

Menecer böhranı

Bugün Azərbaycanda ixtisaslı menecer (əsasəndə marketoloq) tapmaq çox çətin... məsələni kulminasiya səviyyəsinə gətirən isə 3-4 il iş təcrübəsi olan və xarici dildə danışmağı bilən adamların özlərini marketinq dahisi hesab etmələridir. *Ağac bar verdiksə başını aşağı əyir* məsələsinə tam əks olaraq bu cür “marketoloqlar” (menecerlər) qəliz ingilis dilli terminlərdən istifadə edir və özlərini sadəlik terminin antonimi kimi aparırlar. Bu onlara müsbət şey gətirməz!

Bu yaxında olduğum treninqlərin birində mənə çox maraqlı gələn bir məsələyə toxundular, deməli insanların 4 cür bilgi səviyyəsi olur:

1. **Heçnə bilmədiyini bilmir.** Bu nöqtədə olan adamlar elə düşünülür ki, onlar həyatda hər şeyi bilirlər və dünyada bunlardan başqa bilikli yoxdur. Belə adamlar ən çox təsadüf nəticəsində 3-5 manat pul qazanmış cavanlar olurlar. Bu fazada olan menecerlər kitab oxumurlar və bütün işləri *mən edə bilərəm* deyirlər. Həmçinin belələri ilə danışmaq çox çətin olur. Xoşbəxtliçilikdən bu faza normal adamlarda çox qısa olur və ikinci faza başlayır.
2. **Heçnə bilmədiyini bilənlər.** Əslində bu faza insanın bizim qruplaşdırmada ən qısa müddətdə qaldığı müddət olur. Bu fazadan menecerlər dərk edirlər ki həqiqətdə heçnə bilmirlər və... başlayır kitab oxumaq, treninqlərə getmək, bilikli hesab etdiklərindən sual-cavab etmək mərhələsi. Menecerlər elə bilirlər ki, hamı onların heçnə bilmədiyini hiss edir. Bu fazadan sonra ya menecer yenidən heçnə bilmədiyini bilməyəne çevrilir... (Allah saxlasın) yada 3-cü faza başlayır.
3. **Hər şeyi bildiyini bilənlər.** Bu faza menecerin iş təcrübəsində ən böyük səhvlərə yol verdiyi faza olur. Məhs bu dövrdə milyonluq layihələr boşa gedir, məhz bu dövrdə “mənim niyə öz biznesim olmasın?!” sualı yaranır

və məni borclar yığır. Bu fazanı çox zaman avtomobil sürməyi təzə öyrənən sürücü sindromu kimi adlandırırlar. Sürücü məsələn, yol ayrıcından necə keçmək lazım olduğunu bilə-bilə səhvlər edir... və s. Bu fazadan menecerlər çoxlu səhvlər edirlər və bu onların ixtisas biliklərinin püxtələşməsini gətirib çıxarır. Təəsüf ki, bu fazada bəzi özünə inamı olmayan adamlar yenidən 2-ci fazaya qayıdırlar (yəni heçnə bilmədiklərini düşünürlər). Lakin uğurlu karyera quran menecerlərdə 4-cü və mənəcə həll edici faza başlayır.

4. **Hər şeyi bildiyini bilmir.** Bəli bu faza artıq əsil təkmilləşmiş və ixtisaslı menecer fazasıdır. Azərbaycanda bu fazada adam tapmaq "yumşaq desək" çətinidir. Burada olan adamlar işlərini yüksək səviyyədə və mexaniki formada edirlər. Hiss etmirlər ki, hər şeyi bilirlər. Onlar daim öz üzərlərində işləyirlər və karyeralarının sonuna qədər hər şey bildiklərini bilmirlər. Belən adamlar məsələn, beynəlxalq şirkətlərdə çox rast gəlinir və bu tip kadrlar biznesin dayacağı olurlar.

Azərbaycan reallıqlarında biznes mühiti (sahibkarlar) və iş mühiti (menecerlər) arasında bir növ üçürüm mövcuddur. Sahibkarlar öz növbəsində ixtisaslı kadrların olmadığına, hamının beynində daha çox fayda vermək deyil, daha çox pul qazanmaq olduğunu düşünür. Menecer isə deyir ki, sahibkarlar ancaq özünü düşünür, bizi müştəri üçün dəyər zəncirində olan bir element kimi görmür və s. kimi şeylər. Nəticədə nə olur? Nəticədə bu cürə fərəsətli insanları olan bir dövlət böyük şirkətlər yaranması prosesinə həsrət qalır, nəticəsə çox böyük potensiallarımız olacaq bazarlara [hələdə girmirik və s...](#)

Bu yaxında bir şirkət sahibi mənimlə söhbət zamanı dedi ki, indiki işçilərə inanmaq olmur, bir-az səmimilik edirsən səhər gəlib deyir ki, mənim maaşımı artır!

Bəs bu problemin həlli üçün nə etmək lazımdır? Mən bu sualı 2 istiqamət üzrə cavablandıracam: sahibkarlar və menecerlər.

Sahibkarlar:

- *İşçilərini biznesin inkişafı üçün sadəcə bir vasitə kimi deyil, biznes partnyor kimi qəbul etməlidir.* Bütün sahibkar başa düşməlidir ki, onun şirkətindəki Marketing Direktoru biznes partnyordur və şirkət sahibi onun xidmətlərini alaraq öz şirkətini (sərvətini) artıracaq;
- *İşçilərə uzunmüddətli investisiyalar qoymalıdır.* Düzdü dünyada ən riskli kapital insan kapitalıdır, lakin eyni zamanda **Roİ** ən yuxarı olan kapitalda insandır. Sahibkarlar işçilərin fərdi inkişafı üçün investisiya qoymaqdan çəkinməli deyil.
- *İşçilərlə şəffaf biznes aparmalıdır.* Şirkətdə olan proseslər, şirkətin uğurları (uğursuzluqları), qısa və uzunmüddətli strateqiyaları barədə işçiyə məlumat verməyən sahibkar heç vaxt sadıq işçi əldə edə bilməyəcək!
- *Şirkət inkişafını piroq şəklində işçilərə hiss etdirilməlidir.* Bütün menecer hiss etməlidir ki, o sərftədiyi əməyin faydalarına görə dəyər əldə edir.

Keçək menecer tərəfə:

- *Şirkətdən qazandığı əmək haqqını deyil, şirkətə verəcəyi faydanı hesablamalıdır.* Menecer şirkət üçün əlavə dəyər yaratmalıdır və buna çalışmayan işçi heç bir zaman uğur qazana bilməyəcək;
- *Şirkətdə gedən proseslərə tam qoşulma, fərdi inkişafını ən azı şirkətin inkişafı ilə bir səviyyədə saxlamalıdır.* Öz üzərində işləmək menecerin nəyin ki özü və ya gələcəyi üçün, həm də çalışdığı şirkət qarşısında olan bir öhdəliyidir. Daim ixtisas biliklərini artırmaq və bu bilikləri şirkətin faydası üçün istifadə etmək vacibdir;
- *Funksiyanın icrasına deyil, hədəfə yönəlməlidir.* Bütün vacib olan hansısa reklam kampaniyası etmək deyil, vacib olan şirkətin brendinin biznesə verəcəyi kapitalı çoxaltmaqdır və s.. Menecerlər qəbul etməlidirlər ki biznes proseslər üzərində deyil, hədəflər üzərində

böyüyür.

- *Sadə olmaq insanın yaraşığıdır.* Bəli bugün menecerlər sadə olmalıdırlar. İngilis dilini bilmək və ya hansısa Universiteti bitirmək muasir dövrdə heçnə demək deyil. Muasir dövrdə menecerin qabiliyyəti apardığı layihələrin faydası ilə ölçülür!

Mövzü çox uzundur, mənəcə düşünməyə dəyər...

[Gürcüstan bazarı Azərbaycan şirkətlərini gözləyir](#)

[Xarici bazara necə girək?!](#)