

Ülviyyə Duman qızı MƏMMƏDOVA
Azərbaycan Texnologiya Universitetinin dissertantı

SAHİBKARLIĞIN MÜXTƏLİF SUBYEKTLƏRİ İLƏ STARTAP ARASINDAKI ƏSAS FƏRQLƏRİN TƏDQIQI

Xülasə

Məqalədə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı müxtəlif yanaşmalara müqayisəli baxış keçirilərək, sahibkarlıq subyektləri ilə startaplar arasındakı oxşar və fərqli cəhətlər analiz edilib. Müəllif belə qənaətə gəlir ki, startaplar sahibkarlıq subyekti olaraq, innovasiyalı fəaliyyətlə məşğul olur və digər sahibkarlıq subyektlərindən innovasiyaya münasibət, artım potensialı, risklilik səviyyəsi, maliyyələşmə mənbəyi, investisiyanın cəlb edildiyi müddət, müəssisənin strukturu, bazara fokuslanma, texnologiyaya münasibət, əsas məqsəd və sair amillərlə fərqlənir. sahibkarlıq və startap ekosistemləri arasında da fəaliyyətin fokuslandığı sahələr, biznesin növü, maliyyələşmə mənbələri, infrastruktur, mədəniyyət, texnoloji rol, mentorluq, siyasətə fokuslanma və bazar yönümlülük kimi fərqliliklər mövcuddur.

Açar sözlər: sahibkarlıq, startaplar, innovasiyalı inkişaf, texnologiya, iqtisadi inkişaf, startap ekosistemləri

JEL: F 31

DOI: 10/54414/OOUV5466

Giriş

Sahibkarlığın innovativ iqtisadi inkişafdakı rolunu əsas götürərək hər bir ölkə onun inkişafına çalışır. Lakin bəzi ölkələrdə sahibkarlıq daha yüksək səviyyədə inkişaf edib. Sahibkarlığın inkişaf səviyyəsinə görə ölkələrarası fərqliliklər bu ölkələrdə yaradılan sahibkarlıq ekosistemləri ilə daha çox bağlıdır. Sahibkarlıq Ekosistemi yeni müəssisələrin yaradılmasını, böyüməsini və davamlılığını dəstəkləyən, bir-biri ilə əlaqəli aktorlar, institutlar və resurslar şəbəkəsidir. Yaxşı inkişaf etmiş sahibkarlıq ekosistemi sahibkarların resurslara çıxış əldə etməsi, yeni bilik və bacarıqlara yiyələnməsi, mümkün çətinliklərin öhdəsindən gəlməsi üçün əlverişli mühit yaradır. Sahibkarlıq Ekosisteminin əsas komponentlərdən biri olan “Maliyyə və Maliyyələşdirmə mühitinin yaradılması” ilkin mərhələdəki bizneslərə sərmayə qoyan, tez-tez maliyyələşdirmə ilə yanaşı mentorluq təklif edən varlı şəxslərlə (mələk investorlarla), banklar və mikromaliyyə təşkilatları ilə əlaqələrin qurulmasını təmin edir.

Sahibkarlıq Ekosisteminin əsas komponentləri sırasında hökumət tərəfindən həyata keçirilən siyasət və qaydalar, qrant proqramları və subsidiyalar, əqli mülkiyyətin mühafizəsi, əlverişli biznes mühitinin yaradılmasıdır. Təhsil və

təlim müəssisələrinin, xüsusilə universitet və tədqiqat mərkəzlərinin, peşə təhsili müəssisələrinin və sahibkarlıq üzrə təhsil proqramlarının olması və səmərəli fəaliyyəti sahibkarlıq ekosisteminin formalaşmasında və inkişafında mühüm əhəmiyyət daşıyır. Mentorluq və Dəstək Şəbəkələri, o cümlədən startapları mentorluq, iş sahəsi, maliyyələşdirmə və şəbəkə imkanları ilə təmin edən inkubatorlar və akseleratorlar, həmçinin rəhbərlik, məsləhət və əlaqələr təklif edən təcrübəli sahibkarlar və ya biznes mütəxəssisləri olan sahibkarlıq mentorları, sahibkarların ideyalarını paylaşa, əməkdaşlıq edə və bir-birini dəstəkləyə biləcəyi təşkilatlar, görüşlər və forumlar sahibkarlıq ekosisteminin komponentlərindəndir.

Sahibkarlıq ekosisteminin mühüm komponentlərindən biri də şübhəsiz ki, insan kapitalı və istedadlı işçi qüvvəsidir. Texnologiya, marketing və idarəetmə kimi sahələrdə ixtisaslı peşəkarların olduğu mühitə çıxış sahibkarlıq üçün vacibdir. Sahibkarlıq ekosistemi yerli və qlobal bazarlara girişi asanlaşdırmalı, fiziki və rəqəmsal infrastrukturların təminatı ilə (internet, nəqliyyat, kommunal xidmətlər) biznes əməliyyatlarına əlverişli imkan yaratmalıdır.

Sahibkarlığın mühüm subyektlərindən biri startaplardır. Startaplar adətən yüksək artım potensialı olan innovativ məhsul və ya xidmətlərin yaradılması, inkişafı və miqyasının artırılması məqsədi daşıyan yeni qurulmuş bizneslərdir. Ənənəvi kiçik biznes subyektlərindən fərqli olaraq, startaplar bazar ehtiyacına cavab olaraq innovasiyaya, sürətli genişlənməyə üstünlük verirlər. Startaplar adətən texnologiya və rəqəmsal sənayelərlə əlaqələndirilir, lakin onlar innovasiya etmək imkanı olan istənilən sektorda yarana bilərlər.

Startapların əsas xüsusiyyətləri sırasında ilk növbədə onların innovativ olmaları gəlir. Startaplar adətən yeni və ya təkmilləşdirilmiş ideya, məhsul, xidmət və ya biznes modeli ətrafında qurulur. Bu yenilik yeni texnologiyanın yaradılmasından tutmuş, müştərilərə əhəmiyyətli dəyər verəcək şəkildə mövcud proseslərin yenidən nəzərdən keçirilməsinə qədər dəyişə bilər.

Startapların ikinci mühüm xüsusiyyəti onların sürətlə böyümək imkanının olmasıdır. Belə ki, startaplar mahiyyət etibarilə sürətlə böyümək və əhatə dairəsini genişləndirmək üçün nəzərdə tutulur. Ənənəvi kiçik bizneslərdən fərqli olaraq, startaplar az resurslarla daha sürətlə böyüməyə cəhd edirlər. Onlar bunu əsasən texnoloji innovasiyalar hesabına edirlər.

Startapların üçüncü mühüm xüsusiyyəti yüksək risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində fəaliyyət göstərmələridir. Startaplar adətən hələ bazarda tanınmamış məhsullarla, həmçinin yeni və ya sınaqdan keçməmiş bazarlara daxil olurlar. Bu, yüksək risk səviyyəsi ilə yanaşı, həm də yüksək mükafat potensialı yaradır. Bir çox startaplar daha yaxşı, daha sürətli və ya daha sərfəli həllər təklif etməklə artıq qurulmuş və fəaliyyət göstərən sənaye sahələrini dəyişməyi hədəfləyirlər. Belə hallarda tamamilə yeni bazarların yaradılması və ya mövcud olan bazarların əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirilməsi nəzərdə tutulur.

Startapların dördüncü mühüm xüsusiyyəti yeni texnologiyalara əsaslanmalarıdır. Belə ki, son illərdə bir çox startaplar rəqəmsal texnologiyalara, proqram təminatına və ya platformalara əsaslanırlar. Yeni texnologiyalardan istifadə onlara tez bir zamanda böyük auditoriyaya çıxmağa və daha az fiziki məhdudiyyətlə böyük miqyas almağa imkan verir.

Startapların beşinci mühüm xüsusiyyəti onların maliyyələşməsi ilə bağlıdır. Startaplar, əksər hallarda, onları yaradan insanlar tərəfindən deyil, “xarici mənbələrdən” maliyyələşirlər. Belə ki, startap ekosistemində yer alan “mələk investitorlar”, “vençur kapitalı” və sair maliyyə mənbələri startapların maliyyələşməsində mühüm rol oynayırlar. Startaplar uğur qazandıqları hallarda daha yüksək investisiyaların cəlb edilməsi imkanları artır.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, startaplar yaranarkən böyük risklərlə üzləşirlər. Təcrübə göstərir ki, yaranan startapların böyük əksəriyyəti uğursuz olur və qısa müddətdə öz fəaliyyətini dayandırır. Az sayda startaplar isə sürətlə böyüyərək bazarda güclənirlər və böyük miqyaslı şirkətlərə çevrilirlər. Məsələn, Starlink, Uber Eats, Waze Mobile və sair şirkətlər qısa müddətdə böyük şirkətlərə çevrilən azsaylı startaplardandır.

Startaplar inkişaf edərək bazar mövqelərini möhkəmləndirənə qədər bir neçə mərhələdən keçməli olur. Birinci mərhələ “ideya” mərhələsidir. Bu mərhələdə təsisçilərin beyni fırtınası, araşdırma və biznes ideyasını təsdiqlənir. Bu mərhələ, adətən bazarda hər hansı problemin və ya ödənilməmiş ehtiyacın müəyyən edilməsini əhatə edir. İkinci mərhələ “dəyərləndirmə” mərhələsidir. Bu mərhələdə startap öz ideyalarını potensial müştərilərlə sınaq, onlardan rəy toplayır və bazar tələbini təsdiqləmək üçün minimum etibarlı məhsul (MVP) və ya prototip yaradır. Üçüncü mərhələ “toxum” mərhələsidir. Bu mərhələdə startaplar adətən məhsul və ya xidmətlərini daha da inkişaf etdirmək üçün ilkin maliyyə vəsaiti axtarırlar. Bu maliyyə şəxsi əmanətlərdən, ailə və dostlardan, mələk investitorlarından və ya müxtəlif fondlarından əldə edilə bilər. Dördüncü mərhələ “Böyümə” mərhələsidir. Bu mərhələdə startap məhsul və ya xidmətini işə salır və müştəri bazasını yaratmağa başlayır. “Böyümə” mərhələsində məhsulun təkmilləşdirilməsi, istifadəçilərin əldə edilməsi reallaşır və erkən gəlir əldə olunur. Startapların inkişafının beşinci mərhələsi “Genişlənmə” mərhələsidir. Bu mərhələdə startaplar öz əməliyyatlarını genişləndirmək, yeni bazarlara çıxmaq və ya istehsal və marketinq səylərini genişləndirmək üçün əlavə maliyyə vəsaiti axtarırlar.

Sonuncu mərhələ “yetkinlik və çıxış” mərhələsidir. Bu mərhələdə yetkin startaplar daha böyük bir şirkət tərəfindən alınmaq, başqa müəssisə ilə birləşmək və sair müxtəlif çıxış strategiyalarını nəzərdən keçirə bilər. Belə çıxış investorlara və təsisçilərə müəyyən həcmdə gəlir gətirir.

Sahibkarlığın müxtəlif subyektləri ilə startap arasındakı fərqlər yuxarıda qeyd etdiyimiz inkişaf mərhələlərində aydın hiss edilir. Belə ki, bütün startaplar sahibkarlıq fəaliyyətinin bir növü olduğu halda hər cür sahibkarlıq startap deyil. Yəni tərif və əhatə dairəsinə görə sahibkarlıq daha geniş anlayışdır. Startaplar adətən texnologiyaya əsaslanan və ya yüksək inkişaf edən sənayelər daxilində unikal məhsul və ya xidmət inkişaf etdirməyə yönələn fəaliyyətlə məşğul olurlar. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi sahibkarlığın

yalnız ikinci səviyyəsi innovasiyalı məhsul istehsalına çalışır. Sahibkarlığın elə növləri var ki, onlar ənənəvi bizneslə məşğul olurlar. Məsələn, restoranlar, pərakəndə mağazalar və ya xidmət təminatçıları da sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğuldurlar. Belə sahibkarlıq fəaliyyətində innovasiya prioritet hesab edilmir. Startaplar üçün isə ənənəvi sənayelərə meydan oxuyan və ya tamamilə yeni bazarlar yaradan yeni ideyalar, texnologiyalar və ya biznes modellərinə əsaslanan innovasiyalar mərkəzi yer tutur. Startaplar diferensiasiyalaşdırma yolu ilə rəqabət üstünlüyü yaratmaqla problemi yeni üsulla həll etməyi hədəfləyir. Startaplara və sahibkarlığa həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatların müqayisəsi onlar arasındakı əsas fərqləri 1-ci cədvəldəki kimi təsnifləşdirməyə imkan verir.

Cədvəl 1

Staraplarla digər növ sahibkarlıq subyektləri arasındakı əsas fərqlər

Müqayisənin aspektləri	Sahibkarlıq	Startap
Tərif	Biznes fəaliyyətinin geniş prosesi	Yüksək artıma malik xüsusi sahibkarlıq növü
İnnovasiyaya münasibət	Bütün sahibkarlıq üçün əsas diqqətdə deyil	Biznes modeli və artım üçün əsas diqqətdədir
Artım potensialı	Adətən sabitdir və ya kiçik artımlıdır	Birdən və sürətli artıma malik ola bilər
Risklilik səviyyəsi	Biznes növündən asılı olaraq, fərqli riskə malikdir	Yüksək risklidir və qeyri-müəyyənliklə üz-üzədir
Maliyyələşmə mənbəyi	Bank kreditləri kimi ənənəvi maliyyə mənbəyinə malikdir	Vençur kapitalı, “mələk investorlar” əsas maliyyə mənbəyidir
Investisiyanın cəlb edildiyi müddətə qədər	Uzunmüddətli, adətən ailə biznesi	Aydın çıxış strategiyalı və qısamüddətli
Struktur	Sabit və ənənəvi	Çevik və şəraitə uyğunlaşabilən
Bazara fonuslanma	Yerli və niş bazarlar	Milli və qlobal bazar
Texnologiyaya münasibət	Texnoloji tətbiqlər zərur deyil	Texnoloji yeniliklər zəruridir
Əsas məqsəd	Mənfəət, sosial təsir	Yüksək artım, bazara təsir və bəzi bazarların dağıdılması

Qeyd: müəllif tərəfindən tərtib edilib

Sahibkarlıq fəaliyyəti və subyektləri ilə startap arasındakı yuxarıda qeyd etdiyimiz fərqliliklər özünü sahibkarlıq ekosistemi ilə startap ekosistemi arasındakı fərqlilikdə də biruzə verir. Belə ki, həm startap ekosistemləri, həm də sahibkarlıq ekosistemləri biznesin başlaması və böyüməsi üçün dəstək strukturlarını

təmin edir. Lakin bu ekosistemlər arasında müəyyən fərqliliklər mövcuddur. Sahibkarlıq ekosistemi daha genişdir və ölçüsündən asılı olmayaraq, bütün biznes növlərini əhatə edir. Startap ekosistemi isə yüksək inkişaf edən, innovasiyaya əsaslanan biznesləri inkişaf etdirməyə

yönəldilmişdir. Sahibkarlıq və startap ekosistemlərinin xüsusiyyətlərinə həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatların müqayisəli təhlili əsasında bu iki ekosistem arasındakı fərqlilikləri 2-ci cədvəldəki kimi təsnifləşdirmək olar.

2-ci cədvələ əsasən bəzi aspektlər üzrə startap ekosistemi ilə sahibkarlıq ekosistemlərinin funksiyaları müəyyən səviyyədə üst-üstə düşür. Ümumi cəhət ondan ibarətdir ki, hər iki ekosistem iqtisadi artıma töhfə verir. Lakin onların iqtisadi inkişafa təsir kanalları fərqlidir. Startaplar sürətli innovasiyaları və qlobal rəqabət qabiliyyətini artırır, sahibkarlıq ekosistemləri isə

yerli iqtisadi dayanıqlığı, iş yerlərinin yaradılmasını və icmaların davamlı inkişafına kömək edir. Bu iki ekosistem arasındakı fərqli cəhətlər daha qabarıqdır. Startap ekosistemi daha çox ixtisaslaşmış olur. Bu ekosistem yüksək inkişafa malik, innovasiya yönümlü startaplara xidmət edir və onların sürətlə genişlənməsi üçün texnologiya, investisiya və resurslar təqdim edir. Sahibkarlıq ekosistemi isə yerli kiçik bizneslərdən tutmuş iri firmalara qədər daha geniş biznes dairəsini əhatə edir. Bu ekosistem müxtəlif icma ehtiyaclarına xidmət edən geniş əsaslı iqtisadi inkişafa diqqət yetirir.

Cədvəl 2

Sahibkarlıq və startap ekosistemləri arasındakı əsas fərqliliklər

Fərqliliklərin aspektləri	Sahibkarlıq ekosistemi	Startap ekosistemi
Fəaliyyətin fokuslandığı sahələr	Hər çür biznesin geniş dəstəklənməsi	Yüksək artımlı və innovasiyalı biznesin dəstəklənməsi
Biznesin növü	Kiçik biznes, sosial sahibkarlıq subyektləri	əsasən texnoloji startaplar
Maliyyələşmə mənbələri	Bank kreditləri, mikromaliyyələşmə, qrantlar və icma fondları	Vençur kapital, “mələk” investisiyaları
İnfrastruktur	ənənəvi ofislər, emal qurğuları	Yüksək texnologiya resursları və rəqəmsal platforma
Mədəniyyət	Müxtəlif yanaşmalar, dayanıqlılığa vurğulanma	Yüksək risk, sürətli innovasiya
Texnoloji rol	Bütün biznes üçün o qədər də vacib deyil	Innovasiya üçün əsas hesab edilir
Mentorluq	Müxtəlif modellər üçün ümumi biznes mentorluğu	miqyasa və texnoloji bazar təcrübəsinə diqqət
Siyasətə fokuslanma	Geniş biznesyönümlü siyasət	Innovasiya qrantları, R&D stimullaşdırılması
Bazar yönümlülük	Yerli və regional bazaryönümlü	Qlobal və milli bazaryönümlü

Qeyd: müəllif tərəfindən tərtib edilib

• **Qida sektorunda yaradılan startapların əsas inkişaf trendləri**

Digər sənaye sahələrində olduğu kimi qida sənayesində də qlobal miqyasda sürətlə texnoloji dəyişikliklər baş verir. Qida sənayesi digər sənaye sahələri ilə, hətta xidmət sektoru ilə sıx bağlı olduğundan, həmçinin istehlakçı seçimlərinin daim dəyişməsi və inkişafı, ekoloji tələblərin sərtləşməsi belə texnoloji inkişafı stimullaşdırır. Qida məhsullarına olan tələbatın daim artması da qida sənayesində yeni ideyala-

rın və innovasiyalı texnologiyaların yaranmasına təkan verir (məsələn, [13]). Ekoloji cəhətdən təmiz alternativ zülal mənbələrinə artan tələbat (məsələn, yeni laboratoriya ət növlərinin yaradılması), həmçinin əsas qidalarla yanaşı əlavə sağlamlıq faydaları təklif edən qidaların yaranması startapların fəaliyyətinin nəticəsidir. Ağıllı Təchizat Zəncirləri (məsələn, [14]), Rəqəmsal Qida Laboratoriyalarının (məsələn, [15]) yaranması, robototexnika və süni intellekdən məhsuldarlığın artırılmasında istifadə

edilməsi (məsələn, [16]) elektron ticarət vasitəsilə istehlakçıların qida məhsullarına çıxışının asanlaşdırılması və sair innovasiyalı fəaliyyət startapların qida sənayesindəki rolunun getdikcə artdığından xəbər verir. Startaplar bir-başına istehlakçıya təqdim olunan modellər, yemək dəstləri və rahatlıq tələbinə cavab verən sürətli çatdırılma xidmətləri təklif etməklə bundan faydalanırlar. Çoxlu sayda tədqiqatlar göstərir ki, iqlim dəyişmələri aqrar sektorun inkişafına ciddi təsir göstərir (məsələn, [17]). Startaplar ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün şaquli əkinçilik, dəqiq kənd təsərrüfatı və quraqlığa davamlı bitkilərin inkişafı edilməsi üçün yeni ideyalar təklif edir.

Əhalinin həndəsi silsilə ilə artmasının gələcəkdə ərzaqla bağlı problem yaradacağı iddiası hələ Maltus tərəfindən 1798-ci ildə "Əhali prinsipi haqqında esse" adlı əsərdə irəli sürülmüşdü. Lakin belə iddianın təsdiqlənməməsinin əsas səbəbləri müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən geniş tədqiq edilib (məsələn, [18]). Bu problemə həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatların müqayisəli analizi deməyə əsas verir ki, bu səbəblərdən biri aqrar sektorda texnoloji yeniliklərin və innovasiyaların tətbiqi olmuşdur. Kənd Təsərrüfatının mexanikləşdirmə, təkmilləşdirilmiş məhsul sortlarından istifadə və kimyəvi gübrələrin istifadəsi kənd təsərrüfatında məhsuldarlığı əhəmiyyətli dərəcədə artırdı. Aqrar sektorda belə innovasiyalı inkişaf davamlı olaraq tətbiq edilir. XX əsrin ortalarında yüksək məhsuldar məhsul növlərinin inkişafı, qabaqcıl suvarma texnikası və sintetik gübrələrin və pestisidlərin geniş yayılması ərzaq istehsalını kəskin şəkildə artırdı.

Qida məhsullarının saxlanması və daşınmasında innovasiyalı texnologiyadan istifadə, məsələn, dəmir yolları, gəmiçilik və daha sonra hava nəqliyyatının inkişafı və qida məhsullarının mühafizəsi, məsələn, böyük soyuducuların ixtirası sahəsindəki innovasiyalar böyük miqdarda qida məhsullarının uzun məsafələrə səmərəli şəkildə daşınmasına imkan verdi. Genetik Modifikasiya və Biotexnologiyanın inkişafı da qida sənayesində məhsuldarlığın kəskin artmasında mühüm rol oynadı. Müasir biotexnologiya, o cümlədən geni dəyişdirilmiş orqanizmlər (GMO) məhsuldarlığı kəskin artırdı, zərərvericilərə qarşı müqaviməti gücləndirdi və quraqlığa düzümlülüyü artırdı.

Aqrar sektorun elmi əsaslarla qurulması, əkin, suvarma və məhsul yığımını optimallaşdırmaq üçün dəqiq məlumatlara əsaslanan texnologiyalardan istifadə edilməsi səmərəliliyi və məhsuldarlığı daha da artırdı. İqlim dəyişmələrini nəzərə alaraq, belə dəyişmələrə uyğun bitki növlərinin yaradılmasına yönələn innovasiyalar ərzaq istehsalının davamlı olaraq, artmasına səbəb oldu.

Nəticə:

Qida sektorunda innovasiya və sahibkarlığın təşviqi iqtisadi artım, davamlılıq, ərzaq təhlükəsizliyi və ictimai sağlamlığı əhatə edən bir neçə səbəbə görə vacibdir. Çünki qida sektorunda innovasiyaların tətbiqi a) *qida təhlükəsizliyinin təmin edilməsi*; b) *ekoloji cəhətdən təmiz qida məhsullarının istehsalı*; c) *iqtisadi artımın və məşğulluğun təmin edilməsi*; d) *keyfiyyətli qida məhsullarının istehsalı*; e) *daim dəyişən istehlakçı istəklərinə adekvat reaksiyanın verilməsi*; f) *qlobal bazarda rəqabətliyin gücləndirilməsi və sair səbəblərdən vacibdir. İnnovasiya və sahibkarlıq qida sektorunun müasir çağırışlara cavab verməsi üçün, onu daha səmərəli, dayanıqlı və ictimai dəyərlərə uyğunlaşdırmaq üçün mühümdür. Qida sənayesinin qlobal çağırışlara uyğun olaraq transformasiya edilməsi təkcə qida məhsullarına olan tələbin təmin edilməsi deyil, həm də davamlı, sağlamlığa yönəlmiş və iqtisadi cəhətdən möhkəm qida sisteminin əsasını qoyulması deməkdir.*

Ədəbiyyat

1. Śledzik, Karol. (2013). *Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship*. SSRN Electronic Journal, (), – . doi:10.2139/ssrn.2257783 ps.89-95
2. Mehmood, T., Alzoubi, H. M., & Ahmed, G. (2019). Schumpeterian entrepreneurship theory: Evolution and relevance. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(4).
3. Ziemnowicz, C. (2020). Joseph A. Schumpeter and innovation. In *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship* (pp. 1517-1522). Cham: Springer International Publishing.
4. Barot, H., (2015). Entrepreneurship - A Key to Success. *The International Journal of Business and Management*, Vol.3, No.1, January 2015; 163-165.

5. Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding definition of entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), 235-241.
6. Nusratovich, S. H. (2019). The role of the food industry in the national economy. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 9(10), 26-34.
7. Fukase, E., & Martin, W. (2020). Economic growth, convergence, and world food demand and supply. *World Development*, 132, 104954.
8. Yamjala, K., Nainar, M. S., & Ramiseti, N. R. (2016). Methods for the analysis of azo dyes employed in food industry—a review. *Food chemistry*, 192, 813-824.
9. Augustin, M. A., Riley, M., Stockmann, R., Bennett, L., Kahl, A., Lockett, T., ... & Cobiac, L. (2016). Role of food processing in food and nutrition security. *Trends in Food Science & Technology*, 56, 115-125.
10. Subramaniam, Y., Masron, T. A., & Loganathan, N. (2024). Imports and Food Security. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 16(1), 7-24.
11. Halpern, B. S., Frazier, M., Verstaen, J., Rayner, P. E., Clawson, G., Blanchard, J. L., ... & Williams, D. R. (2022). The environmental footprint of global food production. *Nature Sustainability*, 5(12), 1027-1039.
12. Spadoni, R., Nanetti, M., Bondanese, A., & Rivaroli, S. (2019). Innovative solutions for the wine sector: The role of startups. *Wine Economics and Policy*, 8(2), 165-170.
13. Davis, K. F., Gephart, J. A., Emery, K. A., Leach, A. M., Galloway, J. N., & D'Odorico, P. (2016). Meeting future food demand with current agricultural resources. *Global Environmental Change*, 39, 125-132.
14. Chen, S., Brahma, S., Mackay, J., Cao, C., & Aliakbarian, B. (2020). The role of smart packaging system in food supply chain. *Journal of Food Science*, 85(3), 517-525.
15. Sun, J., Zhou, W., Huang, D., Fuh, J. Y., & Hong, G. S. (2015). An overview of 3D printing technologies for food fabrication. *Food and bioprocess technology*, 8, 1605-1615.
16. Kakani, V., Nguyen, V. H., Kumar, B. P., Kim, H., & Pasupuleti, V. R. (2020). A critical review on computer vision and artificial intelligence in food industry. *Journal of Agriculture and Food Research*, 2, 100033.
17. Mirzabaev, A., Olsson, L., Kerr, R. B., Pradhan, P., Ferre, M. G. R., & Lotze-Campen, H. (2023). Climate change and food systems. *Science and innovations for food systems transformation*, 511.
18. Sconfienza, U. M. (2020). Limits. Why Malthus Was Wrong and Why Environmentalists Should Care by Giorgos Kallis: (Stanford briefs), Stanford, Stanford University Press, 2019, 168 pp., \$14.00 (paperback), ISBN 9781503611559 and 9781503611566. *Environmental Politics*, 29(2), 360–361. <https://doi.org/10.1080/09644016.2020.1718875>

Ulviyya Duman MAMMADOVA

Doctoral Candidate at Azerbaijan Technological University

STUDY OF THE MAIN DIFFERENCES BETWEEN VARIOUS ENTITIES OF ENTREPRENEURSHIP AND STARTUPS

Abstract

The article provides a comparative review of various approaches related to entrepreneurial activity and analyzes the similarities and differences between entrepreneurial entities and startups. The author concludes that startups, as entrepreneurial entities, engage in innovative activities and differ from other entrepreneurial entities in terms of their approach to innovation, growth potential, level of risk, sources of funding, the timeframe for attracting investment, organizational structure, market focus, attitude towards technology, primary objectives, and other factors. Differences also exist between entrepreneurial and startup ecosystems in terms of areas of activity, types of businesses, sources of

funding, infrastructure, culture, technological role, mentorship, focus on policy, and market orientation.

Keywords: entrepreneurship, startups, innovative development, technology, economic development, startup ecosystems

Ульвия Думан МАМЕДОВА

Докторант Азербайджанского Технологического Университета

ИЗУЧЕНИЕ ОСНОВНЫХ ОТЛИЧИЙ МЕЖДУ РАЗЛИЧНЫМИ СУБЪЕКТАМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ОТ СТАРТАПОВ

Резюме

В статье представлен сравнительный обзор различных подходов, связанных с предпринимательской деятельностью, а также проанализированы сходства и различия между субъектами предпринимательства и стартапами. Автор приходит к выводу, что стартапы как субъекты предпринимательства занимаются инновационной деятельностью и отличаются от других субъектов предпринимательства подходом к инновациям, потенциалом роста, уровнем риска, источниками финансирования, сроками привлечения инвестиций, организационной структурой, рыночной ориентацией, отношением к технологии, первоочередные задачи и другие факторы. Между предпринимательской и стартап-экосистемами также существуют различия в отношении сфер деятельности, типов бизнеса, источников финансирования, инфраструктуры, культуры, технологической роли, наставничества, ориентации на политику и рыночной ориентации.

Ключевые слова: предпринимательство, стартапы, инновационное развитие, технологии, экономическое развитие, стартап-экосистемы

Daxil olub: 15.06.2023