

Təxminən son 5 ildə ölkəmizdə startap biznesi formalaşmışdır. Bu sahənin inkişafı üçün həm dövlət, həm də özəl sektor tərəfindən müəyyən işlər görülür. Gəlirli sahə olması insanları, xüsusilə də gəncləri özünə cəlb edir. Öz ideyalarını layihəyə çevirib pul qazananlar, ideyaları ilə insanların işini rahatlaşdıranlar az deyil.

Lakin bu sahənin cəlbedici olması yaxşılarla yanaşı, həyata keçirilməsi mümkün olmayan, yalnız xəyal dünyasında gerçəkləşə bilən layihələrin də gündəmə gəlməsinə səbəb olur. Bütün dünya ölkələrində olduğu kimi, hər irəli sürülən layihə uğur qazanıb, biznesə çevrilə bilmir. Buna baxmayaraq, gənclər bu sahədə özlərini sınayırlar, təcrübə qazanırlar, təşəbbüskanlıq verdiqlərini inkişaf etdirirlər.

Bəs ideyalar hansı meyarlara əsasən seçilir? Layihələri qiymətləndirib həyata keçirilməsi üçün pul ayıran qurumlar, biznesmenlər nələrə üstünlük verirlər?

"GƏNCLƏR LAYİHƏLƏRİNƏ MARAQ OYADA BİLMİRLƏR"

Gənclərin irəli sürdüğü ideyaları dəstəkləyib, onlara öz bizneslərinə gedən yolda dəstək göstərən innovasiya mərkəzlərindən biri də NEXT STEP -dir. **Mərkəzin direktoru Kamran İmaməliyev** deyir ki, qurum müəyyən zaman intervalında "Öz ideyanı gerçəkləşdir!" adlı müsabiqələr elan edir. Həmsöhbətimizin sözlərinə görə, mərkəzə təqdim olunan layihələrin əksəriyyətində innovasiya, biznesyönümlülük, texnoloji yenilik və s. bu kimi tələb olunan kriteriyalar olur: "NEXT STEP innovasiya Mərkəzi təsis edildiyi gündən etibarən ölkə vətəndaşlarının innovativ ideya və layihələrinə dəstək verməklə məşğuldur. Mərkəzə baş vurmaq istəyən şəxslər qarşısına qoyulan əsas tələb ideya və layihələrin innovativ, biznesyönümlü, texnoloji yenilikləri cəmləyən olmasıdır. Təəssüflər olsun ki, layihələrin əksəriyyətində bizim tələb etdiyimiz kriteriyalar əksini tapmır. Eyni zamanda, ideyası olan insanlar bizə baş vuran zaman ideyanın mümkünlüyünü və ya mövcudluğunu araşdırmadan gəlirlər. Müsabiqə zamanı və digər vaxtlarda insanlar üçün seminarlar, onlayn müzakirələr və s. bu kimi fəaliyyətlər təqdim olunur. Lakin iştirak faizi olduqca aşağıdır. O səbəbdəndir ki, müsabiqə başlayan zaman layihələrin hazırlanması və təqdimatında bir çox problemlər ortaya çıxır. İdeya müəllifləri münisflərə öz ideya və layihələrini tam izah edə, təkliflərinə maraqlı olurlar. Doğrudur, bunun əsasında cəmiyyətimizin və təhsilimizin müasir biznes dünyasından bixəbərliliyi var, amma insanların da öyrənməyə çox meyilli olurlar. O səbəbdəndir ki, mərkəzə baş vuranlar bizə ənənəvi biznes modeli olan layihələrlə müraciət edirlər. Bunlara daxildir: kurs açmaq, hardansa məhsul gətirib satmaq, sosial şəbəkə yaratmaq, dünyada bazarı artıq böyük şirkətlər tərəfindən inhisarlaşdırılmış şirkətlərin işlərini görmək, franşayzing və s. Bu tip layihələr müsabiqənin 1-ci mərhələsindən belə keçə bilmir. Ona görə də insanlarda narazılıq yaranır. Lakin seçilməmə səbəbini öyrənmək istəyənlər çox azdır, onlara da səbəbini izah edəndən sonra narazılıqlarını gizlədirlər. Digərləri helə də narazıdırlar. Mərkəz

olaraq bizim də vəzifəmiz dünya təcrübəsinin ölkəmizə daşınması, insanımıza müasir biznesin metodlarını öyrətməkdir. Bunun üçün NEXT STEP innovasiya Mərkəzi olaraq təşəbbüskarlara daima yardım edirik".

"İDEYADAN ÖNCƏ BAXILAN KOMANDA VƏ TƏCRÜBƏDİR"

Startapı ən gəlirli sahələrdən hesab edən rəqəmsal marketing mütəxəssisi, technote.az saytının yaradıcısı Fərid Pərdəşünas deyir ki, əsl startap müəyyən bir ideya əsasında qurulan, hazır komandası olan, biznes modelə sahib struktura malik olmalıdır: "Qlobal təcrübə də göstərir ki, startapları seçən zaman ideyadan öncə komandaya və təcrübəyə baxılır. Hazırda elə bir dövrdə yaşayırıq ki, ideyanın heç bir əhəmiyyəti yoxdur. Amerika və Avropada belədir ki, əgər sizin dünyanı xilas edəcək və axışını



Startap ideyaları hansı meyarlara əsasən seçilir?

Mütəxəssislər deyir ki, ideyanın uğurlu olması üçün özünə inanan güclü komanda vacib şərtir

Aygün ƏZİZ

dəyişəcək ideyanız yoxdursa, təqdim etdiyinizə baxılmaz. Önemli olan komanda və fərdlərdir. Yenə də məsələ gəlib insan resursuna və insan kapitalına çıxır. Yeni ən önəmli faktor təşəbbüskarın özü olmalıdır. İdeya müəyyən səbəblərdən bazarda olan problemlərə əsaslanaraq yaranır. Hər hansı problemi görüb onun həlli üçün çözüm axtarmaq lazımdır. Bu prosesin son nəticəsi yaxşı bir ideyanı ortaya çıxarır. İdeya əsaslı şəkildə problemi həll etməlidir. Və ideyanın gələcək üçün biznes modeli də əvvəlcədən hazırlanmalıdır. Kommersiya məqsədi olmayan ideyalar ancaq sosial yönümlü olur və bunu da startap hesab etmək olmaz".

BBF-NİN QIYMƏT VERDİYİ 3 XÜSUSİYYƏT...

Gənclərin biznes təşəbbüslərini dəstəkləyən "Baku Business Factory"nin (BBF) İdarə Heyətinin üzvü Anar Əskərov deyir ki, hər biznesin özünəməxsus xüsusiyyətləri olur. Bu səbəbdən hər bir layihəni fərdi şəkildə, fərqli xüsusiyyətlərə görə qiymətləndirməyə çalışırıqlar. Onun sözlərinə görə, bütün layihələrdə görmək istədikləri 3 ayri xüsusiyyət var ki, bunlar da bir biznesin uğur qazana bilməsi üçün ilkin şərtlərdən sayıla bilər: "Onlardan ilki təklif edilən ideyanın insanların ehtiyaclarının qarşılınması üçün nə qədər sadə həll yolu təklif etməsidir. Təbii ki, burada ilk ağıla gələn, ümumiyyətlə, ideyanın hər hansı bir ehtiyaca yönəlik olub-olmaması halıdır ki, əgər ideyanın əsas məqsədi insanların hansısa ehtiyaclarını qarşılamağa yönəlməyibse, həmin layihə, ümumiyyətlə, qiymətləndirilmir. Digər mühüm məqam isə ideyanın nə qədər yaradıcı olmasıdır. İdeya effektiv həll yolu təklif etsə belə, bazarda olan əksər iştirakçılardan fərqli və daha gözənlilməz metodlar tətbiq etmərsə, bu ideyalar bizim tərəfimizdən yaradıcı hesab olunmur. Sonuncu vacib saydığımız şərt isə layihənin gəlir gətirmə özəlliyidir. Əlbəttə ki, bütün biznes fəaliyyətlərinin uzun müddət davam etməsi üçün bu özəlliyə sahib olması şərtidir. Bu xüsusiyyətdən kənarında çoxlu parlaq sosial məqsədlilik ideyalar ola bilər, lakin biz biznes inkubasiya mərkəzi olduğumuz üçün seçim kriteriyalarında layihənin biznes yönümlü olmasını vacib sayırıq. Hər bir layihənin uğurunda və ya uğursuzluğunda fərqli meyarlar iştirak edə bilər. Hətta bir layihənin uğuruna səbəb ola biləcək faktor başqa bir layihənin uğursuzluğuna gətirib çıxara bilər. Lakin, əlbəttə, müəyyən ümumi hallar var ki, bu, bütün növ bizneslərin fəaliyyətlərinə təsir edir. Məsələn, komanda faktoru hər bir layihədə çox vacibdir. Hətta deyə bilərəm ki, komanda ideyanın özündən daha çox əhəmiyyətli-dir. Əgər komandada lazımı bilik və həvəs varsa, layihədə çatışmazlıqlar olduğu halda belə, onların uğura gedəcəyini gözləmək olar. Bu baxımdan, biz hər zaman komandanı ideyanın özündən ayrılıqda da dəyərləndiririk. Komanda amili müsbətdirsə, ideyanın uğursuzluğu və ya ciddi uğurlar qazanma bilməyəcəyi qənaətinə gəlmək üçün bir sıra digər səbəbləri, xüsusilə də, əvvəl qeyd etdiyim 3 halın ideyada özünü düzgün şəkildə tapmamasını qeyd etmək olar".

İdeyanın necə yaranmasına gəldikdə, həmsöhbətimiz deyir ki, ideya yaradıcı olacaqsın, onun formalaşdırılması yolları da müəyyən qədər yaradıcılıq tələb edəcək: "Düşünürəm ki, bunun standart yolları yoxdur. Biznes ideyasının mərkəzində müştəri dayanır, biznesin bütün yolları müştəriyə

yönəlidir, bütün sualların cavabları müştəridədir. Bu baxımdan, ilkin halda müştəri ilə olacaq bütün əlaqələrin metodları, yerləri, vaxtları dəyərləndirilməli və müştəriyə ən uyğun şəkildə planlaşdırılmalıdır. Bütün bunlara paralel olaraq hüquqi məsələlər, iş bölgüsü, maliyyə planlaşdırılması kimi mühüm məsələlər diqqətə alınmalıdır. Biznes ideyası əslində bir prosesdir, ideya yarandığı andan biznes sonlanana kimi silsilə şəklində davam edir və bu uzun proses özlüyündə hər dəfə yeni və fərqli şərtlər tələb edə bilər".

Müsaibimizizin sözlərinə görə, çox vacib biznes faktorlarını nəzərə almayan ideyaların sayı da az deyil: "Qəbul etdiyimiz layihələr arasında çoxlu sayda parlaq ideyalar olurlar. Lakin səhvlər də az deyil. Ən çox qarşılaşdığımız ciddi səhvlərdən biri ideyanı qararkən müştəri ehtiyaclarının nəzərə alınmamasıdır. Əslində bu hal tək bəzə məxsus deyil, bütün dünyada geniş yayılmış ciddi biznes səhvlərindən biridir. Aparılan sorğuların nəticələri göstərir ki, uğursuzluğa düşən startapların 42 faizinin iflas olma səbəbi müştəri ehtiyaclarının qarşılınmamasıdır. Qarşılaşdığımız digər çatışmayan cəhətlər maliyyə analizlərinin ya heç aparılmaması, ya da düzgün hesablanmaması, hüquqi məsələlərə diqqət edilməməsi, düzgün qiymətləndirmə siyasətinin olmaması və s. bu kimi hallardır".

"AZƏRBAYCANDA İDEYA BOLLUĞUDUR"

Code Academy-nin mentoru Ulvi Aslanov da layihələrin qiymətləndirilməsində əsasən təcrübəyə və komandaya üstünlük verir. Deyir ki, hər bir ideyanın arxasında onu reallaşdırma biləcək bir komandanın olması, çətinlik dövrlərini keçə biləcək təcrübənin olması vacibdir: "İdeyanın özündəki meyarları qiymətləndirdikdə isə əsasən hansısa problemi həll edib-etməsinə baxıram. Mentor olduğum startaplara da hər zaman bunu aşılamağa çalışıram. Qısaca sadalasaq, layihələr problem, problemin həlli, bazanın böyüklüyü və reallaşdırılma gücünün olmasına görə dəyərləndirilir. İdeyanın yaranmasında əslində elə də bir çətinlik yoxdur. Azərbaycanda ideya bolluğudur. Əsas olan onun reallaşmasıdır".

