

Cavab №3

Bizim bloqun oxucuları üçün özəl olaraq bloqa ən çox verilən sualların cavablarını açıq şəkildə yazmağa gərara gəlmişik. Beləliklə həmin seriyadan olan yeni yazımız. Bu dəfə suallımız marketingin əhəmiyyətini başa düşünlər üçün (deməli bloqun bütün oxucuları üçün) çox maraqlı olacaq: **“Niyə Azərbaycanda marketing zəif inkişaf edib?”**

Bilirsiniz ki, bugünlərdə [Marketing AİR](#) təlimləri bütün sürəti ilə davam edir. AİR-çi gənclərin marketing sevgisi, onların istedadları mənə həm sevindirir, həm də gələcəyə inam yaradır. Çox tezliklə AİR məzunları ölkədə marketing havasını tam “sifariş” verəcəklər. Bu yazıda mən AİR-ə deyəcəyim növbəti təlimin bəzi notlarının da verəcəm.

Çalışdığım iki ali məktəb tələbələrinin düşüncələri ilə az-çox tanışam. Eyni zamanda bizim bloqun oxucuları bu sullara bir neçə dəfə müraciyyət etmələri təsadüfi deyil. Bugün Azərbaycanda marketing və marketingə olan maraq durmadan artır. Bu bizi çox sevindirir.

Maraqla paralel olaraq [gənclər marketingin](#) sirlərinə necə yiyələnəcəkləri barədə suallar verirlər. Onlar üçün qaranlıq qalan marketoloq olub-olmamaq deyil, necə marketoloq ola bilməkdir. Biz ilk olaraq ölkədə gülcü marketoloq olmaq üçün problemlər barədə danışmaq istəyirik. Daha sonra konkret şəkildə nələlərin üzərində dayanmaq lazım olduğuna keçəcəm.

Azərbaycanda güclü marketoloq yetişməyinin ən birinci maniyəsi əlbətdə ki, ali məktəblərdir. Mənim yadıma gəlir doktorluq dissertasiyasını müdafiyyə etdiyim zaman marketing sahəsində elmlər doktru olmuş alimi “əli çıraqla” axtarırdım. Düşünün ki, Azərbaycanda marketing sahəsində elmlər doktoru yoxdur!

Ölkədə bu istiqamətdə çıxan (və ya çıxmayan) kitablarda vəziyyət heçdə urək açan deyil. Hörmətli alimlərimizin marketing haqda yazdıqları qalın kitablarda marketingdən başqa

hər şey haqda yazılıb. Yazılıb düzgün deyil, tərcümə edilib.

Güclü marketing menecerlər ali məktəblərə getmək istəmir. Akademik karyera üzərində işləyən marketoloqlar isə barmaqla sayılır (yəni marketingdən müdafiyyə etmiş və həqiqətən biznes sektorunda işləyən).

Biz hesab edirik ki, güclü marketoloq komandasının yaranması üçün ölkəmizdə ana dilində çıxan marketing kitablarının sayı çox olmalıdır. Çox olması azdır. Bu kitablar kifayət qədər praktik əhəmiyyət kəsb etməlidirlər. Bizim sahə tətbigidir. Burada qalın kitab yazmaq yox, təcrübədən yazmaq lazımdır. Dəhşətli məqam burasındadır ki: kitab yazanın praktikasız yoxdur, praktikasız olanlar isə (az-çox praktikasız olanlar) kitab yazmaq haqqında düşünmür.

Mən Sizə tam səmimi deyim. Bugün iki ali məktəbdə çalışmaq mənə böyük əziyyət verir və maddi tərəfdən tam maraqsızdır. Şəhərin probkalı yollarında, vaxtın az, işimizin çox olduğu vaxtlarda ali məktəbə getmək sadəcə resurs itkisidir (həm bizim öz [təlimlərimiz var](#)). AMMA və LAKİN!

Mən inanıram ki, ali məktəblərdə dərs deməklə tələbələrımızdə marketingdə qarşı maraq, sevgi aşılaya bilərəm. Bilirsiniz... müəllim tələbəyə fənni öyrətmir, sadəcə maraq oyadır. Həmçinin inanıram ki, ali məktəblərdə dərs deməklə digər dostlarımızın ali məktəblərdə dərs deməsini təşviq etmiş olarıq və s.

Bugün muasir biznes üçün marketing həyatı əhəmiyyət kəsb edir. Artıq marketing funksiyası olmadan həcmindən asılı olmayaraq heç bir biznesi uzunmüddətli aparmaq mümkün deyil. Bu baxımdan mən inanıram ki, tezliklə ölkəmizdə Marketingin inkişafı üçün sistemli işlər görülməlidir.

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Cavab №1](#)
- [Cavab №2](#)

- [Marketinqsiz həyat yoxdur?](#)
- [Cudo metodu barədə](#)