



Azərbaycanın uzunmüddətli etibarlı tərəfdaşı və iri neft-qaz layihələrinin əməliyyatçısı olan BP şirkəti ölkənin həyatının ən mühüm sahələrinə – təhsilə, yerli icmalarda imkanların yaradılmasına, kiçik və orta biznesin inkişafına, ətraf mühitin qorunmasına, xalqın zəngin mədəni irsinin və tarixinin tədqiqi və təbliğinə, milli idmanın inkişafına öz töhfəsini verməklə Azərbaycanın gələcəyinin möhkəm təməllər üzərində qurulmasında iştirak edir.

Bu kitabın Azərbaycan dilinə tərcüməsi və nəşri BP-nin ölkədə təhsilin inkişafına verdiyi dəstəyin bir hissəsidir. Kitab bu sahədə ixtisaslaşan təhsil müəssisələrinə və insanlara BP-nin hədiyyəsidir.

Yeni biznes yolu testi

Sahibkarlar və investorlar startapa
başlamazdan əvvəl nə etməlidirlər

Con Mallins



Con Mallins. Yeni biznes yolu testi
(ingilis dilindən tərcümə)

Layihə meneceri: Ülkər Hüseynova
Təhsil üzrə məsləhətçi: Elmina Kazımsadə
Tərcüməçi: Anar İbrahimov
İxtisas redaktoru: Nərmin İbrahimova
Nəşriyyat redaktoru: Famil Cəfərli
Texniki redaktor: Vüsalə Babayeva
Buraxılışa məsul: Rəşad İsmixanov
Korrektor: Flora Əliyeva
Dizayner: Mahir Allahverdiyev

Bakı, TEAS Press Nəşriyyat evi, 2022, 360 s.
ISBN 978 9952 563 08 5

Bu kitab ilk dəfə 2003-cü ildə "Pearson" nəşriyyatı tərəfindən "The New Business Road Test" adı ilə nəşr olunub. Əsər "Pearson" nəşriyyatının orijinalı əsasında TEAS Press Nəşriyyat evində tərcümə edilərək çapa hazırlanıb. Kitabın Azərbaycan dilinə tərcüməsi və nəşri hüququ TEAS Press Nəşriyyat evinə məxsusdur.

www.teaspress.az
Bütün hüquqlar qorunur.

© John Mullins, 2003
© TEAS Press Nəşriyyat evi, 2022

Mündəricat

Bu kitabı niyə oxumalısınız? / ix

Müəllif haqqında / xvii

Müəllifin minnətdarlığı / xviii

Minnətdarlıq / xxi

BİRİNCİ HİSSƏ: Yeni biznes ideyanızı yol testindən keçirin / 1

- 1 Əlimizdəki imkan: işləyəcək, yoxsa yox? / 3**
- 2 Balıq tora düşəcəkmi? / 25**
- 3 Bu, cəlbədicə bazardır? / 51**
- 4 Bu, cəlbədicə biznes sektorudur? / 75**
- 5 Rəqabətli və iqtisadi davamlılıq:
bazarda nə qədər qala bilərik? / 101**
- 6 Sahibkarlıq və ya investisiya xəyalınızı idarə edən nədir? / 131**
- 7 Siz və komandanız icra edə bilərsinizmi? / 153**
- 8 Əlaqələriniz vacibdir: hansı daha böyük əhəmiyyət
kəsb edir? / 179**
- 9 Fərsətlərinizi inkişaf etdirin: yeddi təklif prinsipini işə salın / 199**
- 10 Sahibkarlar və investorlar “başla” düyməsini
basmazdan əvvəl nə etməlidirlər? / 215**

İKİNCİ HİSSƏ: Yol testiniz üçün alətlər dəsti / 229

- 11 Bilmədiklərimizi necə öyrənə bilərik? / 231**
- 12 İncə investorlar kimə lazımdır? / 245**
- 13 Bazar təhlili iş vərəqi / 259**
- 14 Sektor təhlilinin yoxlama siyahısı / 263**
- 15 Yeni biznes yol testiniz üçün bazar araşdırmasını
özünü aparın / 273**
- 16 Faktlara əsaslanan proqnozlaşdırma / 287**
- 17 Lazım olanlara maliksinizmi? / 299**
- 18 Yol testi ilə bağlı kömək almaq / 307**
 - Əlavə – Tədqiqat metodologiyası / 309
 - Qeydlər / 313
 - İndeks / 331

Əvvəlki nəşrlərə dair oxucu və media rəyləri

Dəlilik adlandırma biləcəyimiz ideyaları və real imkanları fərqləndirmək üçün əla vasitədir, bəzi hallarda isə o, ağılsız ideyaları düzgün formaya salmağa kömək edir.

Maks Aytken, sosial sahibkar

Sahibkarlara və biznes sahiblərinə onların çoxunun yol verdiyi səhvlərdən yayınmağı öyrədir.

“Start Your Business” jurnalı, iyun, 2010

“Yeni biznes yolu testi” rastlaşdığım ən dəyərli məsləhət materiallarından, bələdçilərindən biridir. Müştərilərimə başqa nələr tövsiyə etməyimdən asılı olmayaraq, bu möhtəşəm kitabı oxumaq tövsiyələrim arasında həmişə birincilərdən olur.

Yan C.R.Uilson, direktor, “Ian Wilson Associates”, Edinburq

Biz yaradıcılıq/fikir yaratma seminarlarını Con Mallinsin “Yeni biznes yolu testi”nə əsaslanan texniki-iqtisadi təhlil kursu ilə birləşdiririk. Bu kitab tənqidi düşüncə, qeyri-müəyyənliyi qəbul etmək, uğursuzluqları müəyyənləşdirmək və təcrübə ilə təəvvürü birləşdirmək üçün möhtəşəm vasitədir. Həqiqətən, bu bizim peşəkar MBA üçün əsl diplom işidir. Bəzi hissələr xaotik olsa da, öyrənmək üçün dəyərli bir vasitədir və tələbələr tərəfindən həmişə rəğbətlə qarşılanır.

Professor Sara Dodd, Hunter Sahibkarlıq Mərkəzi, Stratklayd Universiteti

Bəzi sahibkarlar ənənəvi qaydaları tətbiq edərək onları kitabda yazılmış yeni qaydalarla niyə əvəz etməli olduqlarını düşünəcək və bu kitabdən faydalana bilməyəcəklər. Ancaq bu kitab yeni bir vençur yaratmağı düşünənlər üçün nəyin uğurlu, nəyinsə uğursuz olacağını tez bir şəkildə müəyyənləşdirməkdən ötrü gözəl üsul təklif edir.

“Director” jurnalı, iyul/avqust, 2010

Bu kitab düşünmədən yeni bir vençura başlamaq istəyən hər kəs üçün bir test üsulu təklif edir. Kitabın oxucuları tədqiqat nümunələrindəki hekayələri (keysləri) kəşf etməkdən zövq alacaqlar.

“Financial Times”, iyul, 2003

Həç vaxt görüşməmişik, amma mən sizin “Yeni biznes yolu testi” kitabınızı sevirəm. Səmimiyyətlə deyə bilərəm ki, oxucular tərəfindən aldığım bu mesajlar biznesimin inkişafı üçün alacağım 10 illik qrantdan daha çox dəyərlidir.

Metyu Slayt, təsisçi, “Love Tea”

Fürsətdən istifadə edərək yeni biznes imkanlarının təhlilində tətbiq etdiyiniz yanaşmaya heyranlığımı bildirmək istəyirəm. Kitabınızda istifadə etdiyiniz 7 sahəni çox yaxşı təsvir etmişiniz. Bu mövzuda bir sıra kitablar yazılsa da, mövzunun bu qədər praktik şəkildə işlənməsi heyrətamizdir.

Cerri Lemberq, sədr, "Silver Fox TeroVentures"

Həm sahibkarlar, həm də kiçik biznes sahibləri üçün olduqca dəyərlidir.

Devid Kelnar, Greatvine.com

İlk ilimdə əsl sıçrayış etdim və bir sıra müqavilələr bağlamağa başladım. Conun kitabı, həqiqətən də, mənə öz biznes modelimi asan bir üsulla başa düşməkdə, öz işinə sahib olmağın riskini anlamaqda kömək etdi.

Martin Kostello, "Rowan Landscapes"

Con Mallins qlobal sahibkarlıq cəmiyyətində görkəmli şəxsiyyətdir.

David Campolo, "Pi Capital"ın baş icraçı direktoru, London

Bu vəsaiti həm qəbul etdiyimiz planları təhlil etməkdə, həm də yazdığımız məlumat qeydlərini strukturlaşdırmaqda faydalı hesab etdim.

Riçard Allen, direktor, "101Capital Limited"

Con Mallinsin "Yeni biznes yolu testi" bazar günü avtomobil səyahətində "yatmış polis" in sahibkarlıq ekvivalentini təqdim edir: dəyərin kompüter cədvəlində və ya dəbdəbəli "PowerPoint" təqdimatında yaradıldığına inananlar üçün yeni vasitələrin necə effektiv olduğunu göstərir.

Professor Benoyt Lelo, IMD, Lozanna, İsveçrə

Biznes ideyalarını biznes planlarına çevirməzdən əvvəl tələb olunan məcburi vasitədir.

Federiko Sarti, I3P inkubatoru, Torino, İtaliya

Mən çoxlu biznes kitabları oxumuşam, lakin sizinki fəaliyyət planı təklif edən yeganə dərslikdir... Kitabı oxuyarkən hədəf bazarlar haqqında nə qədər az məlumatımın olduğunu görmək mənim üçün yenilik oldu.

Patrik Stüart, Mərkəzi AV-nin idarəedici direktoru

Tələbələrim mənə kitabınızı həm ilham mənbəyi olaraq, həm də praqmatik və təcrübi perspektivinə görə nə qədər bəyəndiklərini bildirirlər.

Larri Plammer, Kolorado Universitetinin professoru

Kitabı oxuyandan sonra mənim və qalan hər kəsin yol verdiyi ümumi səhvlərin fərqi nə vardı, ancaq digər kitabların heç biri bunları vurğulamırdı. Düşünürəm ki, keçmiş təcrübəmiz və sizin kimi istedadlı insanların bəzi ekspert məsləhətləri ilə düzgün yoldaydıq.

Heder Bonte, "Cultivating Minds" şirkətinin idarəedici direktoru

Bu, yeni bir biznesə başlamazdan əvvəl oxumalı olduğunuz ən vacib kitablardandır.

Riçard Styutli, "The Definitive Business Plan"ın müəllifi

Son 18 il ərzində peyk rabitəsi sektorunda uğurlu sahibkar kimi biz yeni biznes ideyası hazırlayırdıq və təsadüfən Con Mallinslə söhbət etdik. Onun kitabı bizim biznes planımız üçün ümumi bir yoxlama kimi idi. Bu kitab vasitəsilə biz bir çox problemləri aradan qaldıra bildik. Yeni və köklü sahibkarlar üçün hərtərəfli vasitə təklif edən əla bir kitabdır.

Sancay Sinqal, prezident və baş icraçı direktor, "Sintel Satellite Services, Inc.", Nyu-York

Kitabınızı oxuyarkən qeyri-iradi olaraq fikirlərimi yazdım və düşüncələrimi nizama saldım. Siz mənə cızma-qara və diaqramlarla dolu vərəq verdiniz ki, onların arasında öz biznesimin ətraflı təsvirini gördüm. Artıq 18 aydır ki, fəaliyyət göstəririk və görünür, artıq ilkin biznes planı yazmağın vaxtıdır. Sizin bu kitabınız plana köməklik əlini uzatdı.

Tim Kreyn, London İnkişaf Araşdırmaları, idarəedici direktor

Mən "Yeni biznes yolu testi" kitabınızı oxuyaraq geniş biliklərə yiyələnən bir kanadalı sahibkaram. Adamın gözünü açan möhtəşəm bir kitab yazdığınızı üçün təşəkkür edirik.

Kristian Tueytes, korporativ inkişaf üzrə prezident, "FORPAC BioSciences", Vankuver, BC

Kitabınızı öz sahibkarlıq proqramıma əlavə etmişəm və onu mütəmadi olaraq məsləhət verdiyimiz və sərmayə qoyduğumuz sahibkarlara verirəm. Belə vacib bir kitab yazdığınızı üçün sizə təşəkkür etmək istərdim.

Vic Saryu, sədr və baş icraçı direktor, "Radical Funds", Nyu-York

Kitabınızdan qarşıma çıxan fürsətləri qiymətləndirmək üçün müntəzəm olaraq istifadə edirəm. Bu kitab əvvəllər üzərində çalışıb vaxt itirdiyim məsələləri aydınlaşdırmaq baxımından çox faydalı oldu.

Ceremi Renvik, Kubernetes Ltd., "Oxfordshire", Böyük Britaniya

Mövcud "Harvard Business Review" nəşrini götürdüm və "Pisdən sonra yaxşı pul" haqqında yazını oxudum. Amma sonra bu kitabınız – "Yeni biznes yolu testi" qarşıma çıxdı. Necə bir "evrika" anı yaşadım. Şərhləriniz və yeddi təklifiniz düşüncələrimizi dərinləşdirdi, daha da əmin oldum.

Deyv Sazerlend, "Retrievall Inc.", Ontario, Kanada

Həm sahibkarlar, həm də bir sıra rəhbərlər üçün çox lazımlı və əvəzolunmaz vasitədir. Mən karyeramın bir hissəsini şirkətləri qurmağa və ya böyütməyə çalışan insanlarla işləmişəm. Ən çətin iş onları mikromenecment səviyyəsində çətin işi görməyə – müştərilərin problemlərini müəyyənləşdirməyə və onların həlli yollarını tapmağa razı salmaqdır. Biznes planlarını həm yazan, həm də nəzərdən keçirən biri kimi indi məyus halda başımı yelləmək və ya özümü dayanmadan təkrarlamaqdansa, insanlara verə biləcəyim bir mənbəyə sahibəm.

Mark Pfayfer, biznes planlaşdırma mütəxəssisi

Bu kitabı niyə oxumalısınız?

Böyük Britaniyada hər il 2 milyona yaxın sahibkar yeni biznes quraraq bazara daxil olur. Onların bir çoxunun təşəbbüsləri inkişaf etmir, elə masa üzərində qalır, bununla da uğursuzluğa düşür. ABŞ-da isə eyni işlə məşğul olmaq istəyənlər 15 milyondan çox sahibkar qeydiyyatdan keçir. Onların da bir çoxunun biznesi uğursuzluğa düşür və tezliklə bağlanır. Həmin biznes sahiblərinin və ya vençur kapitalı üçün vəsait axtaranların yüzdəbirindən azı axtarıqları pulu toplamaqda uğur qazanır.

Sahibkarlığın inkişafı üçün yuxarıda qeyd olunan mənzərə heç də ürəkaçan deyil. Bütün bunlar qorxulu, uzun və çətin görünür. Bəs nəyə görə, Dünya Sahibkarlıq Mərkəzinin məlumatına əsasən, 2016-cı ildə Böyük Britaniyada hər 12 nəfərdən, Şimali Amerikada isə hər 7 nəfərdən biri bu və ya digər şəkildə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olur? Dünyada niyə bu qədər çox insanın ilkin investisiyaya marağı olur, investisiya edir? Qısa cavab – imkanlardır. Ən azı ideya müəllifi üçün şəxsiz uğur kimi görünən ideyanı inkişaf etdirmək imkanı... Əsas cəlbəedici cəhət işçilərin ofisdə məcburi oturmaq, ixtisar olun-

“**Biznes sahələrinin statistik məlumatlarına əsasən, əksər biznes imkanları ilk baxışda görüldüyü kimi deyil**”

maq qorxusu, başqalarına hesabat vermək kimi sıxıcı işlərin olmamasındadır, həmçinin müqavilə imzalanan masanın hər iki tərəfində sahibkarlıq təşəbbüslərinə xas olan həyəcan, çağırış və sadə əyləncə üçün fürsətlərdədir. Bütün bunlar sahibkarlıq subyektlərinin inkişafı üçün əsas faktorlardır. Bunu yaxşı bilirəm, çünki mən də onlardan biri olmuşam.

Lakin burada bir problem var. Biznes sahələrinin statistik məlumatlarına əsasən, əksər imkanlar ilk baxışda görüldüyü kimi deyil. Həmin imkanların əksəriyyətinin ən azı bir görünməz və “ölümcül” qüsuru var ki, bu da onları hər formadakı çətinliklərə qarşı həssas edir və bu qeyri-müəyyənlik sahibkarların böyük həyəcanı bahasına başa gəlir. Çoxsaylı araşdırmalardan aydın olur ki, yeni müəssisələrin böyük əksəriyyəti aşağıda göstərilən səbəblərə görə uğursuz olur:

- bazar səbəbləri – ola bilsin ki, hədəfdə olan bazar çox kiçik olur və ya bazarda təklif edilən məhsula, sadəcə, tələb olmur;
- məhsulun daxil olduğu sektor, biznes sahəsi səbəbləri – sizin müştəriləri əldə etmək rəqiblərdən ötrü çox da çətin olmur;

- təşkil olunan komandanın uğursuz olması səbəbləri – komanda işə yeni başlayan sahibkarlıq müəssisələrini bazardan çıxarmağa çalışan geniş bazar qüvvələri qrupunda adekvat olmur və lazımı bacarığa malik olmur.

Oxuduğunuz bu kitab qeyd olunan çətinliklərin öhdəsindən gəlməkdə sizə necə kömək edə bilər?

Bu kitabın əsasını təşkil edən araşdırma (“Əlavə” bölməsində “Tədqiqat metodologiyası”na baxın), əsasən, fokuslandığı sahə üzrə şansları üstələmək istəyən, – rəqabətdə qalib gəlmək üçün daha çox və daha ağılla işləmək, kiçik bir başlanğıcda biznesinə başlamaq istəyən, – sahibkara xırda bir çətinlik qarşısında işinə ara verməməyi, biznesi inkişaf etdirmək üçün gözəl biznes planı yazmağı, bir inkişaf planı tərtib etməyi və hər hansı digər formada işə yenidən başlamağı izah edir. Bəli, o adam *Sizsiniz*. Bu işə başlamazdan və ya qələmi kağıza toxundurmadan əvvəl dönüb geriyyə baxmalı və arxasınca düşmək istədiyiniz işi müəyyən etməlisiniz. Bu kitabın işıqlandırdığı və həyata keçirdiyi yeddi mühüm cəlbedici imkanları nəzərdən keçirin. Mümkünsə, cəlbedici bir fürsət kimi görünən işdə gizli qalan və ölümcül qüsuru aşkar etməyə çalışın. Əgər siz sahibkarsınızsa və ideyanızı həyata keçirmək üçün investor axtarırsınızsa, o qüsuru mütləq aşkar edin, çünki potensial investorlar həmin qüsurları mütləq axtarmağa çalışacaqlar. Yaxşı olar ki, o qüsurları əvvəlcə siz tapıb layihənizi investora həmin qüsurlarla birlikdə təqdim edəsiniz.

Nə üçün narahat olmalıyıq?

Bəs nəyə görə bu kitabı oxumadan bir sahibkar və ya müəssisənin potensial olaraq erkən mərhələdə investisiya edən bir investoru olmayasınız? Və ya bu kitabda irəli sürülən yeddi təklifi bir qırağa qoyub birbaşa biznes planı hazırlamadan, yaxud ən yaxşısı, sadəcə olaraq, biznesə başlamadan pul qazanasınız? Bunun üçün aşağıda göstərilən üç əsas səbəb var:

- Birincisi, bu kitab həm sahibkarlara, həm də investorlara yaxınlaşmaqda olan fəlakətdən qaçmaq imkanı verir. Əksər sahibkarlar, demək olar ki, eyni nəticə ilə üzləşirlər. Təəssüf ki, uğursuzluğa düşər olan bizneslərin məlumatına əsasən, bu, ehtimal olunan bir nəticədir. Kitabda qeyd olunan yeddi təklifə əsaslanan müştəriyönümlü bir biznesin qurulması sizə tam biznes planının hazırlanmasına vaxt və enerji sərf etməzdən və ya mümkün olan işlərə başlamazdan əvvəl prosesin əvvəlində imtina etmək şansı verir. Kritik qüsurları erkən müəyyən etmək əsaslı şəkildə qüsurlu olan bir fürsətə sərf oluna biləcək həftələrə və ya aylara qənaət edə bilər.

- İkincisi, bu kitab perspektivli görünən imkanlar üçün texniki-iqtisadi əsaslandırmaya zəmin yaradır və sıçrayışa gətirib çıxarmasına kömək edir. O, təklif olunan müəssisənin hansı gəlirlər əldə edəcəyi barədə aydın, müştəriyönümlü bir vizyon təqdim edir – bazar, sənaye və komanda baxımından müstəqil və kollektiv şəkildə idarə olunması yollarını göstərir.
- “...perspektivli görünən imkanlar üçün texniki-iqtisadi əsaslandırmaya zəmin yaradır...”**
- Üçüncüsü, bugünkü ilkin startap hərəkətinin göstərdiyi kimi, biznes planlarının əksəriyyəti çap olunduğu kağıza belə dəymir. Mənim müşahidələrimə görə, biznes planlarını əksər vaxtlarda çətin anlarda böhrandan çıxmaq üçün hazırlayırlar və *real* (ehtimal ki, prototip) məhsullar haqqında *real* müştərilərdən *real* məlumat əldə etmək üçün çox az vaxt sərf olunur. Müştəriyə əsaslanan texniki-iqtisadi əsaslandırma, cavabsız suallara cavab vermək üçün etibarlı və fokuslanmış plan hazırlamaq bəzi hallarda daha böyük həvəslə hazırlanmış, lakin ümitsizcəsinə sadələşmiş və əsassız biznes planından daha az uğur qazanır. Bu kitab həmin vəziyyətləri *real* təcrübələr əsasında izah edir. Kitabın qalan hissəsində bu mövzu haqqında daha ətraflı məlumat veriləcək.

İmkanların bütün incəliklərini nəzərdən keçirəndən sonra yeddi təklif yol testi uğur üçün heç bir şansı olmayan bir investisiyaya girmək riskini azaldır. Hansı sahibkar biznes uğursuzluqlarının acınacaqlı statistikasının növbəti “qəhrəmanı” olmaq istəyər? Və hansı investor belə bir riskli investisiyada pul itirmək istəyər? Əlbəttə ki, siz yox. Sadəcə olaraq, bu kitab (yol testi) həm müştərilərin aldanmamaq, həm də investisiya layihəsinə kapital cəlb edən uğurlu biznesə başlamaq şanslarını artırır.

Bundan əlavə, ictimai nöqtəyi-nəzərdən bu kitab sizdə biznes planları yazmazdan və təqdim etməzdən, yaxud başlanğıcda ən sadə iş başlamazdan *əvvəl* sahibkarlıq resurslarının israfını azaldan bir kitabdır. Sahibkarlar qlobal iqtisadiyyatın aparıcı qüvvələridir. Onların firmaları yeni iş yerləri yaradır və başqalarının biznesə başlaması üçün nümunə olur, onlara yol göstərir, motivasiya edir. Gəlin bugünkü sahibkarlara və erkən mərhələdə olan investorlara, o cümlədən sizin özüünüza baxaq. Biz azı uğur qazanmaq şansı olan müəssisələrdən nümunə götürərək işləyirik!

Bu kitabı kim oxumalıdır?

Prinsip etibarilə bu kitab aşağıda göstərilən formada imkanlara yönəlmiş ciddi sahibkarlar və onlara dəstək olanlar üçündür.

- Bu kitab işlədikləri böyük, cansıxıcı, inkişafa meyilli olmayan, çeviklikdən uzaq bizneslərdən çıxmaq üçün can qoyan insanlar; təkbaşına tətill etmək istəyən insanlar; bir və ya daha çox fürsətləri nəzərdən keçirmiş, onları müəyyən etmiş, lakin onları sınamaq üçün bir yola ehtiyacı olan insanlar; öz bizneslərini idarə etmək və onlara iqtisadi azadlıq gətirə biləcək əhəmiyyətli müsbət potensialdan faydalanmaq istəyən insanlar üçündür.
- Bu kitab həm də artıq öz bizneslərini qurmuş və təsəvvür etdiklərindən daha böyük çətinliklərlə üzləşən sahibkarlar üçündür. Bəlkə də, seçdikləri bu yolun yaxşı olub-olmaması məsələsində tərəddüd edənlər üçündür.
- Bu kitab həmçinin yeni məhsuldan daha çox ideya yarada biləcək ideyalara və ya texnologiyalara malik mühəndislər, ya ixtiraçılar üçündür.

“Yeni biznes yolu testi”ndən və onun yeddi təklifinin təhlilindən faydalana biləcək dörd başqa qrup da var:

- İnvestorlar – istər ailə, istər dostlar, istərsə də “biznes mələkləri”, hətta vençur kapitalına yeni gələnlər, – öz bacarıqlarını təkmilləşdirmək və sahibkarlıq masasına öz pullarından daha çoxunu gətirmək istəyənlər. İnvestorların müstəqil, aydın məsləhətləri sahibkarlar üçün gətirdikləri puldan daha dəyərlidir.
- Baş menecerlər, yeni məhsul yaradılması üzrə menecerlər və biznesin inkişafı üzrə mütəxəssislər şirkətin dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün müxtəlif yollardan istifadə edirlər. Onlar bilirlər ki, şirkətləri böyütmək üçün yeni cəlbedici bazarlar tapmalı və müştərilərin qarşısına uğurlu məhsullarla çıxmalıdırlar. Bu iş çox da asan başa gələn iş deyil. Görəsən, şirkətlər bunun öhdəsindən necə gəlir?
- Məsləhətçilərin və digərlərinin işlədikləri yerlərdə daha yaxşı sahibkarlıq ekosistemləri yaratmaq.
- Universitetin professor-müəllim heyəti, mentorlar – bu qrup insanlar təlim düşərgələrində sahibkarlara imkanları qiymətləndirməyi, ilk biznes planını yazmağı və ya startapı işə salmağı öyrədir. Fakültə və bu tipli tərəfdaşlar üçün genişmiqyaslı resursları təmin etməkdən ötrü hətta veb-sayt da var: go.pearson.com/uk/business.

Bu insanlar nə ilə məşğuldurlar? Bəlkə, elə siz də bu gün onlardan birisiniz? Bəziləri bugünkü artan sahibkarlıq mədəniyyətinin əhatə dairəsinə daxil olmaq və ya ona sərmayə qoymaq üçün hər anını sərf edirlər. Onlar düzgün qiğılıcım, düzgün ideya və perspektivli bir işə başlamaq üçün düzgün tərəfdaşlar axtarmaq məqsədilə həftəsonlarını düşərgələrdə, hakatonlarda və ya startap təlim düşərgələrində keçirirlər.

Digərləri artıq konsepsiya ilə məşğuldur və ya artıq bu yaxınlarda bunu ediblər, lakin uğura aparan yol hələ də bəlli deyil.

Bu tipli sahibkarlardan hansı formada olmasından – gələcək sahibkar və ya erkən mərhələdə investor olmağınızdan asılı olmayaraq, əgər siz, sadəcə, bir işə başlamağa deyil, yeni işinizdə *uğur qazanmağa* ciddi yanaşırsınızsa, bu kitab sizin üçündür.

“**Əgər siz, sadəcə, bir işə başlamağa deyil, yeni işinizdə uğur qazanmağa ciddi yanaşırsınızsa, bu kitab sizin üçündür**”

Bu, yeni müəssisələrin əksəriyyətini gözləyən fəlakətdən qaçmağa kömək edəcək. Bəli, hətta sizi də...

Bu kitabı oxuyandan sonra nəticə nə olacaq?

Planlaşdırma mərhələsində olmaqdan tutmuş artıq şirkət qurub fəaliyyətə başlamış şirkətlərin rəhbərlərinə kimi bu kitabı oxuyub bitirəndən sonra onlar aşağıda göstərilən üç nəticədən birinə çatacaqlar:

- Ola bilsin ki, ən ümumi nəticə böyük qüsurların üzə çıxarılması olacaq. “Çox şadam ki, *bu* ideyanı həyata keçirməkdən, ona sərmayə qoymaqdan əl çəkməmişəm”. Gələcəkdə baş verə biləcək fəlakətin qarşısı alındı, buna görə də əlavə vaxta, enerjiyə, pula qənaət edilmiş oldu. Bu nəticəyə çatan yeni bir müəssisədə olanlar fəlakət başlamazdan əvvəl biznesin istiqamətini dəyişmək və ya satmaq üçün bir yol fikirləşə bilirlər.
- Başqa bir ümumi nəticə müəyyən edilmiş qüsurların aradan qaldırılması olacaq. Fərsətlər mütəhərrikdir və sahibkar öz gəlirlərini artırmaq üçün fərsəti tez-tez yenidən formalaşıdır bilir:
 - fərqli bazarı hədəfləmək;
 - əvvəlcə planlaşdırılardan fərqli məhsul və ya xidmət təklif etmək;
 - məsələn, istehsalçı deyil, distribütor kimi dəyər zəncirində fərqli səviyyədə təşkil etmək;
 - ilkin konsepsiyada çatışmayan bacarıq və ya münasibətləri sahibkar komandasına əlavə etmək.
 İmkanlar təkamül edə bilər və bu kitabda təsvir olunan düşüncə prosesi bu təkamülü sürətləndirir, onu gücləndirir. Düzgün təhlillərə əsaslanan düzəlişlər nə qədər tez baş versə, bir o qədər yaxşıdır.
- Üçüncü mümkün nəticə – ən yaxşı, lakin nadir hallarda rast gəlinən nəticə odur ki, yeddi təklif analiziniz nə qədər baxsan da, heç bir ciddi qüsurlar aşkar etmir.

Daha yaxşısı:

- ev tapşırığının potensial müştərinizin kiminsə yaşadığı real problemi müəyyənləşdirir və siz cari həllərdən daha yaxşı, daha sürətli və ya daha ucuz həll təklif edirsiniz;
- təklifiniz iqtisadi baxımdan işləyən biznes modeli ilə davamlı rəqabət üstünlüyü yaratmaq imkanına malikdir;
- bazar görülən işləri reallaşdırmaq üçün kifayət qədər böyükdür;
- sektor kifayət qədər cəlbedicidir;
- sahibkar komandanız uğur qazanmaq üçün lazım olan hər şeyə malikdir.

Belə nəticə ilə bağlı ən yaxşı xəbər ondan ibarətdir ki, startapa sürətlə başlayarkən yeddi məsləhətin (domainin) sübuta əsaslanan inandırıcı, cəlbedici və sınaqdan keçmiş məsləhətlər olduğunu göstərir.

Niyə Con Mallins? Biznes məktəbinin professoru sahibkarlıq biznesinə başlamaq haqqında nə bilir?

Bu kitab sizə dünyanın, sadəcə, bir neçə fakültəsində mövcud olan akademik təcrübəni və üç müxtəlif sahibkarlıq təcrübəsini özündə birləşdirən bir müəllifin fikirlərini təqdim edir. Sadə dillə desək, bu kitabda qeyd etdiyim hər bir məqam öz bizneslərimdə yol verdiyim səhvlərin və akademik karyeramda digərlərinin təcrübələrində öyrəndiklərimin birləşməsidir.

Mən ilk vaxtlar gündəlik geyim mağazalarına malik olan “Gap” adlı möhtəşəm və gənc bir şirkətdə vitse-prezident vəzifəsində çalışdım. Mən “Pasta Via International”ı təsis etdim və bazar və texnoloji dəyişikliklər şirkətimizi çökdürməzdən əvvəl onu ictimaiyyətə təqdim etdim. Mən amerikalı manqal həvəskarları üçün baca tipli kömür manqalarını hazırladım. Mən ABŞ, Böyük Britaniya, Avropa və Asiyada sürətlə inkişaf edən sahibkarlıq şirkətlərinin idarə heyətində çalışmışam. Bütün bu təcrübələrdən və bu kitabın əsasını təşkil edən geniş tədqiqatdan mən hər bir sahibkarın və bir çox investorların öyrənə biləcəyi güclü dərslər verən fikirlər əldə etmişəm.

Sahibkarlıq üzrə həmkarlarım və bir çoxumuzun uğurlu sahibkarlar kimi dünya səviyyəli sahibkarlar yetişdirdiyimiz, vençur kapitalı biznesi üçün istedadlı kadrlar hazırladığımız London Biznes Məktəbinin professoru kimi mən bütün bildiklərimizin qısa məzmununu sizə ötürməyə çalışacağıq. Əlinizdəki tapa biləcəyiniz ən sadə və ən “daha” anları yaradan kitabdır. Onu oxuduqdan sonra inanıram ki, yeddi təklifdən

“**Yeddi təklifdən birinə belə əməl etməməyin uğursuzluqla nəticələnəcəyi fikrində mənimlə razılaşacaqsınız**”

birinə belə əməl etməməyin uğursuzluqla nəticələnəcəyi fikrində mənimlə razılaşacaqsınız. İdeyasını yeni biznes yolu ilə sınaqdan keçirməyən investorlar və sahibkarlar böyük riskə girirlər!

Kitabın fəsilərində yer alan anlayışlar yalnız mənim düşüncələrimin məhsulu deyil. Onlar vençur biznes investorları, “biznes yevangelistləri” və təcrübəli sahibkarlarla bir sıra müsahibələrin, həmçinin kitabın əsasını təşkil edən inanılmaz sahibkarlıq hekayələrinin geniş və ətraflı araşdırma ilə birləşməsinin bir nəticəsidir.

Niyə beşinci nəşr?

“Yeni biznes yolu testi”nin əvvəlki dörd nəşri təkcə ingilisdilli bazarlarda deyil, həm də çoxsaylı digər dillərə tərcümələrdə böyük uğur qazanmışdı. “Bu kitab hələ də aktualdır mı?” – deyə özümə sual verdim, çünki kitab on ildən çoxdur çap olunub.

Gördüm ki, xətti startap hərəkəti adlı bir yeniliyin öncüllərindən olmuşam. Bir çox sahibkarlar, yəqin ki, “Bu kitab və onun təqdim etdiyi dəyərləndirmə üsulları günümüzün startap bazarına nə qədər uyğundur?” sualını verirlər. Bu yeni nəşr belə sualların bir çoxunu cavablandırır.

Ancaq bu da hamısı deyil. Əlbəttə ki, bu, yeni və tam yenilənmiş nəşrdə hər bir hadisənin tarixi gündəmə gətirilir, hekayələrin hər birinin sonunda “Nə baş verdi?” hissəsi əlavə olunur. Bu nəşr həmçinin yeddi sahənin hər birində əsas risklərin müəyyənəşdirilməsinə və onların müştəriyə əsaslanan texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmasına xüsusi diqqət yetirir. Kitabın V fəslində ötən nəşrdə başladığım tendensiyaya əsasən yeni bir biznesin dayanıqlılığına xüsusi diqqət yetiririk. Bu yeni yanaşma artıq biznes dünyasında da oturmuş bir işə başlamazdan öncə onun davamlılığının və dayanıqlılığının ölçülməsi adəti ilə vəhdət təşkil edir və bu adəti tam şəkildə qoruyub saxlamaq və davam etdirmək üçün zəruri materiallar təqdim edir. Bu məsələyə diqqət çəkmək üçün yeddi təklif çərçivəsinin aşağı sağ küncü *rəqabət dayanıqlılığı* və *iqtisadi dayanıqlılıq* şəklində dəyişdirildi.

Növbəti olaraq bu gün internetin imkanlarından istifadə edərək öz biznesini yaradan şirkətlərdən bəhs edilir. Onu da qeyd etmək istəyirəm ki, 2003-cü ildə nəşr edilən birinci nəşrdən fərqli olaraq beşinci nəşr daha çox internet üzərindən öz biznesini quran şirkətlərə fokuslanıb. “ThirdLove”, “Fuhu” (böyük bir biznesə çevrildi və iflas etdi) və “Luxy Hair” kimi aztanınan şirkətlərdən “Groupon” (artıq bir “unicorn” deyil!) və sürətli inkişaf edən “Twilio” kimi bir dövrün uğurlu şirkətləri təsvir edilir. Bu kitab onu oxuyan dot.com (internet) sahibkarları üçün daha aktual olacaq.

Ən azı V fəsildəki dəyişikliklər qədər önəmli digər bir hadisə də yeni, XVII fəslin daxil edilməsidir: “Lazım olanlara maliksinizmi?” Bu yeni fəsildə siz bir çox sahibkarları xarakterizə edən düşüncə tərzı və davranışları haqqında oxuyacaqsınız. Əgər siz sahibkarsınızsa, yaxud da olmaq istəyirsinizsə, düşüncə tərzınızın və davranışlarınızın oxuduqlarınızla uyğun olub-olmadığını öyrənmək sizə faydalı ola bilər.

Nəhayət, texnologiyanın gücündən yararlanmaq üçün bu beşinci nəşri smartfon və ya planşetiniz üçün “Yeni biznes yolu testi” proqramı ilə birləşdirdim. Rəqəmsal idarə olunan dünyada bir çox oxucular, bəlkə də, siz bu kitabı “iPhone”, “Kindle”, “Samsung Galaxy” və ya 2017-ci ilin əvvəlində yazdığım kimi, hələ ixtira olunmamış başqa mobil cihazda oxuyacaqsınız. Siz yeni biznesiniz üçün ideya axtarışında olarkən, bəlkə də, bu mobil tətbiq sizin üçün testi keçirməyi və bu test üçün zəruri materiallar toplamağı asanlaşdıracaq.

Kitabın strukturunu aydınlaşdırmaq üçün bu nəşri iki hissədə təqdim etmək məqsədəuyğundur. Birinci hissə (I-X fəsillər) yeni biznes ideyanızı sınaqdan keçirmək üçün bilməli olduğunuz hər şeyi özündə birləşdirir, ikinci hissə (XI-XVIII fəsillər) isə yol testinizi həyata keçirmək üçün sizə praktiki alətlər dəsti təqdim edir.

30 saniyə və ya daha az müddətdə

Bu kitab ciddi sahibkarlara və karyerasının hələ erkən mərhələsində olan investorlara yaxınlaşan fəlakətdən qurtulmaq imkanı verir. Bu, əksər sahibkarların və investorların verə bilmədiyi “Mənim ideyam niyə *işləməsin?*” sualını ön plana çıxarır və mərkəzə qoyur. Sual möhtəşəm ideyalarını biznesə çevirməzdən, biznes planı yazmazdan və təqdimata başlamazdan əvvəl müştəriləri və investorları əldə etmək üçün nə etməli olduqlarını ortaya çıxarır. Maraqlı gəldi? Elə isə səhifəni çevirin.

JWM, aprel 2017

Müəllif haqqında

Con Mallins üç sahibkarlıq subyekti (vençurları) üzrə əsas quruculardan biri olan təcrübəli idarəçi, həmçinin London Biznes Məktəbində sahibkarlıq, vençur kapitalı və sürətlə inkişaf edən biznes subyektinin menecmentini (idarəetməsi) tədris edən professordur. Onun tələbələri 200-dən çox yeni biznes təşəbbüsü ilə, startapla bazara daxil olublar. Onların böyük əksəriyyəti öz fəaliyyətini hələ də davam etdirir.

Con Mallins sahibkarlıq və vençur kapitalı sahəsində auditoriya qarşısında çıxış etmək üçün böyük ehtiyac duyulan natiq və pedaqoqdur. O, Stenford Biznes Məktəbində MBA proqramı üzrə magistr təhsili və Minnesota Universitetinin marketing proqramı üzrə doktorantura təhsili alıb.

Con Mallins geniş oxucu kütləsinin rəğbətini qazanan üç kitabın həmmüəllifidir. Onlardan biri *“B planını əldə etmək. Daha yaxşı biznes modelinə keçid”* kitabıdır. Onun ən yeni kitabı isə *“Müştəri tərəfindən maliyyələşdirilən biznes: müştərilərin pul vəsaiti ilə şirkətinizi yaradın, maliyyələşdirin və ya böyüdün”* kitabıdır. Bu kitab özündə sahibkarın ilk və ən mühüm vəzifələrindən birinin investisiya kapitalının artırılması olduğuna dair geniş yayılmış fərziyyəyə qarşı çıxan fikirləri əks etdirir. “Fortune” jurnalı tərəfindən 2014-cü il üçün “mütləq oxunmalı olan 5 kitab”dan biri seçilib. Bu kitab sahibkarın ilk və ən önəmli işinin kapital formalaşdırmaq olduğu düşüncəsinə qarşı çıxır. Onun materialları Coursera.org saytında “Massively Open Online Course” (MOOC) (kütləvi açıq onlayn kursu) formatında paylaşılıb. “Vençur kapitalı olmadan startapınızı necə böyütməli və maliyyələşdirməli” adlı kursu dünyada 25 000-dən çox insan izləyib.

Müəllifin minnətdarlığı

Bu kitabda yer almış ideyalara öz töhfələrini verdiyinə görə təşəkkürə layiq olan insanların sayı səmadakı ulduzların sayından çoxdur. Ancaq iki nəfər önə çıxır. İlk olaraq Con Beytsə – əziz dostuma və London Biznes Məktəbindəki əməkdaşıma öz aydın düşüncə üslubuna və sahibkar instinktinə görə təşəkkür edirəm. Kitabın ilk nəşrinin hazırlanmasına Conun vençur kapitalına asan çıxışının olmasının böyük faydası dəymişdi. O olmasaydı, bu kitab da olmazdı. Bunun üçün Cona və Vendiyyə təşəkkür edirəm.

İkincisi isə Suzanna Stollerə uğurlu və uğursuz bir çox şirkətləri araşdırdığı və onların tarixçələrini ortaya çıxardığı üçün təşəkkür edirəm. Kitabda qeyd olunan yeddi təklifin ortaya çıxmasının əsas səbəbi onun araşdırmalarıdır. Onun açılış səhifələri üçün hazırladığı giriş mətnləri kitabı daha oxunaqlı edir. Xüsusi intellekti və yumor hissi sayəsində onunla birlikdə çalışmaq mənim üçün əsl zövq idi. Təşəkkür edirəm, Suzanna!

Ancaq 10 ildə şirkətlər yerində dayanmadı və onlara yeni tarixçələr hazırlamaq lazım oldu. 2012-ci ilin payızında və 2017-ci ilin qışında ikinci dəfə bu əziyyətli işi yerinə yetirdiyinə görə Elizabet Filpə dərin minnətdarlığımı bildirirəm.

Kitabın özəyində yeddi təklifin yaranmasına gətirib çıxaran araşdırmalara öz töhfələrini verən onlarla vençur kapitalı investorları, ilkin inkişaf mərhələsində investisiya edən investorlar və sahibkarlar dururlar. Onlara vaxt ayırdıqlarına, öz düşüncə və hisslərini mənimlə bölüşdüklərinə görə təşəkkür edirəm. Əgər bu kitabda qeyd edilən ideyalar günümüzün dünyasında bir dəyişiklik yarada bilibsə, bu onların sayəsində mümkün olub. Yaxşı ideyaların əksəriyyəti bu insanlara məxsusdur. Qrant Makkrakenin “Uzun müsahibə” (*The Long Interview*) kitabında göstərdiyi düzgün yola görə dərin minnətdarlığımı bildirirəm. Əgər bu kitab olmasaydı, onlardan düzgün müsahibə götürə bilməzdim.

Uzun illər boyunca ideyaların böyüməsinə, yenilənməsinə və inkişaf etməsinə kömək göstərdikləri üçün öz tələbələrimə təşəkkür edirəm. İmkanlar kimi, ideyalar da müxtəlif formalar ala bilər. Mən, sadəcə, tələbələri öyrətmirdim, eyni zamanda gələcəyin sahibkarları ilə söhbət edərək onların fikirlərini və ideyalarını alırdım və bununla da onlara öyrətdiyim qədər onlardan da öyrənirdim.

Mənə bir ömür müəllimlik etmiş mərhum valideynlərim Cek və Alis Mallinsə, mərhum Larri Kamminqə və mənə həmişə sual verməyi öyrədən və cavab axtararkən aydın düşünməkdə kömək edən hər kəsə təşəkkür edirəm. Bu kitab hamınıza təşəkkürümün bir təzahürüdür.

Oxucularım və mən “Pearson”dakı hər kəsə, xüsusən də redaktorlarım Stiven Partrik, Linda Dondi, Liz Quster, Nikol Eqilton və Eloiz Kuka təşəkkürümüzü bildiririk ki, onların səmimiliyi və diqqətli işi hər nəşri daha oxunaqlı edib. Yeddi təklifdən ibarət çərçivənin forması və tətbiqi zamanla ortaya çıxan kimi istifadə və şərh edən bir çox sahibkar və investora da təşəkkür edirəm. Hamınızın sayəsində daha az faktiki səhvlər və daha az səhv anlayışlar var.

25 il əvvəl doktorantura oxuyarkən Koloradoya köçməyə etiraz etmədiklərinə və 2001-ci ildə London Biznes Məktəbinə qayıdan zaman mənə dəstək olduqlarına görə ailəmə – Donna, Kristina və Hizerə təşəkkür etməsəm, peşman olardım. Mən işini sevən xoşbəxt insanlardanam, amma sizin dəstəyiniz olmadan bunu edə bilməzdim.

Kitabın beş nəşrinin hamısının əsasını təşkil edən tədqiqatların aparılması həm vaxt, həm də pul tələb edir. Maliyyə dəstəyinə, habelə tədqiqata başlamaq üçün mənə Londona apardığına görə Denver Universitetinin Daniels Biznes Kollecinə və 2001-ci ildən həm dolanışığı təmin etdiyinə, həm də mənə icazə verən və həvəsləndirən səxavətli tədqiqat dəstəyinə görə London Biznes Məktəbinə təşəkkür edirəm.

Tədqiqatın erkən mərhələlərində tədqiqat qrantı çox vacib olan Marketing Elmləri İnstitutuna da təşəkkür edirəm. Eləcə də əvvəldən bu layihəni dəstəkləyən, inanan və kömək edən London Biznes Məktəbindəki dostlarıma və həmkarlarıma minnətdaram. Sizin hər birinizlə işləmək əsl zövq mənbəyi idi.

Biznes planının sahibkarlıq dünyasının mərkəzindəki yerini dəyişdirdiklərinə və bazara daha yaxşı praktiki təcrübələri gətirdiklərinə görə bir neçə müəllifə təşəkkür etməyimiz lazımdır. 2003-cü ildə nəşr olunan bu kitab, bəlkə də, zirehi deşməyi bacaran ilk kitablardan biri idi, ancaq artıq həmin zirehdə onlarla belə deşik var. Bu və bunun kimi biznes kitablarını oxuyan hər kəs eyni zamanda sahibkarlıq təcrübəsinə öz müstəsna dəstəyini göstərmiş olur. Xronoloji ardıcılıqla gələn Stiv Blanka (“Yenidən yaradılışa aparən dörd addım”, 2005), həmmüəllifim olan Randi Komisara (“B planını əldə etmək. Daha yaxşı biznes modelinə keçid”, 2009), Aleks Ostervalder və Ayvz Piqnur (“Biznes modelinin qurulması”, 2010), Erik Risə (“Xətti startap”, 2011) və Bob Dorf ilə bir daha Stivə (“Startap sahibinin istifadə kitabçası”, 2012) təşəkkür edək.

Nəhayət, həvəs və arzuları ilə bu dünyanı hamımız üçün daha yaxşı və daha humanist etməyə çalışan gələcəyin sahibkarlarına sahibkarlıq ilhamı, baxışları və səyləri, təmin etdikləri iş yerləri və iqtisadi inkişafına verdikləri töhfələrə görə əvvəlcədən təşəkkür edirik. Əgər bu kitabın sizə hər hansı şəkildə köməyi dəydisə, zəhmət olmasa, bu barədə mənə məlumat verin. Yox, əgər dəymədisə, yenə deyin. Sizdən geridönüşlər almağa çox şad olaram.

Con Mallins
London, aprel 2017
jmullins@london.edu
<http://faculty.london.edu/jmullins>
go.pearson.com/uk/business
www.coursera.org/learn/startup-financing-without-vc