur: "Bu, həm daxili, həm də xarici bazarlara görə çox əhəmiyyətlidir. Biz Kənd Təsərrüfatı

Nazirliyinə bütün sahələrdə müvafiq dəstəyi göstərilməsinə hazırıq".

Mütəxəssis arımızın da, balımızın da dünyada ən yaxşı olduğunu etiraf edir. Bizim üzərimizə düşən nədir? Bu arı növünü artırmaq, məhsuldarlığı yüksək həddə çatdırmaq və ən əsası, dünyanın ən yaxşı balını - Azərbaycan brendini xaricdə yaymaq. Bəs bunun üçün nə etmək lazımdır?

**"Ballı" bal brendinin sahibi Rəşad Rəşidov** qeyd etdi ki, Qafqaz arısı vaxtı ilə geniş yayılmış arı cinsidir: "Onun Daşkəsən ətrafında yerləşən başqa bir populyasiyası da var. Həmin ərazidə Qabaqtəpə kəndi var, hansı ki, orada damazlıq arıların yetişdirilməsi üçün məntəqə olub. Mələk xanım haqlıdır, Qafqaz arısının xortumu digərlərindən uzun olduğu üçün məhsuldarlığı yaxşı olur. Amma təəssüf ki, uzun illərdir bu sahədə seleksiya işləri kifayət qədər aparılmadığı üçün həmin saf Qafqaz arısı cinsi çirklənib, cinsdə məzəzləmə gedib. Hazırda saf cinsin axtarılıb tapılması istiqamətində işlər görülür. Bu proses köklü şəkildə aparılarsa, bir neçə ildən sonra istənilən nəticəni əldə etmək olar. Çünki bu cins uzun müddət bu ərazilərdə yaşayıb və kənardan gətirilən arı

cinslərdən fərqli olaraq, iqlimə alışıb. Bu prosədə Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin, elmi tədqiqat institutlarının üzərinə iş düşür".

Rəşad bəy bildirdi ki, brendləşmədə beynəlxalq standartlara uyğun sənədlərin alınmasının böyük rolu var: "Azərbaycanda 9 iqlim qurşağının olması, balın tərkibinin də kifayət qədər zəngin olmasına imkan verir. Balımızın dünyada tanıtılması üçün faktiki olaraq dövlət səviyyəsində işlər görülür. Dünyanın bir çox serqilərində balımızla qatılıq və məhsulumuz çox bəyənilir. Beynəlxalq arenaya çıxmaq üçün lazım olan şərtlərdən biri də standartlara uyğun qablaşdırma formalaşdırmaqdır. Ümumi olaraq qeyd edim ki, bütün dünyada qida standartlarını müəyyənləşdirən sertifikatlar var. Həmin sertifikatları alan məhsulun satış qiyməti, digərlərindən daha baha olur. Təbii ki, qablaşdırma satışda böyük rol oynayır".

**"Şəfa" bal brendinin yaradıcısı Osman Kazımovun** sözlərinə görə, bir məhsulun beynəlxalq aləmdə tanınması üçün onu onlayn platformada reklam etmək, haqqında informasiya yerləşdirmək lazımdır: "Əvvəlki dövrlərdə Qusar rayonunda damazlıq arıçılıq idarəsi vardı. Orada damazlıq arılar yetişdirilib arılara paylanılırdı. Belə idarələr indi də olsa, arıların yetişdirilib, çoxaldılması ilə bağlı bir problem olmazdı. Açıqı, mən kənardan gətirilən arı növlərinə qarşıyam. Qafqaz və İran sortu arılar bizə bəs edir. Brendləşmə məsələsinə gəlinə isə burada dövlət dəstəyi vacibdir. Amma biz də üzərimizə düşən işləri görürük. Bir məhsulun beynəlxalq aləmdə tanıtmaq üçün onu onlayn platformada reklam etmək, haqqında informasiya yerləşdirmək lazımdır. Məsələn, xaricdə yaşayan biri internetdə "Azerbaijan honey" ya-

zanda istədiyi bütün məlumatları əldə etməlidir. Həmin informasiyaların müxtəlif xarici dillərdə olması bizim üçün müsbət haldır. Bununla, ən azından, xaricə getmədən məhsulumuz haqqında ilkin məlumatı vermiş oluruq. Bundan başqa, dünyanın fərqli ölkələrində keçirilən qida serqilərinə qatılmaq da brendin tanıtılmasında böyük rol oynayır. Həmçinin xarici ölkələrdə alış-veriş mərkəzlərində markanın stendini qurmaq, oranı ziyarət edən şəxslərə balımızdan daddırmaq, geniş məlumat vermək də olar".

Osman bəy qablaşdırmadan da danışdı: "Hazırda ölkəmizdə qablaşdırılmış şəkildə bal alanlar azdır. Çox vaxt korporativ satış zamanı qablaşdırmaya önəm verilir. Çünki insanlarımızda "balı arıçıdan almıyım" fikri formalaşmışdır. Arıçı da təbii ki, xüsusi qablaşdırmada yox, adi bankada satır. Həmin balın daha orqanik olduğunu düşünürlər. Amma biz dünya standartlarına uyğun qablaşdırmada satsaq, bir çoxu onun təmiz bal olduğuna inanmayacaq. Hansı ki, indi də marketlərdə xüsusi olaraq qablaşdırılmış balın təmizliyini inanmırlar, amma arıçıdan adi şüşə bankada alanda, inanırlar. Ona görə də, bal satanların əksəriyyətində qablaşdırma xüsusi yanaşma yoxdur. Amma xarici ölkəyə idxal və markanın tanıtımı üçün qablaşdırma önəmli məsələdir".

**Marketing mütəxəssisi Əyyub Qarabağlı** deyir ki, brendləşmə üçün ilk növbədə hər bir sahibkar bazar araşdırması etməlidir: "Əslində, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən kifayət qədər hazır bal brendləri var. Amma bir çoxunun strategiyası eynidir. Bir markanın tanıtılması üçün strateji addımlar atılmalıdır. Düşünün ki, bir bal brendinin məhsulu ilə hansısa dağda yaşayan Əli dayının satdığı balın reputasiyası eynidir. Brendləşmək üçün ilk növbədə bazar araşdırması edib, müştəri məmnuniyyətini nəzərə almaq lazımdır. Bir məhsulun dünyada tanıtılması, markalaşması üçün ilk olaraq ölkə daxilində tanınması şərtidir. Marka ölkə daxilində öz fərqini ortaya qoyduqdan sonra onun xaricdə tanıtılması üçün tanıtım proqramları hazırlanmalıdır. Hazırda bal ixrac edən kifayət qədər ölkə var. Həmin ölkələrin bu sahədə gördüyü işlər öyrənilməlidir. Bunu da qeyd edim ki, balın brendləşməsi işinə başlayanda, ilk olaraq müştərilərin maarifləndirilməsinə önəm vermək lazımdır. Alıcı aldığı bal haqqında bütün bilgilərə sahib olmalıdır".

**Günel Azadə**