

Hüseyn Məmməd oğlu RÜSTƏMLİ

*Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyinin
İqtisadiyyat İnstitutunun doktorantı*

STARTAP VƏ SAHİBKARLIQ EKOSİSTEMLƏRİ

Xülasə

Startaplar sahibkarlığın bir növü kimi və ya sahibkarlıq kimi qəlibləşmiş bir formada fəaliyyət göstərir. Bu xüsusda, startapların fəaliyyəti innovativ yanaşma, İKT vasitələrindən istifadə, düzgün idarəetmə, sahə üzrə elmi tədqiqat və sair kimi faktorlarla səciyyələndirilir. Buna görə də, startapların sanki xüsusi bir struktur çərçivəsində faktorların qarşılıqlı əlaqəsi fonunda çalışdığını zənn etmək olar. Sahibkarlıq və ya startaplara həsr olunmuş biznes və iqtisadiyyat yönümlü ədəbiyyatlarda bu struktur “ekosistem” olaraq göstərilir. Bu məqalədə startap ekosistemi anlayışı, ekosistemi təşkil edən predmetlər və həmin predmetlərin funksiyaları, eləcə də startapların uğurlu olması üçün əhəmiyyətləri analiz edilir.

Açar sözlər: startap ekosistemləri, sahibkar, qidalandırıcılar, investor

UOT: 338

JEL: M3

DOI: <https://doi.org/10.54414/SDGO8130>

Giriş

Startaplar müəyyən bir ideya əsasında formalaşsa da, zaman keçdikcə həmin layihələr müxtəlif elementlərdən istifadə edərək genişlənir və daha kompakt halda inkişaf edirlər. Belə ki, startaplar inkişaf və ya inkubasiya dövrlərində özlərinin uğurlu ola biləcəyi bir sistem əsasında formalaşır və biznes mühitində fəaliyyət göstərirlər. Qeyd olunan sistem akademik yazılarda “ekosistem” adı ilə göstərilir. Ümumilikdə “ekosistem” termini digər sahələrdə də istifadə olunan və müasir elmi yazılarda populyarlığı artan konseptlərdən biridir. Məsələn, Britannika Ensiklopediyasının verdiyi məlumata əsasən, bioloji ekosistem komplekt şəkildə canlı orqanizmlərin yaşadığı bir sistemi, sistemdə olan fiziki ətrafı, o cümlədən bu orqanizmlərin həm canlı, həm də cansızlarla qarşılıqlı əlaqəsini bildirən bir termin olaraq göstərilib [4]. Makinenə və Dədəhayirə istinadən, biznes ekosistemi müxtəlif şirkətlərin müştərilərə dəyərli məhsul çatdırmaq üçün bir-biri ilə kommunikativ əlaqədə olmasını bildirir [8]. Ceksona görə, innovasiya ekosistemi texnoloji inkişafa imkan verən müxtəlif institutlardan ibarət bir sistemdir [7]. Göründüyü kimi, “ekosistem” termini bir sıra sahələrdə

istifadə edilən məfhumdur. Yuxarıda göstərilən tərifləri gözdən keçirdikdə terminin müxtəlif areallarda istifadə olunmasına baxmayaraq təxminən eyni mənasının olduğu aydınlaşır. Belə ki, “ekosistem” termini kompaktlığı, müəyyən çərçivədə fəaliyyət göstərən aktyorların bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsini və bunun planlaşdırılmış məqsəd üçün edildiyini bildirən bir məfhumdur.

Startaplar və sahibkarlıq da müəyyən bir qəlibləşmiş struktur çərçivəsində fəaliyyət göstərdiyi üçün “ekosistem” termini bu sahəyə də şamil olunur. Ümumilikdə, startap və ya sahibkarlıq ekosistemi mövcud startap və ya sahibkarlıq sahəsinin əhatə etdiyi insanları (rəhbər heyət, işçilər və müştərilər), bu sahənin birbaşa və ya bilavasitə təsir etdiyi və ya təsirləndiyi qurum və təşkilatları, maddi və qeyri-maddi faktorları, o cümlədən bütün bu elementlərin bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsini göstərir.

Elmi ədəbiyyatlarda konseptual anlayış olaraq startap və ya sahibkarlıq ekosistemlərinin izahına kifayət qədər rast gəlinir. Məsələn, Şpigela görə, startap ekosistemləri innovasiyaya əsaslanan, startapın fəaliyyət göstərdiyi biznes sahəsini dəstəkləyən, aktyorlararası sosial



əlaqələrin, investisiya kapitalının və aktiv iqtisadi siyasətlərin birliyidir [11]. Servantes və Nardi startup sahəsində istifadə olunan “ekosistem” terminini startaplara əhatə etdiyi şəxslər və qurumların və bu startaplara qurulması və inkişafı üçün lazım olan resursların şəbəkəsi kimi qələmə verir [2]. Tripati və digərləri “startup ekosistemi” termininin nəzərdə tutulmuş bir arealın biznes mühitində yeni startaplara yaratmağa yönəlmiş, həmçinin mövcud startaplara qoruyub saxlamaq üçün çalışan tərəflərin və qurumların (təşkilatlar) şəbəkəsi olduğunu iddia edirlər [12].

Öncədən diqqətə çatdırıldığı kimi, bir çox elmi mənbələrdə startaplara və sahibkarlığın oxşarlığı və eyniliyi qeyd olunur. “Ekosistem” termininin hər iki konseptə aid edilməsi də bu cəhətdən fərqlənir. Belə ki, sahibkarlıq ekosistemi də ümumilikdə sahibkarlıq biznesinin təsir etdiyi və ya təsirləndiyi şəxsləri, mühitdə fəaliyyət göstərən qurum və təşkilatları və onların qarşılıqlı əlaqəsini özündə ehtiva edir. Məsələn, Feld bildirir ki, sahibkarlıq ekosistemi, universitetlər, hökumət, investitorlar, xidmət təminatçıları və digər maraqlı tərəflər kimi bu icmaya dəstək verən texnologiyaya əsaslanan sahibkarlar, onların rəhbərləri və köməkçiləri icmasından ibarətdir [5]. Lakin bir məsələ qeyd olunmalıdır ki, sahibkarlıq ekosistemi haqqında danışılarkən sistemin əhatə dairəsində olan hər bir aktyor nəzərdə tutulsa da, əsas vurğu məhz şəxslərə, yəni sahibkarlara yönəldilir. Məsələn, Fetters və digərləri sahibkarlıq ekosisteminin yeni şirkətlər yaratmaq istəyən və bu məqsədlə akademik, biznes, sosial, siyasi və iqtisadi mühitlərdə müxtəlif əlaqələr quran sahibkarların məcmusu olduğunu bildirir [6]. Yəni startup ekosistemində olduğu kimi nəticəyə yönəlmiş qarşılıqlı əlaqə təsirində olan müxtəlif şəxslər və qurumlar sahibkarlıq ekosistemində də nəzərdə tutulsa da, bu əlaqələri yaradan və onların təsirində olan şəxslər, yəni sahibkarlar əsas fiqurlar olaraq göstərilir. Başqa sözlə, startup ekosistemi daha çox biznes prosesinə meyillənsə də, sahibkarlıq ekosistemi həmin biznesin menecment istiqamətini özündə ehtiva edir. Lakin diqqətə çatdırıldığı kimi, terminologiyalar arasında fərq cüzdür və sahibkarlıq və startup konseptləri bu tədqiqatda bir olaraq qəbul edildiyi üçün, bu sahələrə aid

olan ekosistemlər də tədqiqatın məqsədi üçün eyni olaraq qəbul ediləcək.

Ekosistemlər mövzusunda daha bir əhəmiyyətli baxış ekosistemlərin hansı şərtlərdə uğurlu ola biləcəyinə yönəldirilməlidir. Belə ki, hər bir startup biznesi müəyyən bir sahibkar və ya sahibkarlar qrupu tərəfindən hədəf seçilərək başlandırılır. Proses boyu həmin sahibkarlar bir sıra faktor və aktyorlarla qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Lakin uğurlu nəticə qazanmaq üçün startupın fəaliyyət göstərdiyi ekosistem də nəzərə alınmalı elementlərdən biridir. Bilindiyi kimi, startaplara riskli və həssas biznes fəaliyyətləridir. Amma düzgün yaradılmış ekosistemdə fəaliyyət göstərən startaplara uğursuzluq nisbətini aşağı salmaq mümkündür. Məsələn, Dakal öz tədqiqat işində qeyd edir ki, Aalto Universitetinin araşdırmasına görə, bir ekosistemdə bir sıra startaplara bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olur. Əgər bu startaplardan biri müəyyən səbəblərdən uğursuzluqla üzləşirsə, ekosistemin digər aktyoru olan startup həmin səbəbləri araşdırır, problemi həll etməyə səy göstərir və gələcəkdə belə bir problemin mövcudluğuna şərait yaratmır. Əlavə olaraq, ekosistemin əhəmiyyəti sahibkarlıq və startaplara mövcudluğunun qorunması ilə məhdudlaşmır. Belə ki, ekosistemlər həm də startaplara inkubasiya mərhələsi, əməliyyat mərhələsi, həmçinin əhatə dairəsinə təsir edir. Qloballaşmanın yüksək səviyyədə inkişaf etdiyi belə bir dövrdə təkcə yerli deyil, o cümlədən qlobal istehlakçılara müəyyən ərazidə fəaliyyət göstərən startaplara operativliyinin genişlənməsinə kömək edir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, həm startaplara, həm də mövcud ekosistemlərin əsas elementlərindən biri olan xarici investitorlar da startaplara etdikləri dəstək çərçivəsində təkcə startupın özünü deyil, həmçinin onun əhatə etdiyi ekosistemləri də qiymətləndirirlər. Buna görə də, ekosistemlər, belə demək olarsa, müəyyən mənada startupın fəaliyyətdə olduğu arealın sərhədlərini və onun qlobal funksionallığını artırır [3, 7-8].

Ekosistemləri təşkil edən aktyor və elementlər

Uzun müddət öz mövcudluğunu qoruyub saxlaya bilən, qarşıya qoyulmuş hədəfə çatan və mühitdə baş verən yeniliklər səbəbindən reaktiv

olaraq öz hədəflərini dəyişə bilən startaplar üçün ekosistemlərin yaranması, ekosistemdəki iştirakçıların müəyyən edilməsi, onların hansı əhəmiyyəti daşmasının tədqiq edilməsi ekosistemin inkişafı fonunda startap biznesinə də öz töhfəsini verir. Belə olduğu halda startapların fəaliyyət göstərdiyi ekosistem platforması sabit olduqca həmin biznes sahəsi də sağlam inkişaf edir.

Ekosistemlərin təşkil olunduğu aktyorlar və ya elementlərin təyin edilməsi, eləcə də onların rolları barədə elmi ədəbiyyatda kifayət qədər araşdırılma aparılmışdır. Aktyorların təyin olunması barədə ən sadə tipologiya Feldə məxsusdur. Belə ki, Feld ekosistemin bütün əsas iştirakçıları iki rola bölür: sahibkarlar və qidalandırıcılar. Sahibkarlar startap biznesinin və ekosistemdə fəaliyyətdə olan digər şəxslərin liderləridir. Buna görə də, Feldin tipologiyasında sahibkarlar ekosistemdə əsas idarəedici aktyorlar kimi göstərilir. Ekosistemdə iştirak edən digər üsürlər – hökumət, tədqiqat mərkəzləri, institutlar, investorlar, xidmət təminatçıları isə qidalandırıcı olaraq qələmə verilir [5]. Bu xüsusda, Feldin tipologiyasında Marksist baxış sezilir. Belə ki, Marksizm nəzəriyyəsinə görə, mövcud olan iki nəzəri konsept, “superstruktur” və “baza” cəmiyyətin hərəkət və inkişaf təməlləridir. “Superstruktur” cəmiyyətin liderlərinin manipulyasiyası ilə idarə olunan ideoloji üsürlərdir. “Baza” isə istehsalın növləri və istehsalı aid digər üsürləri özündə ehtiva edir. Marksa görə, “superstruktur”, yəni liderlər “baza”nı, belə demək olarsa, cəmiyyətin “qidalandırıcılar”ını manipulyasiya edərək istənilən nəticəyə gətirib çıxarır [10]. Bu xüsusda, Feldin də tipologiyasında əsas vurğu biznesin liderləri olan sahibkarlara yönəldilir. “Qidalandırıcılar” isə köməkçi rol oynayır və sahibkarların iradəsi ilə yaranır və inkişaf edir.

Feldin tipologiyasında ekosistemdəki sahibkarların rolları barədə də geniş şəkildə söhbət açılır. Bu zəmində, mövcud startap biznesinin biznes arealında uğurlu olması üçün sahibkarlara, o cümlədən digər üsürlərə şamil olunan səciyyəvi xarakteristikalar aşağıdakılardır:

a) Ekosistemə ən təcrübəli sahibkarlar rəhbərlik etməlidir. Bu halda biznesin uğurlu olma ehtimalı yüksəkdir.

b) Sahibkarların öhdəçiliyi uzun müddətli olmalıdır. Startapların funksionallığı adətən qısa zaman çərçivəsində nəzərə alınsa da, sahibkarların öhdəçiliyi startapların qurulmasından öncəki zamanı, startapların inkişaf və produktivlik dövrünə şamil edilir.

c) “Qidalandırıcılar” ekosistemə dəstək verə bilər, lakin ekosistemi yarada və ya ona rəhbərlik edə bilməz. Göründüyü kimi, sahibkarlar ekosistemdə əsas söz sahibləridir.

d) Mentorluq və digər üsürlərin birgə iştirakı zəruridir. Sahibkarlar əsas qüvvə olsalar da, onlar digər sahibkarlardan və ya ekosistemdə mövcud olan digər startapların fəaliyyətindən öyrənməli, həmçinin “qidalandırıcı”ları qiymətləndirməlidirlər.

e) Bütün ekosistem üçün davamlılıq, şəbəkələşmə və ekosistemə aid olmaq hissi vacibdir.

f) Sahibkarlığın inkişafı üçün təcrübə və risklər labüddür. Belə olan halda digərlərinin təcrübəsi yuxarıda göstəriləyi kimi sahibkarlar üçün bir növ mentorluq funksiyasını daşıyır.

g) Ekosistem mənşəyindən asılı olmayaraq yeni üzvlərə açıq olmalıdır. Çünki reaktiv şəkildə fəaliyyət göstərən innovativ startaplar yeniliyə və bazar tələblərinə cəld şəkildə reaksiya göstərməlidir.

h) Sahibkarlar və investorlar arasında şəbəkələşmə yaranana qədər, ekosistemin başlanğıcında startapların özünü maliyyələşdirməsinə ehtiyac var. Belə ki, startap sahibkarları startapların inkubasiya dövründə maliyyə cəhətdən startapların qurulması və böyüməsini qarşılamağıdır [5].

Göründüyü kimi, Feldin tipologiyası ikinci dərəcəli üsürlərin əhəmiyyətini inkar etməsə də, sahibkarlara böyük önəm verir. Bu da onunla səciyyələndirilə bilər ki, Feldin ekosistem tipologiyası sırf sahibkarlıq ekosistemi çərçivəsində düşünülmüşdür.

Aquedanın tipologiyasında isə, ekosistemdə iştirak edən elementlərin sayı artırılır. Belə ki, Aquedaya görə, bu elementlər və ya aktyorlar öz maraqları və xeyirləri ilə hərəkət edən üsürlərdir. Həmin elementlər/aktyorlar aşağıdakı kimi diqqətə çatdırılır:

a) Sahibkarlar – iş imkanı axtaran və sövdələşməyə hazır olan insanlardır. Bu xüsusda



qeyd etmək olar ki, sahibkarlar startap yaratma səbəblərinə görə iki yerə ayrılırlar. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə bir çox insanlar işsizlikdən əziyyət çəkdiyindən biznes sahələrində özlərini sınamaq məcburiyyətində qalırlar. Belə halda sahibkarlara çevrilən həmin şəxslər “zərurət” sahibkarları adlanır. Digər hallarda isə, özləri üçün yeni sınaqlar axtaran biznesmenlər startaplar yaratmaq fikrinə düşürlər. Belə sahibkarlar isə “seriyalı” sahibkarlar adlanır.

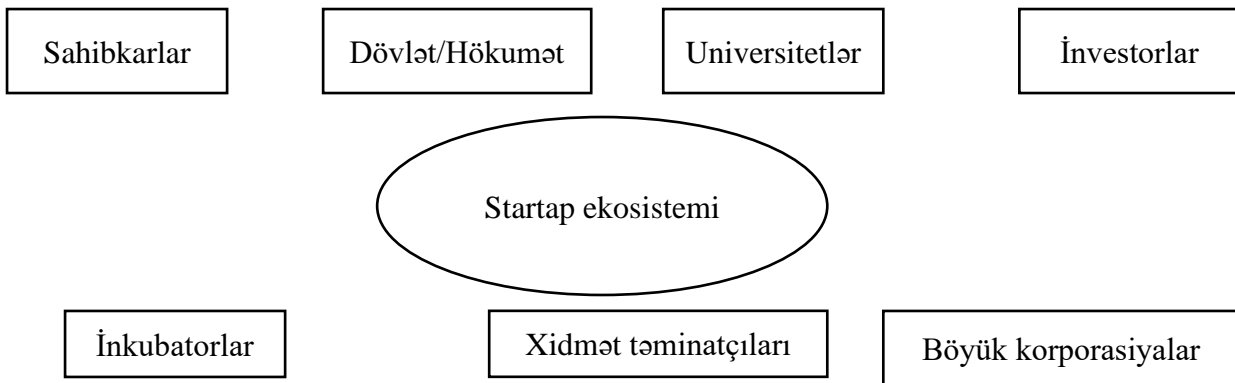
b) Ekosistem qurucuları: Bu tip aktyorlar sahibkarlıq fəaliyyətlərinin inkişafı, dəstəklənməsi və təşviqində fəaliyyət göstərən dəstək institutlarıdır. Onlar ekosistemin sahibkarları və digər aktyor/elementlər arasında əlaqələrin olmasını təmin edirlər. Əlavə olaraq Aqueda bildirir ki, bu əlaqələrin mövcud olmasını təmin etmək üçün və startapın müvəffəqiyyət ehtimalını artırmaq üçün ekosistem qurucuları bütün lazımi resurslara sahib olur.

c) İnvestor qrupları: Belə qruplar yüksək inkişaf edən startapların maliyyələşdirilməsinə cavabdehirlər. Məsələn, Brazilyada startaplara edilən investisiyalar adətən dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilir. Belə olan halda, dövlət dəstəyi fonunda startap ekosistemləri daha təhlükəsiz və davamlı şəraitdə inkişaf edə bilər. Startapların məhsuldar şəraitdə davamlılığına çalışan qruplar, həmçinin

texnoloji inkişaf ilə əlaqədar olan dövlət siyasəti ilə də mütəmadi olaraq əlaqədə olur. İnvestor qrupları, o cümlədən startaplara müəyyən həcmdə kredit vəsaitlərini təklif edir. Belə vəsaitlərə vençur kapitalı və mənfəət əldə etməyə çalışan digər sahibkarların maliyyə resursları da daxildir [1].

Aquedanın tipologiyasına baxdıqda, sahibkarların ekosistemdəki rolu barədə maraqlı bir detal ortaya çıxır. Belə ki, bu tipologiyada sahibkarlar yalnız “yaradıcı” kimi çıxış edir və Feldin fərziyyəsindən fərqli olaraq, sahibkarlar startapların inkişafında bir o qədər də müstəqil söz sahibi deyil. Belə ki, ekosistemin qurucuları, bu zəmində, daha çox diqqəti cəlb edir. Aqueda tam olaraq ekosistem qurucularını identifikasiya etməsə də, qrupun əsasən ikinci dərəcəli işçilərdən (məsələn, menecerlər) ibarət olduğunu zənn etmək olar. Daha bir diqqət çəkən fərq isə, Aquedanın maliyyə məsələlərinə daha həssas yanaşması və investor qruplarını tam fərqli bir aktyor/element kimi təqdim etməsidir.

Ekosistemlərin özündə ehtiva etdiyi aktyor/elementlər və onların rollarının səciyyələndirilməsi cəhətdən ən dolğun informasiyalardan biri Dakal tərəfindən verilir. Belə ki, müəllif öz həmkarlarından fərqli olaraq startap ekosistemində 7 aktyor/elementin olduğunu bildirir.



Mənbə: [3,9]

a) Sahibkarlar: Sahibkarlar ekosistemin öz startap biznesini qurmağa köklənmiş və ya startap sahibi olan liderləri və əsas üzvləridir. Startapların davamlılığının formalaşmasında sahibkarların rolu mühümdür. Sahibkarların

yoxluğunda ekosistemin əsas məqsədi – startapların yaranması və mövcud olması öz mövcudluğunu itirir. Sahibkarlar startapları yaradan tərəf olduqları üçün zəruri ehtiyacları daha yaxşı başa düşürlər. Bu zəmində, onların

startapların lideri olaraq öz bizneslərini ən yaxşı şəkildə formalaşdırmaq potensialı daha yüksəkdir.

b) Dövlət/Hökumət: Ekosistemin əsas fiqurlarından biri də məhz dövlət/hökumətdir. Amma maraqlı bir tendensiya var ki, dövlət/hökumətin çalışma prinsipi ilə startapların çalışma prinsipi arasında fərqlər var. Məsələn, dövlət/hökumət daha çox bürokratik prosedurlarla çalışır və dəyişikliklərə sürətli şəkildə cavab vermə bacarıqları aşağıdır. Startaplar isə əksinə olaraq daha çevik şəkildə məsələlərə uyğun formasını və məqsədlərini dəyişə bilər. Bu baxımdan startaplar və dövlət/hökumət elementi bir-birinə zidd görünə bilər, ikinci ekosistemin fəaliyyətində önəmli ünsürdür. Belə ki, dövlət/hökumət startap ekosisteminin qurulmasında, digər əsas aktyorların iş prinsiplərini əngəlsiz şəkildə yerinə yetirməsində və biznes mühitində informasiyanın bərabər şəkildə paylanmasında əsas pay sahibidir. Bundan əlavə dövlət/hökumət startapları bilavasitə inkişaf etdirə bilər. Məsələn, startapa meyilli dövlət siyasətlərinin aparılması, vergi yükünün azaldılması, monopoliyaların əngəllənməsi və infrastruktur quruculuğu həmin inkişaf metodlarına misal göstərilə bilər.

c) Universitetlər: Dakala görə, dünyadakı uğurlu startap biznesləri hansısa bir universitetlə assosiasiya olunur. Belə ki, akademik biliklərə malik tələbələr, professorlar, texnologiyanın əlçatan olması, tədqiqat laboratoriyalarının yaradılması və sahibkarlığın təşviq edilməsi startap ekosistemini qurmaq üçün əlverişli şərait yaradır. Bu xüsusda, təhsil sistemi də innovativ ideyaların yaranması üçün zəmin yaradır. Markham və başqalarının araşdırmasına görə, təhsil sisteminə çatışmazlıqlar, eləcə də zəruri sahibkarlıq biliklərinin tədris edilməməsi yenidən yaranmış startaplar üçün problemlər yarada bilər. Belə olduğu halda, sahibkarların müvafiq biznes layihəsini inkişaf etdirməsi sual altına düşür. Universitetlərin startap ekosistemlərinə verdiyi digər töhfə gənc beyinlərin sahibkarlığa cəlb olunmasıdır. Məsələn, universitetlərin nəzdində tələbələr üçün startap cəmiyyətlərinin və ya klublarının yaradılması həmin gənclərin biznes mühitinə cəlb edilməsi üçün təsiredici faktor kimi çıxış edir [9].

d) İnvestorlar: Startap layihəsinin uğurlu olması üçün kifayət qədər maliyyə resurslarının olması ekosistemin əhəmiyyətli elementlərindən biridir. Bilik və bacarıqları olan hər hansı bir sahibkar biznes mühitində tapdığı problem əsasında istənilən universitetin nəzdində tədqiqat proqramları ilə startap layihəsi üçün biznes plan hazırlaya bilər. Lakin təşəbbüsü həyata keçirmək üçün kapital çatışmadıqda və ya kifayət qədər olmadıqda artıq layihənin başlaması və ya uğurlu olması bir o qədər də real görünür. Buna görə də, investorlar startaplar üçün həyati əhəmiyyət daşıyır. “Mələk” investorlar, dövlət və ya özəl firmaların maliyyə dəstəyi, vençur kapitalı ekosistemin “investorlar” elementi üçün əsas fiqur və detallardır. Dakal həmçinin qeyd edir ki, investorların ekosistemdə yalnız mövcud olması kifayət deyil. Belə ki, investorlar eyni zamanda sahibkarlar üçün startapın istənilən mərhələsində əlçatan olmalıdır. Startapların biznes mühitindəki dəyişikliklərə ani cavab verməsi və ya məqsədlərin dəyişməsi fonunda yaranan maliyyə çətinliklərinə dəstək məqsədilə investorlar sahibkarlar üçün bütün hallarda əlçatan şəraitdə çalışmalıdırlar.

e) İnkubatorlar: Startap inkubatoru layihə üçün əlverişli ofis, dəstək proqramları, maliyyələşdirmənin başlanılması, mentorluq və təlimlər kimi bir sıra vacib funksiyaları yerinə yetirən təsisatdır. Belə təsisatlar, həmçinin mövcud təcrübə və resurslardan istifadə edərək problemlərin həll olunması, habelə digər təşkilat və qurumlarla əlaqənin yaradılmasında da köməkçi rol oynayır.

f) Mentorlar: İnkubatorlarla yanaşı, mentorlar da hər hansı bir startap üçün onun uğurlu və yetişkin olması üçün əsas pay sahiblərindən biridir. Mentorlar startapların qurulması və prosesin davam etdirilməsində öz bilik və bacarıqlarını paylaşan daha təcrübəli sahibkarlar və ya investorlardır. Mentorlar funksiyalarına görə biznes konsultantlarına bənzəyənlər də, adicəkilən şəxslərdən fərqlənirlər. Belə ki, konsultantlar gördükləri işə görə müəyyən məbləğdə qonorar və ya müddətli maaş tələb etdikləri halda, mentorlar heç bir maddi maraq güdmədən startap layihələrinin qurulması və inkişaf etdirilməsində bilavasitə iştirak edirlər. Mentorların startap və sahibkarlar

üçün əhəmiyyəti ikişəxəlidir. Birincisi, mentorların startup ekosisteminə mövcudluğu sahibkarın vaxt itirmədən istədiyi məlumatı almasına gətirib çıxarır. Belə olduğu halda, startupın inkişaf dinamikası daha sürətli şəkildə hərəkət edir. İkincisi, mentorlar öz təcrübələrini paylaşıqca, sahibkarlar bu təcrübələrdən nəticə çıxarır və mentorun etdiyi səhvlərini təkrarlamadan daha uğurlu bir proyekt ərsəyə gətirir.

g) Xidmət təminatçıları: Startup layihələrinin uğurlu olmasında rolu olan digər elementlərdən biri də məhz xidmət təminatçılarıdır. Xidmət təminatçıları startupın qurulmasında köməyi olan şirkət və ya fərdi məsləhətçilərdir. Biznes konsultantlar, hüquqşünaslar, insan resurslarının idarə olunmasında məsul işçilər, mühasiblər və s. xidmət təminatçıları kateqoriyasına aiddir. Xidmət təminatçıları adətən startup layihəsinin başlanğıcında pulsuz fəaliyyət göstərirlər. Bu mərhələdə təminatçıların əsas marağı startupın uzunömürlü və uğurlu olmasıdır, çünki təminatçılar adətən uzunmüddətli müqavilələr əsasında çalışırlar. Digər cəhətdən isə, heç də bütün startaplar ilk başlarda xidmət təminatçılarını maliyyə cəhətdən qarşılaya bilmir. Buna görə də, qarşılıqlı anlaşma prinsipi ilə fəaliyyət göstərən xidmət təminatçıları startupın uğur qazanmasında aparıcı faktorlardan birinə çevrilir.

h) Böyük korporasiyalar: Böyük korporasiyalar startaplara həm birbaşa, həm də dolaylı yolla yardım etməsinə görə ekosistemin vacib fiqurlarından biridir. Təbii ki, belə korporasiyaların birbaşa təsiri məhz startup maliyyələşməsinin baş verməsidir. Məsələn, korporasiyalar startaplara daha az xərc çəkməklə daha çox resursun verilməsini təşkil edə bilər. Əlavə olaraq, korporasiyalar öz fəaliyyət sahələrində uğurlu və gəlirli olacaqlarını düşündükləri startup layihələrinə müəyyən mənada sponsorluq edə bilər. Startupın uğurlu olması (məsələn, korporasiyanın fəaliyyət göstərdiyi sahədə məhz startup layihəsinin uğuru nəticəsində hansısa məhsul və ya xidmətin satışında artımın olması) korporasiyanın da maddi gəlirlərini artırdığına görə sponsorluq və ya dəstək fəaliyyətinin göstərilməsi

korporasiyaların ekosistemdəki funksiyalarına aid edilir [3].

Nəticə

Yuxarıda göstərilənlərin fonunda startup ekosisteminin bir sıra element və aktyorlardan ibarət olduğu, onların müəyyən funksiyalar daşdığı və nəticə etibarlı ilə startapların uğurlu və uzunmüddətli olmasına təsir edən bir quruluş olduğu öz təsdiqini tapır. Startapları formalaşdıran elementlər və aktyorlar startapların uğurlu olması üçün əhəmiyyətli predmetlər hesab edilir. Akademik yazılarda öz əksini tapmış bütün element və ya aktyorlar bütünlükdə hər hansı startapda olmaya bilər. Bu zaman sahibkarların yanaşması və ya biznes mühiti startup ekosisteminin qurulması və inkişafı üçün element və aktyorların seçilməsində əsas rol oynayır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1) Agueda, A. F. P (2016). Interconnectivity between Ecosystem Builders and Investor Groups in European Startup Ecosystems. *Dissertation -Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa*.

2) Cervantes, R., Nardi, B., 2012. Building a Mexican startup culture over the weekends. *Proc. 4th Int. Conf. Intercult. Collab.*

3) Dhakal, M. (2020). Creating a Functioning Startup Ecosystem: Case Study Finland. Metropolia University of Applied Sciences.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341755/Dhakal_Mahima.pdf?sequence=2&isAllowed=y

4) Ecosystem. In *Encyclopædia Britannica*. Retrieved September 19, 2023, from <https://www.britannica.com/science/ecosystem>

5) Feld, B. (2011). *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

6) Fettes, M., Greene, P., Rice, M., & Butler, J. (2010). *The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems*.

Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing Limited.

7) Jackson, D. J. (2011). What Is an Innovation Ecosystem? Washington, DC.

8) Mäkinen, S. & Dedehayir, O. (2012). Business Ecosystem Evolution and Strategic Considerations: A Literature Review. *Proceedings of the 18th International Conference on Engineering, Technology and Innovation 2012*, ICE.

9) Markham, N., Kruger, M., & Cacioppe, J. (2016). Startup Ecosystem Report: Regional Queensland 2015. Queensland Department of Science, Information Technology, Innovation and the Arts, <https://www.slq.qld.gov.au/blog/startup-ecosystem-report-regional-queensland-2015>

10) Singh, R. I. (2013). Base and Superstructure Theory. *International Journal of Humanities and Social Science Invention (IJHSSI)*, 2(3), 75-77.

11) Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrep. Theory Pract.*, 49–72.

12) Tripathi, N., Seppänen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K., (2018). Insights into startup ecosystems through exploration of multivocal literature. *Information and Software Technology*.10.1016/j.infsof.2018.08.005.

Huseyn Mammad RUSTAMLI

PhD student at the Institute of Economics
Ministry of Science and Education of the Republic of Azerbaijan

STARTUP AND ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEMS

Summary

Startups operate as a type of entrepreneurship or in a mold of entrepreneurship. In this regard, the activity of startups is characterized by factors such as innovative approach, use of ICT tools, proper management, scientific research in the field and others. Therefore, it can be assumed that startups work in the background of interaction of factors within a special structure. This structure is referred to as an "ecosystem" in the business and economics literature devoted to entrepreneurship or startups. This article analyzes the concept of a startup ecosystem, the elements that make up the ecosystem and the functions of those objects, as well as their importance for the success of startups.

Keywords: startup ecosystems, entrepreneur, feeders, investor

Гусейн Мамед оглу РУСТАМЛИ

Докторант Института Экономики
Министерства Науки и Образования Азербайджанской Республики

СТАРТАПЫ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ

Резюме

Стартапы представляют собой форму предпринимательской деятельности. Их особенности включают инновационный подход, активное использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), эффективный менеджмент, научные исследования и другие аспекты. Эти факторы взаимодействуют в рамках особой структуры, известной как "экосистема", описываемая в деловой и экономической литературе, посвященной предпринимательству и стартапам. В данной статье рассматривается концепция стартап-экосистемы, её составляющие, функции и их важность для успеха стартапов.

Ключевые слова: стартап-экосистемы, предприниматель, инвесторы, поддержка

Daxil olub: 02.09.2023