

25-ci illik global CEO sorğusunun Azərbaycan üzrə hesabatı

Azərbaycan üçün əhəmiyyətli olan nəticələrə yenidən baxış

<https://www.pwc.com/az/en>





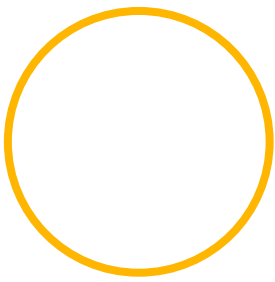
Sorğu üçün tədqiqat 2021-ci ilin oktyabr, noyabr və dekabr aylarında, digər sözlə 24 fevral tarixindən etibarən Ukraynada başlayan müharibədən əvvəl aparılıb və bu səbəbdən cavablar CEO-ların müharibənin təsiri nəticəsində formalaşan əhval-ruhiyyəsi və fikirlərini əks etdirmir. Buna baxmayaraq, biz Azərbaycanın biznes liderlərinin həmin dövrə aid fikirlərinin bir qismini təqdim etməyə, habelə onları dəyişikliklər və mövcud şəraitdə daha da ciddi əhəmiyyət kəsb edən amillər haqqında düşünməyə dəvət etmək qərarına gəldik.

25-ci illik qlobal CEO sorğusunun Azərbaycan üzrə hesabatı

Ətraf mühit, maliyyə və sosial təzyiqlər artdıqca, müasir liderlərin qarşısında həll tələb edən yeni vəzifələr ortaya çıxır.

PwC-nin 25-ci qlobal illik CEO sorğusunun Azərbaycan üzrə hesabatı ölkədəki şirkət rəhbərlərinin qlobal iqtisadiyyatın qeyri-bərabər bərpasından başlayaraq xalis sıfır emissiyaya keçən cəmiyyətə hazırlığa qədər günün ən aktual çağırışlarına necə cavab verdiyinə dair geniş mülahizələrini təqdim edir.





Ön söz

Qeyri-müəyyənlik dövründə şirkət rəhbərləri olaraq digər amillərdən daha əhəmiyyətli olan əminlik hissini təmin etməliyik. Sözügedən əminlik hissi artım, iş yerləri, insanlar, transformasiya və təchizat zəncirlərinə də şamil olunmalıdır. Xususiylə, bu şərt gələcək fəaliyyətimizdə öz əksini tapmalıdır. Asan olmasa belə, bu vəzifə bütün dünya liderlərini səfərbər etməyə qadirdir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 100-dən çox CEO-nun iştirakı ilə PwC-nin 25-ci Qlobal illik CEO Sorğusunun Azərbaycan üzrə hesabatında biz CEO-ların artım, dayanıqlıq və strategiya ilə bağlı fikirlərini topladıq və onları müvafiq şərhlər, əsas məlumatlar və tövsiyələrlə tamamladıq. Məzmun haqqında daha bir neçə məqamı qeyd edirəm. Azərbaycanda və dünyada artımla bağlı nikbinlik hissi durmadan artır və hətta əvvəlki illə müqayisədə daha da yüksək sürətlə artmaqdadır. Biz bu kimi meylləri pandemiyanın ikinci ili hesab olunan 2021-ci ildə tələbatın yüksək sürətlə bərpasında müşahidə edə bilərik. Geosiyasi münaqişələr riskini arxada qoyan sağlamlıqla bağlı risklər yenidən bir nömrəli təhlükə kimi qəbul olunur. Mikroiktisadi dəyişkənlik kifayət qədər ciddi qəbul olunur və risklər sırasında bu amilin il boyu artacağı gözlənilir. İnkişaf və Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmə (ƏMSİ) məsələlərinə gəldikdə isə mənzərə daha da mürəkkəbdir. Hazırda Azərbaycanda iqlim dəyişikliyi ilə bağlı məlumatlılıq səviyyəsi artmaqdadır və əksər sənaye müəssisələri böhran dövründən birbaşa inkişafa yönümlü səylər nümayiş etdirməkdədirlər. Şirkət rəhbərləri üçün daha az təhlükə yaradan, lakin eyni dərəcədə əhəmiyyətli olan isə sosial bərabərsizlik amilidir.

Müşahidələr göstərir ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlər öz strategiyalarını əsaslı şəkildə dəyişiblər. Ötən onilliklərdə onların əsas diqqəti xərclər, səmərəlilik və dəyər yaradılması üzərində idi isə, son zamanlar müzakirələr əsas strateji dəyişikliklərə yönəlmişdir. Bəzi sahələr texnoloji və rəqəmsal transformasiya kimi əsaslı dəyişikliklərlə dolu bir dövr yaşayırlar. Sözügedən proseslər rəqabəti gücləndirən və oyun qaydalarını yeniləyən yeni təchizat kanalları və bazar oyunçularının üzə çıxmasına səbəb olmuşdur. Dayanıqlıq üzrə müxtəlif sektorlardan gələn siqnallar şirkətləri Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmənin bütün aspektlərinə töhfələri və xüsusən də sosial öhdəliklər ətrafında düşünməyə vadar edir. Bunun səbəbi isə müştərilərin brendlərə sadıqlığı və işçilərin işəgötürənlərə sədaqətinin azalması meylləridir.

Ümid edirik ki, hazırkı hesabat rəhbər şəxslərin öz öhdəlikləri və insanların onlardan gözləntiləri haqqında müzakirələrə təkan verəcək. Biz isə sizə böyük mənzərəni görməyə göstərmək və xüsusən də cavabsız qalan suallar dövründə dayanıqlı həllərə dair əminlik təmin etmək istəyirik.

Ümid edirəm ki, hesabat sizə dəyərli məlumatlar təqdim edəcək və yeni nailiyyətlərə ilhamlandıracaq.



Mövlan Paşayev

Ölkə üzrə İdarəedici
Partnyor
PwC Azərbaycan

Sorğunun əhatə dairəsi



PwC-nin
25-ci
İllik CEO
Sorğusunun
Azərbaycan üzrə
hesabat



Sorğuda
20+
sənaye
sahəsinin
nümayəndələri
iştirak edib



İştirak edən
CEO-ların
81%
kişi və **19%**
qadınlardır



Azərbaycanda
fəaliyyət
göstərən
şirkətlərdən
100+
CEO-nun
iştirakı





Qarşıdakı illərdə bizneslərin uğuru və dayanıqlı nəticələri üçün mühüm rol oynayacaq amillərdən biri inam və etibarın yaradılmasıdır. Bu, yalnız ənənəvi müştəri münasibətləri baxımından deyil, həm də rəqəmsal bacarıqlara və texnologiyalara sərmayə qoymaqdan tutmuş gənc, sosial şüurlu istehlakçıların yeni nəslinin tələblərinə cavab vermək kimi bir sıra problemləri birləşdirən ümumi mövzudur. Azərbaycanda apardığımız sorğunun nəticələri nümayiş etdirir ki, bir çox biznes rəhbərləri etimadın bütün əhəmiyyətini daha dərinlən dərk etməyə başlayıblar.

Tanış olan və yeni yaranan təhdidlər və risklər barədə məlumatlılıqdan qaynaqlanan nikbinlik: PwC-nin 25-ci illik Qlobal CEO Sorğusunun Azərbaycan üzrə hesabatında şahid olacağınız Azərbaycan biznes liderləri arasında hökm sürən əhval-ruhiyyə məhz belədir. COVID-19-dan sonra artım templərinin bərpa olunduğu dövrdə müşahidələrimiz göstərir ki, ölkə üzrə əldə etdiyimiz nəticələr bölgə, region və dünyada müşahidə olunan digər sorğuların nəticələrinə uyğundur.

İlk baxışdan Azərbaycanda fəaliyyət göstərən CEO-ların regional və qlobal həmkarlarından fərqli olaraq, geosiyasi münaqişədən çox narahat görünməsi təəccüb doğura bilər. Lakin Azərbaycanın geosiyasi mövqeyini və istənilən münaqişələrin ölkənin iqtisadi inkişafı və beynəlxalq ticarəti üçün əhəmiyyətini nəzərə alsaq, kifayət qədər anlaşılandır ki, azərbaycanlı CEO-lar biznes fəaliyyətlər üçün geniş miqyaslı fasilələrə səbəb ola biləcək bu təhlükədən narahatlıq keçirirlər.

Bir tərəfdən, pandemiya dövrünü arxada qoyan və yeni texnologiyaların və rəqəmsal bacarıqlı işçilərin artımı getdikcə artıracağı bir gələcəyə hazırlaşan yerli şirkətlər üçün imkanlar genişdir. Bununla belə, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlərin CEO-ları müasir rəqəmsal texnologiyaların sürətlə inkişaf etməsi mühitində bir sıra risklərin olmasını düşünürlər. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən CEO-ların demək olar ki, üçdə biri (36%) kiber riskləri növbəti il üçün əsas müdafiə prioriteti kimi müəyyən edir ki, bu da qlobal sorğunun orta göstəricisindən (49%) xeyli azdır. Bununla belə, həmin yerli respondentlərin 32%-i düşünür ki, kiber təhlükələr 2022-ci ildə yenilik etmək imkanını məhdudlaşdıraraq fəaliyyətinə maneə yaradacaqlar.

Azərbaycan üzrə sorğunun əsas nəticələri:



Azərbaycanlı CEO-ların

79%-i növbəti 12 ay
ərzində global iqtisadi artımın
yaxşılaşacağına inanır



Şirkətlərin yalnız

18%-i xalis sıfır və
karbon-neytral (20%) öhdəliyi
götürüb və ya bu istiqamətdə
addımlar atır.



Qlobal iqtisadi artıma inamın

olması **77%**

Azərbaycanlı CEO-ların şirkətləri
üçün yüksək nikbinliyin səbəbi
kimi çıxış edir



Azərbaycanlı CEO-ların **13%**-
nin illik bonus/uzunmüddətli təşviq
planında istixana qazı emissiyaların
azalması, irqi və etnik müxtəlifliklə bağlı
hədəfləri var.

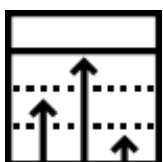


Azərbaycanlı CEO-lar gəlir artımını
təmin etmək üçün diqqət yetirdikləri
ölkələri yenidən balanslaşdırıblar.
Türkiyə və **Rusiya** yenə də ilk iki
yeri tutur, **ABŞ** isə keçən ilki 4-cü
yerdən 3-cü yerə yüksəlib.



Azərbaycanlı CEO-ların

44%-i ildə ən azı bir dəfə
strateji prioritetlərini qiymətləndirir və
əsas təşəbbüslərində dəyişiklik edir.



Azərbaycanlı CEO-ların

62%-i həll etməli olduqları
risklər arasında sağlamlıq risklərini
əsas prioritet kimi qeyd edir və
ikinci yerdə geosiyasi münaqişəni
(48%) qeyd edirlər. Kiber risklər və
makroiqtisadi dəyişkenlik hələ də
əsas təhlükələr sırasındadır.



Azərbaycanlı CEO-ların

50%-i ildə ən azı bir
dəfə yeni layihələrə sərmayə
qoyulmasına təşəbbüs göstərir.

Böhranların strategiyaya və artıma təsirini ölçmək üçün PwC Qlobal heyəti 2008-ci ildə qlobal maliyyə sisteminin tənəzzülü dövründə və keçən il, pandemiyanın birinci ili ərzində CEO-lar arasında sorğu keçirmişdir. Eyni zamanda, biz də Azərbaycanda pandemiyanın təsirini, onun yaratdığı çətinlikləri və digər böhranları qiymətləndirmək üçün Azərbaycanda yerli CEO-lar arasında sorğu aparmışdıq.

Bu gün Azərbaycanlı CEO-ların üzləşdiyi problemlər heç də az təhlükəli deyil. Tədricən şirkət rəhbərləri maraqları heç də hər zaman üst-üstə düşməyən fərqli maraqlı tərəflər üçün davamlı həllər üzərində düşünməlidirlər.

Eyni zamanda, qətiyyətli addım atmağın əhəmiyyəti əvvəlkindən qat-qat daha yüksəkdir. Biznesin ənənəvi qaydada aparılması iqlim böhranının təsirlərini azaltmır və ya sosial-iqtisadi uçurumu aradan qaldırmır. 5-ci illik Azərbaycan CEO-ları arasında sorğumuzun nəticələri bu həqiqətləri üzə çıxarmış və bizi məsuliyyətli vətəndaşlar və problemlərin həllini tapan şəxslər kimi səfərbər edəcək cəsarətli liderliyə ehtiyac olduğunu nümayiş etdirmişdir.



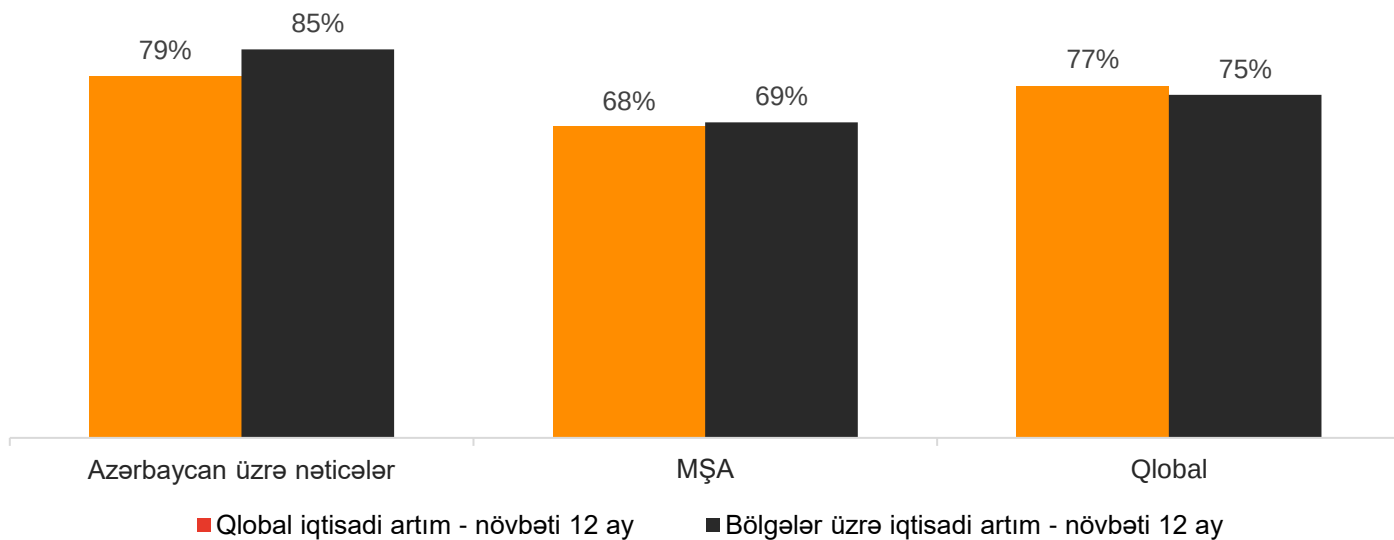


Yaxın müddətli nikbinlik

Ümumilikdə Azərbaycanda CEO-ların nikbinliyi sabit və yüksək səviyyədə qalmaqdadır. 2021-ci ilin oktyabr, noyabr və dekabr aylarında CEO-lar arasında keçirilən sorğuda respondentlərin 79%-i qlobal iqtisadi artımın növbəti il ərzində yaxşılaşacağına dair gözləntilərini paylaşmışdılar ki, bu da əvvəlki sorğumuzdan səkkiz faiz daha yüksək deməkdir. Bu rəqəm Azərbaycanda CEO-lardan iqtisadiyyatın potensialı haqqında fikirlərini öyrənməyə başladığımız 2016-cı ildən bəri ən yüksək göstəricidir.

Bir neçə böyük ölkədə yaşanan tənəzzülə baxmayaraq Azərbaycanlı CEO-ların qlobal artımla bağlı nikbinliyi güclənir

Sual: İqtisadi artımın (yəni, ümumi daxili məhsulun) növbəti 12 ay ərzində dəyişəcəyinə inanırsınız mı?
(Yalnız 'yaxşılaşacaq' cavablar göstərilib)



Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

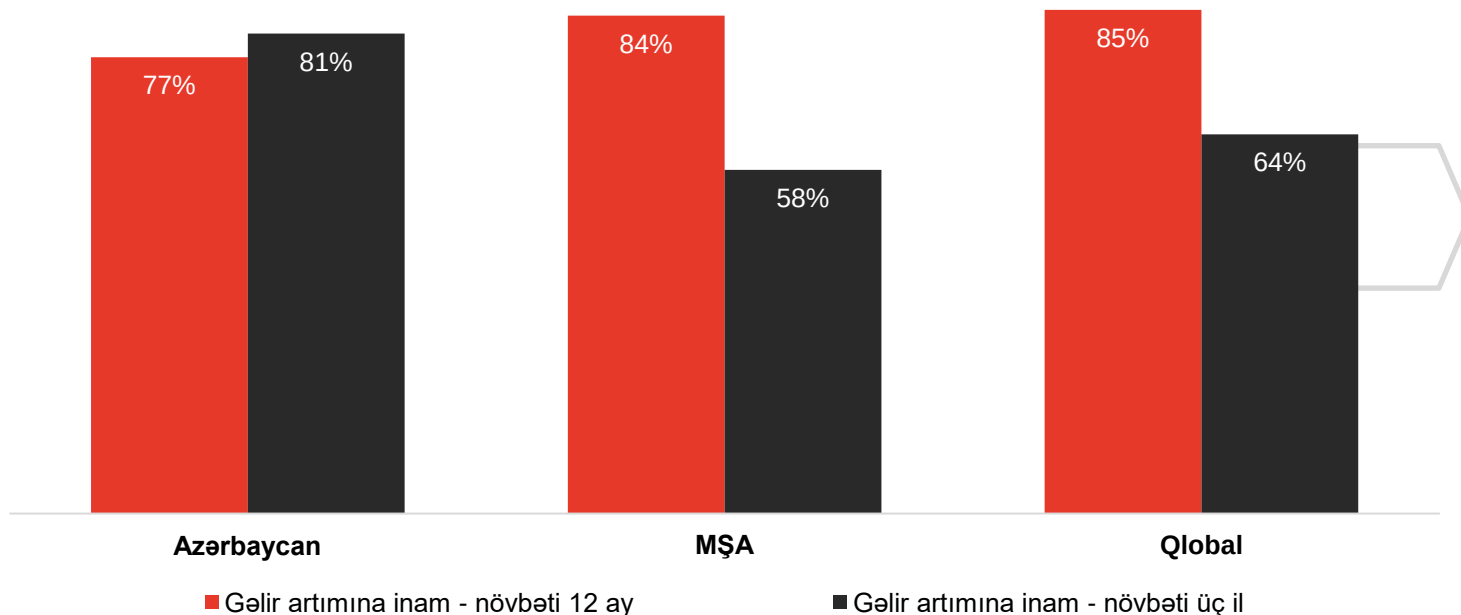
Bir il əvvəl, ilk COVID-19 dalğası səngidikdə, Azərbaycanlı CEO-lar gələcəyə dair ehtiyatlı inam ifadə edirdilər. 2021-ci il ərzində isə Azərbaycanlı CEO-ların müsbət qısamüddətli proqnozları artmış və qlobal və MŞA regionu üzrə orta göstəricidən bir qədər yüksək olmuşdur.

Bundan əlavə, biznes liderlərinin müsbət fikirləri şirkətlərinin göstəricilərinə də şamil olunur. Peyvəndləmənin geniş miqyaslı tətbiqi nəticəsində Azərbaycanlı CEO-ların 77%-i öz şirkətlərinin 2022-ci ildə gəlirlərinin artım perspektivlərinə son dərəcə və ya çox əmindirlər ki, bu da qlobal sorğunun orta göstəricisi olan 85% və Mərkəzi və Şərqi Avropa üzrə orta göstəricinin 84%-dən bir qədər aşağıdır. Maraqlıdır ki, Azərbaycanlı CEO-lar Qlobal və MŞA həmkarlarından fərqli olaraq, şirkətlərinin uzunmüddətli perspektivdə gəlir artımına daha yüksək inam nümayiş etdirirlər. Ötən il cərayan edən qeyri-müəyyənliyə baxmayaraq və ya bəlkə də bu səbəbdən, bu il Azərbaycanda fəaliyyət göstərən CEO-lar öz şirkətlərini düzgün istiqamətə apardıqlarına daha çox inam nümayiş etdirirlər.

Azərbaycanlı CEO-lar öz şirkətlərinin artımına çox əmindirlər

Sual: Şirkətinizin gəlir artımı perspektivlərinə nə dərəcədə əminsiniz?

("Həddindən artıq, çox və orta dərəcədə inamlı" cavablar göstərilir)



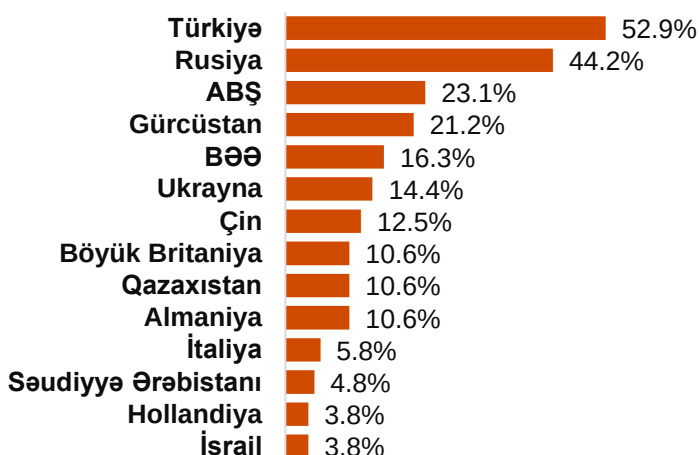
Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

Sorğu COVID-19-un Omikron variantının yaranmasından önce aparılmışdı. Buna baxmayaraq, Azərbaycan respondentləri, öz MŞA və qlobal həmkarları kimi, yaranan imkanlar fonunda 2022-ci ili daha aydın şəkildə inkişaf ili kimi görürlər. Ölkədaxili imkanlardan əlavə, Azərbaycanlı CEO-lar üçün Türkiyə (52.9%) və Rusiya (44.2%) artım baxımından ən yüksək potensial bazarlar olmağa davam edirlər, çünki Azərbaycandakı şirkət rəhbərləri potensial inkişaf imkanlarına gəldikdə ilk növbədə vətənə daha yaxın ölkələrə üz tuturlar. ABŞ (23.1%) ən yüksək reytingli artım bazarı olmağa davam edir, lakin buna baxmayaraq, sorğunun nəticələri təsəvvürlərdə dəyişikliklərin baş verməsinə dəlalət edir. Əvvəlki ildən fərqli olaraq, Azərbaycanda ABŞ-ın əhəmiyyəti artır və bu il ABŞ ümumi inkişaf perspektivləri baxımından üçüncü yerdə bərqərar olub.

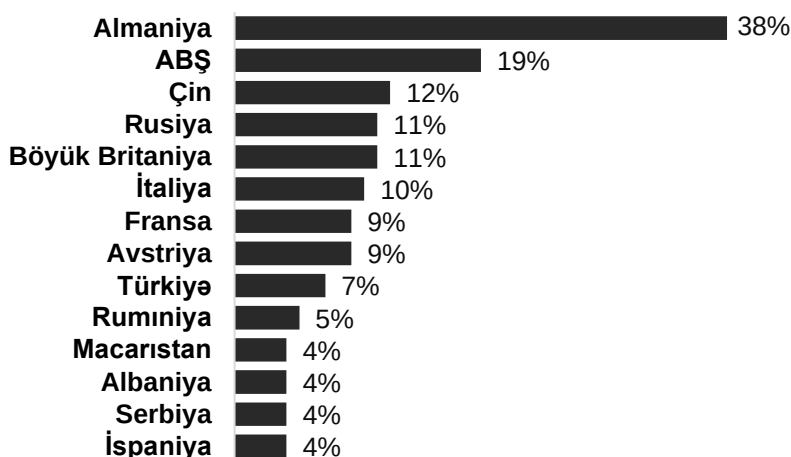
Azərbaycandakı CEO-lar gələcək artım üçün Türkiyə və Rusiyaya üstünlük verirlər

Sual: Yerləşdiyiniz ölkə/ərazi istisna olmaqla, hansı üç ölkə/ərazini şirkətinizin növbəti 12 ay ərzində gəlir artımı perspektivləri üçün ən vacib hesab edirsiniz?

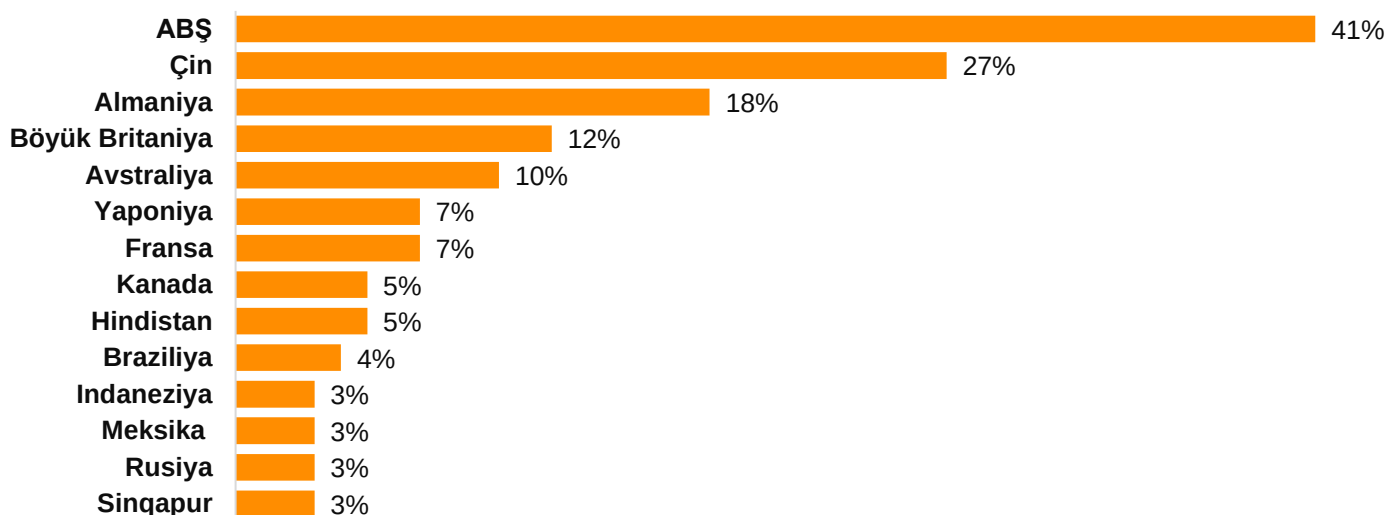
Azərbaycan



Mərkəzi və Şərqi Avropa



Qlobal



Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

Azərbaycanlı CEO-lar öz ölkəsini Ukrayna (14%), Çin (12%) və Böyük Britaniya (11%) ilə bərabər tutaraq, əvvəlki illə müqayisədə gələcək artımı üçün BƏƏ-yə diqqəti artırdıqlarını qeyd ediblər.

Bölgədə tədarük zəncirlərini və bazarları lokallaşdırmaq üçün keçid müşahidə edirikmi? COVID-19 pandemiyası və yaranan yeni dünya ilə qlobal logistika və əməliyyatları olduğu kimi saxlamaq çətinləşib. Ölkələrə yaxın təchizatçıların və bazarların olması bizneslərin daha təhlükəsiz artmasına kömək edə bilər.

Artım mənbələri. İnnovasiya artıma təkan verir və bu artım əksər hallarda kiçik, çevik şirkətlər tərəfindən idarə olunur. PwC-nin qlobal səviyyədə unikornlara dair yeni araşdırmasına əsasən son beş il yarım ərzində cəmi 869 şirkət 1 milyard ABŞ dollarına bərabər kapitalizasiya səviyyəsinə çatmağa müvəffəq olub. Bu cür vəsait axınından hər biri tutarlı iqtisadi enerjiyə səbəb olan beş innovasiya tendensiyası yaranmışdır. Bu hal bir çox iri şirkətlər üçün yeni imkanlar təqdim etməli və onların yeni imkanlar qurmasını və ya əldə etməsini tələb edə bilər. Bu baxımdan, daha yaxından izlənilməli beş sahəyə istehlakçı maliyyə xidmətlərinin platformalaşdırılması, elektrik avtomobillər ekosistemi və anbarlanmış enerji, texnoloji cəhətdən aktivləşdirilmiş “metaverse”in yaradılması və genişləndirilməsi, mobillik və rəqəmsal ticarətin tətbiqi, səhiyyənin və rifaha dair həllərin virtual platformalar üzərindən göstərilməsi daxildir.



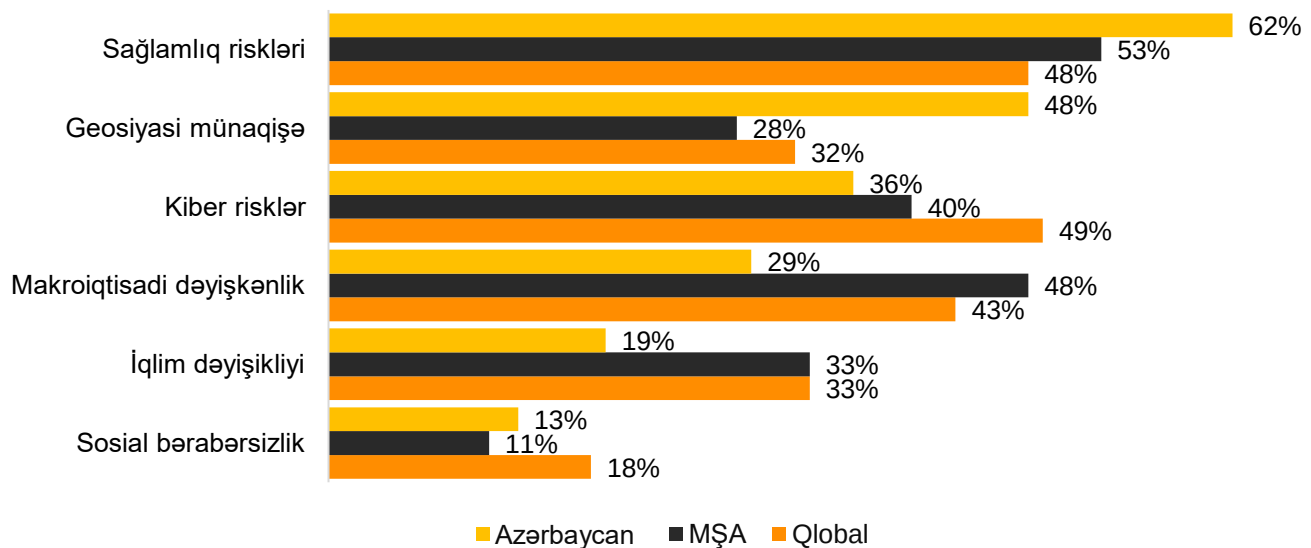
Rəhbər şəxsləri narahat edən təhlükələr

CEO-ları ən çox narahat edən təhlükələr və onların növbəti 12 ayda biznesə təsir göstərməsi rəhbərlərin yüksək səviyyəli nəticələr vermək üçün təzyiq altında olduğunu göstərir.

CEO-lar təhdidlər sırasında geosiyasi münaqişədən də bir addım öndə hesab etdikləri ciddi sağlamlıq risklərinin artmasından narahatdırlar

Sual: Növbəti 12 ay ərzində şirkətinizə mənfi təsir göstərən aşağıdakı qlobal təhlükələrdən nə dərəcədə narahatsınız?

(Yalnız "çox narahat" və "son dərəcə narahat" cavabları göstərilir)



Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

Nəticələrimiz bir daha göstərir ki, Azərbaycanlı CEO-ların qısamüddətli nikbinliyi daha da irəlidə olan potensial təhlükələrin kəskin şəkildə dərk edilməsi ilə müşayiət olunur.

Keçən il Azərbaycan CEO-larının 64%-i pandemiyanı artım üçün əsas təhlükə, 54%-i isə makroiqtisadi dəyişikliyi artıma maneə kimi qiymətləndirib. Bu il də ilk üç təhlükə arasında makroiqtisadi dəyişikliyin yer alıb.

Pandemiya davam etdiyi üçün sağlamlıq riskləri Azərbaycanlı CEO-ların risk gündəmlərinin önündə yer alır. Respondentlərin yarıdan çoxu (62%) sağlamlıq riskinin yaxın 12 ayda şirkətlərinə mənfi təsir göstərəcəyini düşünür ki, bu da eyni risk üzrə qlobal orta göstəricisi olan 48%-dən daha yüksəkdir.

Yeni ştam COVID-19 virusunun davamlı problemə çevrilməsinə əlavə olaraq, ticarətdə qlobal fasilələrə səbəb olan geosiyasi münaqişənin artması da göstərilir. Məhz bu səbəbdən, geosiyasi münaqişə bütün CEO-lar üçün təhlükə siyahısında ikinci yerdədir. Azərbaycanda bu amil Qlobal və MŞA üzrə göstəricilərdən nəzərəcarpacaq dərəcədə yüksəkdir və daha çox narahatlığa səbəb olur.



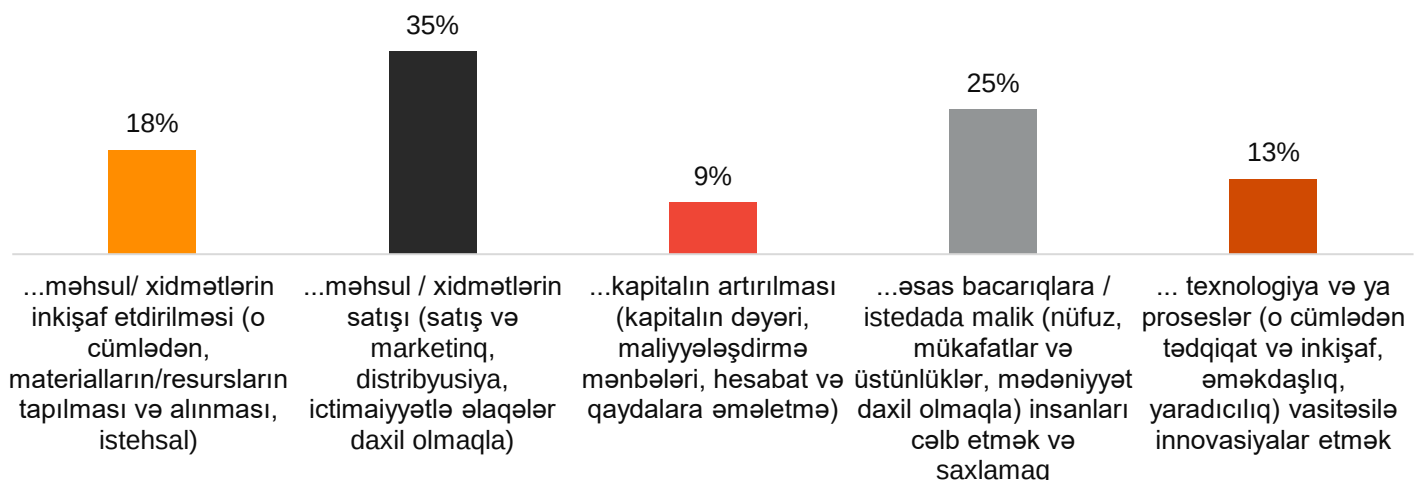
Sözügedən proseslər ticarət və kommersiyaya birbaşa təsir göstərir, şirkətlərin müvafiq regionlarda fəaliyyət göstərmə qabiliyyətini təhlükə altına qoya bilər, və ya əsas biznes tərəfdaşlarının əməliyyatlarına zərər vurmaqla biznes proseslərin gedişatında potensial fasilələrə səbəb ola bilər.

Keçən il əldə etdiyimiz nəticələr COVID-19-un kibertəhlükəsizliklə bağlı rəhbər şəxslərin narahatlığını necə artırdığını bariz şəkildə göstərmişdir. Əsas səbəbi işçilərin ofisdən kənar işləməsi və şirkətlərin öz fəaliyyətini qoruyub saxlamaq və onlayn satış kanallarını genişləndirmək üçün yeni texnologiyalardan istifadə etməli olması çıxış etmişdir. Kiber risklə bağlı narahatlıq hələ də yüksək olaraq qalmaqdadır və şübhəsiz ki, pandemiya ilə yayılması sürətlənən rəqəmsal kanallar sayəsində daha da artmış olacaq. CEO-ların təxminən üçdə biri (36%) kiber risklə bağlı ciddi narahatlığını ifadə edir və kibertəhlükələrin növbəti 12 ay ərzində biznesin innovasiya imkanlarını məhdudlaşdıracağına və məhsul və xidmətlərin satışını zəiflədəcəyinə inanır.

Azərbaycanlı CEO-ların 29%-i dördüncü əsas risk kimi makroiqtisadi dəyişkənliyi qeyd edir ki, bu da global səviyyədə orta (48%) və Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin (43%) orta göstəricisindən bir qədər azdır.

Azərbaycanlı CEO-lar ilk növbədə aşağıdakı təhlükələrin ethimalından narahatdırlar...

Sağlamlıq riskləri

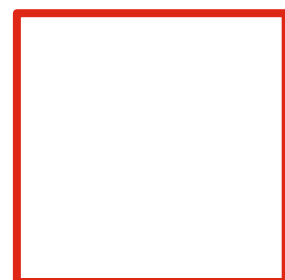
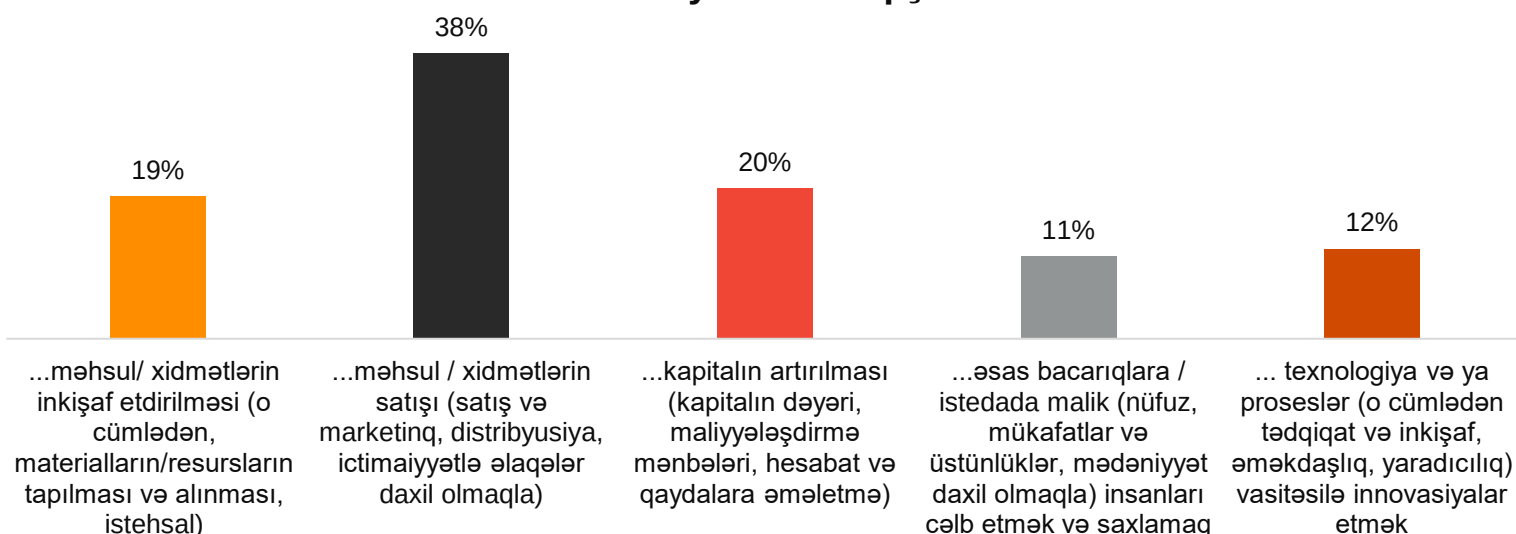


Bu fikirlərin əsasında nələrin durduğunu başa düşmək üçün biz CEO-lardan hər bir təhlükənin növbəti 12 ay ərzində müxtəlif biznes nəticələrinə nail olmaq imkanlarına necə mane ola biləcəyini soruşduq. Ümumiyyətlə, Azərbaycanlı CEO-lar hesab edirlər ki, bu təhdidlər onların məhsul və xidmətləri satma qabiliyyətinə mane olmaqla, qısamüddətli təsir göstərə bilər.

Bununla bərabər, yerli respondentlərin yalnız 19%-i iqlim dəyişikliyi əhəmiyyətli risk hesab edir ki, bu da qlobal və MŞA üzrə orta göstərici olan 33%-dən əhəmiyyətli dərəcədə aşağıdır. Qeyd edildiyi kimi, biz qlobal COP26 gündəliyi kontekstində bu yanaşmanın uzunmüddətli olduğuna inanırıq. Sosial bərabərsizlik və iqlim dəyişikliyi istisna olmaqla, CEO-lar hər bir təhlükənin gəlirlər axınına pozma potensialından daha çox narahatlıq ifadə edirlər.

CEO-ların prioritetləri, respondentlərdən nəzərdən keçirmələrini xahiş etdiyimiz 12 ay ərzində satış və dəyər yaradılması ilə sıx bağlı olma ehtimalı az olan sosial bərabərsizliyə verilən aşağı təhlükə dərəcəsini izah etməyə kömək edə bilər. Həmçinin iqlim dəyişikliyi də siyahıda aşağı yerlərdədir.

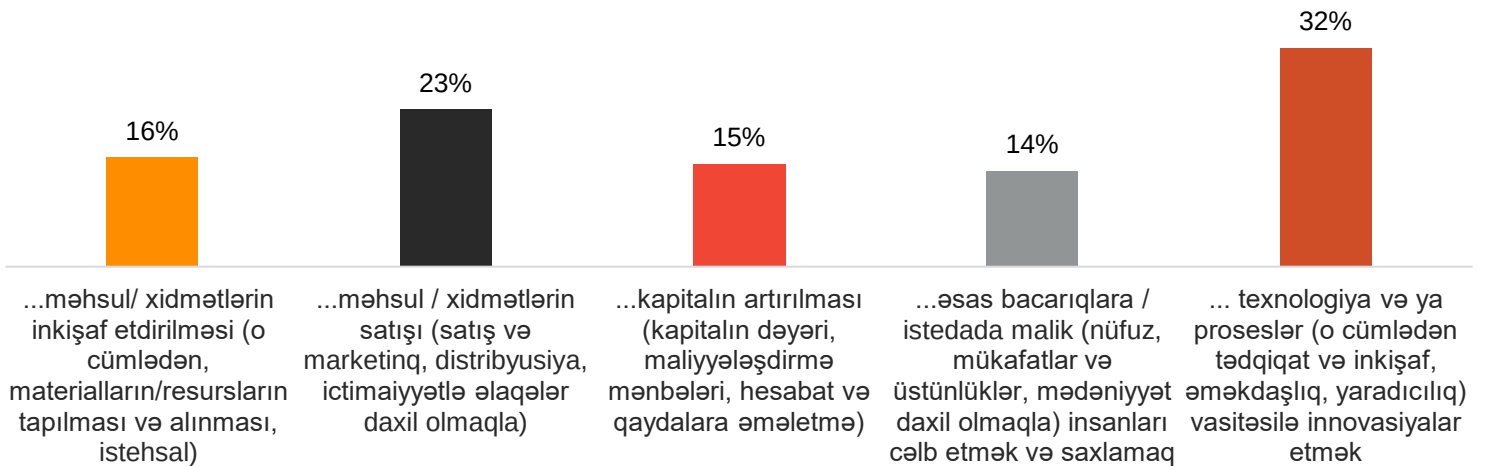
Geosiyasi münaqişə





Digər əsas nəticələr: CEO-lar təhlil edilən təhdidlərin əksəriyyətinin onların kapital toplamaq qabiliyyətinə mane olub-olmayacağından xüsusilə narahat görünmürlər. İstedadları cəlb etmək və saxlamaq qabiliyyətinə dair narahatlıq CEO-ların təfəkküründə sağlamlıq riskləri və sosial bərabərsizliklə sıx bağlıdır. Eyni zamanda, bir çox CEO kiber risklərin satışlarla yanaşı innovasiyalara da mane ola biləcəyindən narahatdır. Şirkət rəhbərləri bu nəticələrin vacibliyini dərk edirlər, lakin yüksək səviyyəli təzyiqlər səbəbindən bu məsələlərə kifayət qədər diqqət ayıra bilmirlər.

Kiber risklər



Əhəmiyyətli nəticələr

CEO-ların ən aktual narahatlıqlarına səbəb olan amillərdən biri kimi yaxın müddətli dəyər yaratma təzyiqləri korporativ strategiyalarında ifadə və kompensasiya paketlərində əks olunan CEO-ların çalışdığı nəticələrə nəzər saldıqda daha da əhəmiyyətli görünür.

Əksər Azərbaycanlı CEO-larının korporativ məqsədləri avtomatlaşdırma və ya rəqəmsallaşdırma və gender təmsilçiliyi dərəcələri ilə bağlıdır. İrəq və etnik mənsubiyyət nisbətləri və istixana qazı (İQ) emissiyası Azərbaycanlı CEO-lar üçün demək olar ki, eyni dərəcədə əhəmiyyətlidir və onların uzunmüddətli korporativ strategiyasına daxildir. Müştəri məmnuniyyəti də eynisi ilə. Bu kimi qeyri-maliyyə nəticələr, gündəlik iş göstəriciləri ilə sıx bağlıdır.

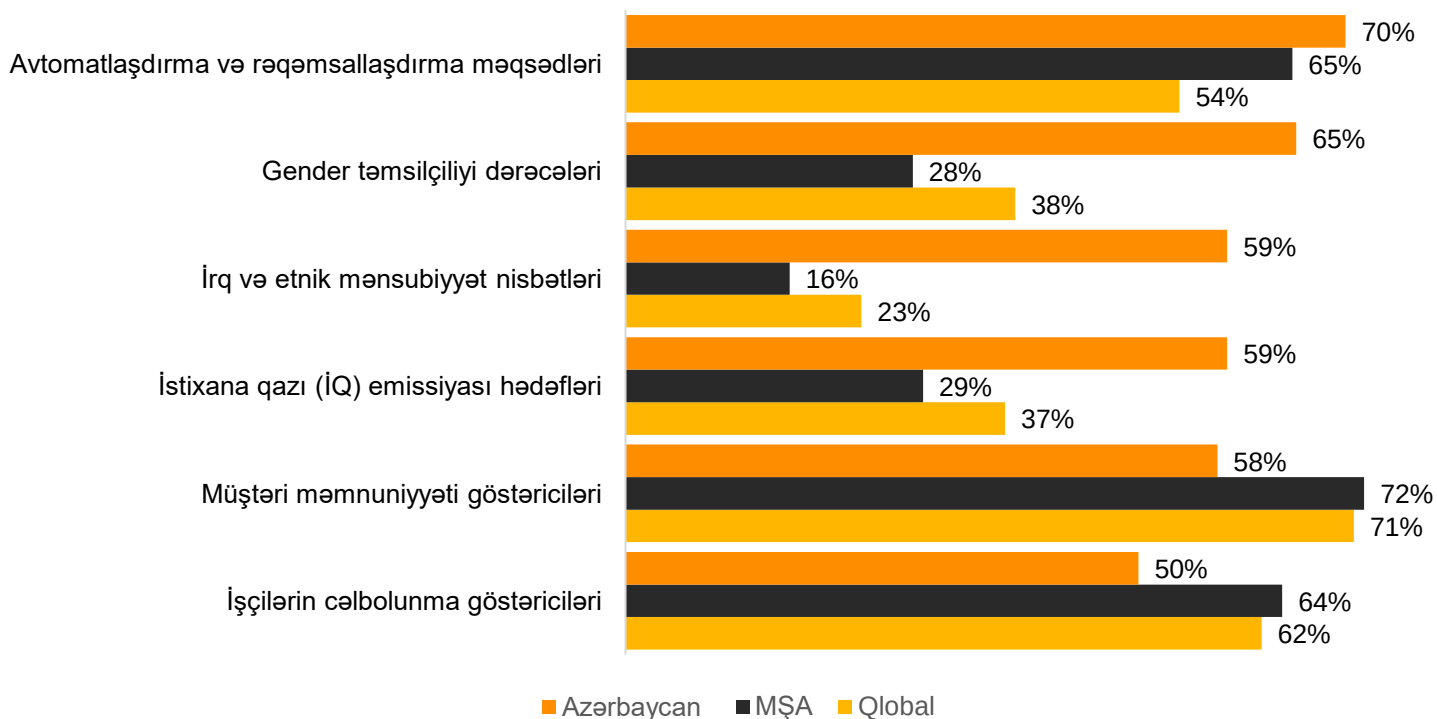




Ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetməyə artan marağa baxmayaraq, strategiya hələ də ilk növbədə biznes göstəricilərlə idarə olunur

Sual: a) şirkətin uzunmüddətli korporativ strategiyasında aşağıdakı qeyri-maliyyə nəticələri izləyirsinizmi?

Şirkətin uzunmüddətli korporativ strategiyası



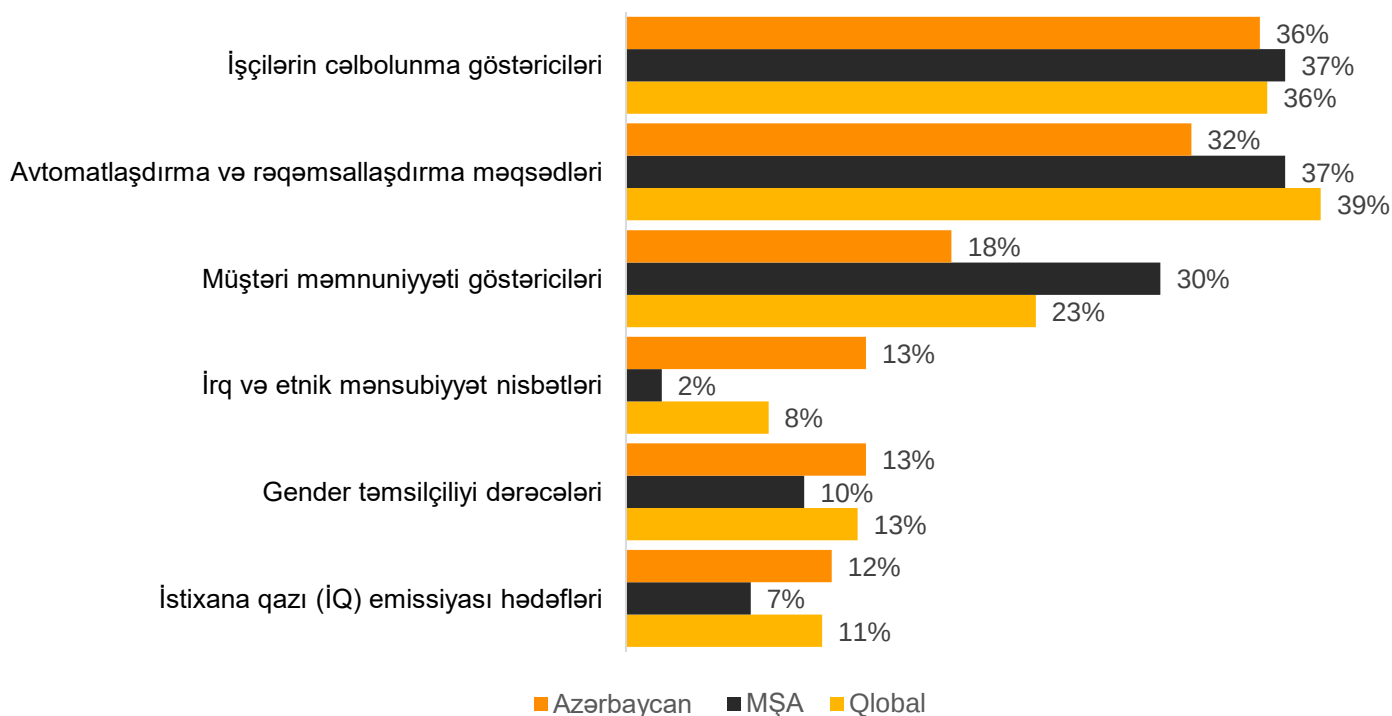
Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

Aşağıdakı diaqram CEO-ların şəxsi illik bonus və ya uzunmüddətli təşviq planında fərqli görünür. Strategiyalarda və kompensasiyalarda daha az təmsil olunanlar istixana qazlarının (İQ) emissiyaları (CEO-ların 13%-i illik bonus və ya uzunmüddətli təşviq planlarında bu hədəflərə malikdir), irqi və etnik müxtəliflik (13%) və gender təmsilçiliklə əlaqəli hədəflərdir (12%). Azərbaycanlı CEO-ların müvafiq olaraq 36%-i və 32%-i işçilərin işə cəlb edilməsi və müştəri məmnuniyyəti amilini şəxsi illik bonus və ya uzunmüddətli həvəsləndirmə planına daxil edir.

Azərbaycanlı CEO-ların böyük əksəriyyətinin müştəri məmnuniyyəti, avtomatlaşdırma və rəqəmsallaşdırma üçün heç bir fərdi maliyyə motivi yoxdur

Sual: b) şəxsi illik bonus və ya uzunmüddətli təşviq planında aşağıdakı qeyri-maliyyə nəticələri izləyirsinizmi?

Şəxsi illik bonus və ya uzunmüddətli təşviq planı



Mənbə: PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu

Başqa bir maraqlı nəticə odur ki, şirkətlərini daha etibarlı hesab edən CEO-lar təzminatları ilə bağlı qeyri-maliyyə nəticələri əldə edə bilirlər. Hal-hazırda yalnız bir neçə şirkətin strateji prioritetlərinin bir hissəsi olan ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetmə göstəriciləri təşviqlərlə gücləndirilməlidir. Bu sistemi qurarkən idarə heyətləri şirkətin özünü müqayisə etmək üçün istifadə etdiyi daxili hədəfləri və maraqlı tərəflərə təsir ölçülərinə əsaslanan xarici hədəfləri nəzərə almalı və fərdi əsas fəaliyyət göstəriciləri və qiymətləndirmə sistemi yaratmalıdırlar. Şirkətlər həmçinin uzunmüddətli həvəsləndirmə planları və ya illik bonusla əlaqənin ən münasib seçim olmasına dair qərar verməlidirlər. Bu cür fəaliyyət göstəricilərini yaxın perspektivdə icraçıların kompensasiyasına inteqrasiyası ilə yanaşı, şirkətlər iqlim riskinin təhlili əsasında iqlim dəyişikliyinə təsirinin uzunmüddətli azaldılması və adaptasiya strategiyaları yaratmaqla öz biznes portfellerini davamlı etmək üçün əhəmiyyətli dəyər artıran və dəyəri qoruyan imkana malikdirlər.

Sözlə əməl arasındakı fərqi aradan qaldırılması.

Rəhbər əməkdaşların maaş paketlərinə ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetmə göstəricilərinin əlavə edilməsi şirkət üçün bu prinsiplərə sadiqliyini sübut etmək və sözündən göstəriciləri CEO-nun gündəmində birinci yerə yüksəltməyə kömək etmək üçün təsirli vasitə ola bilər. Lakin PwC-nin son hesabatına əsasən üzə çıxan məsələ ondan ibarətdir ki, məvacib strategiyaya uyğundur və onu idarə etmir. Ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetmə göstəriciləri şirkətin strateji prioritetlərinin bir hissəsi olmalı və daha sonra təşviqlərlə gücləndirilməlidir. Bu sistemi qurarkən idarə heyətləri şirkətin özünü müqayisə etmək üçün istifadə etdiyi daxili hədəfləri və maraqlı tərəflərə təsir ölçülərinə əsaslanan xarici hədəfləri nəzərə almalı və fərdi əsas fəaliyyət göstəriciləri və qiymətləndirmə sistemi yaratmalıdırlar. Onlar, həmçinin ölçüləri CEO-nun uzunmüddətli təşviq planına və ya illik bonusa bağlamağın ən uyğun olub olmadığını müəyyən etməlidirlər.

Xalis sıfır hədəfinə aparan fərqli yollar

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən bir çox şirkət rəhbəri iqlim dəyişikliyi və sosial bərabərsizlik problemlərinin təşkilatlarına potensial təsirini nəzərdən keçirərkən hələ də qeyri-müəyyən münasibət bəsləyirlər.

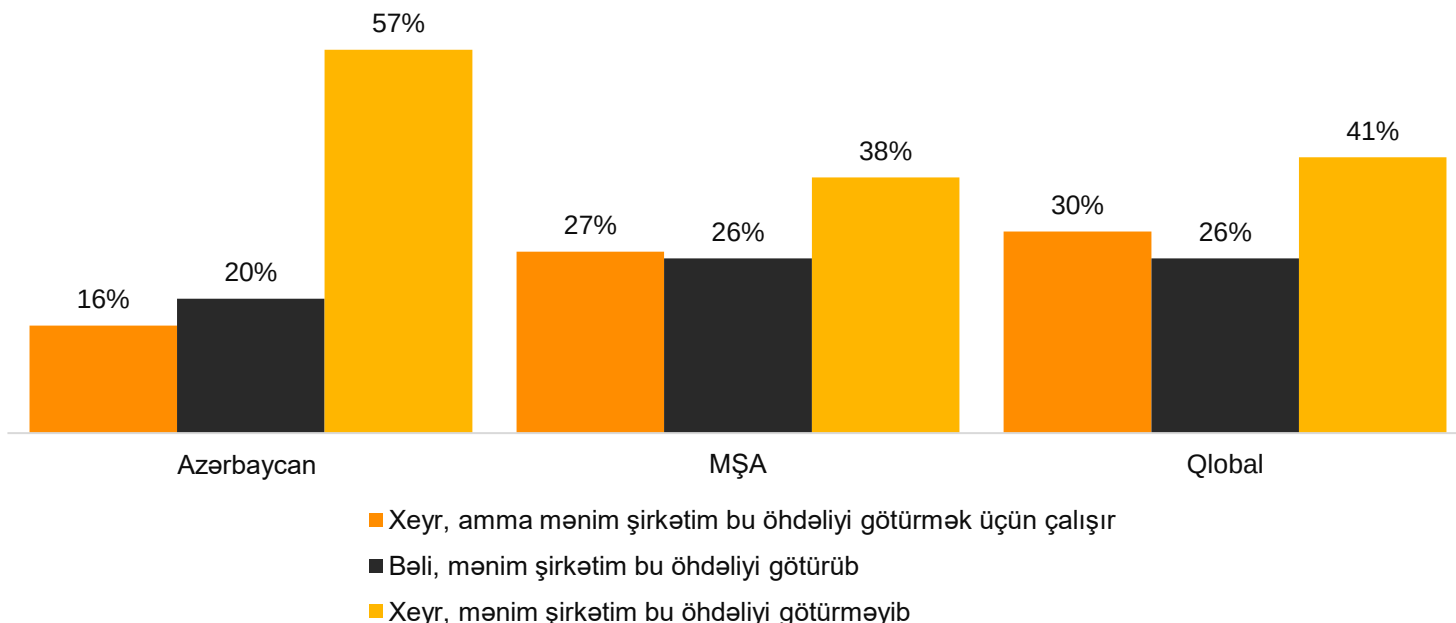
Azərbaycanlı CEO-ların 59%-i COP26 konfransının və iqlimlə bağlı dəyişikliklərin dəfələrlə xəbər başlıqları çıxdığı bir ildən sonra istixana qazı (İQ) emissiyasının hədəflərinin uzunmüddətli korporativ strategiyalarda yer aldığını deyir ki, bu da qlobal sorğunun orta göstəricisi olan 65%-dən bir o qədər aşağı deyil.



Azərbaycanda fəaliyyət göstərən CEO-lar dekarbonlaşma ilə bağlı öhdəliklər götürməkdə demək olar ki, qlobal həmkarları ilə ayaqlaşırlar

Sual: Şirkətinizdə a) karbon-neytral öhdəliyi varmı?

Karbon-neytral öhdəliyi



Azərbaycanda karbon-neytral öhdəliyi götürmüş CEO-ların faizi qlobal və MŞA regionu üzrə nəticələrdən bir qədər azdır. Öhdəlik götürmüş Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkət rəhbərləri qlobal göstərici olan 26% ilə müqayisədə 20% təşkil edir. Azərbaycandakı CEO-ların bir qədər aşağı faizi qlobal miqyasda 22% və MŞA-da isə 19% ilə müqayisədə 18% faiz ilə daha iddialı xalis sıfır öhdəlik götürmüşdülər. Nəticələrə istinad edərək, Azərbaycanlı CEO-ların cəmi 2% fərqlə xalis sıfırdan daha çox karbon-neytral öhdəlik götürüblər.

Azərbaycanlı CEO-lar xalis sıfır öhdəlikləri müəyyən etməkdə öz beynəlxalq həmkarlarından çox da geri qalmırlar, lakin biz dünya ölkələrinin COP26 karbon qazının azaldılması və müasir cəmiyyətlər qurulması üzrə iddialı məqsədlərinə sadıqlığının vacibliyini nəzərə alaraq, qarşıdakı onillikdə bu nisbətlərin artacağını gözləyirik.

Həmçinin bəlli olan odur ki, fəaliyyətin təxirə salınması artıq yerli təşkilatlar üçün məqbul seçim deyil. Heç bir tədbir ayrılıqda mövcud boşluğu aradan qaldıra bilməz. Məhz bu səbəbdən, CO₂-nin azaldılması və bərabərliyə dair nümayiş etdirilə bilən öhdəliklərin biznesin uğuru üçün kritik əhəmiyyət kəsb edəcək gələcəyə şirkətlərin daha tez uyğunlaşmasını təmin etmək üçün aşağıdakıları təklif edirik:

İqlim dəyişikliyi və bərabərlik məqsədlərini təyin etmək və onlara nail olmaq üçün şirkət daxilində məsuliyyət daşıyan idarə heyəti səviyyəsində rəhbər təyin edin.

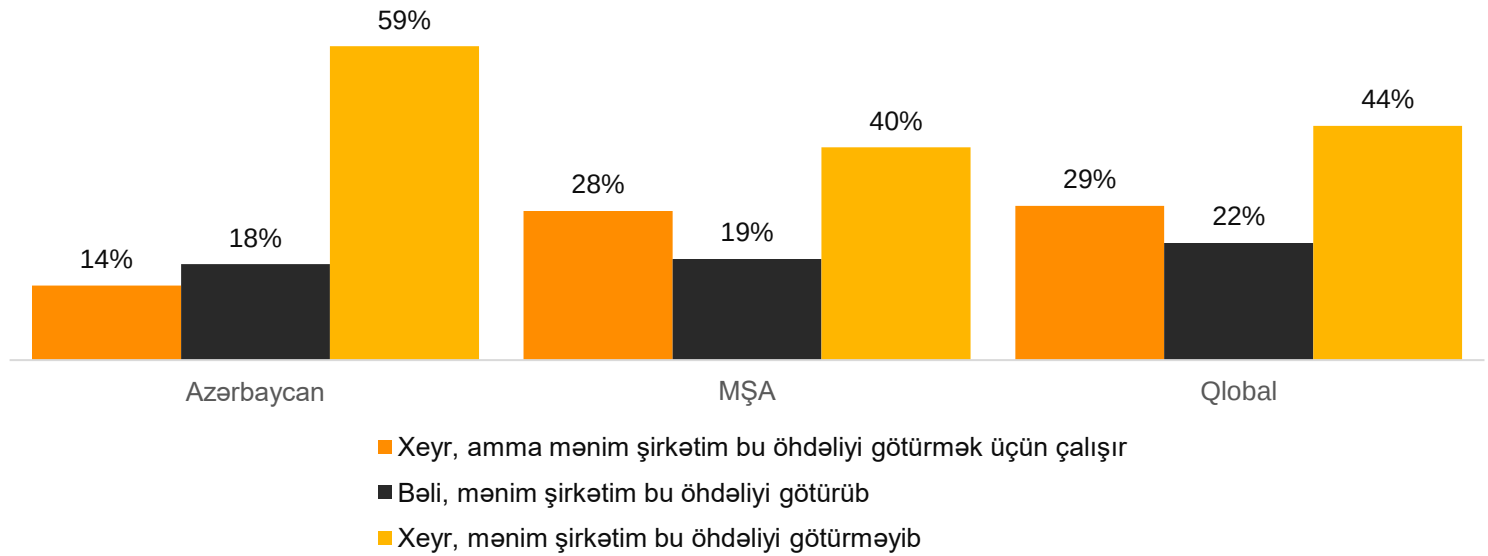
Qısamüddətli və uzunmüddətli korporativ strategiyalara inteqrasiya olunmuş iddialı, lakin real xalis sıfır və ya karbon-neytral öhdəliklər təyin edin.

Karbon tullantıların azaldılması və bərabərlik hədəflərinə nail olmaq üçün CEO bonus və həvəsləndirici mükafat paketlərini əlaqələndirin.

Azərbaycanlı CEO-lar xalis sıfır öhdəlikdə qlobal həmkarlarından geri qalmırlar

Sual: Şirkətiniz aşağıdakı hədəfi seçibmi?

Xalis-sıfır öhdəliyi



Yekun olaraq, təşviqlər, xalis-sıfır üzrə öhdəliklər və digər qeyri-maliyyə nəticələri arasında güclü bağlılıq onu göstərir ki, idarə heyətləri və rəhbərləri işçilərinin irəli aparmalı olduqları prioritetlərin tam çeşidi arasındakı uyğunluğu, onların göstəricilərini idarə edən sistemləri və aidiyyəti hesabatları ciddi şəkildə nəzərdən keçirməlidirlər.



Diqqət və çevikliyə olan tələbat

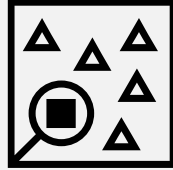
Ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetməni strateji prioritet etməyə çalışmaq, transformasiyalar həyata keçirmək və fərsətlərdən yararlanmaqla bərabər Azərbaycanlı CEO-lar risklərin öhdəsindən gəlməyə çalışdığı dövrdə sürətli və qətiyyətli hərəkət etmək bacarığı əvvəlkindən daha mühüm rol oynamağa başlayır. Davamlı dəyişikliklər dövründə insanlarla ünsiyyəti daha sıx qurmaq və dəqiq, strateji diqqəti qoruyub saxlamaq da çox vacibdir.

Azərbaycanlı CEO-lardan rəhbər olduqları şirkətlərin təşəbbüsləri nə dərəcədə tez təsdiqləyib həyata keçirə biləcəyini, öhdəlik götürdükləri strateji məqsədlərin sayı, habelə layihələr və ya biznesləri qiymətləndirmək, qeyd və vaxtında onlara dəyişikliklər etmək bacarığı, və eyni zamanda, sövdələşmələrə və investisiyalara yanaşmaları haqqında soruşduq. Nəticələrini aşağıda təqdim edirik:

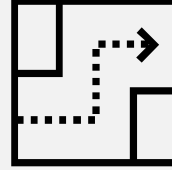
Azərbaycanlı CEO-ların diqqət və çevikliyə dair fikirləri



88%-i qeyd edir ki, rəhbər olduqları şirkətlərin on və ya daha az ümumi strateji hədəfi var. Yalnız **6%-i** hədəflərin **11** və ya daha çox olduğunu deyir



11%-i ən azı rübdə bir dəfə əsas təşəbbüsləri rəsmi olaraq qiymətləndirdiyini deyir. **44%-i** bunu ildə bir dəfə edir



48%-i deyir ki, əsas təşəbbüslər üzrə təklifdən təsdiqə qədər proses üç aya qədər vaxt çəkir. **22%-i** bunun həmin müddətin dörd aydan altı aya qədər vaxt tələb etdiyini deyir



17%-i əsas təşəbbüslər üzrə işçiləri ən azı rübdə bir dəfə məlumatlandırır. **44%-i** isə bunu yalnız ildə bir dəfə edir

Azərbaycanlı CEO-ların dayandırmaq, başlamaq və ya davam etdirmək üçün seçdiyi istiqamətlər

40%

ildə ən azı bir dəfə potensialı az olan və ya uyğun gəlməyən layihələri dayandırdığını deyirlər

34%

Ən azı ildə bir dəfə yüksək nəticə verən bir fəaliyyəti inkişaf etdirdiklərini deyirlər

50%

ildə ən azı bir dəfə yeni layihələrə investisiya qoyurlar

21%

ildə ən azı bir dəfə yeni biznesi satın alırlar

17%

ildə ən azı bir dəfə biznesdən imtina edirlər

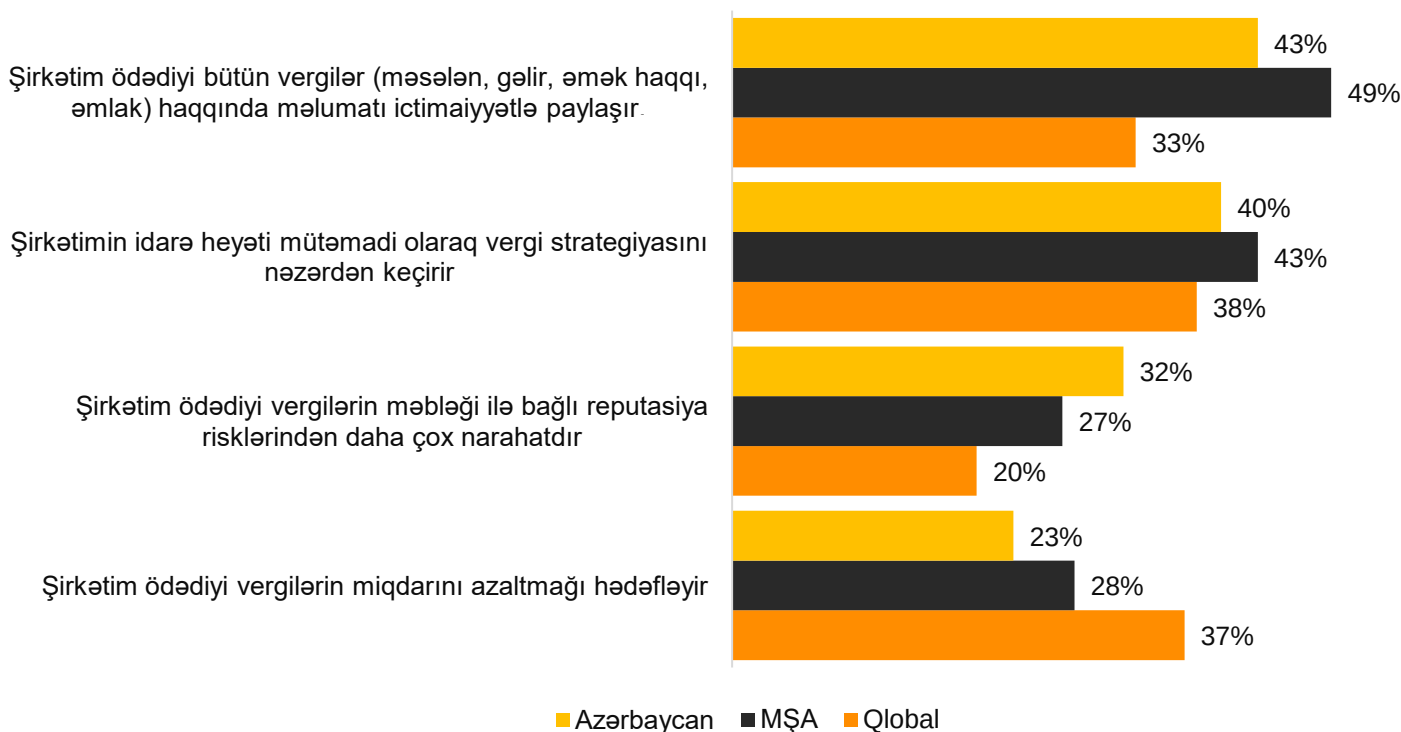
İnvestorlar, müştərilər və işçilər üçün mümkün qədər cəlbedici olmaq məqsədilə istənilən biznesin hər bir hissəsinin təşkilatın məqsədi, mədəniyyəti və strategiyasına uyğun uzunmüddətli dəyər təqdim edə bilməsi çox vacibdir. Qısamüddətli qazanclar və tez əldə olunan qalibiyyətlər istənilən halda bəzi spekulyativ investorları cəlb edəcək, lakin biz getdikcə daha çox şirkətlərlə uzunmüddətli, davamlı nəticələr yaratmağa kömək etmək üçün əməkdaşlıq edirik. Bu, layihələri dəstəkləmək və təşkilatın gələcək illərdə özünü gördüyü yerə uyğun gələn bizneslərə sərmayə qoymaq, eyni zamanda bu baxışa uyğun gəlməyən bizneslərdən imtina etmək, bazarlardan çıxmaq və ya layihələri dayandırmaq deməkdir.

Məsuliyyətli vergitutma vasitəsilə təsir göstərmək

Ətraf mühit, sosial məsuliyyət və korporativ idarəetmə öhdəlikləri Azərbaycanda biznes dairələrin cəmiyyət üçün etimadın yaradılmasına və davamlı nəticələrin əldə edilməsinə töhfə verə biləcəyi yeganə yol deyil. Qeyd edək ki, Azərbaycanda biznes rəhbərləri biznes dairələrin cəmiyyətə töhfəsinin başqa bir istiqamətini – vergilər sahəsində daha yüksək nəticələri göstərir. Azərbaycandakı CEO-lar müəyyən nəticələrə görə qlobal həmkarlarından bir qədər daha mütərəqqi və təşəbbüskar, lakin eyni zamanda MŞA regionunda fəaliyyət göstərən CEO-lardan bir qədər geridə olan mövqeyə sahibdirlər.

Azərbaycandakı şirkət rəhbərləri öz şirkətlərinin vergi öhdəliklərinə şəffaf və fəal münasibət nümayiş etdirirlər

Sual: Şirkətinizin ödədiyi vergilər haqqında düşünərkən, aşağıdakılarla nə dərəcədə razısınız?
("Təmənilə və orta dərəcədə razıyam" cavabları göstərilir)





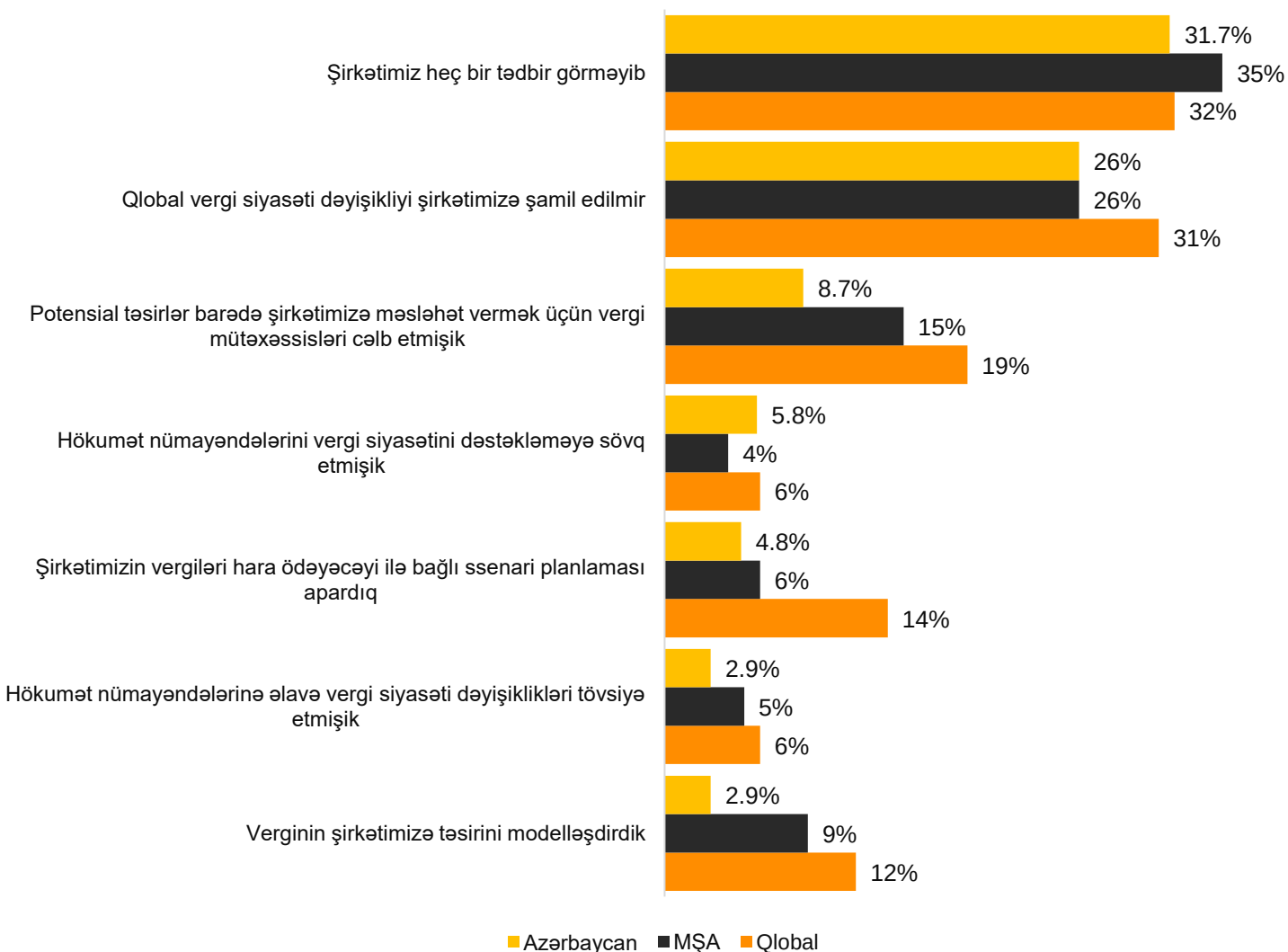
Geniş mənada, Azərbaycanda, Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrində və qlobal səviyyədə şirkətlərin idarə heyətləri demək olar ki, eyni dərəcədə vergi strategiyalarının nəzərdən keçirilməsinə diqqət yetirir, lakin vergi ilə bağlı digər üç suala verilən cavablarda bəzi maraqlı fikir ayrılıqları diqqət çəkir. Qlobal miqyasda CEO-ların 37%-i şirkətlərinin ödədiyi vergi məbləğini minimuma endirmək məqsədi ilə təmənilə və ya nisbətən razılaşıdıqlarını bildirsələr də, Azərbaycanda CEO-ların yalnız 23%-i, və Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrində isə 28%-i eyni fikirdədir. Azərbaycanda CEO-ların 43%-i rəhbər olduqları şirkətlərin ödədiyi bütün vergiləri ictimaiyyətə effektiv şəkildə çatdırması ilə təmənilə və ya nisbətən razılaşır, halbuki qlobal səviyyədə bu göstərici 33%, MŞA regionunda isə 49%-ə bərabərdir. Nəhayət, Azərbaycandakı CEO-lar ödədiyi vergilərin məbləği ilə reputasiya riski arasındakı əlaqə ilə bağlı qlobal həmkarlarına nisbətən daha çox narahat olduqlarını bildirdilər: 32% ciddi və ya nisbətən artan narahatlığı bildirdilər, halbuki qlobal miqyasda yalnız 20% və Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrində bu göstərici 27%-ə bərabərdir.

Bunun səbəbi nədir? Azərbaycanda müasir vergi sistemləri yalnız kommunizmin süqutundan sonra tətbiq olunmuşdur. Müəyyən mənada yeni sistem yaxşı korporativ vətəndaş olmağın əsas rəmzlərindən biri kimi dürüst vergi ödəyicisi olmaq məfhumunu daha geniş yaymış oldu. Beləliklə, iri şirkətin ödədiyi bütün vergilərin ictimaiyyətə effektiv şəkildə çatdırılması Azərbaycanda korporativ kommunikasiyaların təməl prinsipinə çevrilmişdir.

Bununla belə, **qlobal effektiv minimal korporativ** vergi dərəcəsi ilə bağlı müzakirələrin planlaşdırılmasına gəlcə, Azərbaycandakı biznes rəhbərləri bunun üçün ssenari planlaşdırmada qlobal və MŞA həmkarları ilə müqayisədə müşahidə olunan göstəricilərdən bir qədər geri qalmaqdadır.

Qlobal vergi siyasətinin dəyişməsi Azərbaycanlı CEO-ların gündəmində deyil

Sual: Şirkətiniz, tətbiq etdiyi təqdirdə, bütün ölkələri ən azı 15% effektiv korporativ vergi dərəcəsini öhdəsinə götürəcək potensial qlobal vergi siyasəti dəyişikliyinə hazırlaşmaq üçün hansı tədbirləri görüb?





Etibar qazanmaq və davamlı nəticələr əldə etmək – rəhbərlər üçün yeni tənlik

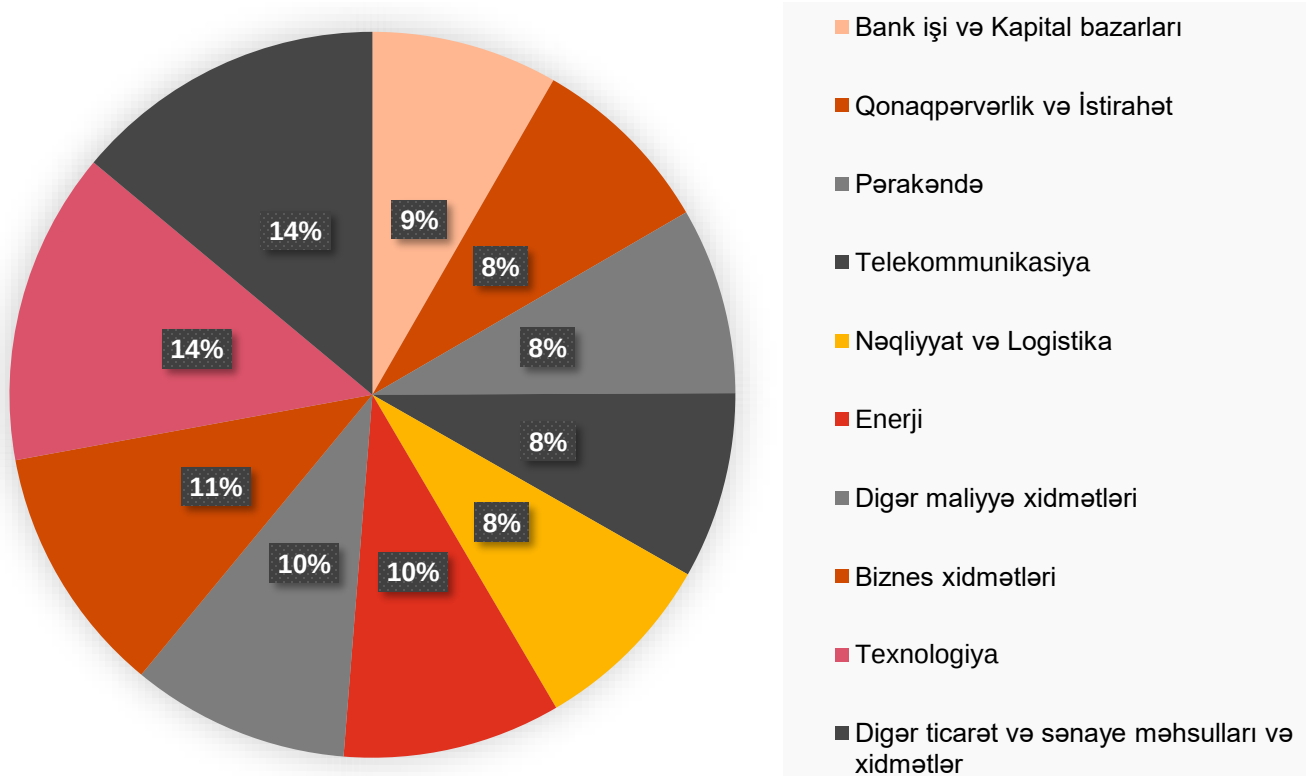
Azərbaycanda apardığımız sorğunun nəticələri nümayiş etdirir ki, yerli CEO-lar qlobal və regional həmkarları ilə eyni dərəcədə çətin problem və imkanlarla üzləşirlər. Rəhbər olduqları şirkətlər pandemiya dan çıxandan sonra yerli transformasiyanın sürətləndirilməsi fonunda Azərbaycandakı CEO-lar davamlı nəticələr əldə etmək üçün artan təzyiq altındadırlar.

Bu məqsədlə onlar müştərilər, işçilər və daha geniş cəmiyyətin etibarını qazanmaq üçün addımlar atır, çünki qarşılarında duran əsas vəzifələr sırasında yeni inkişaf imkanlarını əldə etmək, rəqəmsal transformasiya proqramlarını həyata keçirmək və istedadlı kadrlar yetişdirməkdir. Onlar eyni zamanda, əldə edilə bilən karbon tullantıların azaldılması hədəflərinə də nail olmaq istiqamətində addımlar atırlar. Qarşıdakı illərdə şirkətlərin uğuru tədricən daha çox şirkətin müştəriləri rəqəmsal texnologiyaların və gənc, rəqəmsal cəhətdən bacarıqlı və sosial cəhətdən məlumatlı istehlakçıların bazarları dəyişdirəcəyi kəşf edilməmiş dünyaya səyahətə çıxarmaq qabiliyyətindən asılı olacaq. Builki sorğunun göstərdiyi kimi, bir çox Azərbaycan biznesləri üçün səyahət yeni başlayır, lakin səyahətin istiqaməti artıq bəllidir – pandemiya dan əvvəlki normalığa deyil, irəliyə doğru.

Metodologiya

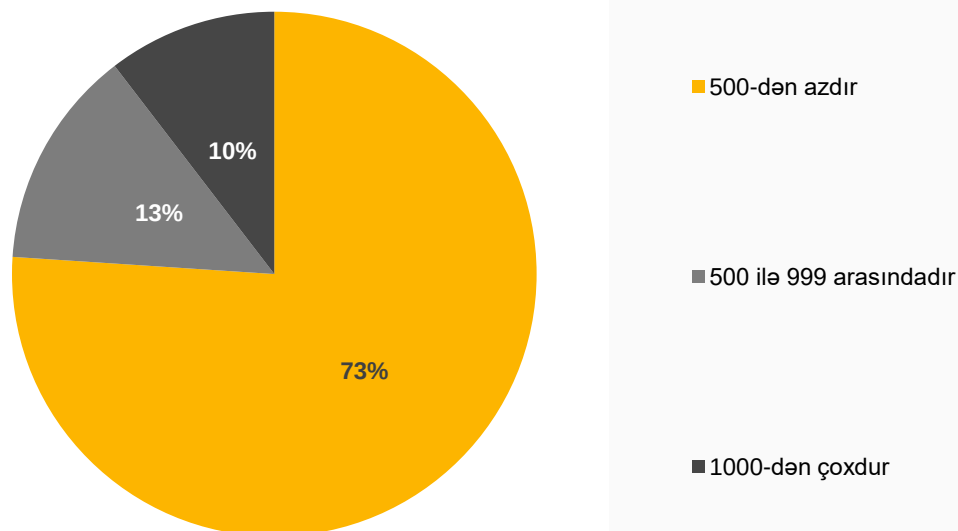
PwC Azərbaycan 104 CEO arasında sorğu keçirib ki, bunların da mü sahiblərin 91%-i onlayn, 9%-i isə üz bəüz təşkil olunmuşdur. Bütün kəmiyyət mü sahibləri məxfiliyin qorunması əsaslarında aparılmışdır.

Azərbaycan üzrə sorğuda iştirak edən 104 CEO-nun 10%-i texnologiya və digər kommersiya və sənaye məhsulları və xidmətləri, 8%-i biznes, 7%-i maliyyə xidmətləri və enerji, 6%-i bank və kapital bazarları, qonaqpərvərlik və istirahət, pərakəndə satış, telekommunikasiya, nəqliyyat və logistika sahələrini təmsil edir.

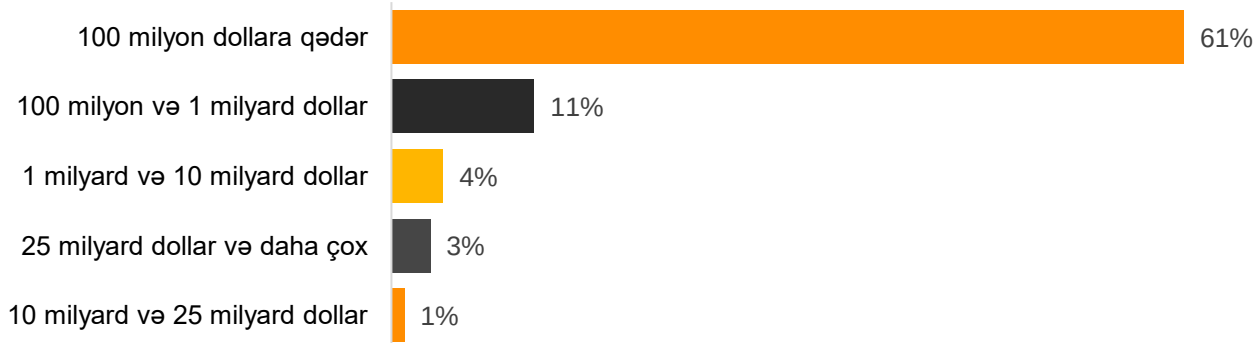


Sorğuda iştirak edən 104 CEO arasında:

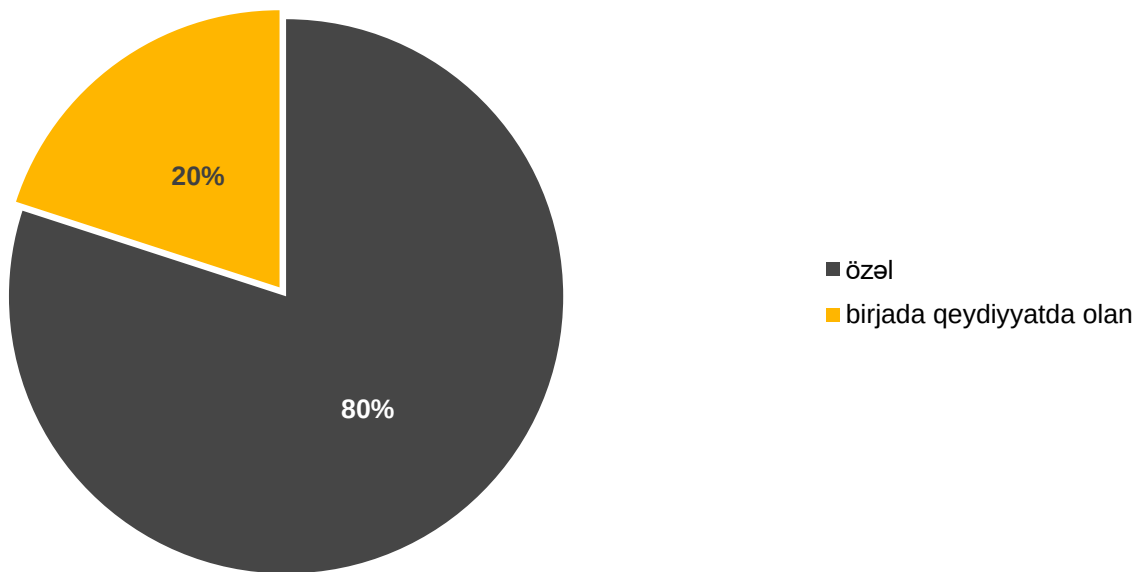
İştirak edən şirkətlərin 73%-ində 500-dən az, 13%-ində 500-999, 10%-ində 1000-dən çox işçi çalışır.



- Şirkətlərin **3%-nin** gəliri 25 milyard ABŞ dolları və ya ondan yüksəkdir
- Şirkətlərin **1%-nin** gəliri 10-25 milyard ABŞ dolları arasındadır
- Şirkətlərin **4%-nin** gəliri 1-10 milyard ABŞ dolları arasındadır
- Şirkətlərin **11%-nin** gəliri 100 milyon – 1 milyard ABŞ dolları arasındadır
- Şirkətlərin **6%-nin** gəliri 100 milyon dollara qədərdir



- Şirkətlərin **80%-i** özəldir
- Şirkətlərin **20%-nin** səhmləri açıq dövriyyədədir



Qeyd:

- Diaqramlardakı faizlərin cəmi 100% təşkil etmir. Buna səbəb faizlərin yuvarlaqlaşdırılması, çoxseçimli cavab variantları və müəyyən hallarda müəyyən cavabların, o cümlədən “digər”, “yuxarıda göstərilənlərin heç biri”, “bilmirəm” cavabların göstərilməməsinə dair verilən qərarlardır.

Yekun qeydlər

1.Vicki Huff Eckert, 2022. “Living in a world of unicorns,” strategy+business, www.pwc.com/world-of-unicorns

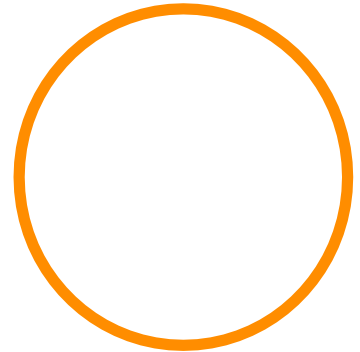
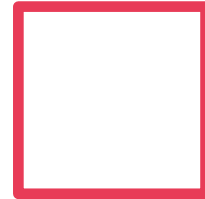
2.Phillippa O’Connor, Lawrence Harris and Tom Gosling, 2021. “Linking executive pay to ESG goals,” strategy+business, <https://www.pwc.com/gx/en/issues/esg/exec-payand-esg.html>

3. 25th CEO Survey: Middle East report <https://www.pwc.com/m1/en/ceosurvey/2022/25th-ceo-survey-middle-east-report.pdf>

4. 25th Annual CEO Survey: UK report <https://www.pwc.co.uk/ceo-survey.html>

5. 25th Annual Global CEO Survey: Asia Pacific report <https://www.pwc.com/gx/en/about/pwc-asia-pacific/ceo-survey-2022.html>

6. 25th Annual Global CEO Survey: Central and Eastern Europe report <https://www.pwc.com/c1/en/25th-ceo-survey-cee.html>



PwC-nin şəbəkə ilə əlaqəsi



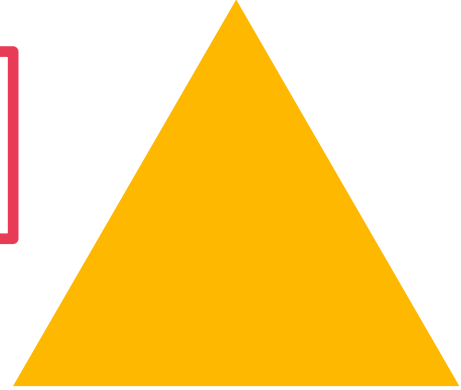
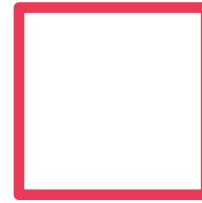
Mövlan Paşayev

Ölkə üzrə İdarəedici Partnyor
movlan.pashayev@pwc.com



Aysel Süleymanova

Marketing, Kommunikasiya və
Biznesin inkişafı üzrə Rəhbər
ayse.suleymanova@pwc.com



PwC-nin Azərbaycan üzrə 5-ci illik CEO sorğusu: <https://www.pwc.com/az/en>



© 2022 PwC. Bütün hüquqlar qorunur.

PwC hər biri ayrıca hüquqi şəxs olan PwC şəbəkəsinə və/yaxud onun bir və ya bir neçə üzv şirkətinə aiddir. Əlavə məlumat üçün

www.pwc.com/structure səhifəsinə müraciət edin.

