Azərbaycan Respublikasının
Kiçik və Orta Biznesin
İnkişafı Agentliyi

SIAR RESEARCH & CONSULTING

Business Insight International Research Group

Sahibkarlıq Subyektlərinin Təlim və İxtisaslı kadr ehtiyaclarının öyrənilməsi üzrə

Araşdırma Hesabatı

Bakı / Noyabr 2019

Araşdırma Haqqında

«Sahibkarlıq Subyektlərinin Təlim və İxtisaslı Kadr Ehtiyacları» üzrə araşdırma Business Insight MMC və SİAR MMC konsorsium şəklində həyata keçirilmişdir.
Tədqiqat layihəsi «Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi»nin sifarişi ilə 2019-ci ilin Oktyabr ayında həyata keçirilib.

Business Insight is a member of ESOMAR Worldwide Marketing and Research Experts Association.
Business Insight conducts all marketing, social research projects and promotional campaigns in conformity with the highest professional and ethical standards embodied in the *ICC/ESOMAR Code of Marketing and Social Research Practice* and the requirements of *ISO 20252* international standards.

Business Insight is a member of MSPA.
The MSPA is the representative Trade Association for companies participating in the Mystery Shopping industry. The Association operates on a regional basis worldwide, with Chapters located in America, Europe/Africa and Asia/Pacific. Member companies unite as a common body for the purpose of strengthening the Mystery Shopping industry through combined efforts and actions.

Müştəri:
"Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi"
AZ 1069, Bakı şəhəri, Mustafa Kamal Atatürk prospekti, 134
T: (012) 404 04 01
Email: info@smb.gov.az
Web: http://www.smb.gov.az

İcraçı:
Business Insight International Research GROUP
Yasamal rayonu. H. Zərdabi küç. 88 A, Business Center 5ci mərtəbə, AZ1011 Bakı/Azərbaycan
Tel.: (+994 12) 430 30 42
Fax: (+994 12) 430 17 77
Email: office@businessinsight.az
http: www.businessinsight.az

Ümumi Məlumat

Kvota

Araşdırma vaxtı 1002 biznes subyekti (mikro, kiçik və orta biznes sahibləri) ilə sorğu keçirilib.
Sorğu Bakı şəhəri də daxil olmaqla Azərbaycanın təmsiledici 8 iqtisadi-coğrafi regionu şəhərini əhatə edib

Layihənin müddəti

Araşdırma 2019-ci ilin Oktyabr-Noyabr aylarında 28 gün ərzində həyata keçirilmişdir.
Sorğunun aparılmasında iştirak edən anketyorlar müvafiq təlimlərdən keçmişlər. Sorğunun nəticələri SPSS məlumat bazasında təhlil olunmuş və hesabat hazırlanmışdır.

Məqsəd

Araşdırmanın məqsədi kiçik və orta sahibkarların Azərbaycanda biznes fəaliyyəti ilə daha səmərəli məşğul olmaları üçün mövcud olan vəziyyəti dəyərləndirmək və onların təlim və kadr ehtiyaclarını müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

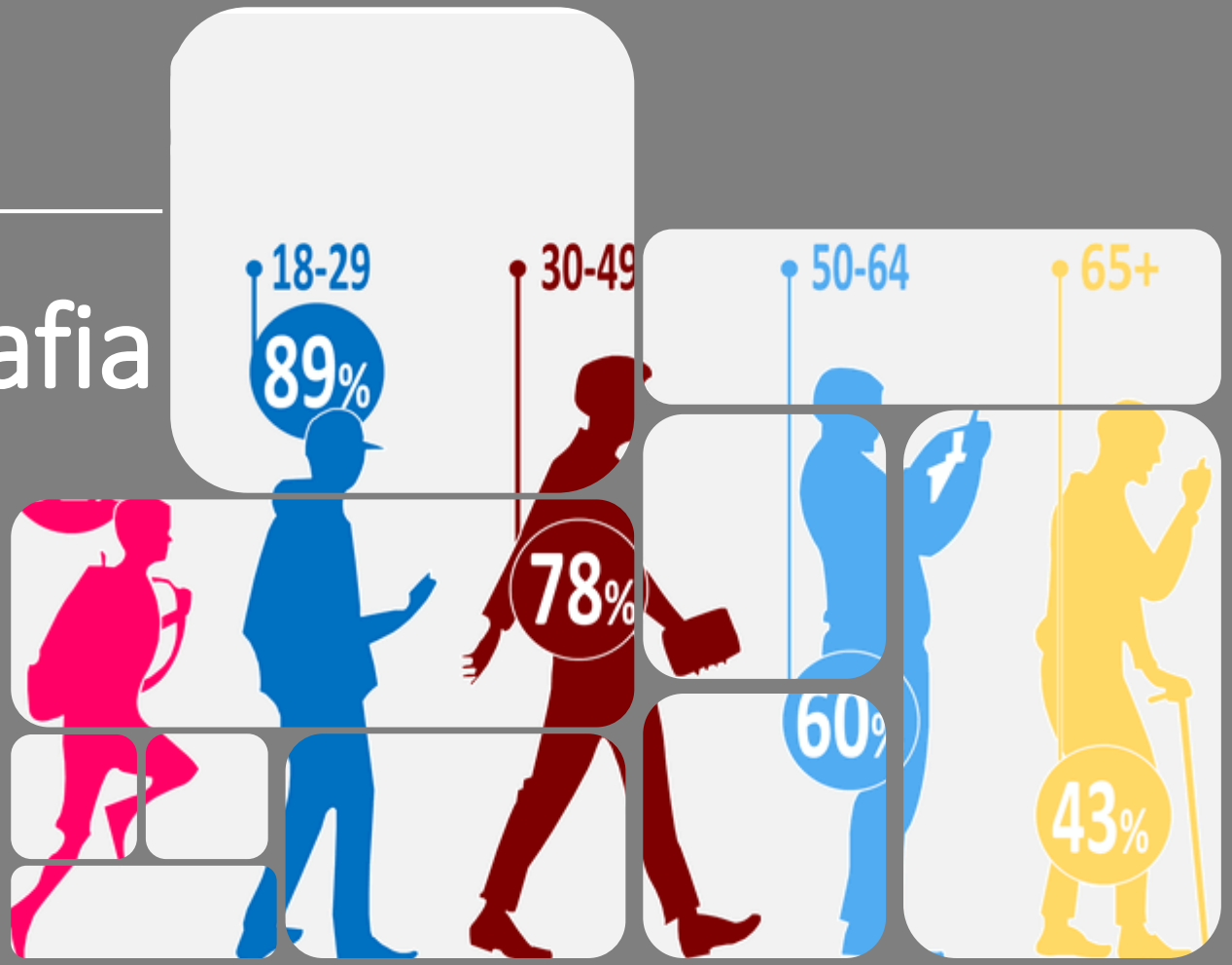
Methodology

Kəmiyyət Araşdırması

Üz-üzə (F2F) Sorğu üsulu.

Sorğu Nəticələri
Əhali Qrupları

Demoqrafia

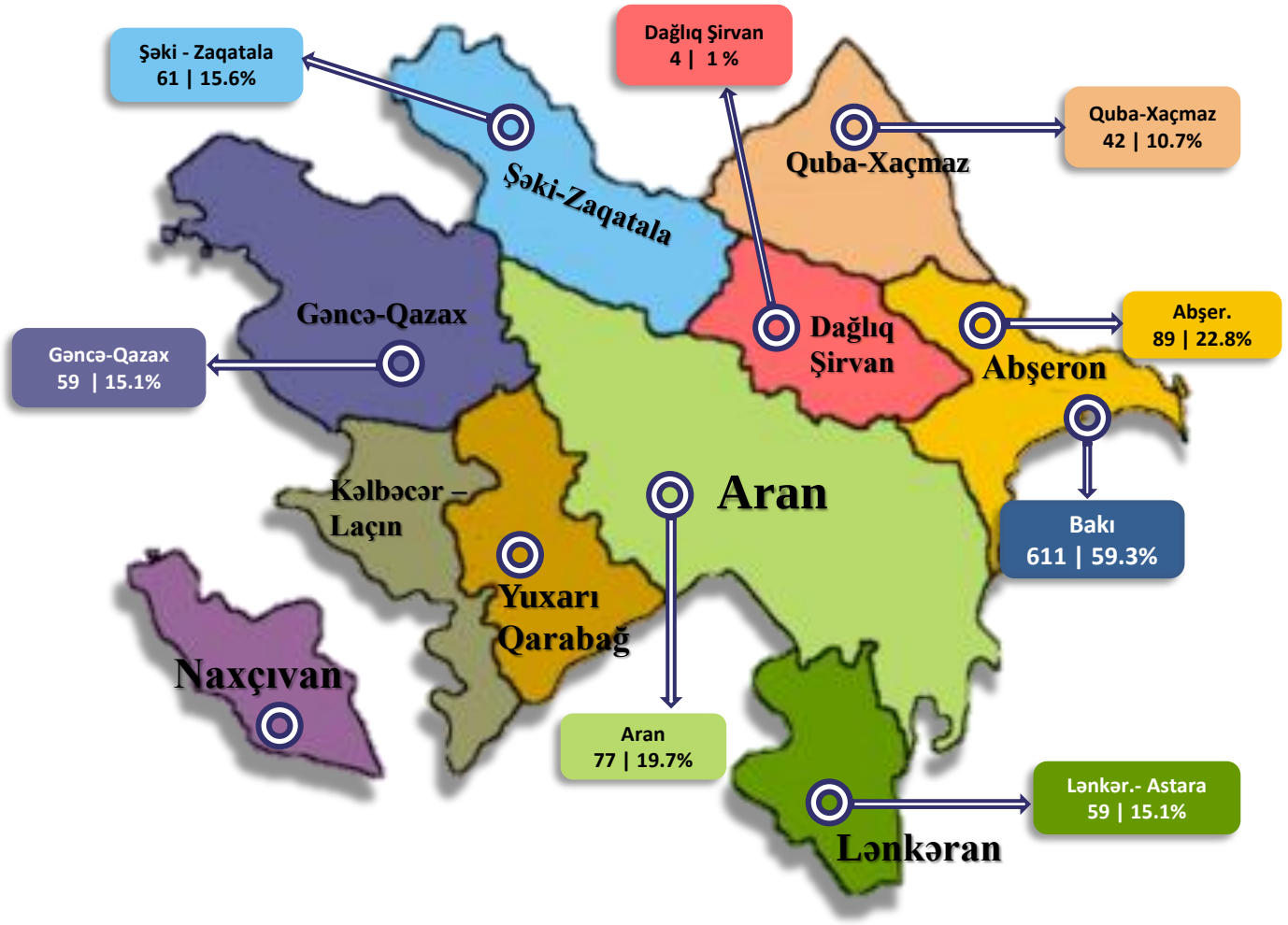


Araşdırmanın əhatə dairəsi (%)

Sorğuda iştirak edən 1002 respondentin 39 %-ni (391) regionda faəliyyət göstərən sahibkarlar təşkil edir.

Bu araşdırma ölkənin hər bir rayonu və Bakı da daxil olmaqla 8 «iqtisadi rayon» üzrə qruplaşdırılıb.

Ümumi olaraq sorğuda iştirak edənlərin 61 %-ni Bakı şəhərinin (611), 39 %-ni isə 7 iqtisadi rayonun payına düşür (391).

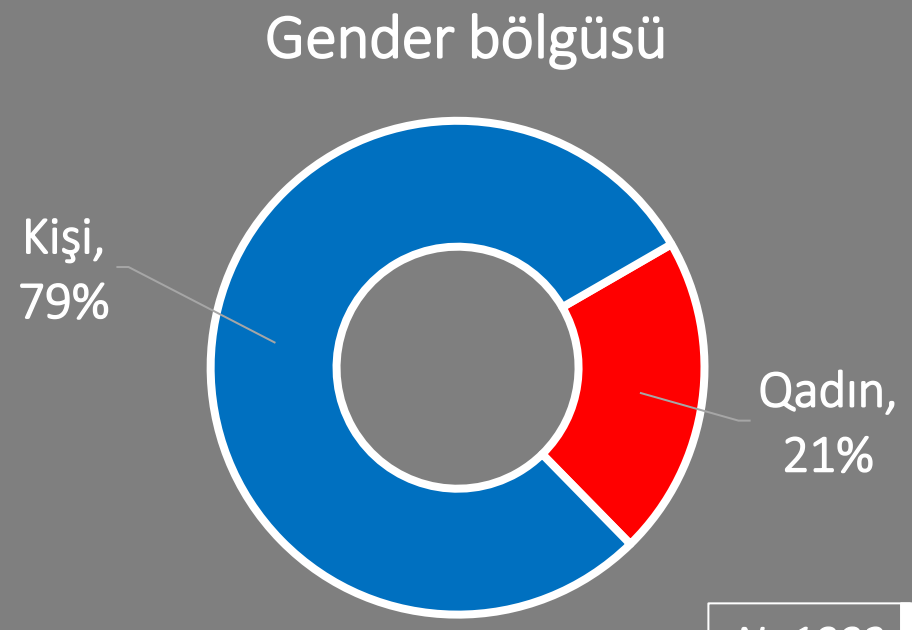


N=1002

Demoqrafik xüsusiyyətlər (%)

Sorğuya cəlb olunanların yaş bölgüsü göstərir ki, respondentlərin 65.2 %-i 26-45 yaş aralığındadır. Respondentlərin orta yaşı 38-dir.

Gender baxımından sorğuda iştirak edənlərin 79 %-ni kişilər, qalan 21 %-ni isə qadınlar təşkil edib.



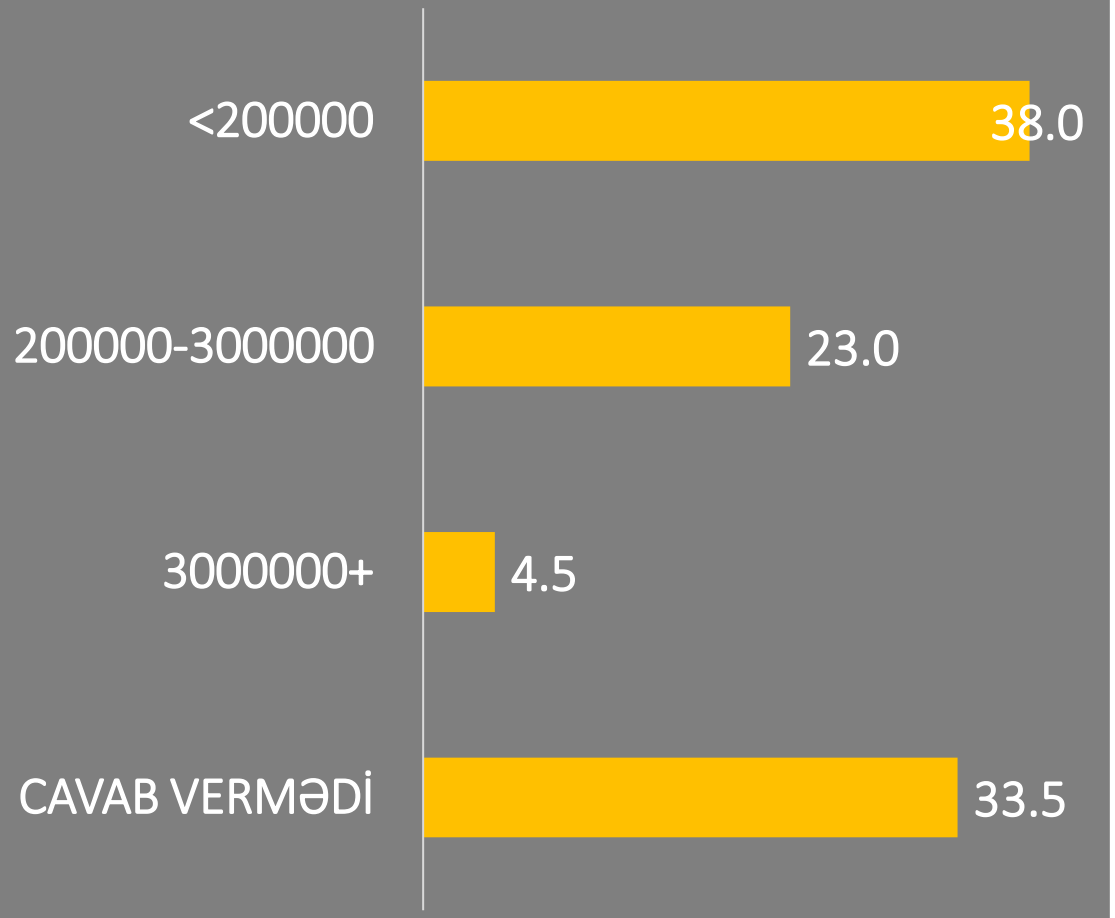
N=1002

Demoqrafik xüsusiyyətlər (%)

Sorğuya cəlb olunan sahibkarların şirkətlərinin illik dövriyyəsinin bölgüsünə görə 38% şirkətin illik dövriyyəsi 200 000 AZN-dən aşağı, 23% şirkətin illik dövriyyəsi 200 000 - 3 000 000 AZN arasında, 4.5% şirkətin illik dövriyyəsi isə 3 000 000 AZN-nin üzərindədir.

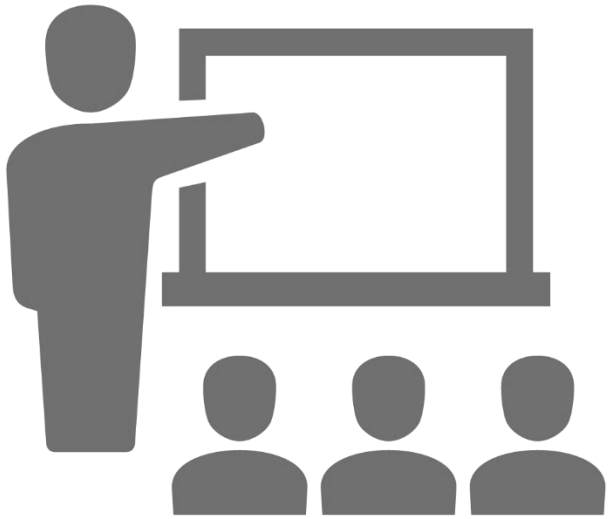
33.5% respondent isə illik dövriyyələrini deməkdən imtina edib.

Şirkətin son illik dövriyyəsi



N=1002

Təlim Ehtiyacları



Şirkətlərin sektor bölgüsü (%)

Sorğuya cəlb olunan şirkətlər sektor bölgüsünə görə Pərakəndə ticarət 37.9%, Peşə xidməti sektoru 19.6%, Emal sənayesi 14.5%, Tikinti sektoru 9.8%, K/t sektoru 7.9% və s şəklində paylanmışdır.

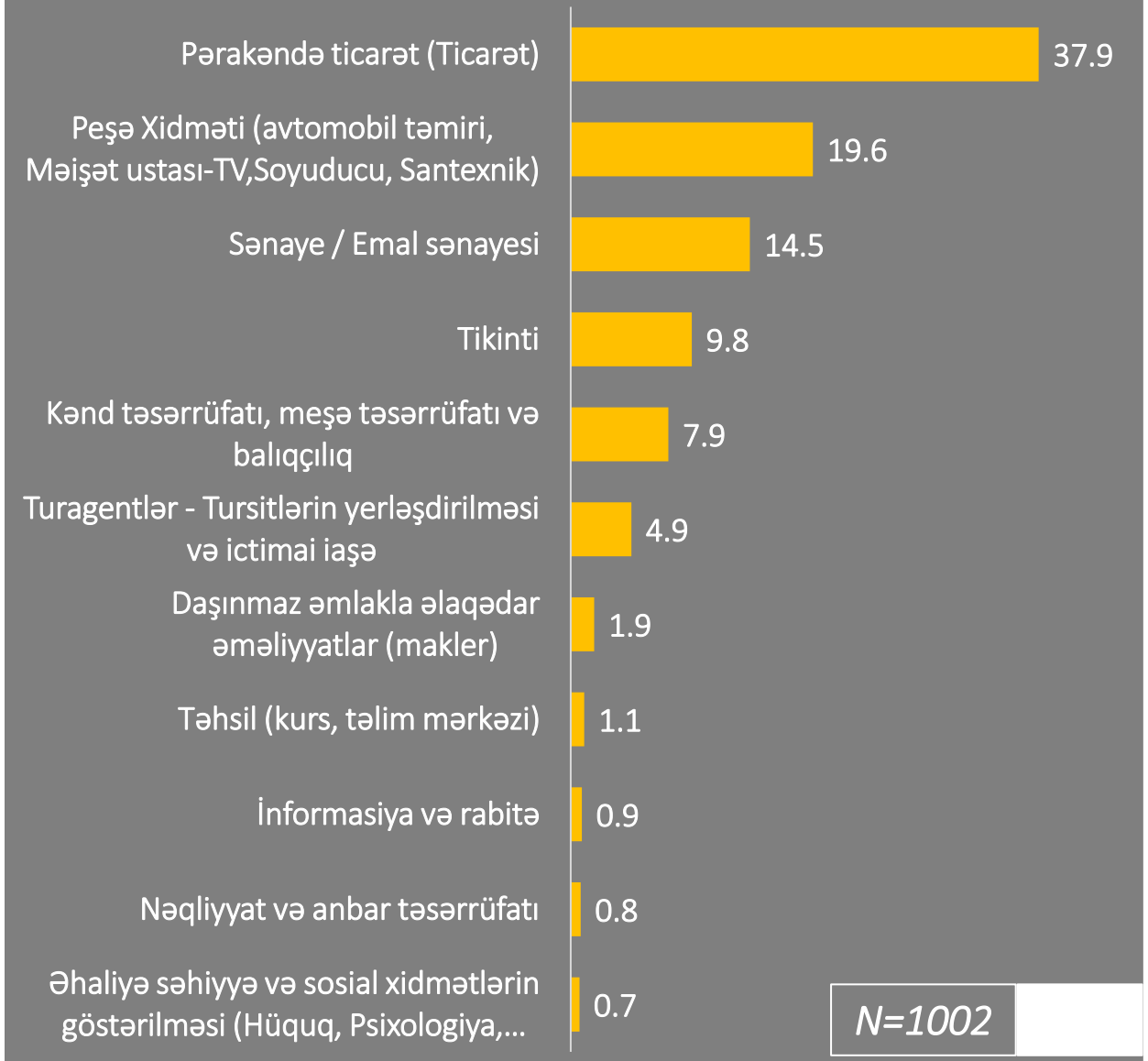
VÖEN

Rəhbər

N=1002

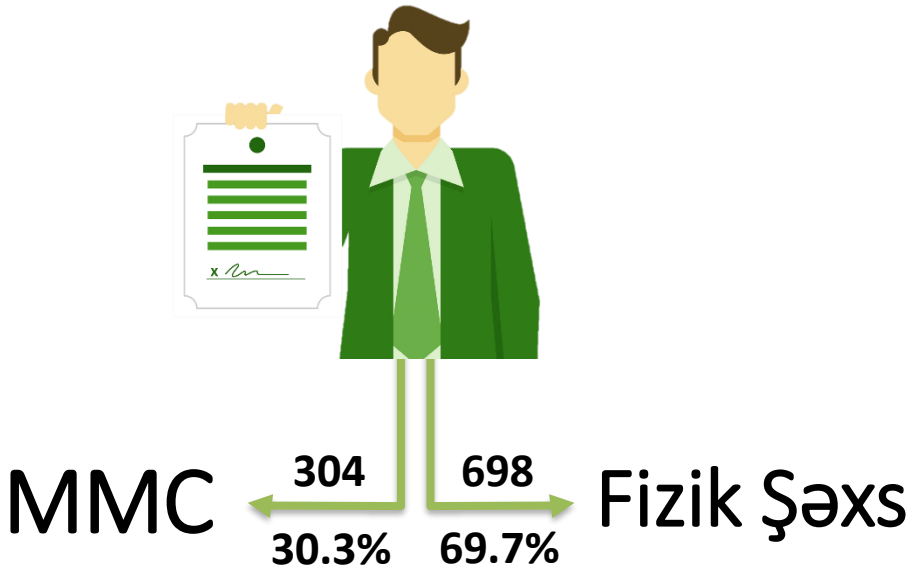
Soruğuda itirak edən bütün respondentlər Rəhbər/Qərar verən şəxsdir. Hər bir respondentin VÖEN-i vardır.

Şirkətlərin sektor bölgüsü

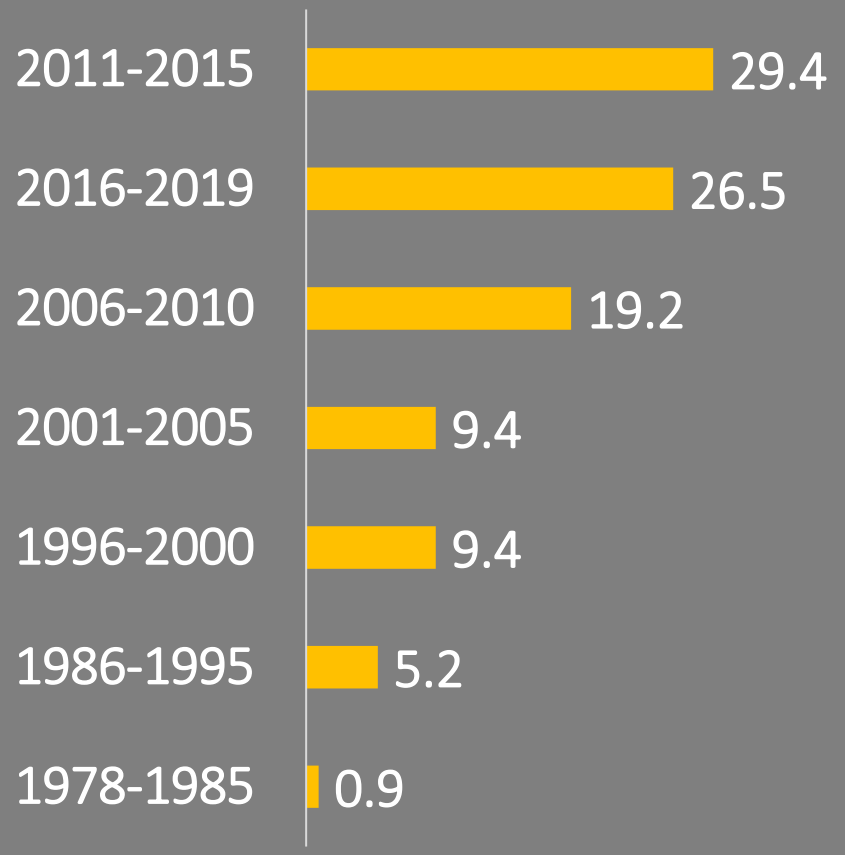


Şirkətlərin hüquqi forması və Faəliyyətə başlanğıc illərin bölgüsü (%)

Sorğuda iştirak edən rəhbərlərin cavablarına görə şirkətlərdən 295-i 2011-2015, 266-sı 2016-2019, 192-si 2006-2010, 94-ü 2001-2005, 94-ü 1996-2000, 52-i 1986-1995, 9-u isə 1978-1985-ci illər arasında fəaliyyətə başlamışdır. Nəticələr 2011-2019-cu illər arasında fəaliyyətə başlayan müəssisələrin (56%) sayının əvvəlki illərlə müqayisədə daha çox olduğunu göstərməkdədir.



Şirkətlərin fəaliyyətə başladığı illər



N=1002

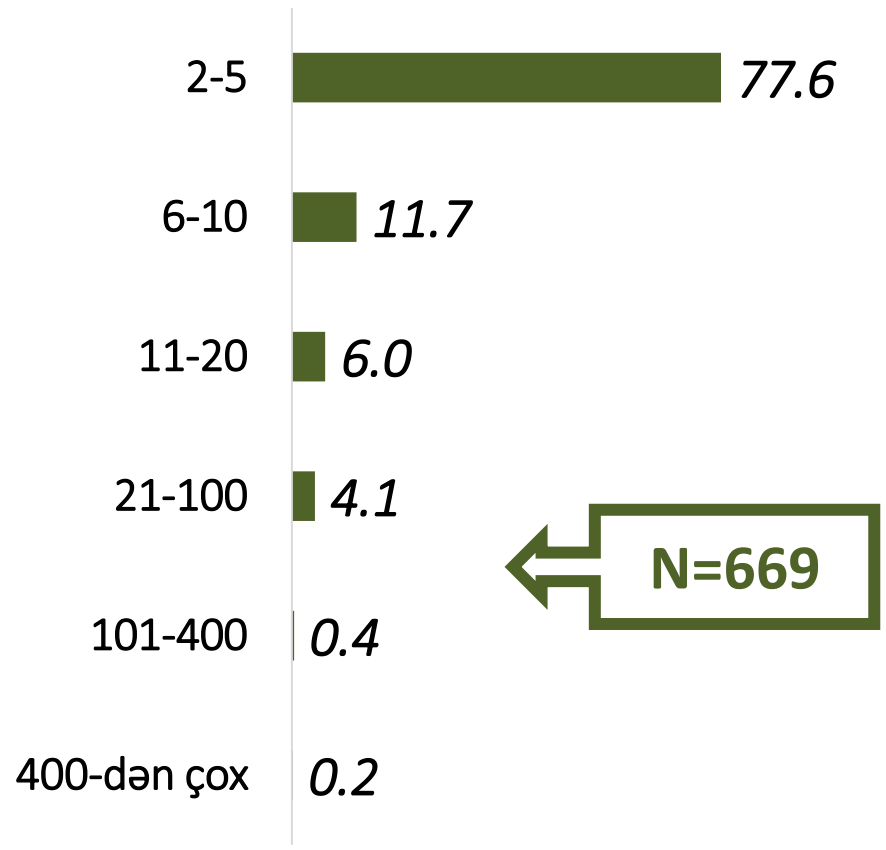
Şirkətdə daimi olaraq çalışan işçilər

Sorğuda iştirak edən 1002 sahibkardan 66.8%-i (N=669) şirkətdə 2 və daha artıq işçi çalışdırdığını qeyd etmişdir.

Sorğuda iştirak edən 1002 sahibkardan 33.2 %-i (N=333) şirkətdə tək özünün çalışdığını qeyd etmişdir.

N=1002

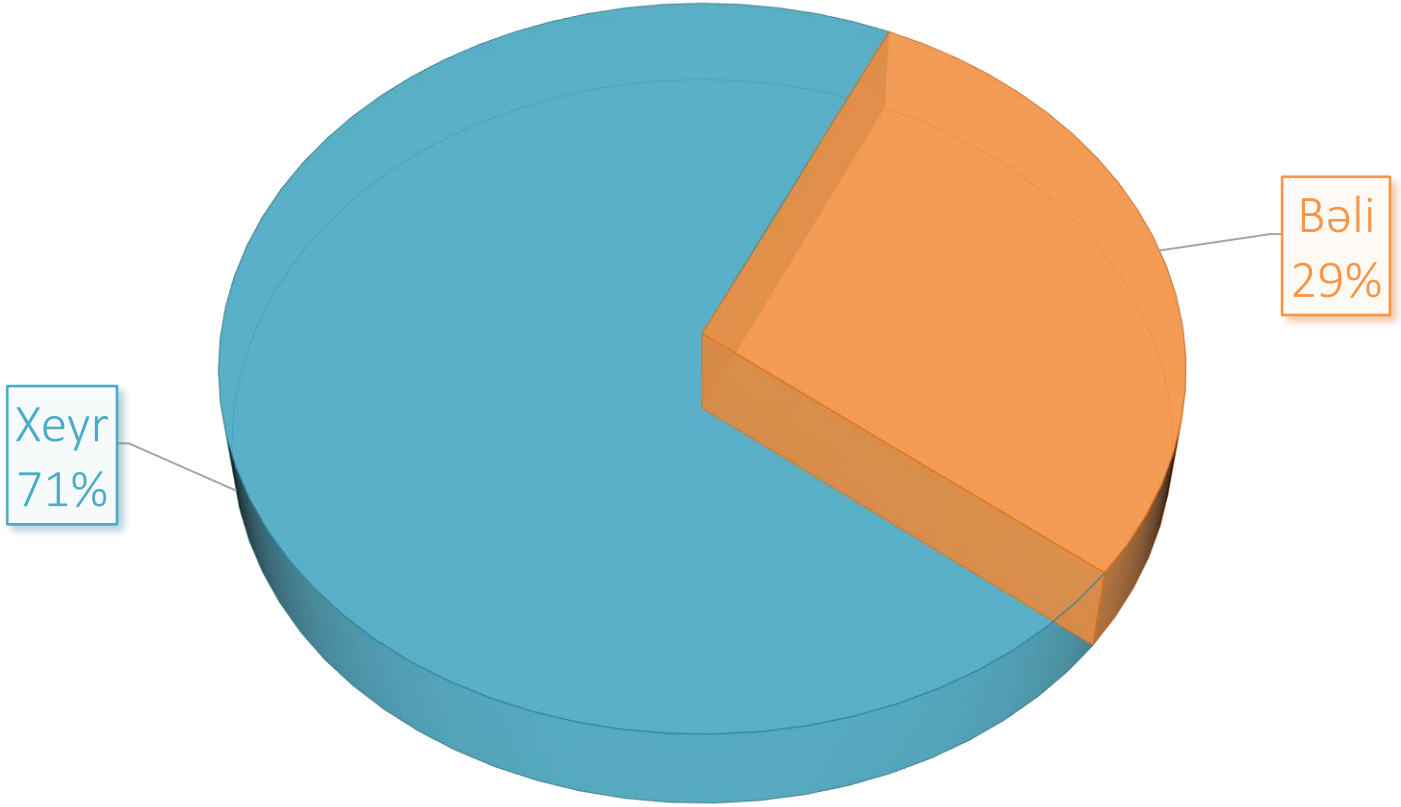
Çalışan işçi sayı | Qruplar üzrə



Ortalama işçi sayı : 6

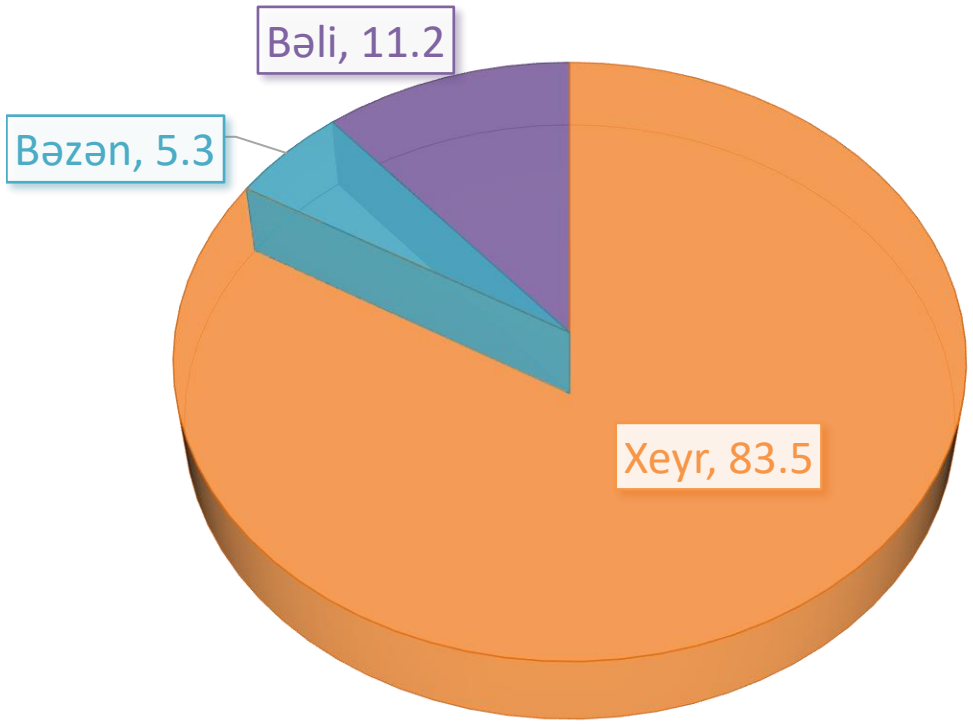
Qrafikdən göründüyü kimi sorğu keçirilən 1002 müəssisənin, yalnız 29%-i təlim və inkişaf proqramlarından yararlanaraq əməkdaşlarını təlimlərə göndərir və ya özləri fərdi formada bu tip təlimlərdə iştirak edir.

Son 1 ildə biznesinizlə əlaqədar olaraq təlimlərdə iştirak etmisinizmi? (%)



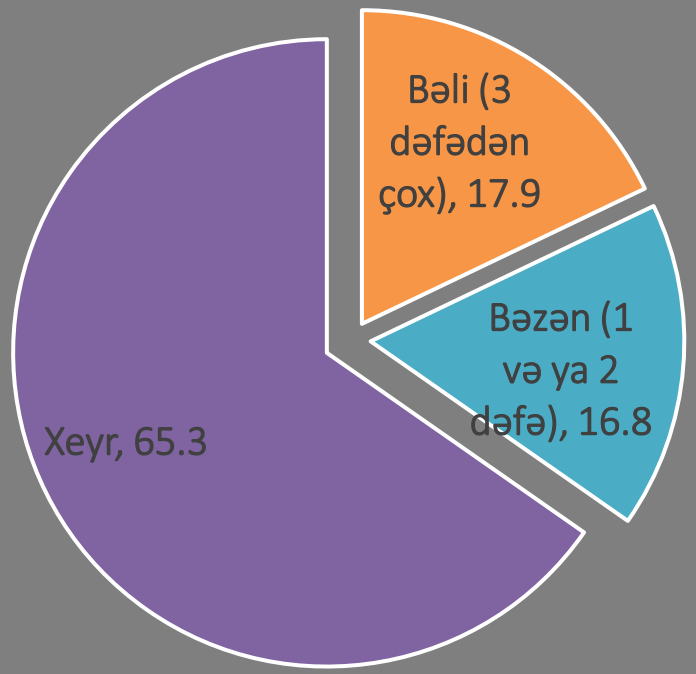
N=1002

Son 1 ildə biznesinizlə əlaqədar olaraq təlimlərdə iştirak etmisinizmi? (%)



Sorğu nəticəsinə görə sahibkarların 83.5%-i təlimlərdə iştirak etməyib. Cəmi 16.5% təlimlərdə iştirak etdiyini qeyd edib.

N= 333 şirkətdə yalnız özü çalışır



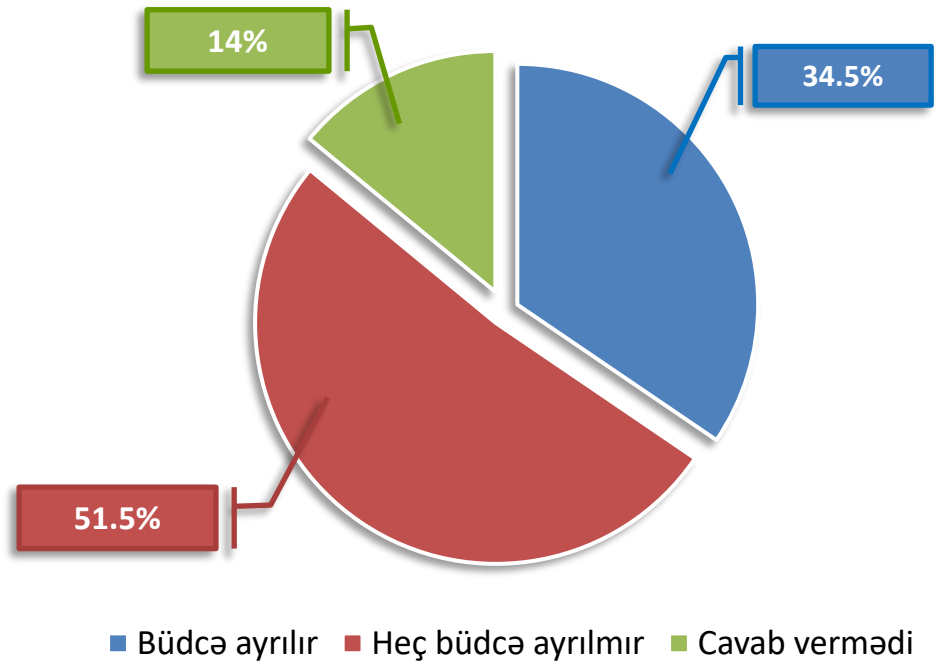
Müəssisələrində çalışan əməkdaşların son 1 ildə hər hansı təlimdə iştirak etməsi barədə sorğu nəticələrinə görə 400 sahibkar xeyr, 79 sahibkar bəli, 52 sahibkar isə bəzən şəklində cavab vermişdir.

N=669 Şirkətdə bir neçə nəfər çalışır

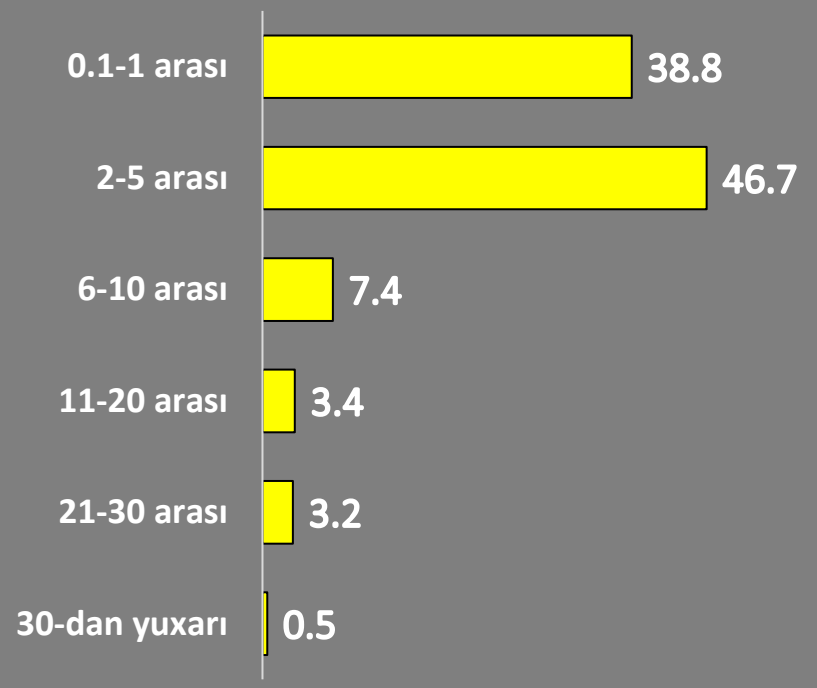
Sorğu nəticəsinə görə sahibkarların son 1 ildə Peşə, Marketinq və Biznesin idarə edilməsi təlimlərində iştirakı üstünlük təşkil edir.

Zəhmət olmasa, son 1 ildə hansı təlimlərin keçirildiyini deyin (%). Suala Təlimlərdə iştirak edənlər cavab verib

Nəticələr göstərir ki, təlimlərə cəlb olunan müəssisələrin yarısından çoxu ya pulsuz təlimlərə üstünlük verirlər ya da əməkdaşlar öz hesablarına təlim və inkişaf proqramlarından faydalanırlar. Çünki «Biznesiniz üçün keçirilən təlim və ya təlimlər sizin ümumi büdcənizin neçə faizini təşkil edir?» sualına təlimlərdə iştirak edən respondentlərin 51.5 faizi təlimlərə büdcə ayırmadığını qeyd edir.
Biznesləri üçün keçirilən təlimlərə ayırdıqları büdcə ümümi büdcələrinin neçə faizini təşkil edir sualına sahibkarların cəmi 14%-i təlimlərə büdcə ayırdığını deyib. Təlimlərdə iştirak etdiklərini söyləyənlərin 34.5%-i isə bu suala cavab verməkdən imtina edib.



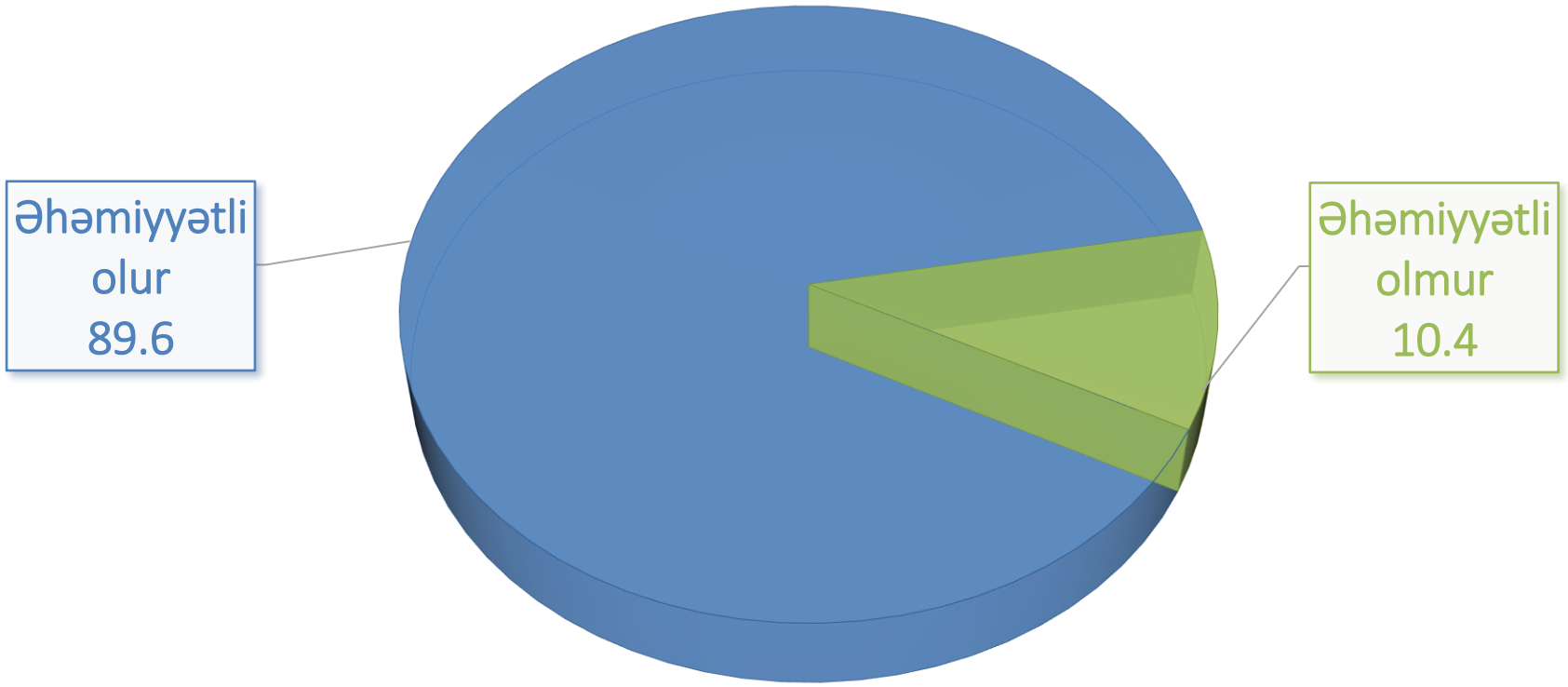
Ayrılan büdcə, %-lə



Sorğu nəticəsində sahibkarların 85.5%-i büdcələrinin 5%-ə qədərini çalışanlarının təlimləndirilməsi üçün sərf etdiklərini qeyd etmişdir.

Negativ fikirdə olanların azlıq təşkil etməsinə baxmayaraq, təhlillər göstərir ki, belə fikirlərin mövcudluğunun əsas səbəbi, onların fəaliyyət göstərdikləri müəssisələrin təlim və inkişaf proqramlarının mahiyyətini işçilərinə düzgün çatdırmamasıdır.

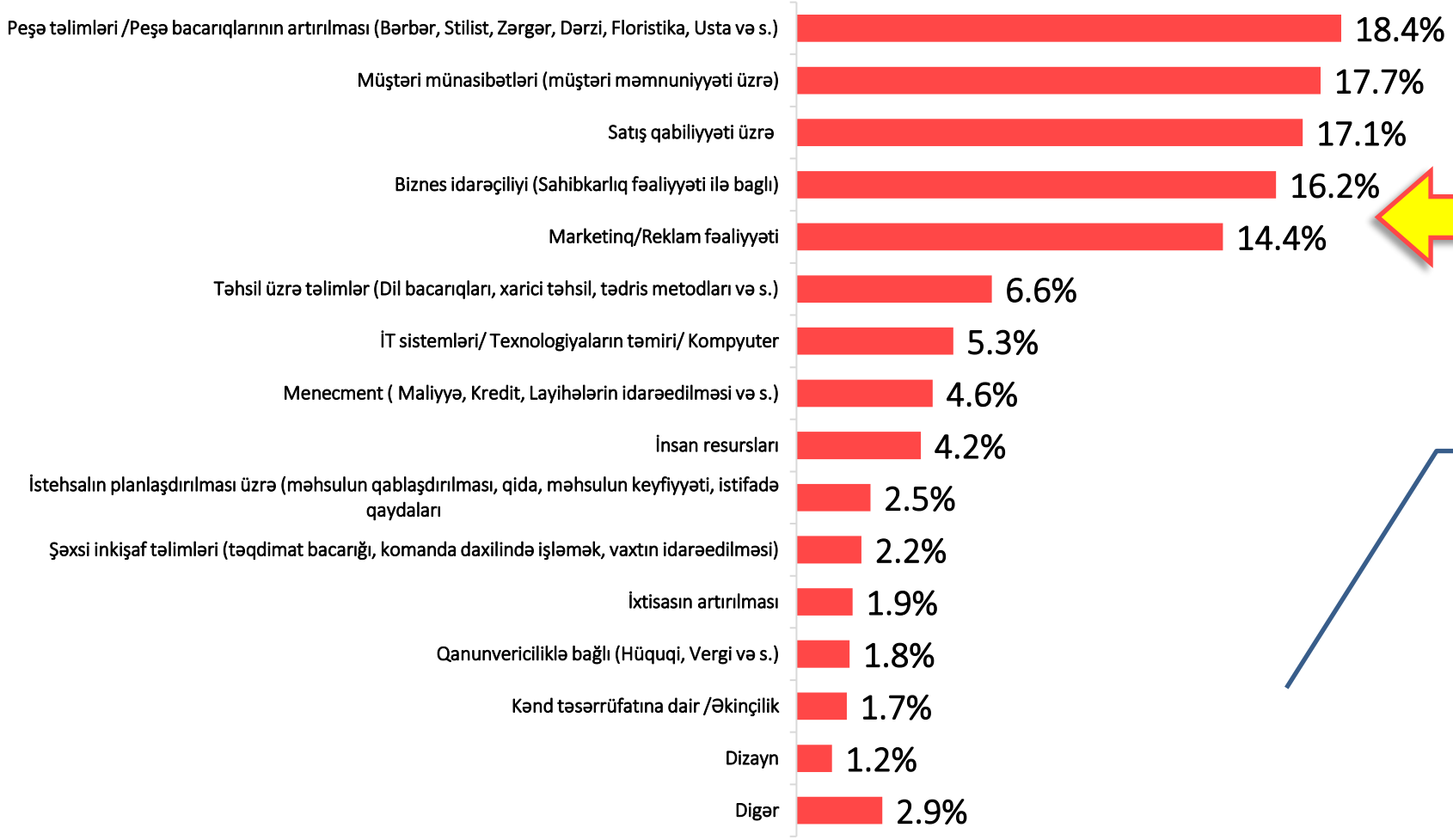
Sizcə təlimlər əhmiyyətli olurmu? (%)



N=287 təlimlərdə iştirak edənlər

Sahibkarların bizneslərində ehtiyacları olan təlimlər sırasında ən çox tələb olunan təlimlərin peşə, müştəri münasibətləri, satış qabiliyyəti, biznes idarəçiliyi və marketinq təlimləri olduğu ortaya çıxmışdır.

Özünüz və ya işçiləriniz üçün hansı 3 vacib təlimə ehtiyac var? (%)



Respondentlərin 38.9%-i (N=390) təlimlərə ehtiyacının olmadığını qeyd etmişdir.

Digər Təlimlər

Sətəm Təlimləri	0.9%
Tibb təlimləri	0.8%
İqtisadiyyatla baglı təlim	0.4%
Gigiyena	0.3%
Sıgorta təlimi	0.3%
Kargüzarlıq təlimləri	0.1%

N=1002

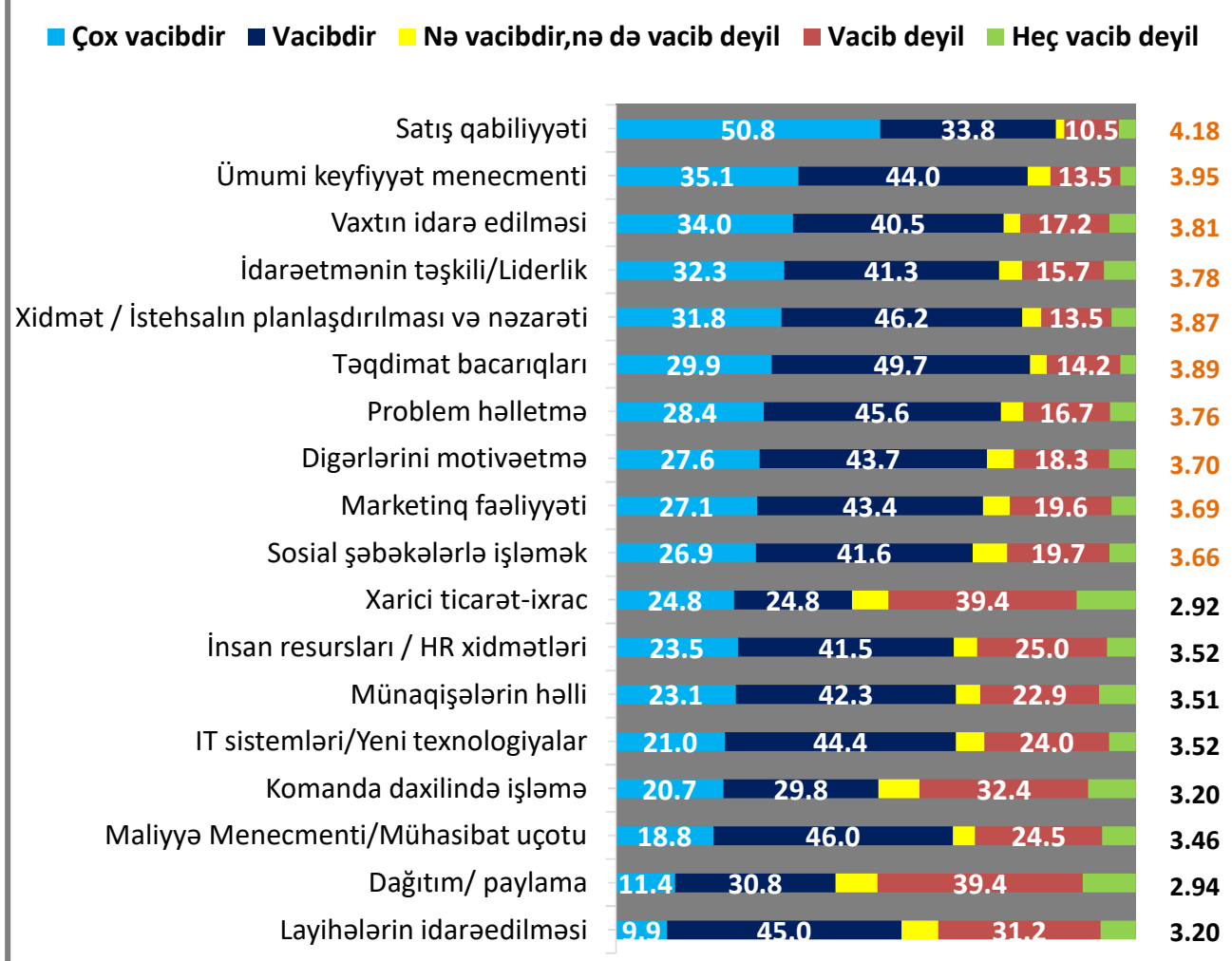
Özünüz və ya işçiləriniz üçün hansı 3 vacib təlimə ehtiyac var? (%)

Yaş qrupları üzrə bölgü

Baza- 1002		Yaş qrupları					Cavab sayı
		18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	
	TOTAL Respondent sayı	111	402	252	147	90	
Peşə təlimləri /Peşə bacarıqlarının artırılması (Bərbər, Stilist, Zərgər, Dərzi, Floristika, Usta və s.)	Cavab sayı	109	4	53	9	9	184
	%	59.5%	2.4%	28.6%	4.8%	4.8%	100.0%
Müştəri münasibətləri (müştəri məmnuniyyəti üzrə)	Cavab sayı	2	57	51	37	30	177
	%	1.3%	32.5%	28.6%	20.8%	16.9%	100.0%
Satiş qabiliyyəti üzrə	Cavab sayı	0	10	58	65	38	171
	%	0.0%	5.8%	33.9%	38.0%	22.2%	100.0%
Biznes idarəçiliyi (Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə baglı)	Cavab sayı	24	44	52	21	21	162
	%	14.5%	27.4%	32.3%	12.9%	12.9%	100.0%
Marketinq/Reklam fəaliyyəti	Cavab sayı	0	12	54	59	19	144
	%	0.0%	8.3%	37.5%	41.0%	13.2%	100.0%
Təhsil üzrə təlimlər (Dil bacarıqları, xarici təhsil, tədris metodları və s.)	Cavab sayı	16	4	35	9	2	66
	%	25.0%	5.6%	52.8%	13.9%	2.8%	100.0%
İT sistemləri/ Texnologiyaların təmiri/ Kompyuter	Cavab sayı	0	0	30	16	7	53
	%	0.0%	0.0%	56.6%	30.2%	13.2%	100.0%
Menecment (Maliyyə, Kredit, Layihələrin idarəedilməsi və s.)	Cavab sayı	5	4	22	13	2	46
	%	11.1%	8.3%	47.2%	27.8%	5.6%	100.0%
İnsan resursları/HR xidmətləri	Cavab sayı	0	19	15	4	4	42
	%	0.0%	45.5%	36.3%	9.1%	9.1%	100.0%
İstehsalın planlaşdırılması üzrə (məhsulun qablaşdırılması, qida, məhsulun keyfiyyəti, istifadə qaydaları	Cavab sayı	8	1	12	1	3	25
	%	32.0%	4.0%	48.0%	4.0%	12.0%	100.0%
Şəxsi inkişaf təlimləri (təqdimat bacarığı, komanda daxilində işləmək, vaxtın idarəedilməsi)	Cavab sayı	2	2	9	4	5	22
	%	9.1%	9.1%	40.9%	18.2%	22.7%	100.0%
İxtisasın artırılması	Cavab sayı	6	1	6	3	3	19
	%	31.6%	5.3%	31.5%	15.8%	15.8%	100.0%
Qanunvericiliklə bağlı (Hüquqi, Vergi və s.)	Cavab sayı	4	2	10	0	2	18
	%	22.2%	11.1%	55.6%	0.0%	11.1%	100.0%
Kənd təsərrüfatına dair /Əkinçilik	Cavab sayı	9	0	7	1	0	17
	%	53.0%	0.0%	41.1%	5.9%	0.0%	100.0%
Dizayn	Cavab sayı	6	1	2	1	2	12
	%	50.0%	8.3%	16.7%	8.3%	16.7%	100.0%
Sətəm Təlimləri (Yanğın təhlükəsizliyi, Əməyin təhlükəsizliyi və s.)	Cavab sayı	3	1	3	1	1	9
	%	33.3%	11.1%	33.3%	11.1%	11.1%	100.0%
Tibb təlimləri	Cavab sayı	0	0	5	2	1	8
	%	0.0%	0.0%	62.5%	25.0%	12.5%	100.0%
İqtisadiyyatla baglı təlim	Cavab sayı	2	0	2	0	0	4
	%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Gigiyena	Cavab sayı	0	0	2	0	1	3
	%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	100.0%
Sığorta təlimi	Cavab sayı	1	0	1	1	0	3
	%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	100.0%
Kargüzarlıq təlimləri	Cavab sayı	0	0	1	0	0	1
	%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Ehtiyac yoxdur	Cavab sayı	0	242	62	55	31	390
	%	0.0%	62.0%	16.0%	14.0%	8.0%	100.0%

Sahibkarların qiymətləndirmələrinə görə faydalanmaq istədikləri ən vacib təlim və inkişaf proqramı Satış qabiliyyəti ilə bağlı təlim (4.18) proqramıdır.

Aşağıda sadalayacağım təlim və inkişaf proqramlarından faydalanmaq istəyinizi vaciblik dərəcəsinə görə 5 ballıq şkala üzrə qiymətləndirin.



Cavablar respondentlərə oxunmuşdur.

Vaciblik sırasına görə digər təlimlər

Ümumi keyfiyyət menecmenti	3.95
Təqdimat bacarıqları	3.89
Xidmət / İstehsalın planlaşdırılması və nəzarəti	3.87
Vaxtın idarə edilməsi	3.81
İdarəetmənin təşkili/Liderlik	3.78
Problem həlletmə	3.76
Digərlərini motivəetmə	3.70
Marketinq faəliyyəti	3.69
Sosial şəbəkələrlə işləmək	3.66

N: 1002

Təlim Metodları

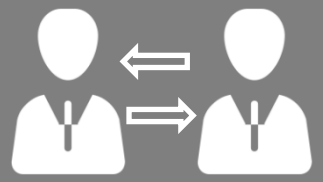
Sorğunun göstəricilərə əsasən, müəssisələr təlimçiləri seçərkən daha çox (59.3%) daxili resurslara müraciət edir. Bu, həm vaxta həm də maddi resurslara qənaət etməyə kömək edir. Əlavə olaraq, 20,7% Şirkətxarici (Təlim mərkəzlərinə getmək) , 20% isə hər ikisinin iştirakı ilə seçilir. Təlimin növündən asılı olaraq, bu seçim dəyişə bilər.

Müəssisəniz üçün aşağıdakılardan hansını üstün tutursunuz?

- Kadr hazırlamaq üçün vəsait xərcləmək
- İşçiləri tez-tez deyişmək

2 və daha artıq işçisi olan sahibkarlar kadrlar hazırlamaq üçün vəsait xərcləmək, kadr axınını azaltmaq, peşəkar kadrlar yetişdirmək fikrini daha üstün tutmaqdadırlar.

90.8%

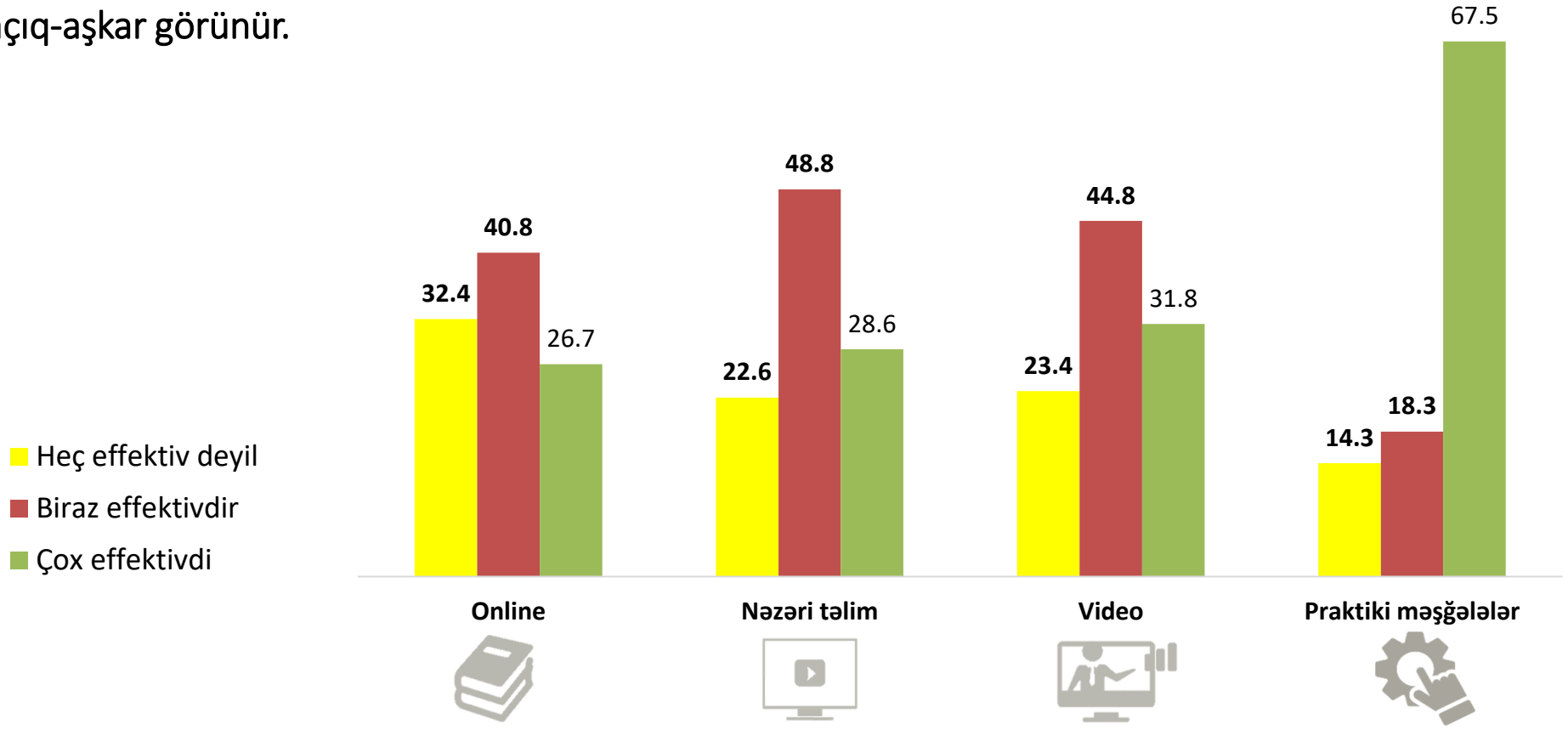


9.2%

Sahibkarlar praktiki təlimlərin (67.5%) digər təlim metodlarına görə daha effektiv olduğunu düşünməkdədirlər. Video və Online təlimlərin effektiv olduğunu düşünən sahibkarların dijitallaşma prosesinə adaptasiya edilməsi bu təlim metodlarına güvənin artmasına səbəb ola bilər.

Zəhmət olmasa, sizin üçün ən effektiv olacağını düşündüyünüz təlim metodunu dəyərləndirin. (%)

Təsadüfi deyil ki, «Ən effektiv təlim metodu» kimi praktiki məşğələlər qiymətləndirilsə də, bu cür təlimlərin nadir hallarda baş verdiyi vurğulanıb. Digər tərəfdən vaxt və maddi resursların az istifadəsi baxımından «video təlim»lərə də ehtiyacın çox olduğu açıq-aşkar görünür.

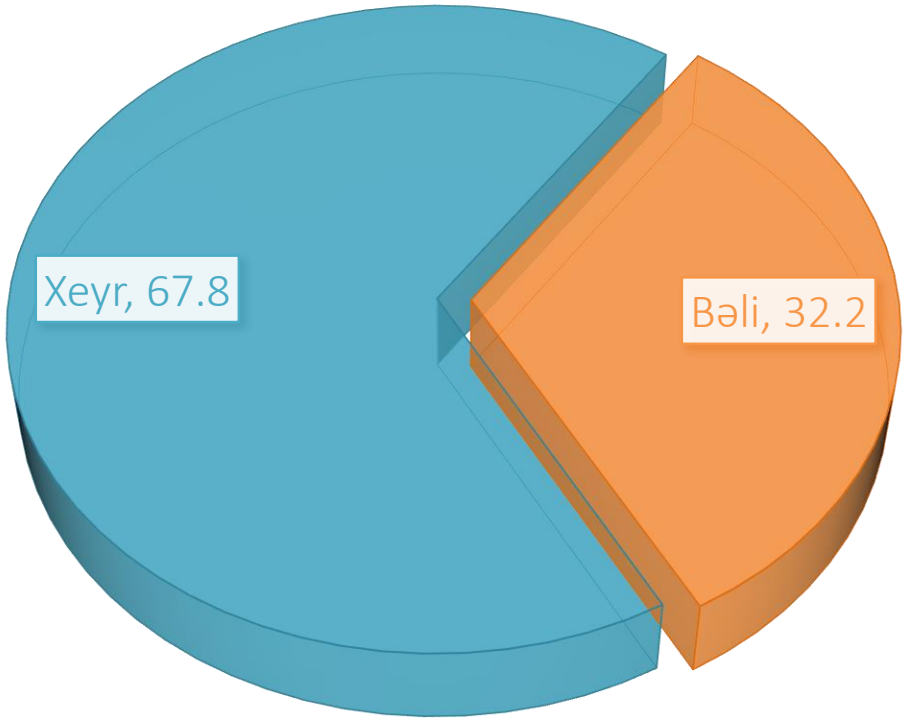


N= 1002

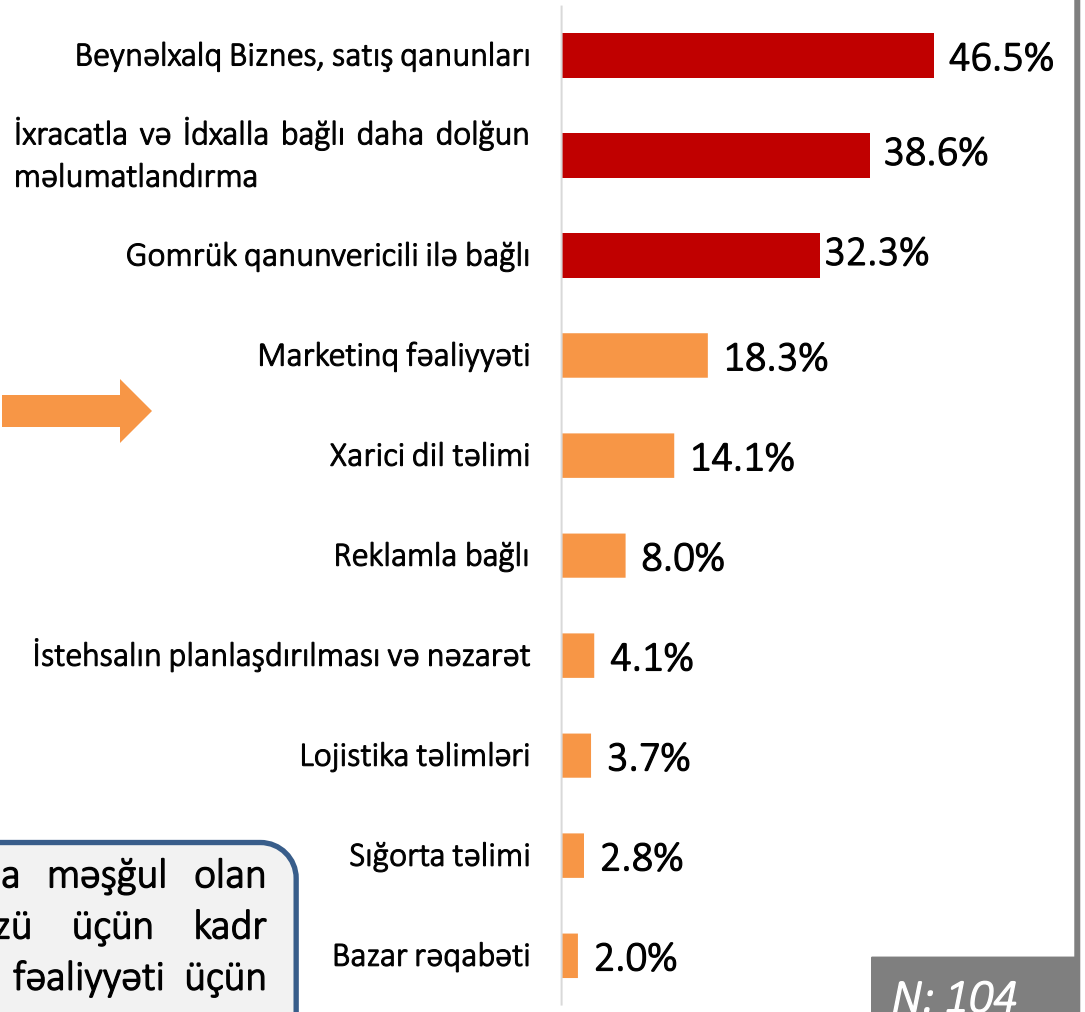
İxracla məşğul olan müəssisələr üçün təlim ehtiyacları

Xarici ticarətlə məşğul olan sahibkarlardan hər 10 nəfərdən üçünün hər hansı bir xüsusi təlimə ehtiyacının olduğu aydın olur. Ən çox ehtiyac duyulan təlim növü Beynəlxalq Biznes qaydalarının öyrənilməsidir.

İxracat üzrə xüsusi təlimlərə ehtiyacınız varmı? (%)



İxracat üzrə hansı xüsusi təlimlərə ehtiyacınız var? (%)



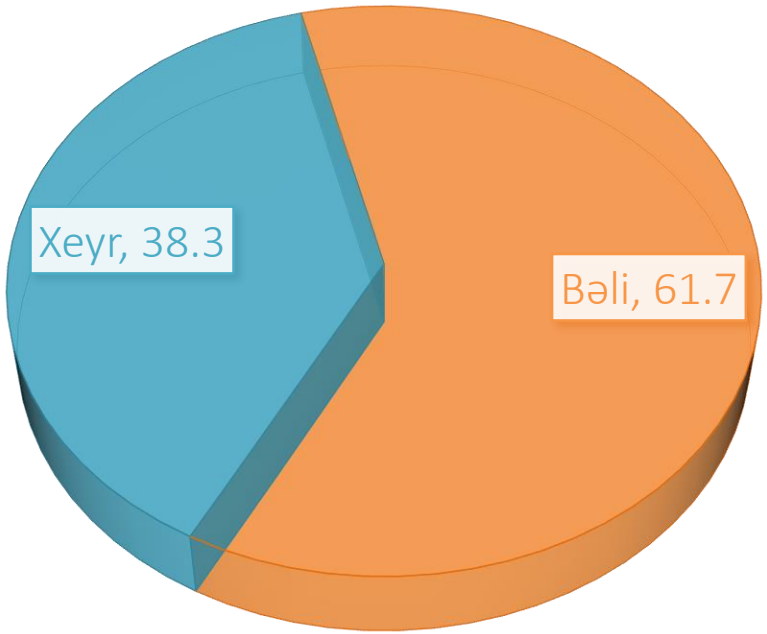
Bəzi sahibakarlar hesab edir ki, dövlət ixracla məşğul olan müəssisə əməkdaşları və ya sahibkarın özü üçün kadr hazırlanmasını üzərinə götürsə, onların xaricdə fəaliyyəti üçün iqtisadi şərait yarada bilsə yaxşı olar

N: 322

N: 104

İxtisaslı Kadr Ehtiyacları

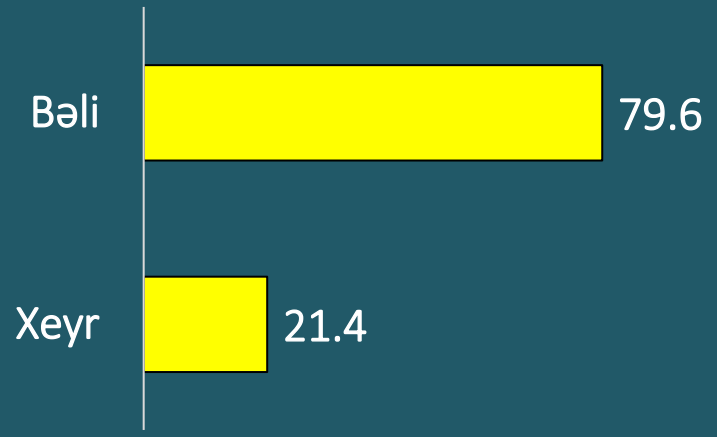
Biznesinizlə bağlı, yəni, gündəlik və ya professional işlərinizdə işləyəcək işçilərə ehtiyacınız olurmu? (%)



Respondentlərin 61.7%-i öz sahibkarlıq subyektlərində işləyəcək işçilərə ehtiyaclarının olduğunu, 38.3%-i isə olmadığını qeyd etmişdir.

N= 1002

Belə işçilərin axtarıb tapılmasında hər hansısa bir probleminiz və ya çətinliyiniz olurmu? (%)

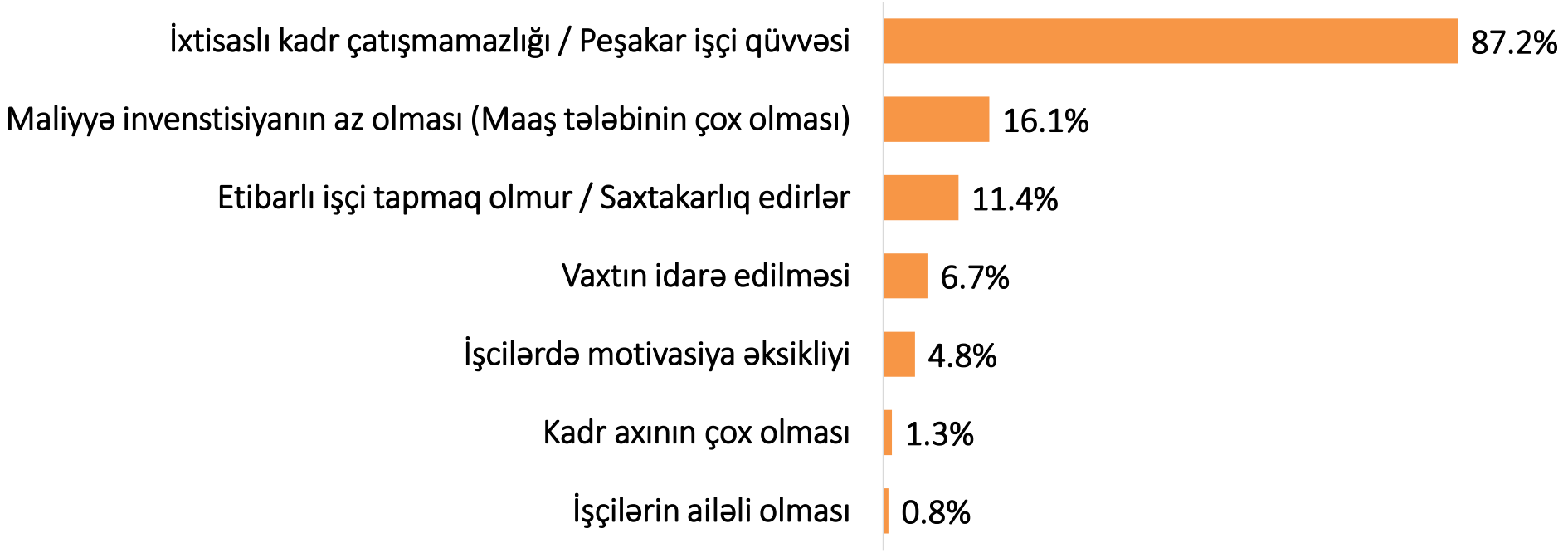


618 sabibkardan 79.6%-i işçi axtararkən problem yaşadığını, 26.4%-i isə heç bir problemlə qarşılaşmadığını qeyd etmişdir.

N= 618

İşçi axtarışında əsas çətinliyin istənilən tələblərə cavab verən peşəkar işçi qüvvəsinin olmaması qeyd edilib (87.2%).

Hansı problemləriniz/çətinliklər iniz olur? (%)

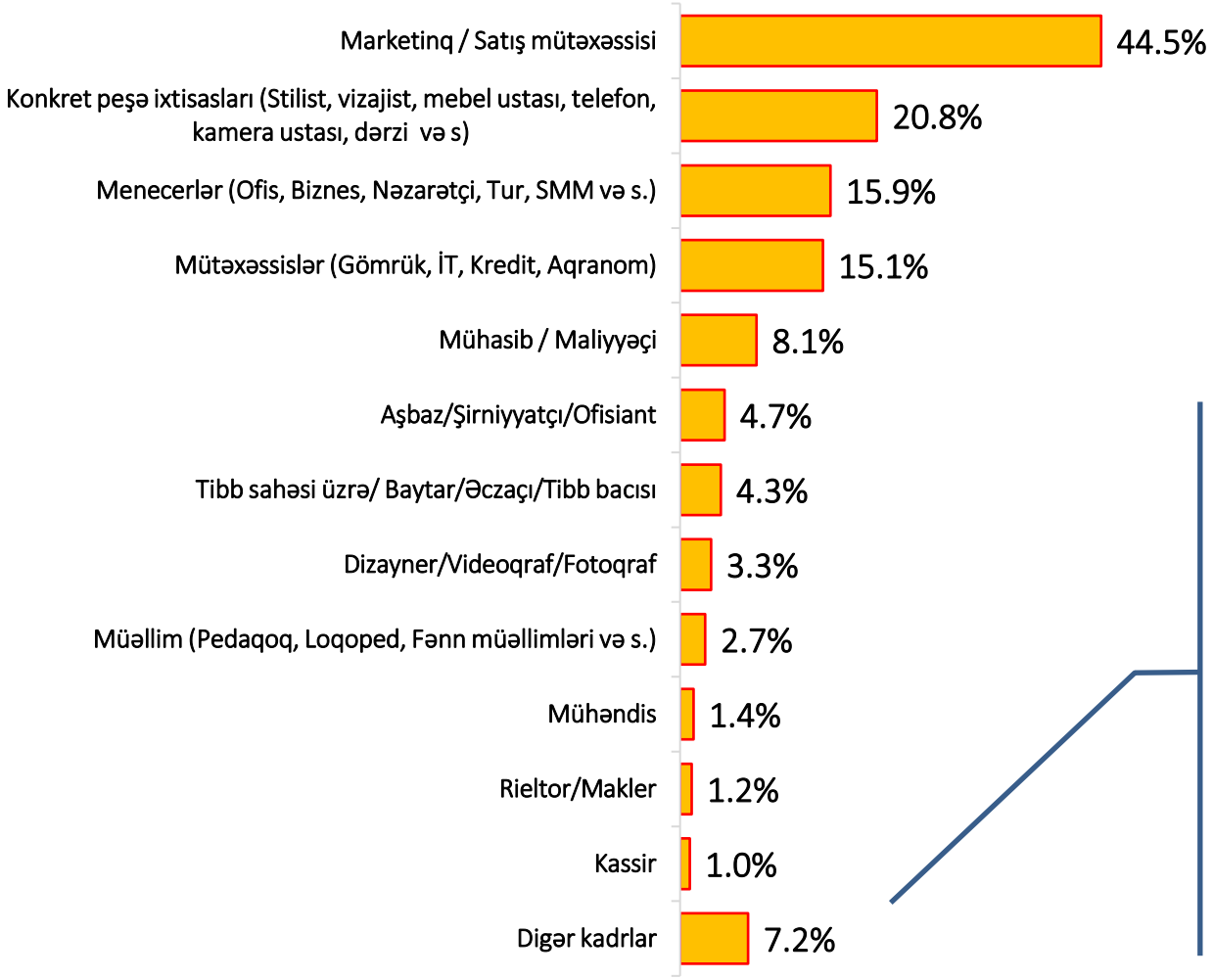


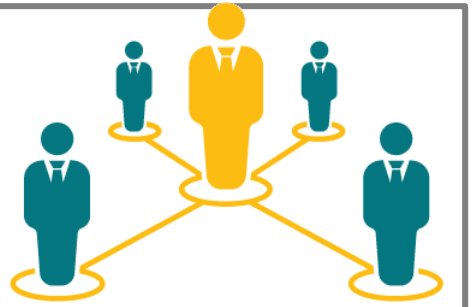
Qrafikdən göründüyü kimi respondentlərin 79.6%-i qeyd edib ki, işçi axtarışında müxtəlif çətinliklərə üzləşirlər. Əsas çətinliyin isə istənilən tələblərə cavab verən peşəkar işçilərin olmaması qeyd edilib (87.2%).
Sahibkarlar qeyd edir ki, «İstədiyimiz tələbələrə cavab verən (peşəkar, etibarlı, keyfiyyətli) İşçi tapmağın özü problemdir, digər tərəfdən «Təklif etdiyimiz maaşla razılaşmayanlar (Çox maaş tələb edirlər)» isə başqa bir problemdir (16.1%).

N=492

Sorğu nəticəsində sahibkarların daha çox marketinq və satış sahəsində ixtisaslı kadrlara ehtiyacı olduğu ortaya çıxmışdır.

Sizin hansı daimi işləyən ixtisaslı kadrlara ehtiyacınız olur? (%)





Respondentlərin 9.7%-i daimi işçilərə ehtiyacı olmadığını qeyd etmişdir.

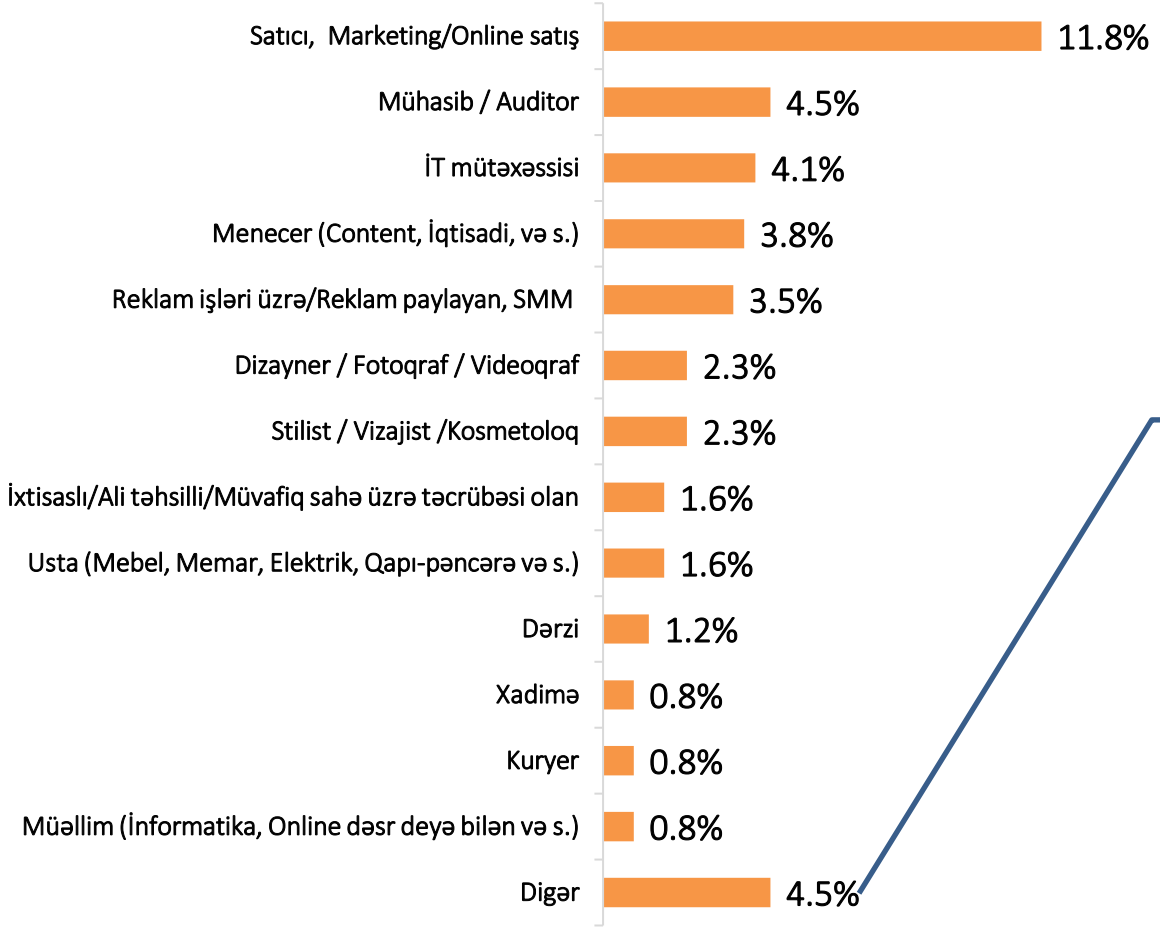
Digər ixtisaslı kadrlar

Operator	0.8%
Sürücü	0.8%
Florist	0.8%
Psixoloq	0.8%
Bələdçi	0.6%
HR xidmətlər/İnsan resursları	0.4%
Hüquqşünas	0.4%
Müştəri xidmətləri	0.4%
Zərgər	0.4%
İş təcrübəsi olan/Müvafiq sahədə çalışmış	0.4%
İqtisadçı	0.2%
Avtoyuyucu	0.2%
Qurutəmizləmə	0.2%
Reseption	0.2%
Ekspeditor	0.2%
Tərcüməçi	0.2%

N=618

Freelancer-lərə ən çox ehtiyac satış/online satışlar üzrədir. Digər tərəfdən Mühasib, İT və SMM sahəsində də freelancerlə ehtiyacın olduğu müşahidə olunur.

Sizin hansı freelancer işləyən ixtisaslı kadrlara ehtiyacınız olur? (%)



Respondentlərin 67.6%-i freelancer ehtiyacı olmadığını qeyd etmişdir.

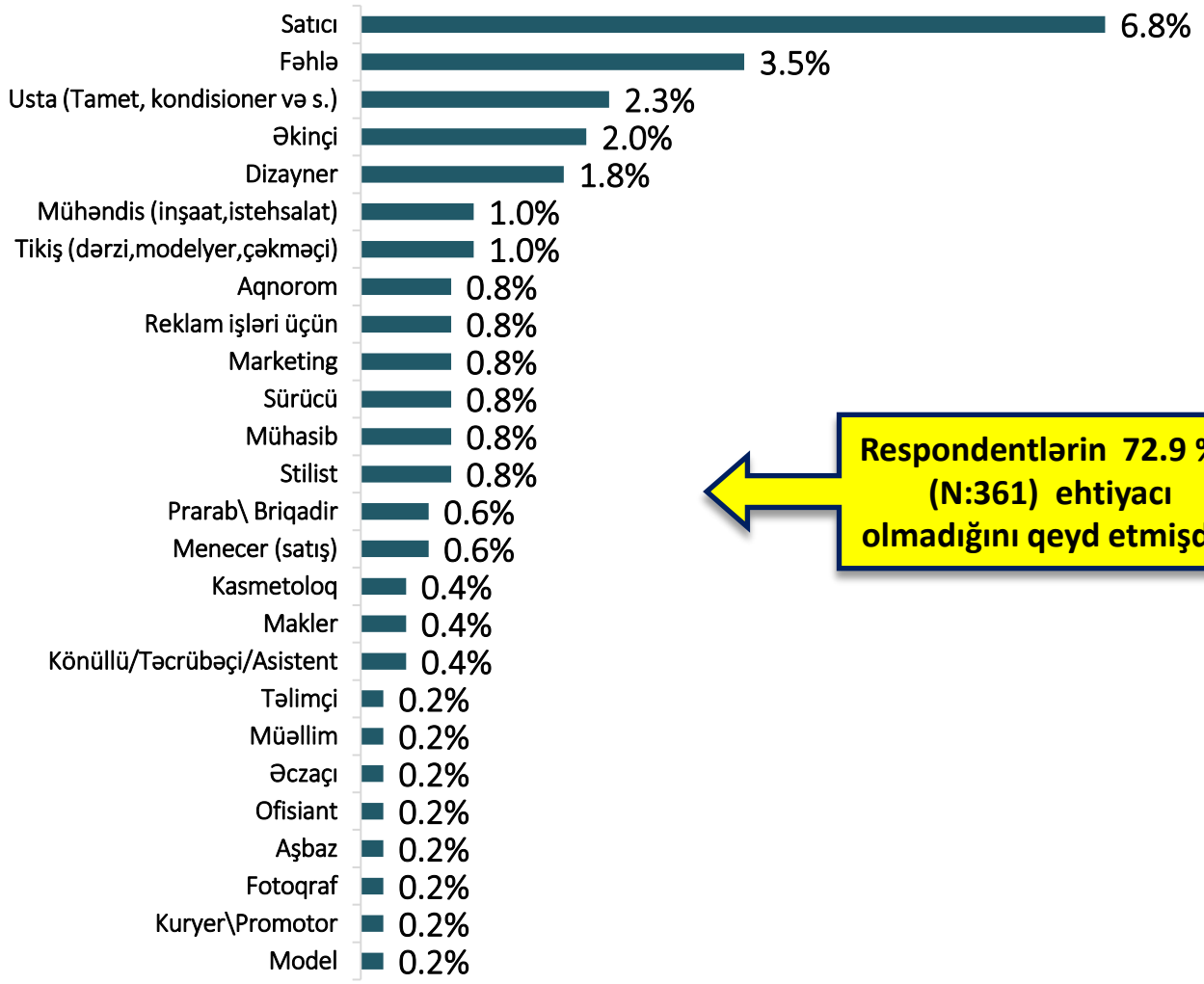
Digər freelancer kadrlar

Təcrubəçi(Könüllü)	0.6%
Rieltor	0.6%
Kənd təsərrüfatına aid işçilər(Əkinçi,aqnorom)	0.6%
Model	0.4%
Hüquqşunas	0.4%
Baytar	0.4%
Sürücü/taksi	0.4%
İqtisadçı	0.2%
Kassir	0.2%
Dülgər	0.2%
Ofisant	0.2%
Operator	0.2%

N=618

Sorğu nəticəsində sahibkarların daha çox yenə də satış sahəsində mövsümi kadrlara ehtiyacın olduğu ortaya çıxmışdır. Eyni zamanda fəhlələrə, ustalara və əkinçilərə ehtiyacın olduğu müşahidə edilir.

Sizin hansı qısa müddətli (mövsümi) ixtisaslı kadrlara ehtiyacınız olur? (%)

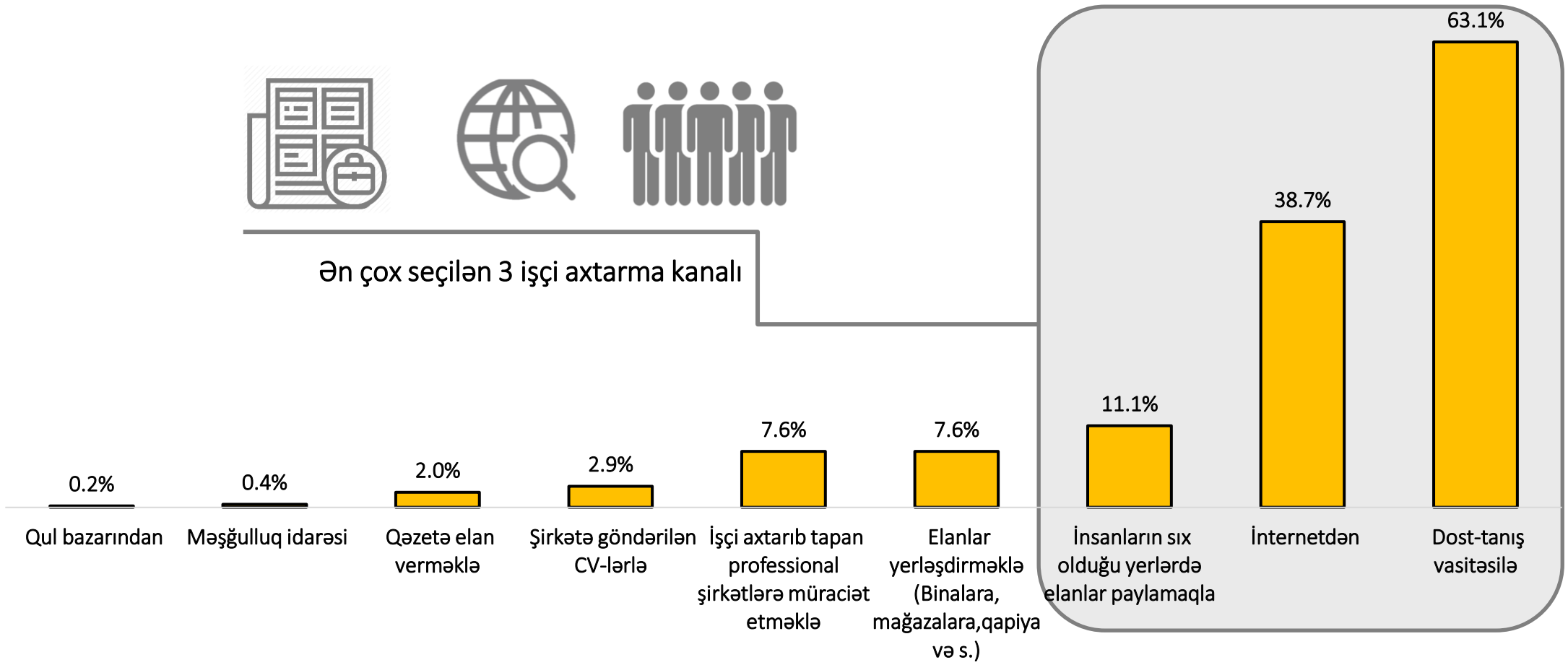


Respondentlərin 72.9 %-i (N:361) ehtiyacı olmadığını qeyd etmişdir.

N=618

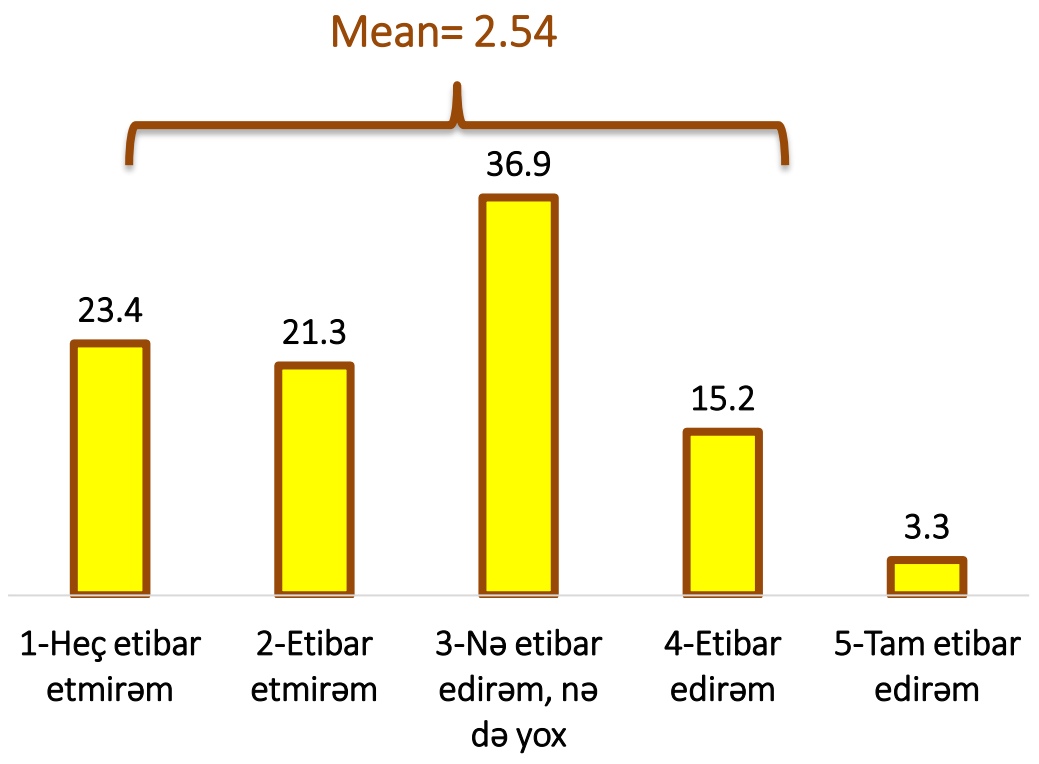
Sahibkarların ehtiyacları olan işçiləri axtararkən daha çox dost tanış tövsiyəsini diqqətə aldığı ortaya çıxmışdır. Eyni zamanda internet və ictimai yerlərdə iş elanları paylamaq işçi axtarışı etdikləri digər iki əsas kanaldır.

Ehtiyacınız olan işçiləri hansı yollar (kanallar) vasitəsilə axtarırsınız? (%)



Sahibkarların İnternetdən cəlb edilən işçilərə olan etibarlıq qiymətləndirməsi göstərir ki, (2.52 bal) bu kanaldan gələn işçilərə sahibkarlar etibar etmirlər. Eyni zamanda iş elanları və CV yerləşdirilən saytların (3.12) faydalılıq qiymətləndirməsi göstərir ki, sahibkarlar bu istiqamətdə qərarsızdırlar.

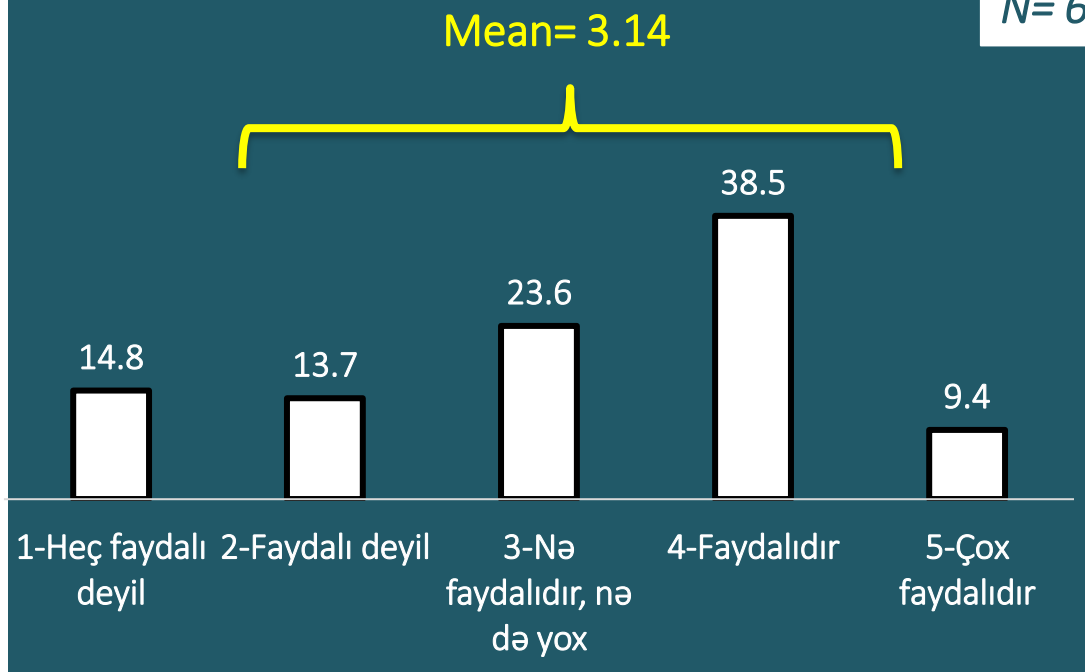
İnternetdən cəlb edilən işçiyə olan etibarınızı 5 ballıq şkala ilə qiymətləndirərdiniz. (%)



İnternetdən cəlb edilən işçiyə olan etibar

İş axtaranlar üçün iş elanları və CV yerləşdirilən veb saytların nə dərəcədə faydalı olduğunu 5 ballıq şkala ilə qiymətləndirərdiniz.

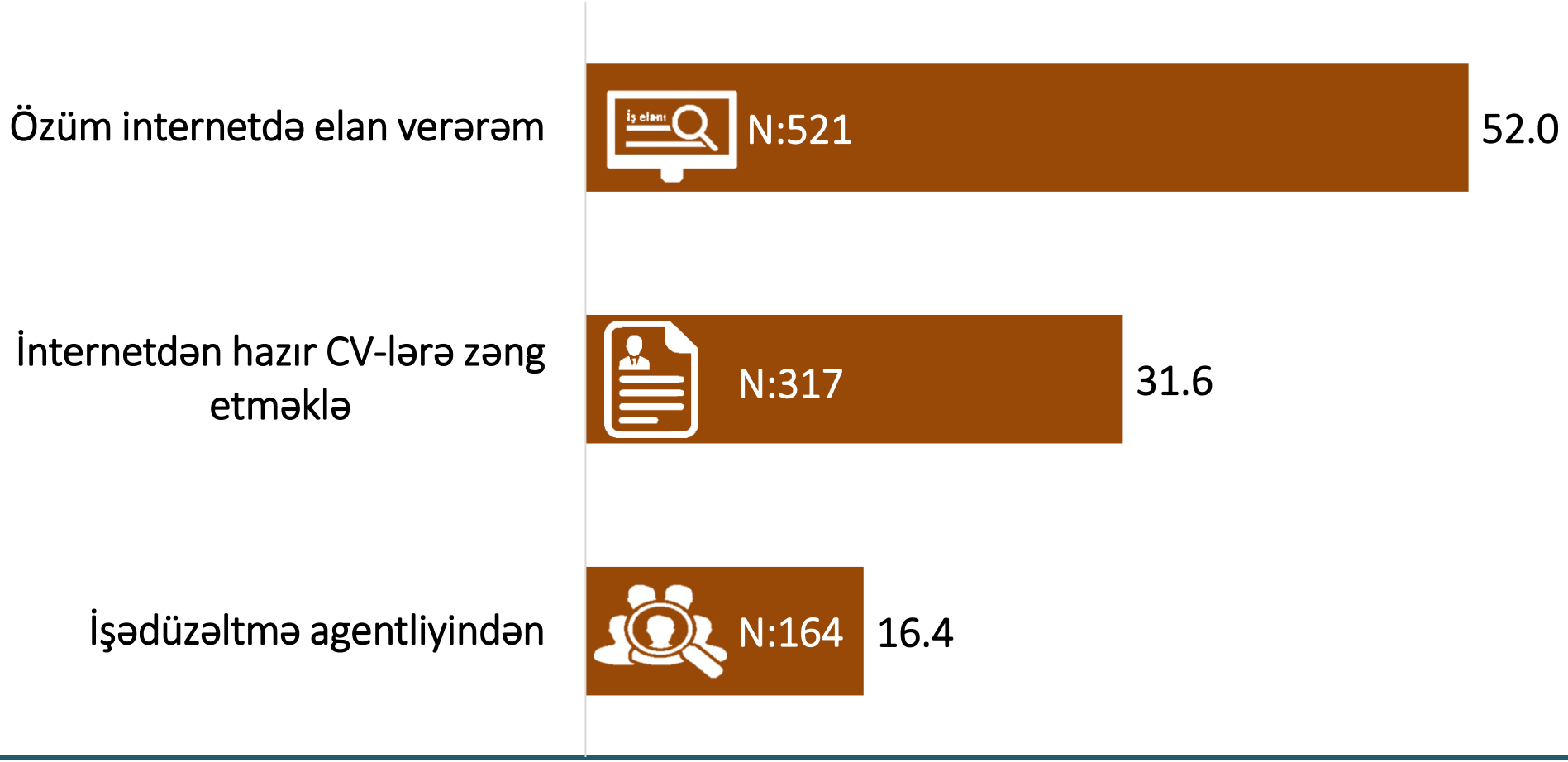
N= 618



İş elanları və CV yerləşdirilən veb saytlar

Sahibkarların 52.%-i yeni işçi cəlb etmək üçün daha çox məhz özünün İnternetdən elan vermək üsuluna üstünlük verdiyini qeyd edib. İşə düzəltmə agetnlikləri ilə əməkdaşlıq əlavə xərclərə səbəb olacağından ən az seçilən üsuldur.

Şirkətinizə yeni işçi cəlb etsəydiniz aşağıdakılardan hansına üstünlük verərdiniz? (%)



Xülasə

Xülasə

Məqsəd

KOB-ın məhsuldar inkişafını təmin etmək üçün yüksək ixtisaslı kadrlara böyük ehtiyac vardır. Bu araşdırma Azərbaycanda fəaliyyət göstərən KOB-da təlim və inkişaf proqramlarının tətbiq səviyyəsini və kadr ehtiyacını təhlil etmək, KOB-ın bu tip proqramlara olan marağını müəyyən etmək, həyata keçirilən təlimlərdə çatışmazlıqları aşkar etmək və bunların aradan qaldırılması üçün təkliflər irəli sürmək məqsədi ilə həyata keçirilib. Digər tərəfdən məqəsədlərə həm də təlim və tədris imkanlarının artırılması və qabaqcıl təcrübələrin tətbiqi imkanlarının araşdırılması da daxildir.

KOB-da təlim və inkişaf proqramlarında iştirak

Sorğuya cəlb olunanlara ilk olaraq, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən KOB-da inkişaf proqramlarının tətbiq səviyyəsinin ölçülməsi məqsədilə təlimlərin keçirilib-keçirilməməsi ilə bağlı sual verilib. Məlum olub ki, sorğu keçirilən 1002 müəssisənin, yalnız 21%-i təlim və inkişaf proqramlarından yararlanaraq əməkdaşlarını təlimlərə göndərir və ya özləri fərdi formada bu tip təlimlərdə iştirak edir.

Hətta təlim və inkişaf proqramlarından faydalandığını iddia edən KOB-ın demək olar ki, yarısı təlimlərdə «bəzən» iştirak etdiyni vurğulayıb.

Nəticələr də sübut edir ki, təqribən hər 10 müəssisədən 8-i ümumiyyətlə təlimlərə qatılmır və ya bu tip proqramları müəssisəində tətbiq etmir.

Sorğuda iştirak edən mikro sahibkarların (yalnız 1-2 nəfərdən ibarət olan) mütləq əksəriyyəti (87%) təlimlərin həyata keçirilməsinə o qədər də əhəmiyyət vermir.

Xülasə

İştirak edilən təlimlər

Təhlillər göstərir ki, əksər müəssisələrdə performans göstəricilərinin aşağı olması səbəbindən kadrların təlim ehtiyacı müəyyənləşir. Təlmilər əsasən Marketinq fəaliyyəti (satış, marka, sosial şəbəkələr, reklam vəs), Biznesin idarə edilməsi, Müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsi, Peşə təlimləri (Aşbazlıq, Zərgərlik, Tikiş, Stilist, vizajist), Yeni texnologiyalar və yeniliklərin tətbiqi, Yenilənən sistemlər və qurğuların idarə olunması ilə bağlı biliklərin artırılması istiqamətində olur.

Təlimlərdə iştirak edənlərin nəticələri də qənaətbəxş deyil. Çünki təlimlərdə «tez-tez» iştirak edənlərlə «bəzən» iştirak edənlər demək olar ki, yarı-yarıya bölünüb.

Nəticələr göstərir ki, təlimlərə cəlb olunan müəssisələrin yarısından çoxu ya pulsuz təlimlərə üstünlük verirlər ya da əməkdaşlar öz hesablarına təlim və inkişaf proqramlarından faydalanırlar. Çünki «Biznesiniz üçün keçirilən təlim və ya təlimlər sizin ümumi büdcənizin neçə faizini təşkil edir?» sualına təlimlərdə iştirak edən respondentlərin 51.5 faizi təlimlərə büdcə ayırmadığını qeyd edir.

Biznesləri üçün keçirilən təlimlərə ayırdıqları büdcə ümümi büdcələrinin neçə faizini təşkil edir sualına sahibkarların cəmi 14%-i təlimlərə büdcə ayırdığını deyib. Təlimlərdə iştirak etdiklərini söyləyənlərin 34.5%-i isə bu suala cavab verməkdən imtina edib.

Buna baxmayaraq keyfiyyət təhlilləri nəticəsində məlum olub ki, sorğuda iştirak edənlərin 65%-i faydanın təlim üçün sərf edilən xərclərdən daha çox olduğunu dolayı yolla olsa da təsdiqləyir. Bəziləri faydanın xərclərə bərabər olduğunu, yerdə qalanları isə (14%) əldə edilən faydanın xərclərdən daha az olduğunu düşünür.

Xülasə

Respondentlərin 89.6%-i təlimlərin əhəmiyyətli olduğunu, 10,4%-i isə əhəmiyyətli olmadığını düşünür. Negativ fikirdə olanların azlıq təşkil etməsinə baxmayaraq, təhlillər göstərir ki, belə fikirlərin mövcudluğunun əsas səbəbi, onların fəaliyyət göstərdikləri müəssisələrin təlim və inkişaf proqramlarının mahiyyətini işçilərinə düzgün çatdırmamasıdır.

Respondentlərin əksəriyyəti təlimlərdən əldə etdiyi yeni bilikləri öz işlərinə uğurla tətbiq etdiklərini vurğulayır. Bu qrup respondentlərin fikrinə görə, təlim proqramları nəticəsində işin səmərəliliyi artır. Təxminən 20 faizlik bir qrup əldə etdikləri bilikləri nadir hallarda istifadə etdiyini, 8%-lik bir qrup isə ümumiyyətlə istifadə edə bilmədiyini qeyd edib.

Ehtimal olunur ki, əldə edilən biliklərin istifadə edilmədiyi müəssisələrdə keçirilən təlimlərə investisiya tələb olunduğundan təlimin nəticələri düzgün yerinə yetirilmir. Və ya ehitmal olunur ki, işçi yanlış təlimə yönləndirilir və bu səbəbdən də öyrədilən informasiyanın iş ilə əlaqəsi olmur.

Sorğunun göstəricilərə əsasən, müəssisələr təlimçiləri seçərkən daha çox (59.3%) daxili resurslara müraciət edir. Bu, həm vaxta həm də maddi resurslara qənaət etməyə kömək edir. Əlavə olaraq, 20,7% Şirkətxarici (Təlim mərkəzlərinə getmək) , 20% isə hər ikisinin iştirakı ilə seçilir. Təlimin növündən asılı olaraq, bu seçim dəyişə bilər.

Göstəricilərə əsasən, elektron vəsaitlərin köməyi ilə həyata keçirilən təlimlər ən az (5 ballıq şkala üzrə 1.93 bal) istifadə edilən metoddur. Təhlillər isə göstərir ki, imkan daxilində KOB-lar öz fəaliyyətində belə imkanlardan düzgün istifadə edərsə, məhsuldarlıq yüksələr, vaxta və maddi vəsaitlərə qənaət edilmiş olarlar. Təlimlərin elektron formada tətbiqindən geniş istifadə daha məqsədəuyğun hesab olunur.

Xülasə

Lakin, görünən odur ki, ümumiyyətlə ölkəmizdə bu təlim metodundan istifadə səviyyəsi aşağıdır.
Təsadüfi deyil ki, «Ən effektiv təlim metodu» kimi praktiki məşğələlər qiymətləndirilsə də, bu cür təlimlərin nadir hallarda baş verdiyi vurğulanıb. Digər tərəfdən vaxt və maddi resursların az istifadəsi baxımından «video təlim»lərə də ehtiyacın çox olduğu açıq-aşkar görünür.
Sorğuya cəlb olunanların fikrincə, təlimlər əsasən həftə sonu və işdən sonra təşkil edilir. İşdən sonra insanların yorğun və həvəssiz olduqlarını nəzərə alarsaq, bu zaman həyata keçirilən təlimlərin effektivliyi azalır. Təlimləri iş saatlarında təşkil edən müəssisələr isə daha çox məhsuldarlıq əldə etdiklərini qeyd edir.
Maraqlı və sevindirici məqam ondan ibarətdir ki, müəssisə rəhbərləri işçiləri tez-tez dəyişməkdənsə, Kadrların hazırlığına vəsait xərcləməyi daha üstün tutduqlarını iddia edib. Beləki, «Müəssisəniz üçün aşağıdakılardan hansını üstün tutursunuz?» sualına respondentlərin 91%-i «Kadrların hazırlığına vəsait xərcləmək», qalan 9%-i isə «İşçiləri tez-tez dəyişmək» cavabını verib.
Sorğu nəticəsində məlum olub ki, işçi axtaranların hər 10 nəfərindən dördünə işçi axtarmaq maraqlı deyil. Yəni, respondentlərə ünvanlanan «Biznesinizlə bağlı, yəni, gündəlik və ya professional işlərinizdə işləyəcək işçilərin axtarışına ehtiyacınız olurmu/olubmu?» sualına onların 38.3%-i «xeyr» cavabını verib.
Respondentlərin 79.6%-i qeyd edib ki, işçi axtarışında müxtəlif çətinliklərə üzləşirlər. Əsas çətinliyin isə istənilən tələblərə cavab verən peşəkar işçilərin olmaması qeyd edilib (87.2%). Sahibkarlar qeyd edir ki, «İstədiyimiz tələbələrə cavab verən (peşəkar, etibarlı, keyfiyyətli) İşçi tapmağın özü problemdir, digər tərəfdən «Təklif etdiyimiz maaşla razılaşmayanlar (Çox maaş tələb edirlər)» isə başqa bir problemdir.

Xülasə

Maraqlı məqam ondan ibarətdir ki, peşəkar işçilərin tapılması ilə məşğul olan qurumun olmamasından, bu sahənin yaxşı inkişaf etməməsindən şikayət edən respondentlərə də rast gəlinib.
Araşdırma ən çox «Marketinq / Satış mütəxəssisi» (44.5%) və «Konkret peşə ixtisasları» sahəsində çalışanlara ehtiyacın olduğunu üzə çıxarıb (39.1%). «Konkret peşə ixtisasları» sahəsi deyəndə kuryer, xadimə, vizajist, mebel ustası, telefon, kamera ustası, dərzi , sürücü, mühafizəçi, dırnaq qaynağı, tur təşkilatçısı, modelyer, mebel ustası, bağban və s. kimi peşələr nəzərdə tutulub.
Sorğuda iştirak edənlərin mütləq əksəriyyəti işçi tapmağın ən optimal yolunu məhz «dost-tanış vasitis ilə» olduğunu qeyd edib (63.1%).
İşçi axtarmağın 2-ci ən mühüm yolu kimi isə «İnternet»in olduğu qeyd edilib (38.7%)
İşçi tapmaq üçün müəssisələrə müraciət edənlər üst-üstə 8% təşkil edir (profesionlar şirkətlər, sərbəst işçi təklif edən şirkət, məşğulluq idarələri).
Sorğu aşkar edir ki, respondentlərin mütləq əksəriyyəti İnternetdən cəlb edilən işçilərə etibar etmir. Bekəki, «İnternetdən cəlb edilən işçiyə olan etibarınızı 5 ballıq şkala üzrə qiymətləndirənlərin» cəmi 18.5%-i İnternetdən cəlb edilən işçiyə etibar etdiyini qeyd edib.
Hətta respondentlərin əksəriyyəti daha ehtiyatlı davranaraq şərt irəli sürərək bildirirlər ki, İnternetdən cəlb edilən işçiyə sınaq müddəti verildikdən sonra işə qəbul edilməlidir.
Araşdırma nəticəsində məlum olur ki, iş axtaran işçilər üçün iş elanları və CV yerləşdirən veb saytların faəliyyəti cəmi 47.9% respondent tərəfindən faydalı hesab olunur.

Xülasə

Yekun hesablamalara görə bu tip saytların faydalılığı 5 ballıq şkala üzərindən 3.12 balla qiymətləndirilib.
Nəticədə sahibkarların İnternetdən cəlb edilən işçilərə olan etibarlıq qiymətləndirməsi göstərir ki, (2.52 bal) bu kanaldan gələn işçilərə sahibkarlar etibar etmirlər. Eyni zamanda iş elanları və CV yerləşdirilən saytların (3.12) faydalılıq qiymətləndirməsi göstərir ki, sahibkarlar bu istiqamətdə qərarsızdırlar.
Görünür ki, işçi axataranlarda işədüzəltmə agentikləri ilə əmkdaşlıqda arzuolunmaz səviyyədə təcrübə formalaşıb.
Çünki işçi axataranlar işədüzəltmə agentlikləri ilə əmkdaşlıqdan maksimal dərəcədə yayınmağa meyillidirlər.
Sorğuya cəlb olunanların əksəriyyətinin işçi axtarmaq üçün «özüm İnterentdə elan verərəm» (52%) deməsi, yuxarıda qeyd edilən fikirlərin doğru olma ehtimalını yüksəldir.
Nəticələr göstərir ki, cəmi 16.4% respondent işədüzəltmə agentlikləri ilə əməkdaşlıqda maraqlı görünür.

Business Insight International Research Group

NƏ ÜÇÜN BUSINESS INSIGHT?

- 21 illik beynəlxalq təcrübə
- Müxtəlif araşdırma sektorları üzrə geniş biliklər
- Yüksək qabiliyyətli personal
- Azərbaycan və dünya miqyasında layihələr keçirmək imkanı
- Bütün layihələrin sahə işinin peşəkar və nöqsansız təşkili
- Müasir metodlardan və avadanlıqlardan istifadə
- Müasir texnologiyalar, təkmilləşmələr tətbiq edilməsində liderlik
- Business Insight üçün etibarlılıq və operativlik ən önəmli amildir
- Layihələrin bütün mərhələlərinin şirkət tərəfindən həyata keçirilməsi

Business Insight ESOMAR Ümumdünya Marketinq və Araşdırma Mütəxəssisləri Assosasiyasının üzvüdür.

ESOMAR | 70 WORLD RESEARCH

Business Insight IRG MSPA Gizli Müştəri Araşdırmaları üzrə Peşəkarlar Assosasiyasının üzvüdür.

MSPA EUROPE/AFRICA MYSTERY SHOPPING PROFESSIONALS ASSOCIATION

Business Insight bütün marketinq, sosial araşdırmaları və promo kampaniyaları ISO 20252 beynəlxalq standartının tələblərinə müvafiq olaraq həyata keçirir.

Business Insight
International Research Group

ARAŞDIRMALARA VERDİYİNİZ DƏYƏRƏ GÖRƏ SİZƏ TƏŞƏKKÜR EDİRİK!

ARAŞDIRMAYA AYRILAN HEÇ BİR BÜDCƏ, SƏHV İNVESTİSİYA QOYULUŞUNDAN DAHA BAHALI DEYİLDİR

(+994 12) 530 6455 / 530 6422
(+994 12) 430 30 42/430 00 70
(+994 12) 430 17 77
www.businessinsight.az
office@businessinsight.az
fb/BusinessInsightIRG