

Hüseyn Məmməd oğlu RÜSTƏMLİ
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
İqtisadiyyat İnstitutunun doktorantı

STARTAPLARIN MAHIYYƏTİ VƏ SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ İLƏ ƏLAQƏSİ

Xülasə

21-ci əsrdə iqtisadiyyat və sahibkarlıq mühitinin qlobal bir şəbəkəyə çevrilməsi özü ilə bir çox yenilikləri gətirmişdir. Bu yeniliklərin ən bariz nümunəsi kimi son dövrlərdə məşhurlaşan startapları göstərmək olar. Əhəmiyyətli və effektiv təsir gücünə görə startaplara hazırda biznes siyasətlərində diqqət yönəldilir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, startaplar yeni fenomen olduğu üçün onların akademik səviyyədə araşdırılması öz vacibliyini qoruyur. Məqalədə dünya elmi mənbələrindən istifadə edilərək startapların mahiyyəti və həmçinin onların sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqəsi araşdırılır.

Açar sözlər: iqtisadiyyat, startap, innovasiya, texnologiya, sahibkarlıq

UOT: 380

DOI: <https://doi.org/10.54414/UKGN4649>

Giriş

Müasir dünya reallığında baş verən ictimai, siyasi və iqtisadi müzakirələrdə “startap” terminindən istifadə çoxalmışdır. Hal-hazırda bütün dünyada startaplar şəklində sahibkarlığın təşviqi ən çox diqqət yetirilən siyasət təşəbbüsüdür. Belə ki, dünyada hər il 100 milyonlarla şirkət startap formasında fəaliyyətə başlayır və aid olduqları iqtisadi sektorlara öz əhəmiyyətli təsirini göstərir. “Startap” termini biliyə, mediaya və texnologiyaya əsaslanan regional iqtisadi coğrafiyaların akademik, populyar və əsas təriflərində geniş istifadə olunur. Belə iqtisadiyyatlar hökumətlər, iqtisadi təşkilatlar və institutlar tərəfindən inkişaf etdirilir. İqtisadiyyata verdiyi müsbət təsirlər nəticəsində startaplara həmin hökumət və institutlar tərəfindən müəyyən edilmiş siyasətlər tətbiq olunur və vəsaitlər ayrılır. Tətbiq olunan siyasətlərdə sahibkarlıq fəaliyyəti, yenilikçilik və yaradıcılıq kimi atributlar geniş müşahidə olunur [13:2]. Startap mövzusunda həsr olunmuş tədqiqat işlərində iş mühitinə sevgi, iş mühitinə bağlılıq, işçinin və ya rəhbərin özü üçün sərbəst şəkildə iş və məqsədlər cədvəlinin yaradılması, yeni urbanistik mühit və həyat tərzini startap layihələrin özəyi olaraq göstərilir [19; 29; 17; 28]. Zaeem-el Ehsana istinadən, startaplar birbaşa olaraq məşğulluq imkanlarının artmasına və məhsul istehsalına, həmçinin daxili

miqrasiyaya və yüksək regional məhsuldarlığa müsbət təsir göstərir [15]. Bu zəmində müəllif Avstraliya hökumətinin texnoloji startap layihələri üçün yaratdığı təşəbbüsü ön plana çəkərək qeyd edir ki, yenicə başlamış startaplar 2033-cü ildə Avstraliyanın ÜDM-nin təxminən 4%-ni təşkil etmək potensialına malikdir. Bundan əlavə, Audretsch və Acs tərəfindən çap olunan məqalədə startapların mövcud olan şirkətləri daha səmərəli fəaliyyət göstərməyə və bazar rəqabətini və innovasiyaları gücləndirməyə sövq etdiyi bildirilir [2].

Ivanova və digərləri öz məqalələrində startapların mahiyyətindən danışarkən aşağıdakıları startap layihələri üçün xarakterizə edir:

a) Startapların limitsiz iqtisadi inkişaf potensialı var. Bu potensial həm müştəri artımını, həm də məhsuldan gələn gəliri özündə ehtiva edir.

b) Startaplar iqtisadi mühitə yenilik gətirir. Belə yeniliklər texnoloji proseslərin nəticəsində ərsəyə gəlir və ümumilikdə bütün biznes sahələrini və mövcud iqtisadi bazarı yaxşı mənada lərzəyə gətirə bilər.

c) Startaplar yüksək dərəcəli qeyri-müəyyənlik prinsipi altında fəaliyyətə başlayır.

d) Startaplar sonda hər hansısa problemi həll edir və ya bu yöndə öz həll üsullarını nümayiş etdirir.

e) Startaplar bir çox hallarda yüksək dərəcəli investisiya yatırımı özünə cəlb edə bilir. Belə olan halda mövcud iqtisadi vəziyyət müsbət mənada bir xeyli dəyişir [23].

Lakin, startapların iqtisadi artıma təsirinin və bazar iqtisadiyyatındaki müsbət təsirlərinin görünməsi üçün hökumətlərin rolu da vacib faktorlardan biridir. Belə ki, hökumətlər belə projətlərin yaranması və çətinlik görmədən inkişaf etməsi üçün əldə olan mümkün resurslardan istifadə etməli və siyasi-sosial

baryerlərin aradan götürülməsi üçün müəyyən təşəbbüslər irəli sürməlidir [15].

Startap konsepti elmi ədəbiyyatda

Ümumilikdə “startap” termini elmi ədəbiyyatda yeni bir dalğa olaraq qəbul edilir. Buna görə də, startapların əsas mahiyyəti haqqında ədəbiyyatda fikirlər birmənalı deyil. Aşağıdakı cədvəldə (Cədvəl 1) bir sıra elmi mənbələrdən götürülmüş “startap” termininin tərifini görmək olar:

“Startap” termininin müxtəlif mənbələrdə izahı Müəllif	Tərif
[12:127]	Startaplar riskli və müəmmalı biznes mühitində fəaliyyət göstərən və yüksək texnologiyadan istifadə edərək yeni məhsul ərsəyə gətirən keçici şirkətlərdir.
[35]	Startaplar yüksək dərəcəli qeyri-müəyyənlik şərtləri altında yeni məhsul və servislər təklif edən insan təşkilatlarıdır.
[24:18]	Startap əvvəlcə bir təşkilat kimi orqanizə edilməmiş müəssisənin yaradılmasıdır.
[20:18]	Startap ilk dəfə fəaliyyətə başlamış yeni bir müəssisədir.
[18:3]	Startaplar öz kiçik həcmi və yeniliyi ilə əhatələnmiş təşkilatdır.
[10]	Startap əvvəllər heç bir əməliyyatı olmayan və yenidən “dünyaya gəlmiş” şirkətdir.
[25:1]	Startap innovasiya və texnologiyaya əsaslanan, keçici və yeni şirkətdir. Bundan əlavə, startapların sürətli inkişafı ehtimalı yüksəkdir.
[31]	Hindistan Kommersiya və Sənaye Nazirliyinə istinadən, startaplar maksimum 5 illik dövrdə fəaliyyətdə olan, innovasiya, inkişaf, yeni məhsulların biznes mühitinə gətirilməsi və texnoloji üsullardan istifadəyə yönəlmiş müəssisələrdir.
[21:57]	Startaplar 2 il müddətə fəaliyyət göstərən, yenidən yaranmış və maksimum 10 nəfərlik işçi heyətinə sahib olan innovativ şirkətlərdir.
[32]	Startaplar 60 aydan çox olmayan müddətdə fəaliyyətdə olan, sosial və innovativ yönümlü məhsulları bazara çıxaran müəssisələrdir. Bundan əlavə həmin məhsullar “innovativ” olaraq görünməsi üçün texnoloji dəyərə sahib olmalıdır.

Cədvəl 1

Cədvəldən görüldüyü kimi startapların müəssisə, təşkilat və ya qurum kimi göstərilməsi onların funksionallığının hələ tam olaraq aydınlaşmamasını izah edir. Əlavə olaraq bir çox müəlliflər startaplar üçün “innovativ”, “az müddət fəaliyyətdə olması” və “yeni məhsul və ya servislərin təqdim olunması” kimi atributlardan istifadə edirlər.

Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, startaplar haqqında elmi yazılar müxtəlif istiqamətlərdə analiz olunur. Belə ki, bu yöndə olan elmi yazılar və araşdırmaları startap layihələrini fərqli istiqamətdə izah edən iki geniş sahəyə ayırmaq olar: İngilis dilli yazılar (Anglophone) və fransız dilli yazılar (Francophone). İngilis dilli mənbələrə əsasən, startap layihələri yeni biznes modelini tapmaq və

təsdiqləmək üçün çevik və ya qənaətcil üsullardan istifadə edən keçici qurumlardır [35]. Anqlofon yanaşma startapları dinamik və reaktiv təşkilat kimi qələmə verir. Belə ki, startaplar müştərilərin və mühitin tələb etdiyi ehtiyaclara əsasən öz funksiyalarını və təklif etdiyi servisləri çevik olaraq dəyişmək bacarığına malikdir. Bu yöndə, ingilis dilli mənbələr startapların çevik metodlar (Lean Start Approaches or the agile methods) fəlsəfəsi ilə hərəkət etdiyini göstərir. Belə olduğu halda, startaplar funksional təşkilat strukturu olan, reaktiv təşkilat rejimi ilə çalışan, sınaqdan keçirilmiş məhsul və bazarlar, istehlakçılar və onların ehtiyaclarının məlum olduğu işlək biznes mühitində fəaliyyət göstərən və çevik dəyişmə bacarığı olan layihə və ya qurumlardır [8: 231]. Frankofoniya perspektivinə görə isə startap yenilik, genişlənmə, miqyas və yaşla xarakterizə olunan modeli izləyən davamlı bir firmadır. Bundan əlavə olaraq, fransız dilli mənbələr Anqlofon araşdırmaları ilə bir neçə xüsusda razılaşıb. Məsələn, frankofon perspektivə əsasən, startapların funksional təşkilat strukturları olmur. Həmçinin, bazar və müştəri və iqtisadi ehtiyacları barədə məlumatlı olmaq həmişə real görünür. Bu zəmində startaplar heç də hər zaman öz çevikliyi ilə bu ehtiyacları ödəyə bilməzlər. Buna görə də, frankofonlar startapları genişlənmə üsulu ilə davamlı olaraq fəaliyyətdə olan qurumlar kimi qələmə verirlər [8:232].

Ümumi olaraq frankofon və anqlofon araşdırmaları müqayisəli şəkildə bir neçə yöndə analiz etmək olar.

İNGİLİS DİLLİ MƏNBƏLƏRDƏ STARTAPLARIN MAHIYYƏTİ

İngilis dilli ədəbiyyatda startap termini mahiyyəti birmənalı olaraq göstərilir. Əlavə olaraq, terminin tam olaraq öyrənilməsi elmi yollarla inkişaf etdirilir. Ümumilikdə, startap layihələrinə yanaşma 3 yöndə aparılır: a) keçici, b) prosedural, c) dövrü.

a) “Keçici” yanaşma: İngilisdilli elmi cərəyanlarda startap layihələri əsasən “Amerikan uğur hekayəsi” modelinə əsaslanır. Anqlofon müəlliflərin araşdırmalarına görə, startaplar sübut edilməmiş və hələ uğur qazanmamış biznes modellərini davam etdirmək niyyətində olan müvəqqəti təşkil olunmuş qurumlardır. Bu yanaşma kommersiya yönümlü və qeyri-kommersiya yönümlü startapları bir-birindən fərqləndirməklə startapların mahiyyətini izah etməyə çalışır. Ümumilikdə, yanaşma startapları problemin həlli üçün qeyri-rəsmi və çevik şəkildə toplanan komanda və ya bir şəxs tərəfindən idarə olunan qurumlar kimi qələmə verir [4]. Bu yanaşma ilə startapları izah edən Blanka görə, startaplar davamlı olaraq təkrarlana bilən və həmçinin müəyyən ölçüsü və əhatə dairəsi olan innovativ biznes modellərini tədqiq edən qurumlardır. Bu tərif ədəbiyyatda çox tətbiq olunsada, Blankın yanaşması ilə bağlı kifayət qədər nəzəri və metodoloji aydınlaşdırmalara rast gəlinmir. Bu yöndə Blankın tərifini əsas götürən bir sıra müəlliflər startapların biznes modelini təsdiq etdikdən sonra mövcud olmasını dayandırdığını qeyd edirlər. Təsdiq edilmə prosesi adətən mövcud olmuş biznes problemi və onun həlli və ya biznes mühitindəki ehtiyac və həmin ehtiyacı ödəyən məhsulun uyğunluğu ilə tənzimlənir [8:235].

Təsdiq edilmə prosesinin daha bir tənzimlənmə üsulu isə minimum həyat qabiliyyətli məhsul (Minimum Viable Product - MVP) ilə əlaqədardır. Belə ki, startapların belə məhsulların hazır olması ilə öz mövcudluqlarını dayandıracağı qeyd olunur. Ümumilikdə, minimum həyat qabiliyyətli məhsulun (MVP) müəyyən edilməsi qənaətcil startap metodologiyasının əsas konsepsiyasıdır. Belə məhsulların müəyyən edilməsi həmin məhsulları ilk dövrlərdə qəbul edənlərin davamlı rəyinə əsaslanan iterativ bir prosesdir. Minimum həyat qabiliyyətli məhsul (MVP) 2011-ci ildə Eric Ries tərəfindən "komandalara minimum səylə müştəriləri haqqında maksimum səviyyədə təsdiqlənmiş informasiya toplamaq imkanı verən yeni məhsul versiyası" kimi müəyyən edilmişdir [27].

Bu yanaşma həmçinin startapları yüksək riskli və çevikliyə dayanan bir təşkilat kimi qələmə verir. Ries qeyd edir ki, startaplar qeyri-müəyyənlik şərtləri altında fəaliyyət göstərən insan institutlarıdır [35]. Bundan əlavə, startapların əsas atributlarından biri də innovasiyadır. Belə ki, startaplar bazarın qaydalarını dəyişməyə əsaslanan xüsusi texnoloji innovasiyanı təqdim etməyə əsaslanmış qurumlardır [38].

Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, startaplar bir şəxs və ya bir komanda tərəfindən yaradıla bilər. Əlavə olaraq, startapların yaradıcısı heç də həmişə sahibkar olmaq məcburiyyətində deyil. Məsələn, hər hansısa bir şirkət, qurum, müəssisə və institutun nəzdində də startaplar həyata keçirilə bilər. Belə olan halda universitetlərin daxilində yaradılmış araşdırma institutları da müəyyən mənada startap layihə hesab olunur [9].

b) “Prosedural” yanaşma: Bu yanaşmadan çıxış edən ingilisdilli müəlliflər startap layihələrini başlanğıc ideyadan biznes modelinin təsdiqinə və yekun məhsulun təqdim olunmasına kimi davam edən bir sıra proseslərin cəmi kimi təsvir edirlər. Bu proseslər birxətli olaraq inkişaf etmir və hər növbəti prosesdən öncə digər yöndə şəxslərə bilirlər. Ümumilikdə, “prosedural” yanaşma 4 fərqli mərhələni özündə ehtiva edir: 1) inkişaf (development); 2) dönmə (pivot); 3) bazar imkanları və müştəri inkişafı (market prospects and customer development); 4) məlumatın əldə olunması, analizi və öyrənilməsi (data collection, analysis and learning).

“Prosedural” yanaşmanın əsas mahiyyəti aşağıdakı kimidir (Cədvəl 2):

Startaplara “prosedural” yanaşma

Mərhələlər	Edilməli olanlar və tapşırıqlar
İnkişaf	Startapın əsas missiyası müəyyən bir biznes modelinin inkişafı və ya hər hansısa bir biznes probleminə həll üsullarının tapılmasıdır. İnkişaf mərhələsi sınaq və təcrübələr, prototip və ya bazar imkanlarının təsdiqlənməsini özündə ehtiva edir. Bu mərhələ həmçinin müştərilərin xəbəri olmadan onların da prosesdə gizli iştirakını tələb edir.
Dönmə	Bazar mühitindəki rəqabətə davamlı biznes modelinin axtarışı startapların çevik və qənaətcil formada inkişafını və funksionallığını təmin edir. Bu da öz növbəsində bazar mühitindəki dəyişikliklərə və müştərilərin qeyri-sabit ehtiyaclarına daha tez cavab verməyə imkan yaradır.
Bazar imkanları və müştəri inkişafı	Startap bazar imkanlarına və müştəri ehtiyaclarına əsasən gələcəkdə təqdim olunacaq yekun məhsulun ilkin və sadə prototiplərini bazara çıxarmaqla mümkün cavabları və reaksiyaları öyrənərək məhsulla bağlı problemləri və ya çatışmazlıqları üzə çıxarmaq üçün həlli yollarını araşdırır.
Məlumatın əldə olunması, analizi və öyrənilməsi	İnnovativ biznes modelinin inkişafı üçün startap təşkilatı (qurumu) rəhbər(lər)i çoxşaxəli tədqiqat üsullarından (kəmiyyət və keyfiyyət) istifadə etməklə müştərilərin məhsul haqqında rəyini öyrənir. Belə olduqda, artıq rəhbər heyətin minimum həyat qabiliyyətli məhsulun (MVP) necə olması haqda fikirlərinin formalaşmasına imkan yaradılır.

Cədvəl 2 [8:237]

c) “Dövri” yanaşma: Startaplara “dövri” yanaşma iki üsulu özündə ehtiva edir. İlk üsulda startap sadəcə formal xarakter daşıyaraq bir təşkilatın və ya məhsulun inkişaf dövrünün digər mərhələləri arasında bir keçid dövrü kimi anlaşılır. Belə olduğu halda, startap özü də mərhələ olaraq, əgər uğurla yerinə yetirilərsə, stabilləşmə və ya böyümə mərhələsindən öncə gəlir [14]. İkinci üsulda isə startap özü müxtəlif mərhələlərdən ibarət olaraq ideyanın yaranışından yetkinləşmə dövrünə qədər olan prosesləri dövri olaraq özündə əks etdirir. Bu yanaşma məhsul haqqında ideyanın yaranması, test olunması və təsdiq olunaraq bazara buraxılması mərhələlərindən ibarətdir. Lakin bəzi hallarda startapların dövri fəaliyyəti 2 mərhələdən də ibarət ola bilər. Aşağıdakı cədvəldə (Cədvəl 3) ingilisdilli araşdırmalardan götürülmüş startaplara “dövri” yanaşma strukturlarını görmək olar.

Startaplara “dövri” yanaşma

Mərhələlərin sayı	Başlanğıc mərhələ	Keçid mərhələsi	Final mərhələ	Akademik mənbə
2	Yaranma	Yoxdur	İlkin böyümə	[33]
3	Tədqiq olunma	Konstruksiya	İnkişaf	[6]
3	İşə salınma	Gənclik dövrü/İnkişaf dövrü	Böyümə	[7]
3	Problem	Müvafiq həll yollarının tətbiqi	Yetkinlik	[8:238]
3	Konsepsiya	İnkişaf yolları	Yetkin məhsul	[41]
3	Startap üçün hazırlıq	İnkubasiya dövrü	İnkubasiyadan ayrılma	[40]
3	Kəşf olunma	Təsdiq olunma	Effektivlik	[37]

Cədvəl 3 [8:238]

Yekun olaraq, onu qeyd etmək olar ki, startap layihələrinə həsr olunmuş ingilisdilli ədəbiyyatda startap konsepti embrion dövründən yetkinliyə qədər inkişaf edən proseslərin məcmusu olaraq diqqətə çatdırılır. Bütün hallarda startap institutları (qurum və ya müəssisələri) innovativ biznes modelini əldə etmək üçün çevik və qənaətcil formada çalışmalıdırlar.

FRANKOFON ƏDƏBİYYATDA STARTAP KONSEPTİ

Fransızdilli ədəbiyyatda qeyd olunan “startap” konsepti Anqlofon ədəbiyyatdan terminin tərifı və yanaşma üsullarına görə fərqlənir. Belə ki, Frankofonların araşdırmalarına əsasən, startaplara a) daimi fəaliyyətdə olan və b) təsviredici tərzdə yanaşmaq olar.

a) “Daimi” yanaşma: Fransızdilli tədqiqatçılara görə, startaplar heç də keçici yox, əksinə daimi əsasla fəaliyyətdə olan təşkilatlardır (qurum və ya müəssisələr). Bu xüsusda, Frankofonlar startapları xüsusi bir biznes qurumu kimi xarakterizə edir. Ümumilikdə, startaplar innovativ gənc şirkətlərdir. Onları digər biznes qurumlarından fərqləndirən əsas cəhətlər şirkətin ölçü və əhatə dairəsi, fəaliyyət müddəti və tədqiqata ayrılan büdcə hissəsidir. Məsələn, Fransada ən azı 8 il fəaliyyətdə olan və büdcəsinin təxminən 15%-ni tədqiqata sərf edən innovativ müəssisələr startap olaraq qəbul olunur [8:240].

b) “Təsviredici” yanaşma: Bu yanaşma da startapları gənc və innovasiya yönümlü şirkətlər və ya müəssisələr olaraq qəbul edir. Lakin konseptin izahında istifadə olunan əsas

atributların 1) innovasiya, 2) texnologiya, 3) həcm, 4) tədqiqat və 5) inkişaf olduğu bildirilir.

1) İnnovasiya: Startaplar yeni məhsulların və ya xüsusi texnologiyaların təqdim edilməsi yolunda innovativ olmağa çalışır. Bunun üçün onlar ya yeni elmi kəşf etməli, ya da mövcud texnologiyadan istifadə edərək yenilik gətirməlidirlər [3].

2) Texnologiya: Startapların təqdim etdiyi məhsul və ya yenilik elmi bacarıqların və texniki potensialın (istifadə olunan materiallar, proqram təminatı və s.) istifadəsi ilə ərsəyə gəlməlidir. Buna görə də, startapda çalışanlar həm elmi, həm də müəyyən texniki bacarıqlara malik olmalıdırlar. Bu zəmində, texnologiya atributu sənaye texnologiyası, İKT xidmətlərindən istifadə, qeyri-akademik tədqiqat üsullarından istifadəni özündə ehtiva edir [26].

3) Həcm: Startap təşkilatları özlərinin kiçik ölçüsü ilə xarakterizə olunur. Layihənin yaradıcıları minimum investisiya ilə yaranmış biznes ideyaları və hipotezlərini sınaqdan keçirmək istəyirlər. Əks halda, əgər uğursuzluq olarsa, xərclənmiş pulların və zaman itkisinin geri qaytarılması mümkün görünür. Qeyri-müəyyənlik faktoru da nəzərə alınarsa, startapların həcmının və büdcəsinin kiçik olması məqsədə müvafiq hesab olunur [8:241].

4) Tədqiqat: Startap konseptinin əsas özəklərindən biri də belə müəssisələrin tədqiqat yönümlü olmasıdır. Belə ki, nəzərdə tutulan ideyanın uğurlu olması üçün startaplar xüsusi elmi tədqiqat mərkəzləri və ya laboratoriyalardan istifadə edirlər. Belə olduğu halda, təqdim olunacaq məhsul və ya ideyanın kommersiya uğuru olması ehtimalı daha yüksək olur [8:241].

5) İnkişaf: İnkişaf startapların digər əsas mahiyyətidir. Bu zəmində, inkişaf özü bir neçə xarakteristika ilə ifadə olunur. İşçilərin sayı, populyarlıq, gəlir, müştərilərin sayı və şirkətin dəyəri belə xarakteristikalara misal ola bilər [11].

Yekunda onu qeyd etmək olar ki, startaplara həsr olunmuş fransız dilli ədəbiyyata əsasən, belə müəssisələr ümumilikdə gənc, innovativ, tədqiqat yönümlü və digər müəssisələrə nisbətən daha az həcmli olur.

STARTAPLAR VƏ SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ

Sahibkarlıq son bir neçə onillik üçün biznes mühitində böyük inkişafın şahidi olmuş sferalardan biri hesab olunur. Müasir biznes trendlərində uğurun qazanılmasında əsas pay sahibləri məhz öz ideyaların reallaşdırılmasına bilən sahibkarlardır. Amma biznes layihəsinin uğuru üçün tək-cə sahibkar yox, həmçinin innovativ yanaşma, nəzərdə tutulmuş məhsulun keyfiyyət və kəmiyyətinin artırılaraq müştərilərə çatdırılması, idarəetmə təcrübələrinin işçilər üzərində tətbiqi, müştəri gözləntiləri və ehtiyaclarına və bazar tələblərinə cavab vermək də digər faktorlar sırasındadır [22]. Ümumilikdə, sahibkarlıq şirkətin ilkin mərhələsindən inkişaf dövrünə qədərki hissəsinə aid edilən bir termin olaraq göstərilir [30]. Bir çox tədqiqatçılar isə “sahibkarlıq” terminini “biznes administrasiyası” termininə sinonim olaraq qəbul edirlər. Lakin son dövrlərdə biznes çərçivəsində çoxşaxəli inkişaf nəticəsində “sahibkarlıq” artıq müstəqil bir sahə olaraq göstərilir [1].

Sahibkarlıq əvvəllər mümkün və ya mövcud olmayan məhsul və ya xidmətlərin əldə olunması üçün təşkil olunan və belə məhsul və ya xidmətlərin mövcudluğu üçün imkanların kəşf olunması, araşdırılması və dəyərləndirilməsinə yönəlmiş bir fəaliyyət növüdür [39]. Bir sıra elmi ədəbiyyat nümunələrində sahibkarlığa aid digər xarakteristikalar da müşahidə edilir. Bu xarakteristikalar startaplara aid edilən göstəricilərlə müqayisə olunarsa, hər iki terminin əlaqəli olduğu üzə çıxarıla bilər. Məsələn, startaplarda olduğu kimi, kreativlik və innovativlik sahibkarlıq mövzusu çərçivəsində də diqqətə çatdırılan atributlardan biridir. Belə ki, müasir dövrün tələblərinə əsasən,

müştərilərin və eləcə də biznes mühiti ehtiyaclarına cavab vermək üçün müəyyən mənada yeniliklər olmalıdır [1]. Daha bir bənzər məsələ isə sahibkarlıq fəaliyyətində də İKT-dən istifadə olunaraq yeni bir məhsul və ya xidmətin müştərilərə təqdim olunmasıdır. Belə ki, internet resurslarından istifadə və İKT-nin sürətli inkişafı sahibkarlığın da sərhədlərinin böyüməsi və inkişafına gətirib çıxarmışdır [16]. Berman qeyd edir ki, sahibkarlar investisiya yatırımı artırmaq üçün elektron platformalara üz tuturlar [5]. Bu cəhətdən, startapların da qeyri-müəyyənlik prinsipi ilə çalışdığını və sərmayə axtarışında olduğu üçün bütün imkanlardan istifadə etməsini xatırlamaq yerinə düşər.

Demək olar ki, əksər elmi mənbələrdə “sahibkarlıq” və “startap” terminləri bir-birilərinin sinonimi kimi qəbul edilir. Məsələn, Alawamleh və digərləri tərəfindən aparılan bir araşdırmada İordaniyanın biznes mühitindəki startapların vəziyyətindən danışarkən müəlliflər bu startapların qarşısını kəsən baryerləri sahibkarlığın qarşısını kəsən baryerlər kimi diqqətə çatdırır [1]. Ravindran və digərləri tərəfindən yazılmış biznes sahəsinə aid kitabda “sahibkarlıq” startap menecmenti olaraq göstərilir [34]. Skala tərəfindən yazılmış bir elmi yazıda startaplar innovativ sahibkarlığın nəticəsi olaraq təqdim edilir [36].

Yekunda onu bildirmək olar ki, startaplar sahibkarlıq termini ilə birbaşa əlaqəlidir. Bunu həm hər iki terminə aid edilən atributların eyniliyi, həm də bu konseptlərə həsr olunmuş elmi yazılarda terminlərin bir-birilərinin sinonimi və ya tamamlayıcısı kimi göstərilməsi ilə izah etmək olar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Alawamleh, M., Francis, Y. H., & Alawamleh, K. J. (2023). Entrepreneurship challenges: the case of Jordanian start-ups. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol.12.
2. Audretsch, D. B., & Acs, Z. J. (1994). New-firm startups, technology, and macroeconomic fluctuations. *Small Business Economics*, vol. 6, no. 6., 439-449.
3. Ayadi, A., Arlotto, J., & Jourdan, P. (2005). *Freins et performances de l'entrepreneuriat dans les entreprises innovantes:*

une étude exploratoire. 4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 24 -25 Novembre.

4. Bach, J. (1998). Microdynamics of process evolution. *Computer*, vol. 31, 111–113.

5. Berman, S. J. (2012). Digital transformation: Opportunities to create new business models. *Strategy & Leadership*, vol. 40, no. 2, 16–24.

6. Blank, S. (2015). What Do I Do Now? The startup lifecycle.

7. Bocken, N. (2015). Sustainable venture capital catalyst for sustainable start-up success? *Journal of Cleaner Production*, vol. 108, 647-658.

8. Bouhaj, S., Jahidi, R., & Lebzar, B. (2022). A conceptual and semantic framework of the startup: a systematic review of the literature through a qualitative study. *Revue*

Internationale du Chercheu, vol. 3, no. 2, 228-251.

9. Burgelman, R. A. (1983). A Model of interaction of strategic behavior, corporate contexte, and the concept of strategy. *Academy of Management Review*, vol. 8, no. 1, 61-70.

10. Carter, N., Gartner, W., & Reynolds, P. (1996). Exploring Start-Up Event Sequences. *Journal of Business Venturing*, vol. 11, 151-166.

11. Cauvin, E., & Bescos, P-L. (2011). L'Evaluation des performances : une comparaison entre les pratiques des Start-Up et des entreprises traditionnelles francaises et americaines. *Technologie et Management de l'Information : enjeux et impacts dans la comptabilité le controle et l'audit*.

Huseyn Mammad RUSTAMLI

Doctoral student at the Institute of Economics
Azerbaijan National Academy of Science

THE ESSENCE OF STARTUPS AND THEIR RELATIONSHIP WITH ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Summary

In the 21st century, the transformation of the economy and business environment into a global network has brought with it many innovations. Startups that have become popular in recent times can be cited as the most obvious example of these innovations. Due to their significant and effective influence, startups are currently receiving attention in business policies. It should also be noted that since startups are a new phenomenon, their study at the academic level maintains its importance. The article examines the nature of startups and their relationship with entrepreneurial activity using world scientific sources.

Keywords: economy, startup, innovation, technology, entrepreneurship

Гусейн Мамед оглу РУСТАМЛИ

Докторант Института экономики
Национальная Академия Наук Азербайджана

СУЩНОСТЬ СТАРТАПОВ И ИХ СВЯЗЬ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Резюме

В 21 веке преобразование экономики и бизнес-среды в глобальную сеть принесло с собой множество инноваций. В качестве наиболее яркого примера таких инноваций можно привести ставшие популярными в последнее время стартапы. Благодаря своему значительному и эффективному влиянию стартапы в настоящее время привлекают внимание в бизнес-

политике. Следует также отметить тот факт, что поскольку стартапы являются новым явлением, их изучение на академическом уровне сохраняет свою значимость. В статье исследуется природа стартапов и их связь с предпринимательской деятельностью с использованием мировых научных источников.

Ключевые слова: экономика, стартап, инновации, технологии, предпринимательство.