

Azərbaycanda biznesin gələcəyi və 3 dəyər

Azərbaycan biznesin inkişaf mərhələlərini təhlil etdikdə hiss edirik ki, bugün artıq keçmiş məntiqlər daha az fayda verməyə başlamışdır. Əgər bir vaxtlar Azərbaycanda çox qazanmaq üçün “xüsusi” dəstək, böyük fabrik, ekskluziv şərtlər və s. amillər əsas edisə bugün artıq uğurlu biznes digər amillərdən asılıdır.

Hesab edirəm ki, artıq yerli şirkətlər yavaş-yavaş başa düşürlər ki, gəlirli biznes qurmaq üçün siyasi dəstək deyil, düzgün düşüncə lazımdır. Apardığım müşahidələr və xarici ölkələrdəki vəziyyətlə ölkəmizin biznes elitesinin müqayisəli təhlilini apararaq belə bir qənayyətə gəldim ki, bugün yerli biznesin inkişafı **3 vacib dəyərin** üzərində qurulmalıdır. Bu dəyərləri nəzərdə keçirək.

Dəyər № 1 – BRENDİNG. Ölkəmizin keçmiş sovet ittifaqının tərkibindən ayrıldığı və müstəqillik qazandığı ilk illərdə, bütün sahələrdə ciddi əmtəə qıtlığı mövcud idi. Azərbaycanda biznesin bu sahədə inkişaf sistemi 4 mərhələdən ibarət olmuşdur:

- *I-ci mərhələ.* Bazar sadəcə məhsul istəyirdi və bu dövrdə həll edici biznes dəyəri *istehsal* idi.
- *II-ci mərhələ.* Müəyyən dövrdən sonra insanlar artıq hər təklif edilən məhsulu deyil, yalnız keyfiyyət dərəcəsi yüksək olanları axtarmağa başladı – bu dövrdədə *şah* məhz keyfiyyətli istehsal oldu.
- *III-cü mərhələ.* Müxtəlif mallarda hansının daha yaxşı satılması məsələsi gündəmə gəldi və əsas uğur amili aktiv satış fəaliyyəti oldu, marketing leksikonu ilə desək uğur üçün *push texnologiyalar* vacib idi.
- *IV-cü mərhələ.* Burada satış kanallarında məhsul satışının təşkili üçün biz artıq reklam vermək haqqında

düşünməyə başladıq. Biznesin əsas uğur gətirəcək fəaliyyəti reklam, həvəsləndirmə edi və...

bugün artıq reklam, həvəsləndirmə fəaliyyətində əvvəl ki effekti vermir bəs nədir bunun səbəbi? Hesab edirəm ki, əsas səbəb artıq Azərbaycana brendinq erasının gəlməsidir. İstehlakçılar sadəcə məhsul deyil, onun psixoloji vəziyyətini, sosial-iqtisadi statusunu əks etdirən bir şeylər istəyirlər. Bizim apardığımız araşdırmalara görə Azərbaycan post-sovet ölkələri arasında brendə ən çox maraq göstərən ölkələrdəndir. Yerli sahibkar qəbul etməlidir ki, brendinq biznesin ən vacib amillərindən biri, hətta birincisidir. Vacib deyil fabrik var və ya yoxdur – həmişə outsorsinq var, vacib deyil sənin anbarın var ya yoxdur – həmişə distribyutor var, vacib deyil satış nöqtən yoxdur – həmişə françayzinq var, lakin sən [brendin yoxdursa](#) yuxarıda sadaladığım şeylərdən asılı olmayaraq uğur qazanmaq mümkün deyil!

Dəyər № 2 – İT. Biznesin aparılmasında əsas məqsəd mənfəət əldə etməkdir. Bunun üçün isə biznesin mütləq düzgün işləyən nəzarət sistemi olmalıdır. Bu şərtidir! Eyni zamanda muasir biznesdə təhlil sadəcə funksiya deyil, artıq idarəetmə elementinə çevrilmişdir. Bütün bunlar düzgün işləyən informasiya kommunikasiya texnoloqiyaları olmadan mümkün deyil. Bu barədə dostumuz [Anarın yaxşı yazısını](#) oxuya bilərsiniz.

Digər bir məsələ nəzər yetirək, bugün muasir marketinq öz gələcəyini yalnız internetdə və ya yeni informasiya daşıyıcılarında görür. Dünyada dəyərini ən çox qaldıran brendlərinin siyahısı nəzərə yetiririk və İT sektorunun nümayəndələrinin yer aldığı görürük, yeni açılan bizneslərin böyük əksəriyyətinin yenedə bu sektor olması bir daha sübut edir ki, Azərbaycan biznesində gələcəyi İT sistemlərdədir.

Dəyər № 3 – [İnsan amili.](#) Bugün investisiyanın həcmindən, sahibkarın işi idarəetmə qabiliyyətindən və ya bazarın boşluğundan asılı olmayaraq güclü və ixtisaslı komandaya sahib

olmayan şirkət heç vaxt lider ola bilməyəcək. Azərbaycan biznesin əsas inkişafına əngəl yaradan məsələlərin biri (məncə birincisi) məhz ixtisaslı kadrların azlığıdır. Əlbətdə bu dövlət səviyyəsində həll olunacaq məsələdir... amma yenədə o şirkətlər ki, ixtisaslı kadrları vaxtında əldə edəcək gələcək liderlər o şirkətlər olacaq. Bunun sadəcə inkişaf etmiş ölkələrin mikro-iqtisadiyyatının təhlilini aparmaq kifayətdir. İstər marketing, istərsədə menecment sahəsində bugün Azərbaycanda ixtisaslı kadr seçmək müşkil bir işə çevrilmişdir və bunun həlli məhz məhdud kadr resurslarından maksimum faydalı istifadədədir.

Bugün Azərbaycan biznesi yeni eraya qədəm qoyur və hesab edirəm lider şirkətlər, yuxarıda göstərilən 3 dəyəərə əhəmiyyət verənlər olacaq!

[Milli brend necə yaradaq?!](#)

[HR brendinq və Azərbaycan şirkətləri](#)