

КОФЕ БИЗНЕСІНІҢ ҚАЗАҚСТАНДА ДАМУ ҚАРҚЫНЫ

Райымбек Тоғжан Сәбитқызы

«Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесі» мамандығының
ғылыми-педагогикалық бағытының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекші – Муталиева Ляйля Маратовна, э.ғ.к., қауымдастырылған профессор
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Нұр-Сұлтан, Қазақстан

2020 жылдың басында 2GIS анықтамалық-картографиялық қызметі бір жыл ішінде Қазақстандағы қоғамдық тамақтану орындарының саны 17,7% артқанын хабарлады. Олардың елдегі жалпы саны 10 мыңға жетті. Ең белсенді өсіп келе жатқан жобалар Алматыда (+ 26,5%, 3862 дейін), Шымкентте (+ 17,9%, 1904 ж. Дейін), Нұр-Сұлтанда (+ 13,5%, 2508 дейін) болды. Кофеханалар қазақстандық қоғамдық тамақтандырудың белсенді дамып келе жатқан сегменттерінің біріне айналды.

Мейрамхана бизнесіндегі маркетинг - клиенттердің ерекше қажеттіліктерін анықтауға бағытталған мейрамхана қызметтерін дамыту, жылжыту және жүзеге асыру процесі. Маркетинг құралдарының көмегімен тұтынушыларға тамақтану кәсіпорындарының қызметтерін бағалау және дұрыс таңдау жасау үшін көмек көрсетіледі.

Кофе сусындарына деген сүйіспеншілік Қазақстанда енді ғана қарқын алуда: статистика бойынша біздің еліміз кофе тұтыну бойынша әлемде 64-ші орында, ал бір тұрғын күніне бар болғаны 0,101 кесе ішеді.

Кофе-айналымы әлемдік саудада екінші орын алатын сусын, бұл оның әлемдегі жоғары рөлін көрсетеді. Соңғы жылдары сусын жаһанданудың символдарының біріне айналды. Қазақстан барған сайын дамыған ел бола отырып, кофе нарығындағы сұраныстың өсу үрдісіне бағынбайды.

Қазақстанда, атап айтқанда Нұр-Сұлтан қаласында кофеге жоғары сұраныстың себептерін талдай отырып, бірнеше факторларды бөліп көрсетуге болады.

1. ЖІӨ өсуі-кірістің өсуі-жайлылыққа сұраныстың артуы-кофе тұтынудың өсуі

Жыл	Импорт	
	тонна	Мың АҚШ долл.
2010	302	2739
2012	405	4417
2014	533	5396
2016	1110,4	4829.1

1-кесте. Қазақстандағы кофе импортының динамикасы

Кофе импорты мен Қазақстан Республикасы халқының атаулы табыстары арасында корреляциялық талдау жүргізе отырып, кофе импорты мен ел халқының табысы арасындағы айтарлықтай күшті оң өзара байланыс туралы айтуға болады, бұдан басқа мұнда коэффициенттің жоғары мәніне көп дәрежеде Нұр-Сұлтан қаласы тұрғындарының табысы әсер еткендігі фактісі маңызды болады.

2. Оқу аяқталғаннан кейін шетелден келетін ҚР студенттерінің өсуі

3. Қазақстан Республикасында тұратын және жұмыс істейтін шетел азаматтары

4. Қазақстанға Батыс тұтыну мәдениетінің дамып келе жатқан енуі

5. Шетелдік бренд компанияларының (Costa, Starbucks, Marrone rosso және т. б.) сәтті іске асырылған франшизалары.)

6. Қала халқының өсуі

	Кофе импорты, тонна	Табыс
Кофе импорты, тонна	1	0,92
Табыс	0,92	1

2-кесте. Қазақстанға кофе импорты мен ҚР халқының атаулы ақшалай табыстары арасындағы Корреляция

Дегенмен, көптеген адамдар дәмді сусынның дәмін татуды ұнатады, бірақ бәрі бірдей сәнді кофеханаларға бара алмайды, онда бір кесе кофе толыққанды тағам сияқты болуы мүмкін. "Өзіңізбен бірге кофе" форматындағы шағын мекемелер, онда сіз орташа ақыға хош иісті сусын ала аласыз, олар бұл мәселені шешеді.

Қазақстандағы кофе мекемелерінің нақты санын, сондай-ақ кофенің өзін тұтыну көлемін айту қиын. Ашық көздерде ұсынылған көптеген сандар көбінесе кофеханалар желісінің маркетингтік зерттеулері болып табылады және дұрыс емес деректерді көрсетеді. Бірақ кофеханалары бар кофеханалар, шағын дүкендер мен автофургондар қаншалықты жиі ашылатынына қарай, бұл ыстық сусын қазақстандықтардың көңілінен шығады.

Кофе ішу мәдениеті қазақстандықтарды жаулап алуды жалғастыруда. Зерттеулер көрсеткендей, елде кофе тұтыну жыл сайын орта есеппен 7% - ға өседі. Бүгінгі таңда Қазақстанда кофені жалпы тұтыну жылына 10,1 млн кг-нан асады. Бұл ретте бүкіл ел тұрғындарының 40% - дан сәл астамы тұратын ҚР-ның 17 ірі қаласында кофені үйде тұтыну жылына 3,94 млн кг-нан сәл астам құрайды. Кеңсе қызметкерлерінің шамамен 50% - ы жұмыс қабілеттілігін арттыру үшін күніне екі кесе кофе ішеді.

Кофеханалар шамамен 15 жыл бұрын Алматыда алғашқы coffeedelia және "Бисквит" мекемелері ашылған кезде сәнге ене бастады. Сол кезде Кофе шайға немесе жай сергітетін сусынға балама ретінде қабылданды. Нағыз білушілер аз болды. Алайда, бұл орындар танымал бола бастады, бірте-бірте Алматыда кофеханалар көбейе бастады.

Кофеханалар нарығы ең тиімді бизнестің біріне айналуда. Қазір Алматының " алтын шаршысында "(шекарасы периметрі бойынша Желтоқсан - Қабанбай батыр - Қонаев - Абай көшелері болып табылатын аудан)" бір шаршы километрге 30-40 кофеханадан келеді".

Ең бастысы-автотұрақпен жақсы орын табу. Сонымен қатар, бұл тек орталық қана емес, сонымен қатар ұйықтайтын аймақтар, қала шеткері, жанармай құю станциялары, сауда және бизнес орталықтары болуы мүмкін. Жағымды қызмет, атмосфера құру және күшті кофе дайындау қажет. Осы үш шартты ескере отырып, сіз әлемдік брендтен кішкене нүктеге дейін кез-келген мекемені аша аласыз.

Бизнес үшін үлкен алаң қажет емес. Сіз шағын дүңгіршектің нұсқасын бос емес жерде, сауда және ойын-сауық орталықтарының жанында, мысалы, сауда орталығының ішіндегі кішкентай аралды қарастыра аласыз. Сондай-ақ, Мобильді нұсқа бар-автомобильді кофе қайнату үшін қажетті заттармен жабдықтау. Соңғысы өте өзекті, өйткені ұтқырлық сізге үлкен клиенттер ағынын іздеуде нүктені оңай және тез жылжытуға мүмкіндік береді. Бизнес үлкен инвестицияларды, рұқсаттарды қажет етпейді, тез дамып келеді, сондықтан бәсекелестік өте қатал болуы мүмкін. Сіздің негізгі мақсатты аудиторияңыз жиырма бес жасқа дейінгі жастар болады. Әрине, студенттер мен мансапты бастағандар үшін баға маңызды рөл атқарады, ыстық сусындардың бағасы қол жетімді болуы керек, бірақ сапа зардап шекпеуі керек. Қолайлы сапа мен қол жетімді бағалардың тұрақты балансы - бұл бизнестегі басты міндет.

Бүгінгі күні саудаға байланысты кез келген қызметті жүргізу үшін салық органдарында тіркелу және кассалық аппаратты онлайн сатып алу талап етіледі. Бастапқы кезеңде жеке кәсіпкер ретінде тіркелу жақсы, тіпті егер сіз бірнеше сауда нүктелерін ашуды

жоспарласаңыз да. Уақыт өте келе, бизнесті кеңейту кезінде сіз әрқашан ЖШС-ға ауысып үлгересіз.

Кассалық аппараттан басқа банктердің карталары бойынша төлемдерді қабылдау үшін Банк терминалын да сатып алған дұрыс. Бизнестің бұл түрі бүкіл сауда нүктесінің, соның ішінде кассалық аймақтың ұсақ кеңістігін білдіреді.

Жабдықтың ішінен кассалық аппарат пен Банк терминалынан басқа сізге: Тоңазытқыш, сақтауға арналған шағын сөрелер, сөре, десерттер мен пісіруге арналған сөрелер және, әрине, кофе қайнатқыш қажет болады. Кәсіби жабдықты үнемдеу және кофеқайнатқыштың орнына кофеқайнатқышты алу ұсынылмайды. Сіз клиенттерге қызмет көрсету уақытын арттырасыз, сонымен қатар кофе тартқышты алуға тура келеді. Көбінесе экспресс-кофеханалардың клиенттері кофені стақаннан төрт жүз граммға сатып алады. Сондықтан стақанның ұқсас көлемімен жұмыс істей алатын кофе машинасын сатып алу керек.

Шығарылатын кофені сату нүктесі басқа да байланысты тауарларды, әсіресе жазда, ыстық кофе әлдеқайда аз болған кезде сата алады. Жазда сіз алкогольсіз сусындар, лимонад, коктейльдердің бірнеше түрін сатып ала аласыз. Ассортиментін кеңейту тағамдарымен және десертами сондай-ақ тартуға мүмкіндік береді көп пайда бизнес.

Жедел кофені сату бойынша шағын дүңгіршек басында 2 млн.-2,5 млн. теңгені қажет етеді. Аз ақша жұмсау үшін Сіз бұрын қолданылған кәсіби кофе машинасын ала аласыз, бірақ бұл опция ұзақ уақыт жұмыс істемеуі мүмкін және оны жөндеуге алып, кәсіпорынның жұмысын тоқтата тұру керек. Ай сайынғы шығындар 500 мыңнан бір миллион теңгеге дейін болуы мүмкін: сауда алаңын жалға алуға, жарнамаға, өндіріс үшін шикізат сатып алуға, жұмысшыларға жалақы төлеуге.

Дұрыс есептелген бизнес-жоспармен өтелімді он айлық жемісті жұмыстан кейін күтуге болады.

Дүкен-кофеханалардың ауқымды жарнамалық науқаны-босқа жұмсалған ақша. Ықтимал аудиторияға арналған мекен-жай жарнамасы ең тиімді болады. Мысалы, желілік мекемелерге жақын жерде дистрибьюторлар тарататын парақшалардың бірінің иесі бола отырып, келушілер екінші кесе кофені тегін ала алады.

Сонымен қатар, шебер және көпшіл сатушы/менеджер/бариста — сусындарды тікелей сататын және мекеме қонақтарымен араласатын адам, кофеханалардың көптеген иелерінің пікірінше, клиенттерді капучино шыныаяқына жеңілдіктер, билбордтар мен кәмпиттерден гөрі тиімді етеді.

Осылайша, сенімді өсіп келе жатқан сұранысты көрсеткен Қазақстанның кофе нарығының жоғарыда зерттелген талдауын және сұраныстың өсуіне байланысты түсімнің болжамды мөлшерін ескере отырып, Нұр-Сұлтан қаласында осы бизнесті ашу үшін жақсы алғышарттар туралы айтуға болады. Нарықтың осы өніммен қанығуының қазіргі үлесін ескере отырып, жобаны іске асырудың тиімділігі көбінесе таңдалған маркетингтік стратегиямен анықталады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Муталиева Л.М. Планирование маркетинга в ресторанном бизнесе: учебное пособие. - Нур-Султан, 2019. – 112 с.
2. Маркетинг: учебное пособие / под ред. Н.К. Мамырова. – Алматы: Экономика, 1999. – 301 с.
3. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие. – Минск: ООО «Новое знание», 2000. – С.63.
4. Некоторые любят погорячее. Рынок кофеен в Казахстане // forbes.kz URL: https://forbes.kz/finances/markets/ktoto_lyubit_pogoryachee_ryinok_kofeen_v_kazahstane_1/ (дата обращения: 27.03.2020).
5. Бодрящий бизнес Открыть кофейню стоит 2 млн тенге // nur.kz URL: <https://special.nur.kz/madeinkz-coffee> (дата обращения: 27.03.2020).