

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**  
**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**  
**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**“MÜƏSSİSƏLƏRİN START-UP VƏ İNNOVATİV FƏALİYYƏTLƏRİNƏ  
İNVESTİSİYA QOYULUŞUNUN TƏŞVİQİ MƏSƏLƏLƏRİ”  
mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**AĞAMİRZƏYEV İSMƏT ŞAKİR**

**BAKİ – 2020**

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**  
**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**  
**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**BMDM-in direktoru**  
**i.ü.f.d.,dos. Əhmədov Fəriz Saleh**

\_\_\_\_\_ **imza**  
“\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_-ci il

**“Müəssisələrin start-up və innovativ fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun**  
**təşviqi məsələləri”**  
**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifrəsi və adı: 060403-Maliyyə**

**İxtisaslaşma: “Maliyyə menecmenti”**

**Qrup: 642**

**Magistrant**  
**Ağamirzəyev İsmət Şakir**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər**  
**i.e.n. dos. Paşayev Zöhrab Şahin**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Proqram rəhbəri**  
**i.e.n. dos. Seyfullayev İlqar Zülfüqar oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri**  
**i.e.d. prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**BAKİ – 2020**

### **Elm andı**

Mən, Ağamirzəyev İsmət Şakir o. and içirəm ki, **“Müəssisələrin startap və innovativ fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun təşviqi məsələləri”** mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

# “MÜƏSSİSƏLƏRİN STARTAP VƏ INNOVATİV FƏALİYYƏTLƏRİNƏ İNVESTİSİYA QOYULUŞUNUN TƏŞVİQİ MƏSƏLƏLƏRİ”.

## XÜLASƏ.

**Tədqiqatın aktuallığı:** Bu gün qlobal miqyasda ölkələrin iqtisadi inkişaf tendensiyaları dəyişib və bu da milli iqtisadiyyatlara birbaşa təsir edir. Buna uyğun olaraq son onilliklərdə əsasən inkişaf etmiş ölkələrdə startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya yatırımı geniş miqyasda artmışdır. Qlobal startap iqtisadiyyatı 2016 və 2018-ci illər arasında 2.8 trilyon dollar dəyər meydana gətirərək böyüməyə davam edir.

**Tədqiqatın məqsədi:** Dissertasiya işinin məqsədi xarici ölkələrin təcrübəsi əsasında startap və innovasiya fəaliyyətinin spesifik cəhətləri, innovasiya və investisiya prosesinin inkişafı və yerli bazarın xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla startapların və innovativ fəaliyyətlərin maliyyələşdirilməsinin tətbiqi üzrə nəzəri və metodiki cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələr hazırlanmasıdır.

**İstifadə olunmuş tədqiqat metodları:** Tədqiqat işində empirik (müşahidə, anket sorğusu, eksperiment) və nəzəri tədqiqat metodlarından (sistemləşdirmə, müqayisə etmə, təhlil etmək) istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Dissertasiya işində Statistika Komitəsinin, İqtisadi İslahatlar Komitəsinin hesabatlarından və Doing biznesin, Startapblink, StartapGenomonun rəsmi statistik materiallarından və xarici və yerli müəliflərin elmi əsərlərindən istifadə olunmuşdur.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** Tədqiqatın aparılması üçün mane olan nəzəri-metodoloji çatışmazlıqlar və zəruri informasiya bazasının yetərsizliyidir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri:** Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır.

**Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:** Təqdim olunan təsnifat dövlət qurumları və özəl şirkətlər tərəfindən inkişaf proqramlarında, strategiyalarda, normativ sənədlərdə istifadə edilə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və qlobal səviyyədə startap sahəsi ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək araşdırmalar üçün faydalı bir mənbə və təşviq ola bilər.

**Açar sözlər:** Startap, investisiya, innovasiya, startapların maliyyələşmə mərhələləri.

## **“ISSUES OF INVESTMENT OF ENTERPRISES IN STARTAP AND INNOVATIVE ACTIVITIES”.**

### **SUMMARY.**

**The relevance of the research:** Nowadays, the economic development trends of countries have changed globally, which has a direct impact on national economies. Accordingly, investment in startups and innovation activities has increased significantly in recent decades, mainly in developed countries. The global startup economy continues to grow between 2016 and 2018, generating \$ 2.8 trillion in value.

**Purpose of the research:** The purpose of the dissertation is to develop theoretically and methodologically substantiated proposals and recommendations on the application of financing for startups and innovative activities, taking into account the specifics of startups and innovation, the development of innovation and investment processes and the characteristics of the local market.

**Used research methods:** Empirical (observation, questionnaire) and theoretical research methods (systematic, comparative, analytical) were used in the research.

**Research database:** Reports of the Statistics Committee, the Committee on Economic Reforms and official statistical materials of Doing Business, Startupblink, StartupGenomon and scientific works of foreign and local authors were used in the dissertation work.

**Limitations of the research:** Theoretical and methodological shortcomings and insufficient information base hinder the research.

**Scientific and practical importance of results:** As a result, a classification system has been developed for each stage of the life cycle of startups, which has the characteristic subjects and providers of the investment process, their tools and forms of financing.

**Areas where the results can be used:** The presented classification can be used by government agencies and private companies in development programs, strategies, normative documents. The results presented and interpreted can be a useful source and encouragement for future research on these and similar topics related to the startup industry at the local and global levels.

**Keywords:** Startup, investment, innovation, financing stages of startups.

## **İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR.**

|             |                                           |
|-------------|-------------------------------------------|
| <b>ABŞ</b>  | Amerika Birləşmiş Ştatları                |
| <b>BBF</b>  | Baku Business Factory                     |
| <b>ƏDV</b>  | Əlavə Dəyər Vergisi                       |
| <b>ÜDM</b>  | Ümumi Daxili Məhsul                       |
| <b>İCO</b>  | İlkin Sikkə Təklifi                       |
| <b>İEÖ</b>  | İnkişaf Etmiş Ölkələr                     |
| <b>İKT</b>  | İnformasiya-Kommunikasiya Texnologiyaları |
| <b>İPO</b>  | İlkin Kütləvi Maliyyələşmə                |
| <b>KOB</b>  | Kiçik və Orta Biznes                      |
| <b>MVP</b>  | Minimal Həyat Qabiliyyətli Məhsul         |
| <b>Sİ</b>   | Süni İntelekt                             |
| <b>VÖEN</b> | Vergi Ödəyicisinin Eyniləşdirmə Nömrəsi   |

## MÜNDƏRİCAT.

|                   |                                                                                                                                                                                        |           |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                   | <b>GİRİŞ.....</b>                                                                                                                                                                      | <b>4</b>  |
| <b>I fəsil.</b>   | <b>STARTAP VƏ İNNOVASIYALARIN MAHİYYƏTİ VƏ NƏZƏRİ-</b>                                                                                                                                 |           |
|                   | <b>METODOLOJİ ƏSASLARI.....</b>                                                                                                                                                        | <b>9</b>  |
| <b>1.1.</b>       | Startap və innovasiyaların mahiyyəti və onun nəzəri əsasları.....                                                                                                                      | 9         |
| <b>1.2.</b>       | Startap və innovasiyaların metodoloji əsasları.....                                                                                                                                    | 22        |
| <b>II fəsil.</b>  | <b>AZƏRBAYCANDA STARTAP VƏ İNNOVASIYALARIN</b>                                                                                                                                         |           |
|                   | <b>TƏTBİQİNİN TƏHLİLİ.....</b>                                                                                                                                                         | <b>28</b> |
| <b>2.1.</b>       | Startap və innovasiyalara investisiya qoyuluşlarının həyata keçrilmə<br>mərhələlərinin təhlili.....                                                                                    | 28        |
| <b>2.2.</b>       | Müasir dövüdə Azərbaycanda startap və innovasiya fəaliyyətinə<br>investisiya qoyuluşlarının təhlili.....                                                                               | 42        |
| <b>III fəsil.</b> | <b>STARTAP VƏ İNNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİNƏ</b>                                                                                                                                           |           |
|                   | <b>İNVESTİSYALARIN STİMULLAŞDIRILMASI VƏ İNKİŞAF</b>                                                                                                                                   |           |
|                   | <b>EDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ.....</b>                                                                                                                                                   | <b>48</b> |
| <b>3.1.</b>       | Startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiyaların<br>təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri.....                                                                                | 48        |
| <b>3.2.</b>       | İnkişaf etmiş ölkələrin (İEO) startap və innovasiya fəaliyyətlərinə<br>investisiya qoyuluşu təcürbəsinin Azərbaycanda tətbiqi<br>mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri..... | 56        |
|                   | <b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>                                                                                                                                                        | <b>69</b> |
|                   | <b>ƏDƏBİYYAT.....</b>                                                                                                                                                                  | <b>73</b> |
|                   | Cədvəllərin siyahısı.....                                                                                                                                                              | 77        |
|                   | Şəkillərin siyahısı.....                                                                                                                                                               | 78        |

## GİRİŞ.

**Mövzunun aktuallığı:** - Bu gün qlobal miqyasda ölkələrin iqtisadi inkişaf tendensiyaları dəyişib və bu da milli iqtisadiyyatlara birbaşa təsir edir. İqtisadi inkişafda investisiyalar əhəmiyyətli rol oynayır, belə ki ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi yatırılmış investisiya miqdarı ilə qarşılıqlı əlaqəlidir. Ancaq investisiyaların gəlirlilik dərəcəsidə onun effektivlik göstəricisi kimi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müstəqillik əldə edildikdən sonura ölkəmizdə 184 milyard investisiya yatırımı olub. Bunun çox hissəsi ənənəvi sektorlara yönəldilib. Ənənəvi sektorda iri korporasiyalarla rəqabət aparmaq çətin olduğundan startap və innovativ şirkətlərin yaranmasına zəmin yaradır. Buna uyğun olaraq son onilliklərdə əsasən inkişaf etmiş ölkələrdə startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya yatırımı geniş miqyasda artmışdır. Çünki həmin şirkətlərə yatırılan investisiyalar böyük həcimdə gəlirin əldə edilməsinə yeni qlobal şirkətlərin yaranmasına səbəb olur. Dünya təcrübəsində bir çox nümunələr görə bilərik. (Facebook, Whatsapp, Linux (Firlandiya) Keepface, Buglance (Azərbaycan) və s.). Buna görə startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya yatırımı istər milli iqtisadiyyat istərsə də qlobal səviyyədə çox aktual məsələdir.

ÜDM-da innovasiya tipli məhsulların payının aşağı, neft sektorunun daha yüksək olması, elmi-tədqiqat və işləmələrə vəsaitlərin az yönəldilməsi, universitetlərdə innovativ texnologiyaların tətbiqinin aşağı səviyyədə olması, startap və innovasiyaların tətbiqi üzrə tədqiqat və işləmələrin aşağı səviyyədə olması, maliyyələşdirmə mexanizminin aşağı səviyyədə olması, mövcud sahə üzrə mövcud qanunvericilik bazasının zəif olması və s. kimi amillər bu çatışmazlıqları göstərir. Azərbaycanın iqtisadi inkişafının müasir mərhələsində startapları və innovativ fəaliyyətləri həyata keçirən və ya həvəsləndirən amillərdən biri investisiya təminatıdır. Bununla əlaqədar bazar iqtisadiyyatlı ölkələrin iş təcrübəsinin öyrənilib milli iqtisadiyyatın xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla iqtisadi fəaliyyət sahələrində tətbiqi vacibdir. Bütün bu faktlar respublikamızda startap və innovasiya sisteminin formalaşması və inkişafını, bütün iqtisadi fəaliyyət sahələrində sistemli şəkildə nəzəri-metodoloji və əməli səpkidə əlavə tədqiqini, elmi cəhətdən əsaslandırılmışını,



tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasını təkidlə tələb edir.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi;** - Startapların əsas xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyə vəsaitinin çatışmazlığıdır. Azərbaycanada maliyyə çatışmazlığı problemi mövcud startaplar üçün xarakterik xüsusiyyət daşıyır. İqtisadi ədəbiyyatlarda startap və innovasiya fəaliyyətlərinin maliyyələşdirmənin araşdırılması, bunların investisiya və innovasiya prosesinə müsbət təsiri istiqamətində bir çox elmi əsərlər və fundamental işlər yazılmışdır. Alejandro C. Barbara C. (2016) “The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know” Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey – 199 p., Alexander Maune “Developing Competitive Advantage Through Startups And Venture Capital In Emerging Markets: A View From Israel” Risk governance & control: financial markets & institutions / Volume 7, Issue 3, Summer 2017 p. 85-115, Blank S., Dorf B. (2012). Startup: Founder’s Handbook. The Startup Owner’s Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K & S Ranch Publ., 608 p. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.05.079>. Bronwyn H. Hall, Francesca Lotti, “Jacques Mairesse – Evidence On The Impact Of RndD & Ict Investment On Innovation And Productivity in Italian Firms” Cambridge, 2012

Azərbaycanda startap və innovasiya fəaliyyətlərinin maliyyələşdirilməsinin hələ ilkin inkişaf mərhələsində olduğu üçün bu istiqamətdə iqtisadçı alimlərimizin tədqiqatları kifayət qədər deyildir. Qarayev Ə. (2015) “Sənayeyönlü yeni kiçik və orta şirkətlərin (startap) yaradılmasının dəstəklənməsinə üzrə beynəlxalq təcrübə” Bakı - səh.38, Qasımov İ. Cəbiyev F. (2017) “İnnovasiya Sahibkarlığı Və Texnoparklar” Bakı Mühəndislik Universiteti nəşri-178 səh., Qasımov F.H., Nəcəfov Z.M. (2009) “İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri” Bakı: «Elm» – 416 səh., Süleymanov Elmir ( 2015) “Vençur biznesinin inkişaf istiqamətləri” “İqtisad Universiteti” “Bakı – 84 Səh.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:** Dissertasiya işinin məqsədi xarici ölkələrin təcrübəsi əsasında və Azərbaycanın müasir investisiya mühitində startap və

innovasiya fəaliyyətinin spesifik cəhətləri, innovasiya və investisiya prosesinin inkişafı və yerli bazarın xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla startapların və innovativ fəaliyyətlərin maliyyələşdirilməsinin tətbiqi üzrə nəzəri və metodiki cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

Tədqiqatın gedişində qarşıya qoyulan məqsədə uyğun olaraq aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- startap və innovasiya anlayışı və onun inkişafının nəzəri əsaslarını araşdırmaq;
- startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun həyata keçirilmə mərhələlərini və formalarını ətraflı araşdırmaq;
- startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun ölkənin iqtisadi inkişafında və investisiya imkanlarının genişləndirilməsindəki rolunu aydınlaşdırmaq;
- xarici ölkələrin startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşu sahəsindəki üstün təcrübələrini dərinlən öyrənmək və bunun ölkə iqtisadiyyatına tətbiqi imkanları;
- Azərbaycan Respublikasında startap və innovasiya fəaliyyətlərinin müasir vəziyyətini dəyərləndirmək;
- Azərbaycan Respublikasında startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşuna dövlət dəstəyinin araşdırılması;
- ölkəmiz startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun inkişafdakı rolunu açıqlamaq və bunun üçün zəruri olan makro iqtisadi tədbirlər dəstini müəyyənləşdirmək.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti:** Tədqiqatın predmetini müasir biznes sistemində startap və innovasiya layihələrinin iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasının nəzəri və praktiki məsələlər kompleksi təşkil edir. Tədqiqatın obyektini isə startap innovasiya yönümlü investisiya layihələri reallaşdırılan startap ekosistemi təşkil edir.

**Tədqiqat metodları:** Tədqiqat işində empirik tədqiqat metodlarından (müşahidə, anket sorğusu, eksperiment); nəzəri tədqiqat metodlarından (Ümumiləşdirmə, sistemləşdirmə, qruplaşdırma, müqayisə etmə, təhlil etmək, ölçmək və s) istifadə edilmişdir. Nəzəri tədqiqat metodlarından biri də müqayisə metodudur ki, o,

obyektlər və gerçək hadisələr arasında oxşarlıq və fərqliliklərin yaradılmasına imkan verən ən ümumi tədqiqat üsullarından biridir. Müqayisə nəticəsində, ümumi olaraq iki və ya bir neçə obyektə xas olan xüsusiyyətlər müəyyən edilir. Müqayisənin səmərəli olması üçün iki əsas tələb yerinə yetirilməlidir:

1. Yalnız aralarında müəyyən bir obyektiv ortaq cəhət olan hadisələr müqayisə edilməlidir.
2. Obyektlərin idrak edilməsi üçün onların müqayisəsi ən mühüm, vacib xüsusiyyətlərinə görə həyata keçirilməlidir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Dissertasiya işində Statistika Komitəsinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin, İqtisadi İslahatlar Komitəsinin hesabatlarından və digər rəsmi məlumatlarından, Dünya Bankı, Global Entrepreneurship Network, Startup Grind, Doing biznesin, Startapblink, Startap Genomonun rəsmi statistik materiallarından və xarici və yerli müəliflərin elmi əsərlərindən istifadə olunmuşdur. Tədqiqatın aparılması zamanı tələb olunan faktiki məlumatların rəsmi, elmi və biblioqrafik mənbələri, eləcə də müvafiq internet resursları və digər mənbələr istifadə olunmuşdur.

**Tədqiqatın mədudiyyətləri:** tədqiqatın aparılması üçün mane olan nəzəri-metodoloji çatışmazlıqlar və zəruri informasiya bazasının yetərsizliyidir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi:** - aşağıdakılardan ibarətdir:

- Startapların mahiyyəti və iqtisadi əhəmiyyəti açıqlanmışdır;
- Startapların maliyyələşdirilməsinin xüsusiyyətləri müəyyənləşdirilmiş və startapların və innovativ fəaliyyətlərin investisiyalaşdırılmasının zəruriliyi əsaslandırılmışdır;
- Startapların və innovasiya fəaliyyətinin inkişaf prosesləri arasında sıx qarşılıqlı əlaqənin olması konkret faktlarla aşkara çıxarılmışdır;
- elmtutumlu və yüksəktexnoloji sahələrin maliyyələşdirilməsində startapların rolunun mövcud vəziyyəti kompleks təhlil edilərək qiymətləndirilmişdir;

**Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri:** aşağıdakılardan ibarətdir: Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, tədqiqatın nəticələrinin tətbiqi,

sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına, onun səmərəliliyinin artırılmasına, yeni iş yerlərinin açılmasına təsir göstərməklə yanaşı həm də startap ekosisteminin formalaşmasının bir hissəsi kimi elmi tədqiqat bazasının yaranması, startaplara investisiya cəlb edilməsi zamanı elmi-statistik vasitə, tədris prosesində istifadə oluna bilər.

## ***I FƏSİL. STARTAP VƏ INNOVASİYALARIN MAHIYYƏTİ VƏ NƏZƏRİ- METODOLOJİ ƏSASALARI.***

### **1.1. Startap və innovasiyaların mahiyyəti və onun nəzəri əsasları.**

Bu gün global miqyasda ölkələrin iqtisadi inkişaf tendensiyları dəyişib və bu da milli iqtisadiyyatlara birbaşa təsir edir. İqtisadi inkişafda investisiyalar əhəmiyyətli rol oynayır, belə ki ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi yatırılmış investisiya miqdarı ilə qarşılıqlı əlaqəlidir. Ancaq investisiyaların gəlirlilik dərəcəsidə onun effektivlik göstəricisi kimi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müstəqillik əldə edildikdən sonura ölkəmizdə 184 milyard (1995-2015-illər arası) investisiya yatırımı olub. Bunun çox hissəsi ənənəvi sektorlara yönəldilib. Ənənəvi sektorda iri korporasiyalarla rəqabət aparmaq çətin olduğundan startap və innovativ şirkətlərin yaranmasına zəmin yaradır. Buna uyğun olaraq son onilliklərdə əsasən inkişaf etmiş ölkələrdə startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya yatırımı geniş miqyasda artmışdır. Çünki həmin şirkətlərə yatırılan investisiyalar böyük həcimdə gəlirin əldə edilməsinə yeni global şirkətlərin yaranmasına səbəb olur. Dünya təcrübəsində bir çox nümunələr görə bilərik. (Facebook, Whatsapp, Linux (Firlandiya) Keepface, Buglance (Azərbaycan) və s.). Buna görə startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya yatırımı istər milli iqtisadiyyat istərsə də global səviyyədə çox aktual məsələdir.

Startap anlayışı ilk dəfə 1939-cu ildə ABŞ-da yaranır. Həmin ildə Kaliforniyanın ştatının San Fransisko şəhərinin yaxınlığında Santa-Kler vadisində yüksək texnologiyalar sahəsində fəaliyyət göstərən şirkətlər, sahibkarlar və Stenford Universitetinin gənc tələbələri Devid Pakkard və Vilyam Xyulett yeni layihə yaradaraq ona startap adını verdilər. Zaman keçdikcə bu “kiçik” layihə “Hewlett-Packard” adlı iri şirkətə çevrilmişdir. 1990-cı illərdən başlayaraq xüsusən son 30 ildə yeni fəaliyyətə başlayan şirkətlərlər bir çoxu startap adlandırılırdı. Startapla bağlı yeni nəzəriyyələr formalaşmağa başlamışdır. Startap ingilis dilindən tərcümədə başlamaq, işə salmaq mənalarını verir. Startap dedikdə, bazarada mövcud olmayan amma tələb olunan hər hansı məhsul və ya xidmət haqqında ideya və yaxud hər hansı

bir müəsisənin mövcud olan problemin həll olunması və ya təkmilləşdirilməsi üçün ehtiyacı aradan qaldıran və bəzən də həmin ideyanı ehtiyac halına gətirən inkişafa meyilli təşəbbüslər və ideyalar başa düşülür. “Startap – ifrat qeyri-müəyyənlik şəraitində yeni məhsul və xidmətlər hazırlamaq üçün qurulmuş ictimai institutudur.” (Erik R. 2017)

Ümumiyyətlə startapların fəaliyyəti yeni texnologiyaların (innovasiyaların) inkişafı və tədqiqinin tətbiqi ilə bağlıdır. Bunu nəzərə alaraq, startaplar bir tərəfdən innovativ və rəqabətqabiliyyətli digər tərəfdən, geniş miqyaslı potensiala sahib olan davamlı bir iş modelidir.

Startap ilk növbədə biznesdir və hər bir biznes kimi gəlir gətirən bir iş olmalıdır. Eyni zamanda, startaplar “sosial sahibkarlıq” yönü ola bilər. Bu tip startaplar heç bir qazanc vermir, ancaq minimal gəlirlə layihəni işlədir. Startapların əsas xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyələşdirilməsidir. Startaplar yatırımı müxtəlif mənbələrdən əldə edə bilərlər.

Startaplar biznes inkubatorları, akseleratorlar, universitetlər, qrant proqramları, iş mələkləri (mələklər investorlar), texnoparklar, vençur maliyyələşdirmə fondları tərəfindən dəstəklənir. ABŞ-da startaplar çoxu tələbələr tərəfindən yaradılmışdır və “qaraj” startapları adlanır. Startaplar yalnız IT və yüksək texnologiyalar sahəsində deyil, hər hansı bir istənilən sahədə qurulur.

Startapların yaranmasına imkan verən əsas səbəb iri şirkətlərin riskləri azaltmaq istəyidir. Beləliklə, yeni ideyalar həyata keçirildikdə böyük şirkətlərlə rəqabət etmək üçün mobilliyə olan startaplar böyük potensiala sahibdirlər. Yaradıcı ideyalar yeni startapların yaranma mənbəyidir. İdeyanın özü ancaq kağız üzərində olduqda (startap planı) da böyük bir dəyəri ola bilər. Bu startap və uğuru üçün vacib olan başqa bir amildir. Ayrıca, bir startapın müvəffəqiyyətinə təsir edən amillər biridə nisbətən gənc yaşa (statistikaya görə, bir startapçının orta yaşı 25), ideyaya inamı və ideyanın həyata keçirilməsi üçün böyük zehni və zaman ehtiyatları ayrılmasıdır. Buna əsasən uyğun komanda seçimi investisiya vəsaitinin axtarışını daha üstün hesab edilir.

*Qeyd olunduğu kimi startaplar yeni texnologiya və innovasiyaların işlənilməsində maraqlı olan şirkətlərdir. Bu xüsusiyyəti nəzərə alaraq startapların aşağıdakı növlər üzrə bölmək olar:*

- Mövcud bazara yeni məhsul təqdim edən şirkətlər;
- Yeni bazara yeni məhsul təqdim edən şirkətlər;
- Mövcud bazara ucuz məhsul təqdim etməyə çalışan şirkətlər;
- Mövcud bazarda niş məhsul yaratmaq istəyən şirkətlər. (Qarayev Ə. 2015 s. 5)

Startaplar yüksək riskli fəaliyyət hesab edildiyindən uğursuz olma faizi yüksəkdir. Tədqiqatlara görə, uğurlu olmayan startapların 55% -i 1 milyon ABŞ dolları miqdarında investisiya əldə edən şirkətlərdir. Bu uğursuzluqların əsas səbəbləri məhsulun tam işlənilməməsi, bazara çıxdıqdan sonura özünü maliyyələşdirmə mərhələsinə çatma bilmirlər və fəaliyyətinə xitam verirlər.

*Tədqiqatlara görə, uğursuz startapların 14% -i 1-5 milyon ABŞ dolları, 9%-i 5-10 milyon ABŞ dolları, 8%-i 10-25 milyon ABŞ dolları və 13% -i 20 mln ABŞ dolları yatırım əldə edirlər. Tədqiqatlar göstərir ki, şirkətlər ən son maliyyə yardımı əldə etdikdən sonura 20 ay ömrüm olur. Bu müddətdən sonra onların qarşısına qoyduqları məqsədlərinə çatmadıqları üçün fəaliyyətlərini dayandırirlar. Hesabata görə, maliyyə cəlb edə biləcək startapların 36% -i 12-20 ay, 35% -i 1-12 aydan sonura fəaliyyətlərini dayandırılmalı olublar. “CB Insights” təşkilatı bildirir ki, startapların yalnız 3%-i maliyyə aldıqdan sonra 5 il fəaliyyət göstərməyi bacarırlar. Bunlardan bəziləri yenə də uğursuz olurlar. (Qarayev Ə. 2015 s. 5)*

Maurya'ya (2012) görə startaplar həyat dövrü boyu üç inkişaf mərhələsindən keçirlər. Birinci mərhələ, Problem / Həll - bazarın həll edilməli olan bir probleminin olub olmadığını araşdırılır. Bu vəziyyətdə ideya ən vacib element deyil. Hətta dəyəri çox az ola bilər, amma onun həyata keçirilməsi geniş həcimdə investisiya tələb edə bilər. Mövcud problemin həllini olunması, həmçinin startap müştərilərin / istifadəçilərin ehtiyac duyduğu məhsul və xidməti hazırlamaq və inkişaf etdirmək və bunun üçün ödəniş etməyə razı olub-olmadığını müəyyən etməlidir. Bundan sonura problem həll edilməlidir. İkinci mərhələ Məhsul/Bazar - tətbiq olunan ideyanın həqiqətən istifadəçilərə ehtiyac duyduğu sualına cavab verməlidir. Birinci mərhələdən sonar mövcud problemin həll edilməsinin məqsədini və ya qismən bir

həllin qurulmasının mümkünlüyünü araşdırmaq lazımdırsa, sonrakı mərhələdə fərqli ölçüləri sınamaq və təhlil etmək vacibdir. Bu mərhələdə yeni məhsulun konkret müştəri problemlərini nə dərəcədə həll etdiyini müəyyənləşdirir. Üçüncü mərhələ Əhatəlilik/Miqays – startapın genişlənməsi və böyüməsini əhatə edir, hansıki, işçi sayının artmasına, bazar payının artmasına və ya daha çox gəlir əldə etməsinə səbəb olur. Yatırım üçün ideal vaxt 2-ci mərhələdən sonra (məhsul / bazar uyğunluğu) və ya bazarın gələcək artımının potensialını görmək üçün məhsulun sınaqdan keçirildikdən sonradır. İkinci mərhələdən sonra startap qurucularının, eləcə də potensial investorların hədəfləri biznesin genişləndirilməsi. (Maurya 2012).

Startapların inkişafını üç mərhələyə ayıran Mauryadan fərqli olaraq, Marmer, Hermann və Berman (2011) görə, startapın inkişafının 6 mərhələsi var. Birinci mərhələ-*(Discovery) kəşfdir* və onun məqsədi bazarda aşkar olunan problemi həll etmək üçün məqsədəuyğun olub olmadığını və startapların inkişaf etdirməyi planlaşdırdığı həllərdən istifadə etmək üçün maraqlı tərəflərin olub olmadığını yoxlamaqdır. Bu mərhələ 5 ilə 7 aya qədər davam edir. İkinci mərhələ, *(validation) doğrulama*dır, burada startaplar istifadəçilərin məhsulla maraq göstərdikləri barədə təsdiq cavabını almağa çalışırlar. Bu mərhələ 3 aydan 5 aya qədər davam edir. Üçüncü mərhələ, *(Efficiency) Səmərəlilik*dir startaplar öz biznes modellərini inkişaf etdirmək və istifadəçi sayını artırmağa çalışır. Bu mərhələ 5 aydan 6 aya qədər davam edir. Dördüncü mərhələ, *(Scale) Ölçəkdir* (7 ilə 9 ay). Beşinci faza *(Profit Maximization) mənfəətin artırılması*dir. Startap inkişafın bu mərhələlərini keçərək, gəlirli olur və ictimaiyyətə açıq təqdim edilir (İPO). (Marmer, Hermann və Berman 2011).

Startap şirkətləri yeni qurulmuş və ya inkişaf və bazar araşdırması mərhələsindədirlər. Onlar adətən, lakin mütləq deyil, yüksək texnoloji layihələrlə əlaqələndirilir, çünki onların məhsulu əsasən asanlıqla istehsal oluna və təkrar istehsal edilə bilən bir proqram təminatı olur. Bundan əlavə, texnoloji yönümlü layihələr, öz təbiəti ilə, böyümə üçün ən böyük potensiala malikdir. Tədqiqatın göstərdiyi maraqlı bir fakt, texnoloji yönümlü startapların adətən böyük şəhər mərkəzlərində yerləşməsidir. Səbəb yerli səviyyəni aşan bir bazar ehtiyacı ilə



əlaqələndirilir Bununla birlikdə, ənənəvi sənaye və biznes sektorlarında getdikcə daha çox yeni şirkət var. Beynəlxalq səviyyədə, xüsusilə intensiv qloballaşma dövründə sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin (rəsmi və qeyri-rəsmi) əhəmiyyəti və yolları ilə əlaqəli getdikcə daha çox tədqiqat aparılır. Korostelevae və Mickiewicz (2010) tərəfindən edilən bir araşdırma sübut etdi ki, maliyyə azadlığı xarici və ya daxili maliyyələşdirmə mənbələrindən istifadə etməklə startaplara ümumi maliyyə qoyuluşlarına təsir göstərir. (Baptista, Mendonça, 2009; Korostelevae, Mickiewicz 2010).

Startapların əsas konsepsiyası minimal dəyər ilə kiber sahə və ya virtual reallıq məkanını yaratmağa, onlayn bir iş qurmağa çalışırlar. Minimum investisiyalar riski azaldır və şirkətlərin daha sürətli uyğunlaşmasına və hətta ləğvinə imkan yaradır. Digər tərəfdən, onlayn biznes hələ bazara hazır bir məhsul və ya xidmətə sahib olmayan, lakin internetdə mövcud olan və öz veb saytlarına sahib olan startaplar qurmağa imkan verir. Bu yanaşma yaxşıdır, çünki startap şirkətlərinin sahibkarlarına bazarın vəziyyətini, məhsullarına və ya xidmətlərinə ehtiyac olub olmadığını və buna sərmayə qoymağın olub-olmadığını təhlil etməyə imkan verir. (Kiškis, 2011).

Startup Genome Reportu tərəfindən aparılan bir araşdırma, gənc şirkətlərin (startap) 90% -dən çoxunun uğursuz olduğunu göstərdi. 3,200 respondent arasında 12 şirkətdən yalnız 1-i sağ qaldı və məhsul və ya xidmətini davam etdiyi bazara tanıtdırmağı bacardı. Bir çox startaplar başlanğıcdan biznes uğurlarına və mənfəət əldə etməyə gedən yolda uğursuz olur və buna görə də gündəlik olaraq rəhbərlik uğur qazanmaq üçün yeni nəzəriyyələr, metodlar və ideyalar yaradılır və təlimatlandırılır. (Zlatarek, 2012).

Əksər yeni başlayan startaplar məhsulu planlaşdırdıqları şəkildə həyata keçirə bilmədikləri üçün uğursuz olurlar, yanlış məhsulun həyata keçirilməsində çox uzun müddət çalışırlar və buna görə həm marketinq, həm də satış üçün kifayət qədər pul xərcləyirlər. (Nobel, 2011).

**Startap şirkətlərinin növləri.**

Marmer, Hermann və Berman (2011) görə ABŞ-da (Silikon Vadisi) 650-dən çox veb startap üzərində təhlil görə İnternet startap şirkətləri üç əsas növə bölünə bilər. Startap şirkətlərinin birinci növü "The Automizer" adlanır. Xüsusiyyətləri, müştərilərə foksplanmaq, məhsula maraq göstərən müştəriləri cəlb etmək, yüksək performans göstərmək, əvvəllər əl ilə reallaşdırılan işlərin ümumi avtomatlaşdırılmasını təmin etmək, mövcud bazarla mübarizə aparmaq və s. İkinci növü "Sosial Transformator" adlanır. Əsas xüsusiyyətləri mövcud bazara yeni texnologiyaların tətbiqi, güclü texnoloji yönümlü inkişaf və s. Startap şirkətinin bu növünün alt növü kritik mövcudluğu ilə səciyyələnən startaplara aid olan kütlə, artan abunəçi və şəbəkə əsas rol oynayır. Bu startaplar adətən insanları birləşdirmək üçün yeni yollar yaradır və buna görə daha çox kapitalla ehtiyac duyurlar. İş adamları və komandalar IT yönümlü birinə nisbətən bu tip startaplarla daha çox görüşürlər.

Startap şirkətlərin başqa bir növü, yüksək təhlükəsizlik, erkən mənfəət, kiçik və orta sahibkarlığı, həm də daha kiçik bazarları hədəf alan, kiçik qrupları da genişləndirdikdən sonra da saxlaya biləcəyi ilə xarakterizə edilən startaplara aid olan "İnteqrasiya"-dır. Üçüncü növ, "Challenger" adlanır, çox yüksək satışa sahib olan, müştəri asılılığı, həmçinin mürəkkəb və sərt bazarlar, təkrar edilə bilən satış prosesləri, birinci və ikinci növə nisbətən daha çox vaxt keçirən şirkətlər ilə xarakterizə olunur. daha çox kapitalla, iş yönümlü komandalara ehtiyacı var. Bu növ də çox sayda istifadəçiyə sahibdir və geniş miqyasda istifadə edildiyi təqdirdə böyük komandalara ehtiyac duyur və s. (Marmer, Hermann və Berman 2011).

### **Azərbaycanda Startap Ekosistemi.**

Son illərdə Azərbaycanda startapların dəstəklənməsi istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Bunun nəticəsi olaraq bir çox yeni biznes inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri, kovörkinq mərkəzəri, müxtəlif dövlət qurumlarının tərkibində innovasiya və sahibkarlığa dəstək mərkəzləri və fondları, ali və orta məktəblərlə qarşılıqlı fəaliyyətin həyata keçirilməsi, investisiya ilə məşğul olan bir sıra şirkətlər yaradılmışdır. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində Strateji Yol Xəritəsində Biznes inkubatorları və startap layihələrinin inkişaf etdirilməsi, model müəssisələrin yaradılması istiqamətində də hədəflər və tədbirlər

planı hazırlanmışdı.Strateji yol xəritəsində qeyd edilən istiqamətdə bir çox tədbirlər həyata keçirilmişdi. Bu istiqamətdə yaranan inkubasiya mərkəzlərini nəzərdən keçirək.

### **Innoland Inkubasiya və Akselerasiya Mərkəzi.**

Innoland Inkubasiya və Akselerasiya Mərkəzi Azərbaycanda və onun xaricində özəl sektorun inkişaf dəstək göstərmək, innovasiyanın təşviqi və startapların inkişafı və genişləndirilməsi üçün yaradılan inkubasiya, akselerasiya və kovörkinq mərkəzidir. Innoland, Inkubasiya, Kovörkinq, Akselerasiya və IT Təlim-Tədris Mərkəzindən ibarətdir. Buradakı Kovörkinq mərkəzi startaplar, proqramçılar, innovasiyalar sahəsində tək və ya kiçik komanda ilə işləyən şəxslər üçün sərfəli və bir çox imkanları özündə birləşdirən iş yeridir. Innolandda fəaliyyət göstərən Kovörkinq mərkəzi həftənin 7 günü 24 saat giriş imkanına, yüksək sürətli internetə, vahid məlumat köşkünə, mentor dəstəyinə malikdir.

#### **Inkubasiya**

Inkubasiya inkişafın erkən mərhələlərində olan startapları dəstəkləyir. Inkubasiyanın əsas məqsədi startapların ideya mərhələsindən MVP (Minimal Dəyişən Məhsul) səviyyəsinə gətirilməsidir. Innolanda Inkubasiya proqramı 3 aydan 6 aya qədər davam edir və mentor dəstəyi, əlaqələrin qurulması və ofis sahəsi daxildir.

#### **Akselerasiya**

İntensiv akselerasiya sürətləndirmə proqramı zamanı Innoland, startapların Azərbaycanda böyüməsinə və beynəlxalq bazarlara çıxmasına kömək edir. Bu 3 aylıq proqramda, startapçılar məhsullarını inkişaf etdirir və biznesin inkişafından pitchingə qədər bütün sahələri əhatə edən beynəlxalq mühitdə tətbiq olunan fərqli təcrübələri öyrənirlər. Akselerasiya proqramı 30-dan çox yerli və beynəlxalq mentor, müxtəlif sahələrdəki mütəxəssislər tərəfindən dəstəklənir. Hər həftə komandaların həmin həftənin mövzusu ilə əlaqəli tapşırıqlar verilir və öz hədəflərinə çatmaqğa dahada yaxınlaşırlar.Akselerasiya proqramı Demo Günü ilə tamamlanır, burada məzun komandalar sərmayə əldə etmək şansı ilə investorların və sənaye mütəxəssislərinin qarşısında təqdimatlar edilir.( <http://innoland.az/az>)

## Kovörking və Virtual Rezidentlik

Innoland, 24/7 ofis avadanlığı, şəxsi şkaflar, yüksək sürətli Wi-Fi və limitsiz çay / qəhvə əlavə üstünlükləri ilə müasir və rahat işləmə məkanlarına malikdir. Innolandin virtual sakinləriburanının bütün tədbirlərinə sərbəst giriş imkanı əldə edəcəklər, "ASAN Öyrənmə" sessiyalarında iştirak etmək imkanı, maliyyə hesabatları üçün pulsuz elektron ofis və startaplarına mentor dəstəyi əldə edəcəklər. Innolanddə Virtual rezident olmaq üçün təqdimat sənədini əlavə edəcəyiniz qeydiyyat formasını doldurmalıdır. Startaplar seçim kriteriyalarına uyğun olduğu halda Virtual Rezidentlik proqramına qəbul oluna bilər. Virtual Rezidentura proqramımızın müddəti 12 aydır. ( <http://innoland.az/az>)

### Rezident startapları

- Nextsale
- Ticketsetup
- Virendly
- One point
- 11delivery
- MrBee
- Whelp
- Sumask
- Qreact

## **Barama İnnovasiya və Sahibkarlıq Mərkəzi.**

Barama İnnovasiya və Sahibkarlıq Mərkəzi 2009-cu ildə Azercell Telekom MMC və PAŞA Bankın dəstəyi ilə yaradılan Azərbaycanda ilk biznes inkubatordur. Mərkəzin əsas məqsədi Azərbaycanda rəqəmsal ekosistemi inkişaf etdirmək və innovativ ideyalara dəstək verməkdir. Barama İnnovasiya və Sahibkarlıq Mərkəzi İnnovasiya Laboratoriyası, Biznes İnkubatoru və Sahibkarlığa dəstək, Biznes Həlləri və Tərəfdaşlıq sahələrindən ibarətdir.

2017-ci ilə qədər Mərkəz 300-ə yaxın tədbir keçirib, 3500 müraciət edib və 45 start-up həyata keçirib. 2009-2013 dövründə 40+ sosial layihə dəstək üçün Barama

müraciət etdi; Bunlardan 14 layihə məhsul və xidmətlərini uğurla başlatdı. Bundan əlavə, ABŞ-ın Virciniya ştatında bir startapın təsis edildi və altı startapın inkişafını davam etdirmək üçün Silikon Vadisini, Kaliforniyanı ziyarət etdi.

2019-cu ildən Barama IEC İnnovasiya Agentliyi Azərbaycan tərəfindən dəstəklənir.

#### Missiya

1. Gənclər arasında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dəstək
2. Ölkəmizin innovasiyalar sahəsində dünyada
3. mövqeyini möhkəmləndirmək
4. Yüksək texnologiyalar sahəsində yeni
5. ideyaların üzə çıxarılması.
6. İKT sahəsində olan layihələrin dəstəklənməsi.
7. Startup mühitin formalaşması

#### Layihələrin inkişafına verilən dəstək formaları

- ✓ 7/24 saat fəaliyyətdə olan innovativ ofis.
- ✓ Startap-ın biznesə çevrilməsi üçün xüsusi yaradılmış, individual inkubasiya proqramı
- ✓ Kompüter, internet və layihələrin ehtiyacı olan müxtəlif texniki dəstək.
- ✓ "Azercell" şirkəti tərəfindən telekommunikasiya dəstəyi
- ✓ Dünyanın müxtəlif ölkələrindən olan biznes inkubator partnyorlarımız ilə əlaqələr
- ✓ Marketing konsultasiyaları
- ✓ Barama Biznes Alyansı
- ✓ Azərbaycan, ABŞ, Kanada, Böyük Britaniya, Rusiya və Türkiyədən olan yerli və xarici mentor komandası ilə sıx əməkdaşlıq.
- ✓ İnkubasiya proqramını bitirmiş layihələrə partnyorluq görüşlərinin təşkili.
- ✓ d.investorların görüşlərinin təşkili
- ✓ İnkubasiya proqramını bitirmiş layihələrlə

#### Uğurlu layihələr

1. Mysim.az
2. HiAzerbaijan App

3. Sumaks (Smart Home technology)
4. Podkast app
5. NeWo
6. Memar Stone
7. Lisdo
8. Sesle kitab
9. Barama Media
10. Konullu.net
11. Binar Studio
12. Adbox.az
13. StrikePlagiarism.com ( antiplagiat programi)
14. MobiStar
15. Technollland.com
16. CyberLegion
17. Technote
18. WoWoman

#### “Youth Inc.” Sahibkarlıq Proqramı

Azərbaycanda 2011-ci ildə başlanan, 2013-cü ilin yanvar ayından etibarən uğurla həyata keçirilən “Youth Inc.”, Azərbaycan Respublikası Gənclər və İdman Nazirliyi, Coca-Cola Şirkəti və " Vətəndaş Cəmiyyətində Debat İctimai Birliyinin " (DVC) tərəfindən dəstəklənən biznesə dəstək proqramıdır.

Proqramın məqsədi Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı, ənənəvi və innovativ sahibkarlıq mövzusunda məlumatlılığın artırılmasıdır. Buna görə vaxtını, təcrübəsini, müvafiq mənbələrini maliyyə savadlılığının artırılmasına və inqnovativ texnologiyaların həyatımızda daha geniş istifadəsinə yönəldir. Həmçinin Youth Inc. 2017-ci ildə Azərbaycan Respublikası Gənclər və İdman Nazirliyi və Avropa Birliyinin Gənc Sahibkarları (JEUNE) tərəfindən 2019-cu ildə "Gənc Sahibkarlara Dəstək üçün ən yaxşı təşəbbüs" olaraq təltif olunur.

Youth Inc. kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə öz sahibkarlıq subyektlərini başlatmaq və ya inkişaf etdirmək üçün zəruri vasitələr verməklə dəstəkləməkdədir.

Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətinin böyüməsini stimullaşdırmaq və bununla da yeni iş imkanları yaratmaqdadır.

### **Baku Business Factory.**

Baku Business Factorynin (BBF) əsas məqsədi gənclərin biznes təşəbbüslərini dəstəkləməkdir. Gənclər burada müxtəlif biznes sahələrində fikirlərini reallaşdırmağa bilirlər. Onlar BBF-də bir ofis əldə edə, mentor köməyi və maliyyə dəstəyi ilə yanaşı müxtəlif təlimlərdə iştirak edə biləcəklər. BBF-in işinin ikinci sahəsinə ofislərin sərbəst fəaliyyət göstərənlər üçün hər cür iş şəraiti ilə təmin edilməsi daxildir. Ofislərdən, masalar, iclas otaqları, salonlar, internet, printer, skaner, qəbul, çay, qəhvə və digərləri kimi obyektlərdən yararlanmağa bilirlər. Bununla yanaşı BBF tərəfindən təşkil olunan təlimlərdə iştirak edə bilirlər.

### **Missiya**

BBF-nin missiyası ölkəmizdə yeni işgüzar vərdişlər formalaşdırmaq üçün biznes düşüncəsi olan gənclərin işgüzar düşüncələrini inkişaf etdirmək və onlara maliyyə bazası ilə təmin etməkdir.

Buraya daxildir:

- ✓ Startaplar üçün iş sahəsi
- ✓ Freelancerlər və kiçik müəssisələr üçün iş sahəsi
- ✓ BBF işçiləri üçün yer
- ✓ 2 iclas otağı
- ✓ Salon
- ✓ Zal
- ✓ Mətbəx

Parlaq dizayn və rahat ofis mühiti freelancerlərə və yeni başlayanlara öz ideyalarını uğurla həyata keçirmək imkanı verir.

Son illərdə gənclərin biznesə marağı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Ancaq təcrübə və maddi-texniki bazanın olmaması səbəbindən bu təşəbbüslərin əksəriyyəti uğursuzluğa düşür. Başlanğıcda olan BBF layihəsi gənclərə biznes bacarıqları qazanmaqda kömək edir və maliyyə və texniki yardım göstərir. Bu sahədəki əsas xidmətə ofis, maddi yardım və texniki avadanlıqla təminat, mentorluq, hüquqi

dəstək və investisiya daxildir.

Hansı iş növləri müraciət edə bilər:

Ticarət: topdan və pərakəndə, e-ticarət

Xidmət: agentlik, konsaltinq, dizayn, tərcümə, təlim, tədqiqat və s.

İstehsal: toxuculuq, əl işləri, gündəlik istifadə malları, yemək və s.

Texnologiya: veb sayt, tətbiq, robot istehsalı və s.

Kənd təsərrüfatı: heyvandarlıq, əkinçilik, kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı və s.

Qısamüddətli qazanc layihələri: sərgilər, tədbirlər, kampaniyalar, konsertlər və s.

Əsas prioritetlər:

Yaradıcı iş fikirləri

İnsanların ehtiyaclarını ödəmək üçün sadə həllər

Qazanc layihələri

### **İnfipro İnvestisiya şirkəti.**

İnfipro Inc, toxum və başlanğıc mərhələsində olan informasiya texnologiyaları, İnternet və proqram təminatı startaplarına investisiya qoymağa yönəlmiş bir ventur kapital firmasıdır. İstəyimiz sahibkarlarla birlikdə yeni texnoloji xidmətlər dünyaya gətirmək üçün işləməkdir.

Misiyamız şirkətlərin idarə heyətləri və investorlar ilə davamlı tərəfdaşlığa əldə etməkdir. Biznes üçün uzunmüddətli yanaşma müəyyən edilir və investisiya və böyük bazar imkanlarını uyğunlamağa hədəflənir.

Maliyyə

Yüksək böyümə potensialı olan innovativ şirkətlərə investisiya qoyuruq.

Rəqabətli mühitdə liderlik nümayiş etdirə biləcək şirkətlər axtarıyıq.

Tam bir idarəetmə qrupu, parlaq bir iş və ya məhsul planı İnfipro-nun işə cəlb edilməsi üçün əsas şərt deyildir. Bazarın məhsul və ya xidmətlərinə reaksiyasını qiymətləndirmək üçün potensial müştərilər və ya mütəxəssislər ilə qarşılıqlı əlaqə qurulur. Sərmayə qoymaq üçün həqiqi müştərilər və ya gəlir olmasa da, bəzi bazar təsdiqləməsinə tələb oluna bilər. Adətən İnfipro, öhdəlik götürdüyü kapitalın maksimum 10% -ni öz vəsaitlərinə yatırır. Bütün potensial layihələrin cəlbedici gəliri və güclü bir biznes planı olmalıdır. Hər hansı bir layihəni təhlil edərkən yüksək



bacarıqlı və tam məsuliyyətli idarəetmə komandası vacibdir. Potensial sərmayələrə əlavə kapital, bazar əldə etmək və ümumi dəstək gətirə biləcək digər aparıcı investorlarla tərəfdaşlıq aparılır

### **AzFinance İnvestisiya şirkəti.**

AzFinance İnvestisiya şirkəti müstəqil, özəl broker və aktivlərin idarə edilməsi üzrə şirkətdir. 2014-cü ildə qurulan AzFinance İnvestisiya şirkəti yerli, institusional investorlara və varlı şəxslərə aktivlərin idarə edilməsi və broker xidmətləri sahəsində müştəri mərkəzli və mükafatlandırıcı maliyyə xidməti təcrübəsi təqdim etməyə həsr edilmişdir. Şirkət Azərbaycan Respublikası Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi tərəfindən broker, diler və aktivlərin idarə edilməsi fəaliyyətinə lisenziyaya malikdir. Müştərilərimizə sektorda ən yeni mənbələr, tədqiqatlar və dünya səviyyəli xidmətlər təqdim edərək sektorun başında olmağa çalışırıq.

Müştərilərimizə hərtərəfli araşdırmamızın üstünlüklərini və həm daxili, həm də beynəlxalq bazarlarda şirkətlərin kütləvi şəkildə satılan səhmlərinin alınması və satılması üçün aşağı onlayn komissiya dərəcələrini təklif edir. AzFinance-in törəmə şirkətləri bir çox qarşılıqlı fond investisiya seçimləri, səhmlər, istiqrazlar və ya qısamüddətli investisiyaların müxtəlifləşdirilmiş portfelini inkişaf etdirməyin səmərəli üsulunu, birja ticarət fondları, ticarət hesabları vasitəsilə ticarət seçimləri, pensiya yatırımları hesabları və əlavə alətlər təklif edir investisiya məqsədlərinə çatmaq üçün vəsait seçməyə kömək edir. AzFinance İnvestisiya şirkəti maliyyə, iqtisadiyyat, risklərin idarə edilməsi, ticarət, törəmələr, habelə yerli və beynəlxalq qanunlar və qanunvericilik sahəsində bilikləri olan təcrübəli mütəxəssislərdən ibarətdir. Maliyyə məsləhətçiləri hər bir müştərinin investisiya məqsədlərinə nail olmağı istəyən şəxsə maliyyə məsləhətlərini təklif edirlər.

### **Khazar Ventures Şirkəti.**

Khazar Ventures Azərbaycanda ən innovativ startapları maliyyələşdirən erkən mərhələli toxum investisiya müəssisəsidir. Başlanğıclara həyatının ən erkən mərhələsində sərmayə qoyuruq. İşə qəbulda, inkişafda, bilikdə, marketinqdə və liderlərə və tərəfdaşlara tanıtımda dəstək verilir. Sahibkarları texnologiya, cəmiyyət

və lazımlı mənbələrlə əlaqələndirməklə məqsəd startaplarla uzunmüddətli əlaqələr yaratmaqdır.

Satrataplar üçün:

İcma (Community)

Bu startap cəmiyyəti hazırda Azərbaycanda ən böyükdür.

Mentorluq

Komandalara səfərlərdə hər zaman sizi dəstəklənir. Bir çox təsisçi, mentor və işçilərdən ibarət qrupa giriş əldə edilir.

Əlaqələr

Azərbaycanda və beynəlxalq miqyasda sahibkarlar, investorlar, sənaye liderləri və müxtəlif şirkətlər üçün geniş əlaqələr var. Asanlıqla şəbəkəyə giriş əldə edərək işinizi təqdim edə və genişləndirə bilərsiniz.

Böyük tədbirlərə və seminarlara giriş

Khazar Ventures Azərbaycanda ən yaxşı startap, texnologiya və biznes tədbirlərini təşkil edir.

## **1.2 Startap və innovasiyaların metodoloji əsasları.**

Bu fəsildə araşdırmanın maraq dairəsi, elmi yanaşmalar, elmi tədqiqat metodu, ilkin və ikinci mənbələr və etibarlılıq təqdim olunur. Hər bir kateqoriyada, tədqiqata aid metodların təsviri verilmişdir.

Empirik bir araşdırmada tədqiqatçı sosial elmlərin fəlsəfi ölçülərini özündə cəmləşdirən uyğun bir paradiqma seçməlidir. Guba və Lincon (1994) görə, bir tədqiqat paradiqması, fərqli inanclar toplusunu, izləyicilərin düşüncələri üçün bir çərçivə və bələdçi rolunu oynayan dünyanı müşahidəçilərin gözü ilə necə qəbul etdiyini izah edir və təqdim edir. Paradiqmaların hər biri ontologiya (reallıq), epistemologiya (bilik) və metodologiya arasında müəyyən bir əlaqəni təmsil edir. (Holden & Lynch, 2004; Saunders et al., 2011).

Easterby-Smith et al. (2015) tədqiqatların təbiətin və gerçəkliyin fəlsəfi fərziyyələri ilə ontologiyada başladığını, təbiətin və dünyanın ümumi fərziyyələrinə (epistemologiya) təsir göstərəcəyini bildirir, müəyyən bir vəziyyəti

(metodologiyayı) və məlumatları toplamaq və təhlil etmək üçün istifadə olunan metod və üsulları öyrənmək üçün texnikaların birləşməsindən istifadə olunur. Easterby-Smith (2015) araşdırmalarında bildirir ki, təbiətin və gerçəkliyin fəlsəfi fərziyyələri ilə ontologiya, təbiətin və dünyanın ümumi fərziyyələrinə (epistemologiya), (metodologiyayı) müəyyən bir vəziyyəti və məlumatları toplamaq və təhlil etmək üçün istifadə olunur. (Easterby-Smith 2015)

Patel & Davidson (2003) görə, mümkün qədər real olan yeni nəzəriyyələrin inkişafı bir neçə fərqli yolla toplana bilən empirik dəlillərlə əlaqəli olmalıdır. Nəzəriyyə və empirik dəlillərin bir-biri ilə necə əlaqəli olması tədqiqatın aparılmasında əsas problemlərdən biridir. Peirce (1960) və Patel & Davidson (2003) görə, induksiya, deduksiya və abduksiya şəklində üç fərqli əsas anlayış var. (Peirce, 1960; Patel & Davidson 2003).

İnduksiya yanaşması tədqiqatçının tədqiqat olmadan bir mövzunu araşdırması, mövcud bir nəzəriyyənin əsası kimi mövcud olması deməkdir. Bunun əvəzinə tədqiqatçı məlumat və empirik dəlillər toplayır və nəticələr tədqiqatçı tərəfindən bir nəzəriyyə olaraq formalaşdırılır.

**İnduksiya** – fərdi haldan ümumi hala keçid üçün mühakimənin sürülməsidir. Bu halda faktlar əsasında ümumi hipotezin yaradılması baş verir. İnduksiyanın əsasında sınaq, eksperiment və faktların yığılmasına imkan verən müşahidələr durur. Bu faktları öyrənərək və analiz edərək tədqiqatçı bir sinifə aid olan hadisələrin ümumi və təkrar olunan xüsusiyyətlərini müəyyən edir. Nəticədə fərdi obyektlər qrupuna aid olan xüsusiyyətlərin bütün sinifə inikas etdirilməsinə imkan verən mühakimələr yaradılır. (Əliyev R. 2016 səh.17)

Tədqiqatçının öz şərtləri induktiv yanaşma istifadə edərkən nəzəriyyələrə təsir edəcəkdir.

Bu tezisdə Saunders tərəfindən izah edilən induktiv tədqiqat yanaşmasını tətbiq etdik. Bu yanaşma, tədqiqatçıya müəyyən bir mənzərədən nümunələri müəyyənləşdirmək üçün empirik məlumat toplamağa imkan verir və sonra tədqiqat sahəsi üçün ümumi bir nəticəni formalaşdırır. Abduktiv və deduktivliyin əksinə olaraq induktiv yanaşmanın xüsusiyyətləri, induktiv yanaşmanın mövzu daxilində sonrakı araşdırmalara səbəb olacaqdır. Startaplara investisiya mövzusunda nəzəriyyə və ədəbiyyat az araşdırılıb. Mövcud tədqiqat sayının az olması səbəbindən

induktiv metod bu tədqiqat üçün ən uyğun yanaşmadır. Bu sahədəki töhfəmiz, beləliklə Startapalra üçün investisiya prosedurunun yaxşılaşdırılması ilə əlaqəsini olub olmadığını araşdırmaq və tədqiqat suallarına cavab verməklə araşdırmaqdır. Bu sahədəki nəzəriyyələr və ədəbiyyat nəzəri çərçivənin əsasını təşkil edir. (Saunders 2012).

### **Araşdırmanın Quruluşu.**

Eliasson (2013), əsasən keyfiyyət və kəmiyyət baxımından iki tədqiqat metodunun olduğunu qeyd edir. Bəzi hallarda tədqiqatçı tədqiqat üçün ən yaxşı nəticə əldə etmək üçün iki metodun birləşməsindən istifadə edə bilər. Ancaq bu üsullardan yalnız birini tətbiq etmək yaxşıdır. (Eliasson, 2013).

Ən vacib hissə, tədqiqatçının araşdırmanın nəticəsi üçün bu iki metoddan hansının ən yaxşı olduğunu düşünməsidir. Kəmiyyət və kəmiyyət metodları arasındakı böyük fərq ondan ibarətdir ki, keyfiyyət metodu əşyalar və mühitləri sözlərlə təsvir edə bilər, ancaq kəmiyyət metodu ədədlər üçün tətbiq olunur.

Tədqiqatımız anket sorğularından toplanmış empirik nəticələrə əsaslanır və bu da bizə stataik qiymətləndirməyə imkan verdiyindən kəmiyyət metodundan istifadə etdik.

*“Kəmiyyət araşdırmalarının mərkəzində kəmiyyət xüsusiyyətləri durur. Bu metodoloji yanaşmada ümumiləndirməyə imkan verəcək miqyasda seçmə toplu üzrə araşdırma aparılır. Mümkün qədər səciyyəvi nəticələr əldə etməyə çalışan kəmiyyət araşdırmaları həmçinin tendensiyaları müəyyənləşdirə, proqnozlar irəli sürməyə qadirdir. Bu qəbildən olan araşdırmalarda dəyişənlər qarasında əlaqə, korreliasiya və kazuallıq axtarılır. Kəmiyyət araşdırmalarında adətən əvvəlcədən müəyyən edilmiş hipotezlərin yoxlanılmasına əsaslanırsa, bu, heçdə həmişə belə olur – bəzi bu tip tədqiqatlar yeni tip nəzəriyyələr irəli sürmək üçün də həyata keçirilir. Bəzəndə isə, ümumiyyətlə hipotez irəli sürülmür.” (Şahbazov İ. 2019)*

### **Məlumatların toplanması və təhlili.**

Tədqiqat sualına cavab vermək üçün müvafiq empirik məlumatların necə toplanacağını və təhlil olunmasının bir neçə fərqli üsulu var. Tədqiqatın başa çatması

üçün tədqiqatçının məlumat əldə etmək üçün düzgün metodlara ehtiyacı var. Məlumat toplama üsullarının məzmun və məqsədinə uyğun olaraq fərqli metodlardan istifadə etmək mümkündür. (Bell, 2005).

Churchill (1999) bildirir ki, tədqiqatdan aslı olaraq tədqiqatçı ilkin və ikinci dərəcəli məlumatların əldə edə bilər. İkinci dərəcəli məlumatlar, mövcud tədqiqat, dərsləklər, qəzetlər, akademik araşdırmalar və təşkilati sənədlərdə istifadə olunan digər tədqiqatçı tərəfindən toplanmış məlumatlardan ibarətdir. Bundan əlavə, Saunders et al. (2009) qeyd edir ki, ilkin məlumatlar tədqiqatçının özləri tərəfindən, məsələn, müşahidələr, müsahibələr və anket sorğuları vasitəsilə topladığı məlumatlardır. (Saunders et al., 2009). Tədqiqat suallarımızı cavablandırma bilmək üçün bütün müvafiq mövzular daxil olmaqla ikinci dərəcəli məlumatların toplanmasına başladığımız və davam etdik. İlkin məlumatlarımızı anket sorğuları vasitəsilə topladıq.

İkinci dərəcəli məlumatlar, startapların maliyyələşməsinin əsaslarını izah edən və tədqiqat haqqında ümumi araşdırmanı təmin edən, məqalələrdən, disertasiyalardan, metodik vəsaitlərdən, veb saytlardan, youtube videolarından və bloqlardan ibarətdir. fərqli investisiya modelləri. İkinci dərəcəli məlumatlar, mövzumuzun hərtərəfli araşdırmasını təmin etdi, mövzunu anlamaq üçün lazım olan və araşdırmamızın təməli olan məlumatları əldə etdik.

Məlumatlarımızın əsas hissəsi, elmi mövzularla əlaqəli axtarış sözlərindən istifadə etməklə akademik verilənlər bazalarında aşkar edilmiş elmi məqalələrdən və tədqiqat işlərindən toplanmışdır. Aşağıda WOS (Web of Science) və Google Scholar haqqında ikinci dərəcəli məlumatlar axtararkən istifadə olunan açar sözlər göstərilir.

Ədəbiyyat tədqiqatlarını tapmaq üçün istifadə olunan əsas sözlər.

Açar sözlərin birləşməsi "startaplara investisiya" və ya "investisiya raundları" və "İnvestisiya" və ya "İnnovasiya" "startaplar" və "startapların maliyyələşmə mərhələləri" və ya "startapların maliyyələşmə mənbələri".

İlkin məlumatların toplanması Azərbaycanda seçilmiş startap şirkətlərinə elektron poçtla göndərilən sorğu anketləri vasitəsilə aparılmışdır. Tədqiqatın əsas

məhdudiyyətindən biri startap şirkətlərinin qeydə alınmış məlumat bazasının olmamasıdır. Qlobal səviyyədə toplanmış və təhlil edilmiş tədqiqat problemlərindən başlayaraq bir sıra tədqiqat sualları və fərziyyələr meydana gəldi:

1. Azərbaycanda startap şirkətlərinin istifadə etdiyi maliyyələşmə mənbələri hansılardır?
2. Azərbaycanda startap şirkətləri hansı mərhələdədirlər və müxtəlif inkişaf mərhələlərində hansı fərqli maliyyələşmə mənbələrindən istifadə edirlər?
3. Azərbaycanda yeni başlayan sahibkarlar hansı maliyyə imkanlarına üstünlük verirlər: qeyri-rəsmi və ya rəsmi, ənənəvi və ya müasir?

Fərziyyələr belədir:

H1. Startapların inkişaf səviyyəsi ilə Azərbaycanda startaplarının istifadə etdiyi maliyyələşdirmə modeli arasında statistik cəhətdən əhəmiyyətli bir əlaqə var.

H2. Startap menecerlərinin sahibkarlıq təcrübəsi ilə maliyyələşdirmə metodlarının seçimi arasında əhəmiyyətli bir əlaqə var.

Fərziyyələr daha təcrübəli menecerlərin, layihələrinin və məhsullarının potensialını fərqli maliyyələşdirmə metodlarını seçərək qəbul etmələri ehtimalına əsasən müşahidə olunur.

Məlumatlar Azərbaycanda startaplarının maliyyələşdirilməsi, inkişafı və işgüzar fəaliyyəti ilə bağlı sualları özündə birləşdirən bir anket istifadə edərək toplanmışdır. Google Docsdan istifadə etməklə hazırlanmış anket əvvəlcədən Azərbaycanda seçilmiş startapların ünvanlarına örtük məktubu ilə birlikdə göndərildi. Toplanmış məlumatları təhlil etmək üçün məzmun təhlili, təsviri statistik analiz və Chi-kvadrat testləri istifadə edilmişdir. Bu üsullar toplanmış məlumatları emal etməyə və nümunənin əsas xüsusiyyətlərini qurmağa kömək etdi. Məlumatların təhlili Microsoft Office Excel və statistik proqram paketi SPSS 19.0 istifadə edərək həyata keçirildi.

Gözlənilən elmi yeniliklər, startap şirkətlərinin inkişaf mərhələlərini, hər mərhələdə maliyyələşdirmə mənbəyini müəyyənləşdirməyə kömək edir. Tədqiqat məqsədi Azərbaycanda sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin startapların inkişafına təsirini göstərmək idi. Nəticədə, xüsusən yerli ədəbiyyatda bu mövzuları araşdıran nisbətən az tədqiqatın olması öz əksini tapmışdır. Buna görə aparılan tədqiqatlar sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirmə strategiyasını daha yaxşı başa düşməyə kömək edə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və global səviyyədə startaplarla ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək tədqiqatların aparılması üçün faydalı əsas və təkan ola bilər.

## ***II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA STARTAP VƏ INNOVASİYALARIN TƏTBİQİNİN TƏHLİLİ.***

### **2.1. Startap və innovasiyalara investisiya qoyuluşlarının həyata keçirilmə mərhələlərinin təhlili.**

İnnovativ inkişaf yolu seçən 21-ci əsrin müasir şirkətləri ənənəvi iqtisadi biznes modellərindən, analitik metodlardan və planlaşdırma metodlarından uzaqlaşır (Moroni I. et al., 2015).

Startap adlanan bu gənc innovativ şirkətlər, yeni yüksək gəlirli və sürətli böyüyən bazar segmentlərinə girməyə imkan verən yenilikçi yanaşmalar axtarır. Yeni yanaşmalar şirkətlərə böyük maliyyə yatırımları, uzun və mürəkkəb analitik hesablamalar aparmadan sürətli böyüməyə və inkişaf etməyə imkan verir. Startaplar yeni mənbələr və alətlər vasitəsilə maliyyələşdirilir. Sürətli böyümə mərhələsində, məhdud bank kreditləşməsi alətləri ilə şirkətlər əlavə maliyyə mənbələrinə ehtiyac duyur ki, bu da yeni növ vasitəçilərin, məsələn kraudfanding fondları və platformaları, vençur fondları, özəl fondlar, habelə iş mələkləri və strateji investorların meydana çıxması ilə nəticələndi. Bu hissədə startapların həyat dövrünə uyğun olaraq potensial maliyyələşmə mənbələri, inkişaf mərhələləri və onların növlərini təqdim edir. Eyni zamanda maliyyələşmə mənbələrini, forma və alətlərini sistemləşdirməkdir. Bu gün startaplar bütün dünyada innovativ iqtisadiyyatın inkişafında əsas rol oynayır və yüksək inkişaf templərini göstərir. Qlobal startap iqtisadiyyatı 2016 və 2018 illəri arasında 2.8 trilyon dollar dəyər meydana gətirərək böyüməyə davam edir. Bu, əvvəlki dövrdən 20.6% artım və cəmi beş il əvvəlkindən iki qat çoxdur. Bununla əlaqədar olaraq, 2018 ümumi VC (vençur kapital) sərmayələrinin son onillikdə 220 milyard dollar olduğunu görürük. 2008-ci ildən 2016-cı ilə qədər dövrdə startapların orta illik artımı sektor üzrə aşağıdakı kimidir : Blockchain - 17,9%; müasir istehsal və robototexnika (Advanced Manufacturing & Robotics) - 15,3%; kənd təsərrüfatı texnologiyaları və yeni yeməklər (Agtech & New Food) - 14,3%; süni intellekt, big data və analitika (Big Data & Analytics) - 12,9%; təhsil texnologiyası (Edtech) - 7,4%; maliyyə texnologiyası (Fintech) - 6,8%;



kiber təhlükəsizlik - 4.6% (Global Startup Ecosystem Report 2018 / Startup Genome. URL: <https://startupgenome.com/report2018>)

Startap ekosisteminin inkişafında lider mövqeyi ABŞ tutur. İllər boyu Silikon Vadisi, New York kimi ən yaxşı startap mərkəzləri əsas mövqələrini qoruyurlar. Google, Cisco, Facebook və Apple kimi yüksək texnologiyalı şirkətlərin açılması ilə tanınan Silicon Vadisi dünyanın ən perspektivli startap mərkəzi hesab olunur. Valley startaplarının təxminən 86% -i yüksək investisiya reytingi alır. (Moroni I. et al., 2015).

Bu gün startap iqtisadiyyatı anlayışı inkişafının başlanğıc mərhələsindədir, buna görə əksər elmi və praktik ədəbiyyat müəllifləri "startap" anlayışını təyin edərkən müxtəlif yanaşmaları görə bilərik. E. Ris, sahibkar və təşəbbüskar idarəetmə nəzəriyyəçisi, Qənaətcil Startap kitabında belə tərif verir: "Startap – ifrat qeyri-müəyyənlik şəraitində yeni məhsul və xidmətlər hazırlamaq üçün qurulmuş ictimai institutudur." (Erik Ris- 2017: s17)

P. Graham, təşəbbüskar və vençur kapitalist hesab edir ki, "startap sürətli inkişaf üçün yaradılan bir şirkətdir. Yeni qurulan bir şirkət özlüyündə bir startap deyil. Əhəmiyyətli olan tək şey böyümədir. Startaplarla əlaqələndirdiyimiz hər şey böyümədən qaynaqlanır." (Startup Equals Growth / Graham Paul. September 2012. URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>) S. Blank və B. Dorf, startapların "böyüməkdə olan və genişlənə bilən bir iş modelini kimi mövcud olan müvəqqəti quruluşlar" olduğunu iddia edirlər. (Blank S., Dorf B. 2013).

Müəlliflər qeyd edirlər ki, məhsul yeniliklərinə və ya xidmətlərinə diqqəti yönəltməyən hər hansı bir iş modeli startap kimi qəbul olunmur. Ədəbiyyatda mövcud olan təriflər, aşağıdakı xüsusiyyətləri startapların xarakterik xüsusiyyətlər olduğuna dair bir nəticəyə gəlməyə imkan verir: bir startap innovasiya sahəsində iş görməyə yönəlmiş, bazar segmentində sürətli böyüyüməsi və genişlənməsi, qeyri-müəyyənlik, iflas riskinin artması; bir qrup insan və ya yeni bir şirkət tərəfindən təmsil olunur; fəaliyyətində müasir texnologiyadan istifadə edir. Hər hansı bir innovativ startap gələcək satış həcmi, bazar gücü, qiymət, kapital dəyəri, maliyyələşdirmə metodları və vaxt məhdudiyyəti ilə bağlı xüsusi fərziyyələr

əsasında inkişaf etdirilir. Beləliklə, bir startapın yaradılması və inkişafı yüksək risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində həyata keçirilir.

Sahibkarlığa başlamağın ən vacib addımlarından biri adekvat maliyyələşmə mənbəyini təmin etməkdir. Maliyyə mənbələrinin səfərbərliyini təhlil edərək, Kotha və George (2012), startaplarda əvvəlki təcrübəsi olan sahibkarların heç bir təcrübəsi olmayan sahibkarlarla müqayisədə daha çox vəsait (rəsmi və qeyri-rəsmi mənbələrdən) toplaya biləcəyini göstərdi. Startap layihələri və yeni başlayan şirkətlər, sərmayələri hesabına layihənin və ya məhsulun inkişafını əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirə bilən investorların güclü işgüzar əlaqələri əhəmiyyətlidir. (Kotha və George 2012).

Atherton (2012) araşdırmalarında startapın maliyyələşdirmə mənbəyinə (rəsmi və ya qeyri-rəsmi) təsisçisinin verdiyi qərarına bir çox amillərin təsir etdiyini nümayiş etdirdi. Eyni zamanda, yüksək kapitallaşdırılmış və aşağı kapitallaşmış startaplar arasında çox yüksək fərqi müşahidə etmək mümkündür. Bir startapı qurmaq və ya genişləndirmək üçün investisiya fondlarının tapılması bir çox sahibkarın üzləşdiyi ən böyük maneələrdən biridir. (Berger, Cowan, Frame, 2011).

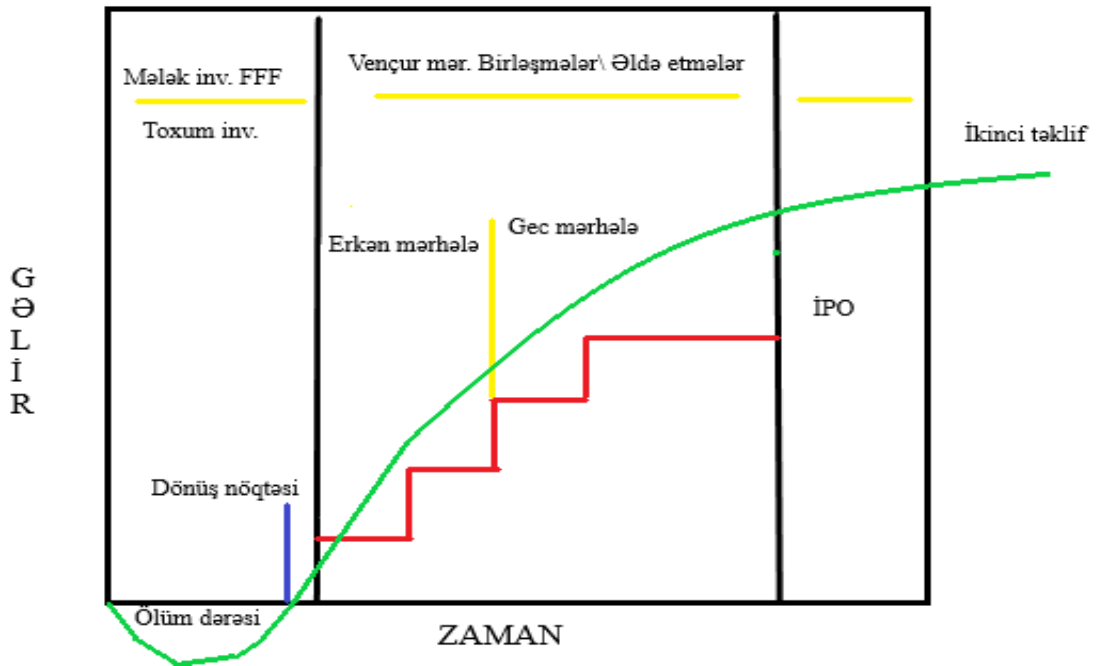
Tədqiqatçılar Paul, Whittam və Wyper (2007) öz yazılarında göstərirk, startap qurucuları əvvəlcə daxili maliyyələşdirmə mənbələrinə (öz vəsaitləri), sonra xarici maliyyələşdirmə mənbələrindən istifadə edirlər. (Paul, Whittam və Wyper 2007)

Şəkil 1-də, yüksək riskli startapın toxum mərhələsinə və erkən böyümə mərhələsinə, startapın sınaq nöqtəsinin həddini keçdiyi vaxta uyğun olduğunu əks etdirir. Riskin orta dərəcəsi qazanc başladıqdan sonra erkən böyümə mərhələsinə uyğundur və sürətli inkişaf mülayim hala gəldikdə gec böyümə mərhələsinə daxil olur. Aşağı risk gec böyümə mərhələyə uyğundur. Startapın həyat dövrünün mərhələlərinin xüsusiyyətlərini xarakterizə edirik.

1. *Toxum mərhələsi (Seed stage)*. Bir şirkətin həyat dövrünün ilk mərhələlərində, bir qayda olaraq, qeyri-sabit və ya mənfə pul axını nümayiş etdirirlər və əməliyyat tarixçəsi və girovu yoxdur, bu borc maliyyələşdirməsinin ənənəvi formalarının

imkanlarına uyğun gəlmir. Nəticə etibarilə bu mərhələdəki startapların investisiya ilə əlaqəli risklər ümumiyyətlə yüksək olur. Adətən bu cür şirkətlərdə kapital qohumlarından, dostlarından və ya digər insanlardan özəl sərmayə, kraudfanding maliyyələşdirmə mexanizmi və ya işgüzar mələk sərmayələri, yəni layihənin perspektivlərinə inanan və mülk sahibi ilə birlikdə iflas riskini çəkməyə hazır olan investorlardan gəlir.

**Şəkil 1. Startapların maliyyələşmə mərhələləri.**



**Mənbə:** ( Charles McLellan <https://www.zdnet.com/article/understanding-the-enterprise-startup-lifecycle/>)

2. *Erkən mərhələ (Early grow)*. Erkən mərhələdə şirkətlər məhsul və xidmətləri üçün bir bazar formalaşdırır və fəaliyyətlərindən qazanc əldə etməyə başlayırlar. Bu mərhələdə, bank kreditləri və ya vençur kapitalı kimi mənbələri cəlb etməklə əvvəlkindən daha çox maliyyə alətlərindən istifadə edə bilərsiniz. Bununla birlikdə, banklar erkən böyümə mərhələsində startaplara borc vermək üçün tələsmirlər. Bununla yanaşı, şirkətin özü üçün sürətli böyümə strategiyasının həyata keçirilməsi zamanı borcalan maliyyələşdirmə əldə etmək məsələsi əsas rol oynayır. Buna görə də bu mərhələdə dövlət və özəl müəssisə fondları, korporativ akselatorlar, kraudfanding fondu və platformaları biznesin əsas maliyyələşmə mənbəyidir.

3. *Genişlənmə mərhələsinə və ya gec ödəmə mərhələsinə (later grow)* qədəm qoyan şirkət əməliyyat fəaliyyətlərindən, bank kreditlərindən, özəl fondlardan əldə olunan daxili pul axını hesabına maliyyələşdirmə ehtiyaclarını ödəyə bilər. Bu mərhələdə bir startup istiqraz buraxılışları yolu ilə maliyyələşdirmə üçün kapital bazarlarına müraciət edə bilər, habelə səhmlərinin açıq satışına hazırlıqlara başlaya bilər. Açıq bazara daxil olmaq şirkətlərə strateji məqsədlərini maliyyələşdirməyə, inkişaf üçün imkanlar yaratmağa, səhm sahibləri tərəfindən satılmasına və s. kömək edəcəkdir. Bu mərhələdə kapital artımı şirkətlərin daha da genişlənməsinə imkan verən maliyyələşdirməni əhatə edir.

1. **Özünümaliyyələşdirmə** - (*bootstrapping*) Bəzən startup şirkətlərini müstəqil olaraq, üçüncü tərəfin sərmayəsi olmadan yatırım tapmağa cəhd edirlər, buna bootstrapping deyilir. Əslində bu çox çətin bir işdir, ancaq sahibkarlığın təməllərindən biridir və yaradıcı maliyyələşdirmə strategiyasını təmsil edir. (Lahm, Little, 2005).

Bootstrapping təşəbbüskarın başlanğıcda müəyyən gəlir əldə etməsini nəzərdə tutur ki, bu yalnız startup üçün böyük bir investisiya tələb etmədiyi təqdirdə və üçüncü tərəflər tərəfindən heç bir maliyyə yatırımı edilməməsi halında mümkündür. Bu yanaşmanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, sahibkarlar şirkətlərini tam nəzarətdə saxlayırlar (ortaq sahibkarların olmaması), digər tərəfdən, çatışmazlıq gənc və az təcrübəlidirsə sahibkarın bir növ təcrid oluna bilməsidir. və təcrübəli tərəfdaşların və işgüzar əlaqələrin köməyi yoxdur. (Lopac, 2007).

Bir çox müəllif qeyd edir ki, bootstrapping insan kapitalının maliyyə kapitalına çevrilmə metodudur. Freear, Sohl və Wetzel (1995) dörd növ özünümaliyyələşdirmə (bootstrapping) təyin edir. Bunlar: 1) məhsulun inkişaf etdirilməsi, 2) biznesinin inkişafı, 3) kapitalın xarici mənbədən maliyyələşdirilməsinə olan ehtiyacı minimuma endirmək, 4) Kapital ehtiyacını minimuma endirmək. 214 startup şirkətində aparılan bir araşdırma, özünümaliyyələşdirmənin şirkət üçün əlavə dəyərin artmasına müsbət təsir etdiyini göstərdi. Son tədqiqatlar göstərir ki, özünümaliyyələşdirmə və qənaətlilik startaplar üçün sərfəli yanaşmadır. Bundan

əlavə stratapların əənəvi və yeni maliyyələşmə mənbələrində mövcuddur. (Freear, Sohl və Wetzel 1995).

Ənənəvi metodlar startap şirkətlərin pul yığmağa başlamaları üçün məntiqi bir ardıcılığını təmsil edir və əksər startap şirkətləri bu şəkildə sahibkarlıq dünyasına daxil olurlar. Startap layihəsi təsisçilərinin öz maliyyə imkanları yoxdursa və xarici investisiyalar olmadan müstəqil şəkildə maliyyələşə bilmirlərsə, ümumiyyətlə ənənəvi maliyyələşdirmə mənbələrinə müraciət edirlər: bank kreditləri, 3F (yəni Dostlar, Ailə və Tanışlar), toxum sərmayələri, iş mələkləri və vençur kapital qoyuluşları.

2. **Bank kreditləri**, ehtimal ki, bir çox sahibkar üçün ən qədim rəsmi maliyyə mənbələrindən biridir və həqiqətən bir şəxsin və ya şirkətin bir və ya bir neçə bank təşkilatından kredit ala biləcəyini bildirir. Əksər yeni başlayan şirkətlər bank kreditlərindən yayınmağa çalışırlar, çünki onlar adətən mürəkkəb prosedurlarla əlaqədardır və şirkətin və ya şəxsin kredit tarixi və mülkiyyəti əsasında verilir. Startaplar, ümumiyyətlə, əmlak sahibi olmayan gənclər tərəfindən qurulduğundan, bankdan kredit götürmək çətinidir. Ebstebroa və Bernhardt'ın tədqiqatları (2003) bank krediti ilə startap şirkətinin davamlılığı arasında çox yüksək və müsbət bir əlaqəni göstərir. Buna baxmayaraq, bank krediti ilə davamlılıq arasında qeyd-şərtsiz bir mənfi əlaqə olur. Bu mənfi korrelyasiyanın səbəbi, başqa bir investisiya forması almış və eyni zamanda bazarda uğurla fəaliyyət göstərən startap şirkətlərin sayının artmasıdır. Çox böyük bir məlumat panelindəki son araşdırma (2007-2009 dövründə 9715 startap şirkəti), yüksək texnoloji startapların bank kreditindən istifadə edən digər sənaye sahələrində fəaliyyət göstərən şirkətlər müqayisədə azdır. (Brown, Degryse, Hoewer, Penas, 2012).

3. **3F - Dostlar, Ailə və tanışlar** - biznes mələkləri, müxtəlif fondlar və ya banklar kimi xarici sərmayələrə müraciət etməzdən əvvəl sahibkarlar ilkin vəsaitlərini dost və ailə kimi ən yaxın və tanış olan insanlardan toplamağa çalışmalıdırlar (qeyri-rəsmi maliyyələşdirmə mənbələri). Bu, investorların maliyyələşməsinin "ilk xətti" dir və buna çox vaxt "səfehlər" deyilir, çünki pulları startap şirkətlərinə yatırırlar,

baxmayaraq ki, bütün məlumatlar göstərir ki, çox sayda startap şirkətləri fəaliyyətinin ilk üç ilində uğursuz olur. Ancaq daha böyük və daha güclü investorlara müraciət etməzdən əvvəl, startap şirkətlərinin ilkin investisiyalar alması vacibdir. Bu, sahibkarın onun ideyasına inandığını və ailəsinin və ən yaxın dostlarının da risk almağa və biznes ideyasına investisiya qoymağa hazır olduqlarını göstərir. Belə bir maliyyələşdirmənin potensial riskləri, layihə sona çatmazsa ailələr və ya dostlar arasında baş verə biləcək anlaşılmazlıqlardır.

**3. Toxum yatırımları (Seed investments)**-yeni başlayan şirkətlərə işlərini genişləndirməyə kömək edən ilkin investisiyalar kimi də tanınır. İşlərinin xarakteri səbəbindən sürətli böyümə potensialı olan texnologiya inkişafı ilə məşğul olan startap şirkətləri, böyümələrini və məhsullarının inkişafını sürətləndirmək üçün tez-tez toxum yatırımlarını müraciət edirlər. (Brezak Brkan, 2010).

Startap şirkətlərinin maliyyələşdirilməsinin və toxum yatırımlarının alınmasının çox populyar bir yolu, kapitallarını potensial uğurlu müəssisələrə yatırmaq istəyən özəl investorlardır (Brezak Brkan, 2010). Toxum yatırımlarının pul yığımının ən erkən mərhələsində toplanması və ümumiyyətlə ailə üzvləri və dostlarının şəxsi əmanətləri və vəsaitləri daxil olması çox yayğındır (smallbusiness.chron.com).

**4. İş mələkləri (Business angels)**- sahibkarlara biznes ideyalarını həyata keçirməkdə kömək edən investorlardır. Bundan əlavə, iş mələkləri öz biliklərini, təcrübələrini və maliyyə qaynaqlarını yalnız yeni başlayanlar ilə deyil, həm də artıq irəliləyişləri olan, lakin müvəqqəti olaraq maliyyə çətinlikləri olan iş yerləri ilə bölüşməkdə kömək edirlər. İş mələklərinin ən böyük dəyəri bacarıqlar, təcrübə və işgüzar əlaqələri təmin edən "ağıllı maliyyələşdirmə" dir, investisiya qoyuluşunun ən çox yayılan səbəbləri qazanc əldə etmək, sahibkarlığı, işgüzar fəallığı təşviq etmək və yeni dəyər yaratmaqdır. Bir şirkətə investisiya qoymadan əvvəl müqavilə investor olaraq iş mələyi ilə startapın qurucusu arasındakı əlaqəni müəyyənləşdirir. Müqavilədə ümumiyyətlə investisiya dəyəri, investisiya müddəti, investisiya qiyməti və şirkətdən çıxma strategiyası mövcuddur. Sharpe, Cosham, Connell və Parnell (2009) İngiltərədə apardığıları bir araşdırmada iş mələklərinin erkən

mərhələlərində yüksək texnoloji startapların maliyyələşdirilməsində böyük rol oynadığını sübut etdi. Bunun səbəblərindən biri də investisiya qoyuluşlarının vergi güzəştləri yolu ilə dövlət dəstəyidir. Bir şirkətə investisiya yatırmadan əvvəl, bir müqavilə startap arasındakı əlaqəni müəyyənləşdirir. Giurca Vasilescu (2009), iş mələklərinin, başlanğıc mərhələsindən şirkətlərin kapital bazarında olmağa hazır olduqları mərhələyə qədər maliyyələşdirmə və inkişaf etməkdə olan şirkətlər arasında ən vacib bağlantı olduğunu düşünür. Bundan əlavə, iş mələkləri şirkətlərin yaşaması üçün əlavə seçim olan maliyyə və idarəetmə dəstəyi verirlər. (Sharpe, Cosham, Connell və Parnell 2009).

5. **Vençur maliyyələşmə** - Öz pullarını erkən startaplara qoyan iş mələklərindən fərqli olaraq, vençur kapitalı ilə yatırım edənlər digər insanların pullarını yatırırlar. Ən çox yayılmış quruluşda vençur kapitalının investorları məhdud ortaqlıq şəklində fondlar qururlar, institusional sərmayədarlar və ya məhdud bir ortaqlıq olaraq varlı şəxslər bu fondlar portfel şirkətlərinə kapital qoyur. Bu kapital bazarındakı artıq vəsaitləri yüksək böyümə potensialı olan, lakin institusional investorlara birbaşa çıxışı olmayan şirkətlərlə bağlayır. Son bir neçə onillikdə vençur kapitalının investorları innovativ şirkətlər üçün dəyərli maliyyə mənbəyi olmuşdur, o cümlədən bu gün Apple, Amazon, Facebook, Google, Intel, Microsoft və s. Lakin, son zamanlarda vençur kapitalına istiqamətli tendensiyalar dəyişməkdədir, investisiyalar startapların həyat dövrünün daha az riskli mərhələlərinə doğru yatırım edirlər. (McCahery, Vermeulen 2016).

Bu dəyişikliyin bir neçə səbəbi var. Birincisi, araşdırmalar göstərir ki, əənəvi vençur kapitalı fondlarının əksəriyyəti maliyyə böhranından sonra subpar gəlirlər əldə edir və nəticədə vençur kapitalı investorların daha çox riskdən yayınmasına və vəsaitlərini orta səviyyəli şirkətlərə (böyümə mərhələsindəki şirkətlər) yönəltməsinə səbəb olur. Eyni zamanda ən uğurlu vençur kapitalı fondları, yəni gözlənilən gəliri əldə edə bilənlər, investorlarından böyük miqdarda kapital cəlb edə bilirlər. Bu cür investisiyalar ilkin dövrlər üçün uyğun olmadığına görə, belə kapital müəssisələri investorların diqqətini və sərmayələrini daha çox qurulmuş şirkətlərə yönəltməyə

məcbur olurlar.

Müvafiq tendensiya vençur kapitalına qoyuluşlar haqqında mövcud məlumatlardan aydın olur. Müvafiq araşdırmalara görə, vençur kapitalı sənayesi 2015-ci ildə Avropanın erkən mərhələli startaplarına 2,1 milyard avro, sonrakı mərhələli şirkətlərə isə 1,7 milyard avro investisiya qoyulmuşdur.

Yuxarıda göstərilənləri nəzərə alsaq, bu gün tipik bir vençur kapital qoyuluşu orta hesabla 3 milyon ilə 10 milyon dollar arasında dəyişir, baxmayaraq ki, bu da xeyli yüksək ola bilər. Vençur kapital qoyuluşlarında təsvir olunan dəyişiklik əvvəllər qeyd olunan maliyyələşdirmə boşluğu ilə nəticələnmişdir ki, bu da erkən dövrüdür.

**6. *Kraudfanding* (Crowdfunding)**-Son on ildə aktuallaşan və daha erkən mərhələli maliyyələşmənin daha ənənəvi mənbələrini pozan digər potensial maliyyələşdirmə mənbəyidir. Kraudfanding ümumiyyətlə onlayn platformalar vasitəsi ilə həyata keçirilən çox sayda şəxsdən az miqdarda pul toplamaq yolu ilə ticari müəssisələrin (və ya layihələrin) maliyyələşdirilməsi praktikasıdır. Əsasən müxtəlif bənzərlikləri bölüşən Kraudfanding fondunun dörd əsas növü var. Müəyyən ənənəvi borc və ya kapital maliyyələşdirmə variantları ilə, eyni zamanda bəzi startaplara kapitalla daha asan çıxışı təmin edən yenilikləri təqdim edir.

Təqdimata əsaslanan kraudfanding fondunda insanlar, kompensasiya gözləmədən kraudfanding fonduna pul bağışlayırlar, yəni donorlar ümumiyyətlə xüsusi məhsulların inkişafını və ümumi sosial rifahı stimullaşdırmaq istəyən insanlardır. Bu səbəbdən, hədiyyə əsasında kroudndfanding fondu ümumiyyətlə mənfəət uzunmüddət üçün yeni startaplar tərəfindən istifadə olunan seçim deyildir.

Kraudfandingin ikinci növü, investorlar mükafat müqabilində (müxtəlif mükafatlar, tanınma və s.) və ya investorun alacağı bir məhsul üçün vəsait ayırdıqları mükafat əsaslı əvvəlcədən satın alınan bir qrup pul yığımıdır. Startap tərəfindən hazırlanan məhsul istifadəyə verildikdə, ümumiyyətlə adi bazar qiymətindən daha aşağı qiymətə əldə edə bilirlər. Bu gün çox sayda ictimai pul yığma kampaniyaları təklif edən bir çox onlayn platforma var və kraudfanding fondunun ən populyar növüdür



və yeni istehsalçılar üçün kapital toplamağın çox təsirli bir modelidir.

Borc verməyə əsaslanan kroudfandin fondu bir-birilə kreditləşməyə çox bənzəyir, burada bir sıra investor onlayn kraudfanding platformaları vasitəsilə start götürmək üçün pul verir və investisiya ilə faizlərini geri qaytarmağı gözləyir.

Dördüncü növ kapital qoyuluşlu kraudfandingdir. Digər kapital qoyuluşlarında olduğu kimi, kapitalın yığılması kampaniyasında iştirak edən investorlar investisiya qoyuluşlarının qarşılığında başlanğıcda səhm paketi alırlar. İnvestorlar birbaşa kapital əldə edə bilər, yəni hər biri startapın birbaşa səhmdarı olur və ya dolayı səhmdar ola bilər. Sonuncu seçim kapital yığımında üstünlük təşkil edir, çünki bu, startap və bir sıra kiçik səhmdarlar arasında münasibətlərin idarə edilməsində çətinlikləri azaldır.

Kraudfanding vasitəsilə kapitalın əldə edilməsinin müxtəlif üstünlükləri var. İlk növbədə, səhmdar olmayan kraudfanding fondu kampaniyalarında təsisçilər startaplarına nəzarət edir və ümumiyyətlə heç bir müqavilə ilə məhdudlaşmırlar, yəni startapın böyüməsinin inkişafını nəzərdə tutulan istiqamətdə idarə etməkdən azaddırlar. Hətta kapital qoyuluşu halında, fərdi investorlar ümumiyyətlə hər investorun kiçik bir hissəsini nəzərə alaraq, biznesi ciddi şəkildə idarə etmədə iştirak etmirlər. Əlavə olaraq, ənənəvi maliyyələşdirmə metodlarından fərqli olaraq kraudfanding sürətli və əlçatanlığı ilə fərqlənir. Fərdi investorların az miqdarda sərmayə qoyması səbəbindən, saziş şərtləri və qiymətləndirmə ilə bağlı lazımı araşdırma və danışıqlar daxil olan ənənəvi vəsait toplama prosesləri kənara qoyulur və bununla da yeni startapların fondlara daxil olma imkanları xeyli asanlaşır. Eyni zamanda kraudfanding etibarlılığını müəyyən etmək üçün məhsul / biznes ideyası ilə bağlı bazar rəyini almaq imkanına sahibdirlər.

**7. *Strateji investorlar.*** İşgüzar mələklərdən fərqli olaraq strateji investorlar həm böyümənin son mərhələlərində şirkətlərin səhmlərini satın alan həm də fiziki və hüquqi şəxslər ola bilərlər. Bir payın və ya bir şirkətin bütün strateji investora satılması, bir qayda olaraq, əvvəlki turun investoru ilə innovativ şirkət arasındakı münasibətlərin son mərhələsidir. Artıq güclü və eyni zamanda əhəmiyyətli potensiala sahib olan şirkət, sinergik effekt şəklində alıcıya əhəmiyyətli fayda gətirə

bilər. IPO zamanı səhmlər dividend almaq və ya dəyərini artırmaq üçün satın alınarsa, strateji bir investor şirkət üzərində nəzarəti əldə etmək və işini genişləndirmək üçün pay alır (Markovskaya E.I., Burkovskaya A.V., 2017).

**8. *Portfel investorları.*** Bunlar genişlənmə mərhələsində şirkət qiymətli kağızlarını alan və satan fiziki şəxslər, banklar və digər maliyyə təşkilatlarıdır.

Həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə həyata keçirilir. Maliyyələşdirmənin hibrid forması kapital və borc maliyyə alətləri elementlərini birləşdirən maliyyələşdirmə mənbəyindən, məsələn, mənfəətdə iştirak edən kreditdən və ya əvvəlcə borc götürülmüş olan bir kreditdən və sonradan əldə edilmiş borc mənbəyindən istifadə edilməsinə aiddir.

Startapın erkən böyümə mərhələsinə çatmazdan əvvəl maliyyələşdirmənin əsasən kapital forması istifadə olunur, yəni şirkət yalnız səhmlərin satılması yolu ilə vəsait cəlb edir. Bir çox sahibkar bu üsuldən yayınmağa çalışır, çünki erkən mərhələlərdə şirkətin aşağı dəyərində səhmlərini satmağa məcbur olurlar. Cəmiyyətin mülkiyyətində böyük bir payın (50% -dən çox) satılması da rəqabət qabiliyyətinin itirilməsinə səbəb olur, çünki investorların fikrincə, startap yaradıcılarının iş nəticələrinə olan marağını azaldır. Səhmdar maliyyələşdirmədən istifadə edilməsinin səbəbi, şirkətlər tərəfindən kapitalın maliyyələşdirilməsi baxımından kapitalın maliyyələşdirilməsini mahiyyətə bərabərləşdirən borc öhdəliklərinin yüksək olmasıdır. Startap maliyyələşdirmə vasitələrinin tətbiqinin təhlili onların həyat dövrünün müxtəlif mərhələləri üçün xarakterik olan bir sıra xüsusiyyətləri aşkar etmişdir. Toxum mərhələsində özəl kapitala investisiya qoymaq və bir şirkətdə pay almaq kimi kapital maliyyələşdirmə vasitələrindən istifadə olunur.

Hibrid alətlər kimi toxum mərhələsində maliyyələşdirmə borc forması mümkün deyil. Əsas hibrid alətlər bunlardır:

- konvertasiya edilə bilən kredit. Buna əsasən, bir tərəf (borc verən) digər tərəfə (borcalana) borcalanın hissələrinə razılaşdırılmış şərtlərlə çevrilə bilən və ya geri

**Cədvəl 1: Həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşmə mənbələri.**

| Mövzular<br>Təchizatçılar                            | Maliyyə əmsalının forması | Maliyyələşmə alətləri | Startapların | həyat        | mərhələləri      |
|------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|--------------|--------------|------------------|
|                                                      |                           |                       | Toxum(seed)  | Erkən böyümə | Sonuradan böyümə |
| Kommersiya bankları                                  | Hibrid                    | Geriqaytarılan kredit | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Mənfəət krediti       | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Zəmanət               | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Subordinasiya krediti |              | •            | •                |
|                                                      |                           | Təminatsız kredit     |              | •            | •                |
|                                                      | Borc                      | Körpü krediti         |              | •            | •                |
|                                                      |                           | Bank krediti          |              | •            | •                |
|                                                      |                           | Bond                  |              |              | •                |
|                                                      |                           | İstiqraz              |              |              | •                |
| Ailə, dostlar, qohumlar (3F)                         | Kapital                   | Səhmdar kapitalı      | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    | •            |              |                  |
| Vençur fondları                                      | Kapital                   | Səhmdar kapitalı      | •            | •            | •                |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    | •            | •            | •                |
|                                                      | Hibrid                    | Geriqaytarılan kredit | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Mənfəət krediti       | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Zəmanət               | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Təminatsız kredit     |              | •            | •                |
|                                                      | Borc                      | Bank krediti          |              | •            | •                |
|                                                      |                           |                       |              |              |                  |
| Korporativ akselatorlar korporativ dövlət şirkətləri | Kapital                   | Səhmdar kapitalı      | •            | •            | •                |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    | •            | •            | •                |
|                                                      | Hibrid                    | Geriqaytarılan kredit | •            |              | •                |
|                                                      |                           | Mənfəət krediti       | •            |              | •                |
| Mələk İnvestorlar                                    | Kapital                   | Səhmdar kapitalı      | •            | •            | •                |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    | •            | •            | •                |
|                                                      | Hibrid                    | Geriqaytarılan kredit | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Mənfəət krediti       | •            |              |                  |
| Stratejik İnvestorlar                                |                           | Səhmdar kapitalı      |              | •            |                  |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    |              | •            |                  |
| Portfel investisiyalar                               | Borc                      | Bank krediti          |              |              | •                |
|                                                      |                           | İstiqraz              |              |              | •                |
|                                                      |                           | Bond                  | •            | •            | •                |
| Kraudfanding                                         | Kapital                   | Səhmdar kapitalı      | •            | •            |                  |
|                                                      |                           | Səhmlərin alınması    | •            |              |                  |
|                                                      | Hibrid                    | Geriqaytarılan kredit | •            |              |                  |
|                                                      |                           | Mənfəət krediti       | •            | •            | •                |
|                                                      |                           | ICO                   | •            | •            | •                |
|                                                      | Borc                      | Bank krediti          |              | •            | •                |
|                                                      |                           |                       |              |              |                  |

Mənbə: "Metodik dərslik və praktik tövsiyələr" Deloitte, (Wilson K., Silva F., 2013; Ovanesova Yu. S., 2015)

qaytarılmalı olan borc verir. Seçmə hüququ, bir qayda olaraq, borc verəndə qalır və bir sıra şərtlər müəyyən edilə bilər. (Buzk, 2018).

- "mənfəətdə iştirak" krediti (mənfəətdə iştirak edən kredit), investisiya qoyulmuş vəsaitin bir hissəsinin qaytarılmasını təmin edir. Bundan əlavə, investorun pul istifadəsinə görə faiz ödənilməsi və əlavə faiz də qazandığı ifadə edildi mənfəətə nisbətə hesablanır.

Bu vasitə investor tərəfindən şirkətin məhsulu bazar tendensiyası ilə üst-üstə

düşdüyü və qısa müddətdə artıq mənfəət əldə ediləcəyi təqdirdə istifadə olunur;

- zəmanət - əlavə kapital üçün təşkilat tərəfindən verilən və sahibinə təşkilatın səhmlərini müəyyən qiymətə almaq hüququ verən maliyyələşmə mənbəyidir. Zəmanət, təşkilatlar tərəfindən buraxılmış digər səhmlər kimi, birjada kotirovka olunur (R. Bormotova, 2017);

- ICO (İlkin sikkə təklifi). Startap üçün yeni və aktiv bir populyar maliyyələşmə alətidir və kriptovalyutadan istifadə üçün ən uyğun yol hesab edilir. ICO – məhsul və xidməti tokenə (startapın özünəməxsus pul vahidi) əldə etməklə almaq olar və bu tokenlərdən əldə edilmiş maliyyə startapın inkişafına sərf edilir. İlkin sikkə təklifi (ICO) və ya ilkin valyuta təklifi kriptovalyutadan istifadə maliyyələşdirmə növüdür.

Bu, çox vaxt kraudfanding maliyyələşmə formasıdır. ICO startap şirkətləri üçün kapital mənbəyi ola bilər. ICO, startaplara birbaşa ictimaiyyətdən investisiya axtarmağa mane olan tənzimləmələrdən və vençur kapitalistlər, banklar və birjalar kimi vasitəçilərdən daha çox araşdırma və gələcək mənfəətin və ya ortaq mülkiyyətin bir hissəsini tələb edə bilər. (Schueffel, Patrick (2017).

ICO, layihənin xüsusiyyətindən asılı olaraq mövcud qaydalardan kənarda qala bilər və ya Çin və Cənubi Koreya kimi bəzi bazarlarda tamamilə qadağan edilə bilər.

- təminatlı kredit ödəməsi (mezzanin krediti)- nisbətən böyük bir kredit, bir qayda olaraq, təminatlı (əmlak girovu olmadan verilir) və ya girovun dərin bir təbəqəsinə sahibdir (Ovanesova Yu. S., 2015). Belə bir kredit, müddətin sonunda

kredit orqanı tərəfindən ödənilməklə ən az üç ilə beş il müddətinə verilir. Təminatlı kredit ödəməsi, layihələrə təşəbbüs göstərən şirkətlərə əhəmiyyətli kapitalla sahib olmadan böyük sərmayə qoymağa imkan verməkdir. (E. Petrikova, 2013);

- körpü krediti (körpü krediti) - 6-12 ay müddətinə qısamüddətli kreditdir və şirkətlərə cari fəaliyyətin növbəti mərhələsinin həyata keçirilməsi üçün tez bir zamanda nağd pul almağa imkan verir. (Yezangina I. A., Khmurova T. V., 2016).

Bu hissədə, startapların həyat dövrlərini inkişaf mərhələlərini izah edir və sistemləşdirir. Həyat dövrü üç əsas mərhələni əhatə edir, toxum mərhələsi, erkən inkişaf mərhələsi və genişlənmə mərhələsidir. Startaplar həyat dövrlərində əsas problemlə xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyə vəsaitinin çatışmazlığıdır (bəzi hallarda startapın fəaliyyəti bazar üçün gizli xarakter daşıyır, yəni tam olaraq qeydiyyatdan keçmədən fəaliyyət göstərir). Bu da startapın iflas riskini artıran əsas faktorlardan biridir. Bu tədqiqat startaplar inkişaf mərhələsinə uyğun olaraq maliyyə mənbələrinə müraciəti üçün aparılmışdır. Şəkil 1-ə əsasən startaplar hansı maliyyələşmə mənbələrindən istifadə etməsi daha səmərəli və adekvat olduğunu müəyyən edə bilər. Bundan əlavə, cədvəl 1-də həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə hər mərhələ üçün uyğun olan maliyyələşmə alətlərinin analitik kombinasiyasını görürük və nəticə olaraq bu mərhələlərdə startapın hansı maliyyələşmə alətindən istifadə etməsi əlverişli və az riskli olanı seçməklə daha uğurlu və uzunmüddətli fəaliyyət göstərə biləcək. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır. Təqdim olunan təsnifat həm dövlət qurumları, həm də özəl şirkətlər tərəfindən inkişaf proqramlarında, strategiyalarda, normativ sənədlərdə istifadə edilə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və global səviyyədə startap sahəsi ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək araşdırmalar üçün faydalı bir mənbə və təşviq ola bilər. Tədqiqatın nəticələrinin tətbiqi, həm də startap ekosisteminin formalaşmasının bir hissəsi kimi elmi tədqiqat

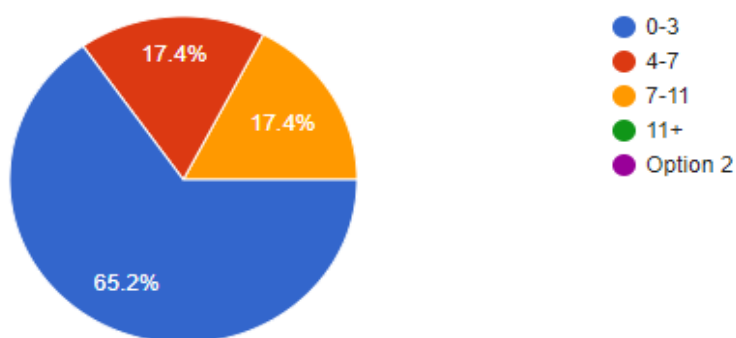
bazasının yaranması, startaplara investisiya cəlb edilməsi zamanı elmi-statistik vasitə, tədris prosesində istifadə oluna bilər.

## 2.2 Müasir dövüdə Azərbaycanda startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşlarının təhlili

Startap araşdırmalarının məqsədi startap qurucularının profilini, maliyyələşdirmə yollarını və Azərbaycan startaplarının inkişaf mərhələsini müəyyənləşdirmək idi. Müəlliflər, mövcud mənbələrin müstəqil axtarışları yolu ilə Azərbaycanda 33 startap firmasını aşkar edərək elektron poçt ünvanlarına sorğu göndərildi. Cəmi 23 Azərbaycan startap şirkəti və ya daha doğrusu 69,7% cavab verdi. Bu nümunə reprezentativ sayılır və bütün kütləni, yəni Azərbaycandakı bütün startap şirkətlərinin xüsusiyyətlərini əks etdirməsi güman edilir. Nəticələri təhlil etmək və təsviri statistikanı tətbiq etməklə əhalinin biznesin maliyyələşdirilməsi ilə bağlı spesifik statistik xüsusiyyətləri qəbul edilmişdir. Aşağıda tədqiqatın nəticələri və tədqiqat sualları və hipotezlərə cavablar verilmişdir. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, startap firmalarının yaradıcılarının əksəriyyəti kişilərdir (91.3%), əksəriyyəti 26-40 yaş arası (respondentlərin 60.9%) və 0-3 il sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olurlar (39.1%). Startaplar əsasən Azərbaycanın paytaxtı Bakıda yerləşir (60.86%), ardınca

### Şəkil 2. Azərbaycanda startap qurucularının professional təcübəsi

23 responses



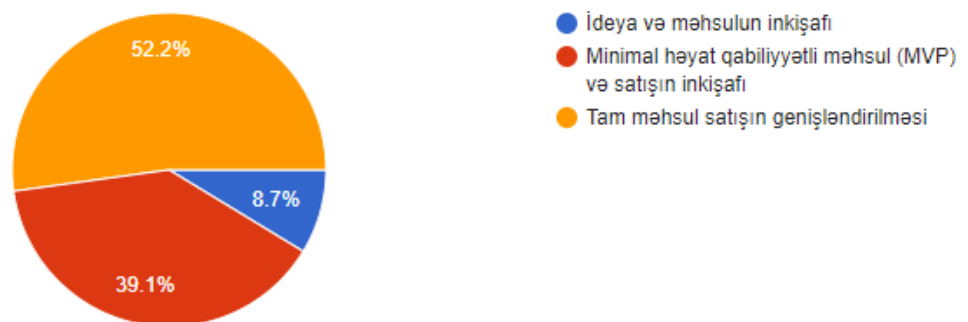
**Mənbə:** ( Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

digər böyük azərbaycan şəhərləri – Gəncə, Şəkidə yerləşir. İki startap mərkəzi Dubayda, biri İsveçrədə, biri ABŞ-da, biri Çindədir. Anketi dolduran bütün

respondentlərin cəmi 65.2 % 0-3 il sahibkar olduqlarını, 17.4 % 4 ilə 7 il arasında sahibkar olduqlarını, 17.4 % 7-11 il ərzində sahibkar olduğunu söylədi.(bax Şəkil 2)Tədqiqatın nəticələri göstərmişdir ki, 8.7 %, yəni yalnız 2 Azərbaycan startap firması ideya və məhsulun inkişaf etdirmək istədikləri bir fikir var. Bundan əlavə, 39.1% Azərbaycan startap şirkətləri minimal həyat qabiliyyətli məhsul (MVP) və satışın inkişafı və ya mövcud məhsul və ya xidmətlərin satışının artırılması mərhələsindədir və 52.2% startapın Tam məhsul satışın genişləndirilməsi mərhələsindədir , cari məqsəd bu məhsullar / xidmətlər satışını inkişaf etdirməkdir.

**Şəkil 3. Azərbaycanda startaplarının inkişaf mərhələləri**

23 responses

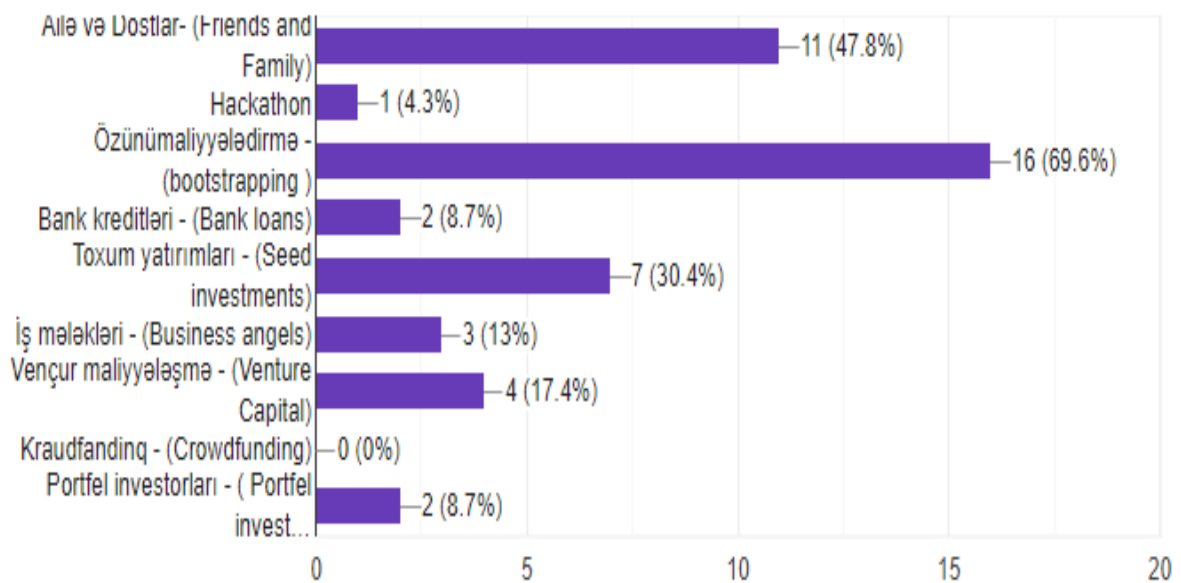


**Mənbə:** ( Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

İnvestisiya toplamağın yollarını araşdırmaq göstərdi ki, Azərbaycanda yeni başlayan firmaların 69.6 % -i başlanğıcda öz-özünə maliyyələşdirmə (bootstrapping) daxil olmaqla, həmçinin Ailə və Dostlar- (Friends and Family) dostların və ailənin maddi dəstəyi 47.8 % təşki edir. Rəyi soruşulanların ümumi sayından, startap şirkətlərin 13% -i iş mələklərindən (Azərbaycan və xarici şirkətlərdən) investisiya aldı, 30.4% toxum sərmayələrini cəlb etdi, investisiyaların 17.4% -i vençur kapitalı və ya vençur kapital qoyuluşları, 8.7% -i bank kreditlərindən, 4.3% hackaton 8.7%-i portfel investorlarından əldə ediblər .(bax Şəkil 4).

**Şəkil 4. Azərbaycanda startaplarının maliyyələşmə mənbələri**

23 responses



**Mənbə:** ( Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Ön yeni maliyyələşdirmə mənbələri ilə müqayisədə, əksər Azərbaycan startapları ənənəvi mənbələrə üstünlük verirlər, yalnız 34.7% Seedcamp, 500 start-up və Hackathon kimi yeni maliyyələşdirmə metodlarında maliyyə dəstəyi istəmişdir.

Azərbaycan startapının başlanğıcda və ilkin fəaliyyət dövründə yaranmış çətinliklər nələndir (empirik tədqiqat nəticələrinə görə):

- Yeni başlayan hələki gəlir gətirməyən bir startap üçün investor tapmaq, həm də potensial istifadəçilər tapmaq çətinidir;
- Diqqəti investorların və ya xüsusi bir startap sənayesinin əvəzinə istifadəçilərə yönəltmək lazımdır;
- Məhsul marketinqi - məhsulunuzu və ya xidmətinizi geniş ictimaiyyətə əlçatan etmək;
- Bazar payı qazanmaq;
- Erkən qəbul edənləri məhsulu və ya xidməti sınağa inandırmaq;
- Doğru mentor tapmaq;
- Yaxşı keyfiyyətli iş planını müəyyənləşdirmək;
- İnnovasiya Agentliyi;



- Ekosistemim formamalaşması;
- Maliyyələşmə;
- Maliyyə lisenziya;
- İlk müştərilər;
- Komanda heyəti;
- Mentalitet, Startap, online biznesin gec qəbullanması

Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişafı üçün təklifləriniz? (empirik tədqiqat nəticələrinə görə):

- Aqressiv seed yatırımları
- Vergi sisteminin inkişafı
- Real dəstək olmalıdır
- Şirkətlər sahib çıxmalıdırlar
- Ədalətli seçilmiş yatırım və peşakar dəstək
- Startapın normal iş həyatından fərqi anlammaq
- Qanunlar qərb standartlarına yaxınlaşdırılsın
- Investor sayının artırılması savadlı developer kadrların ekosistemə daxil edilməsi
- Məktəb və universitetlərdə bu tipli startap lablarının və kod məktəblərinin çoxalması.
- Görüşlər, hökumət dəstəyi, TV və radio dəstəyi, Təhsil səviyyəsini yaxşılaşdırılması

Hipotezləri test etmək üçün startapların inkişaf mərhələləri ilə maliyyələşmə metodları arasındakı əhəmiyyətli əkləni chi-square testi vasitəsi ilə müəyyənəşdirəcəyik. Dünya təcürbəsində əvvəlki araşdırmalar və dəlillər maliyyələşmə startapların inkişaf mərhələləri arasında qarşılıqlı əsliliğın olduğunun göstərir. Cədvəl 2-də sərbəstlik dərəcəsi (df) 2 qiymətini aldığını görürük, chi square cədvəlində df=2 üçün qiymət 5.991-ə bərabərdir. bu da chi-square qiymətindən yəni 2.664-dən böyük olduğuna görə  $H_0$  hipotezi qəbul edilir

azərbaycanda startapların təhlili göstərdi ki, müxtəlif inkişaf mərhələlərində şirkətin fərqli bir maliyyə səviyyəsindən istifadə etdiyinə dair heç bir dəlil yoxdur və buna görə də sıfır hipotezi qəbul edilir ( $\chi^2 = 2.664$ ,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.264$ )

**Cədvəl 2. chi-square testinin nəticəsi: startapların inkişaf mərhələləri ilə maliyyələşmə metodları arasındakı əlaqə**

|                     |            | Startapın inkişaf mərhələsi |
|---------------------|------------|-----------------------------|
| Maliyyələşmə metodu | Chi-square | 2.664                       |
|                     | df         | 2                           |
|                     | Sig.       | 0.264                       |

**Mənbə:** ( Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Sahibkarların peşə təcrübələri ilə maliyyələşdirmə metodu arasındakı əlaqəni təhlil edərək heç bir əhəmiyyətli əlaqə tapılmadı. Çünki cədvəl 3-də sərbəstlik dərəcəsi(df) 2 qiymətini aldığını görürük, chi square cədvəlində  $df=2$  üçün qiymət 5.991-ə bərabərdir. bu da chi-square qiymətindən yəni 0.171-dən böyük olduğuna görə  $H_0$  hipotezinin qəbul edildiyi deməkdir.  $\chi^2 = 0.171$ ,  $df = 2$ ,  $p\text{-value} = 0.918$  balları

**Cədvəl 3. Chi-square testinin nəticəsi: Profesional təcrübə ilə maliyyələşmə metodları arasındakı əlaqə**

|                     |            | Profesional təcrübə |
|---------------------|------------|---------------------|
| Maliyyələşmə metodu | Chi-square | 0.171               |
|                     | df         | 2                   |
|                     | Sig.       | 0.918               |

**Mənbə:** ( Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır)

Nəticə olaraq, Azərbaycanda startap şirkətləri ənənəvi və yeni maliyyə mənbələrindən öznü maliyyələşdirmə və dostlar və ailənin maddi köməyi maliyyələşməyə ilə üstünlük verirlər. Yalnız inkişafın ilk mərhələsindən keçdikdən sonra təsisçilər, şirkətin inkişaf səviyyəsinə və təcrübəsinə baxmayaraq, xarici maliyyələr və ya azərbaycan mənşəli mələklər investorlar və digər maliyyələşmə mənbələrindən maliyyə dəstəyi tapmaq üçün kifayət qədər cəsarət əldə edirlər

Həmçinin də menecerlərin professional təcübələri ilə maliyyələşmə metodu arasında qasılıqlı önəmli əlaqə yoxdur.

### ***III- CÜ FƏSİL. STARTAP VƏ INNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİNƏ İNVESTİSYALARIN STİMULLAŞDIRILMASI VƏ İNKİŞAF EDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ.***

#### **1.3 Startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiyaların təkminləşdirilməsinin əsas istiqamətləri.**

İnvestisiya (ing. investment), gəlir və ya dəyər artırma məqsədi ilə əldə edilmiş bir aktiv və ya əşyadır. İqtisadi cəhətdən bir investisiya bu gün istehlak edilməyən, lakin gələcəkdə var-dövlət yaratmaq üçün istifadə olunan malların alınmasıdır. Maliyyədə investisiya gələcəkdə aktivin gəlir verəcəyini və ya daha sonra bir qazanc üçün daha yüksək qiymətə satılacağı fikri ilə satın alınan pul vəsaitidir. (<https://www.investopedia.com/terms/i/investment.asp>)

İqtisadi ədəbiyyatda müxtəlif alimlərin investisiya iqtisadi kateqoriyasına aid fərqli yanaşmaları var. Məsələn, C.M. Keynsin fikrinə görə -İnvestisiya – müəssisə tərəfindən sərmayə ehtiyatının artırılmasına, bina və qurğuların tikilməsinə, avadanlığın alınmasına sərf olunan vəsaitdir. P. Samuelsonun fikrincə, —investisiya – sərmayənin formalaşması və gələcəkdə gözlənilən istehlakın genişləndirilməsi naminə, hazırda gəlirin cari istehlaka xərclənməsindən imtina etmək deməkdir. Azərbaycan Respublikasının İnvestisiya fəaliyyəti haqqında qanununda qeyd edilir ki, investisiyalar – gəlir götürmək məqsədi ilə sahibkarlıq və digər fəaliyyət növlərinə qoyulan maliyyə vəsaitləri, maddi və intellektual dəyərlərdir.

([http://www.e-qanun.az/alpdata/framework/data/9/f\\_9367.htm](http://www.e-qanun.az/alpdata/framework/data/9/f_9367.htm))

investisiyaları üç qrupa ayırmaq olar:

- ☐ maliyyə investisiyaları;
- ☐ real investisiyalar;
- ☐ qeyri-maddi aktivlərə investisiyalar.

Maliyyə investisiyalarına mənfəət əldə edilməsi məqsədilə dövlətin, həmçinin fərdi və korporativ şirkətlərin buraxdığı qiymətli kağızların (bond, səhm) alınmasını aid etmək olar. Real investisiyalar mənfəət üçün daşınmaz əmlakın alınması,

mülkiyyətin idarə olunması, material-istehsal ehtiyatların artırılmasını əhatə edir. Real investisiyalar digər investisiyalara nisbətən məhdud likvidliyi olan bir aktiv formasıdır, kapital baxımından da yüksəkdir və yüksək pul axınından asılıdır. Real investisiyalar əsasən müddəti bitmiş avadanlıqların yenisi ilə əvəzlənməsi, mövcud istehsalat imkanlarının ehtiyaca uyğun olaraq genişləndirilməsi və ya yeni istehsal güclərinin istifadəyə verilməsi aid edilir. Qeyri-maddi aktivlər şirkətlərin böyüməsi, gəlirliliyi və dəyəri üçün getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Qeyri-maddi aktivlərə Qudvil, markalar və IP, investisiyalar yeni texnologiyalardan istifadə üçün lisenziyaların alınması, işçilərin ixtisas səviyyələrinin artırılmasına, elmi-tədqiqatların inkişafına və digər belə məqsədlər üçün çəkilən xərclər aid edilir. Ölkəmizdə KOB-lara və startaplara investisiya cəlb edilişini artırmaq üçün dövlət dəstəyi və müvafiq qanunların özünü də 3 hissəyə ayırmaq olar. Bu göstəricilər eyni zamanda startaplara investisiyanın təkmiləşdirilməsində də əsas rol oynayır. Bunlardan birincisi ölkədə biznes fəaliyyətinə başlamağın asanlığı, ikincisi vergi sistemində nəzərdə tutulmuş güzəştlər sonuncusu isə biznesləri dəstəkləmək üçün dövlət proqramları və qanunvericilik təşkil edir. (Məmmədov.Ə Seyfullayev.İ (2013) “Vergi və investisiya” )

**Şəkil 5. Doing biznes hesabatı 2020**



**Mənbə:** [www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası

Hər bir ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin, o cümlədən startapların inkişaf etdirilməsi dövlətlər üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır və bu məqsədlə özünəməxsus münbit ekosistemin yaradılması istiqamətində çoxlu işlər görülür. Ölkəmizdə də bu istiqamətdə bir sıra layihələr həyata keçirmiş və hal-hazırda bu istiqamətdə fəaliyyətini davam etdirməkdədir. Çünki bu günün uğurlu startapları sabahın kiçik və orta biznesləridir. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin isə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında çox böyük əhəmiyyəti vardır. Belə ki, işsizliyə qarşı mübarizədə və ölkədə innovasiyanın tətbiqində kiçik biznesin oynadığı rol danılmazdır.

Ölkədə biznes fəaliyyətinə başlamağın asanlığını müəyyən etmək üçün dünya bankının hər il hazırladığı doing biznes hesabatına nəzər yetirsək ölkəmiz 2018-ci ilə nisbətən 2019 ci ildə 54-cü pillədən 25-ci pillədə qərarlaşıb, Bu göstəricilər 11 indikator əsasında müəyyən edilir ki, bunların birincisində biznesə başlama asanlığıdır ki, 2018-ci ildə 18-ci sıradan 2019 - ci ildə isə 9 pillə irəliyə 9-cı sırayda qərarlaşmışıq. Buda ölkəmizdə KOB-lara və startaplara investistya cəlb edilişində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. ([www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası).

Bu mövzu kiçik və orta ölçülü məhdud məsuliyyətli cəmiyyətin hər bir iqtisadiyyatın ən böyük biznes şəhərində fəaliyyətə başlaması və rəsmi şəkildə fəaliyyət göstərməsi üçün prosedurların sayı, vaxtı, dəyəri və ödənilmiş minimum kapital tələbini ölçür.

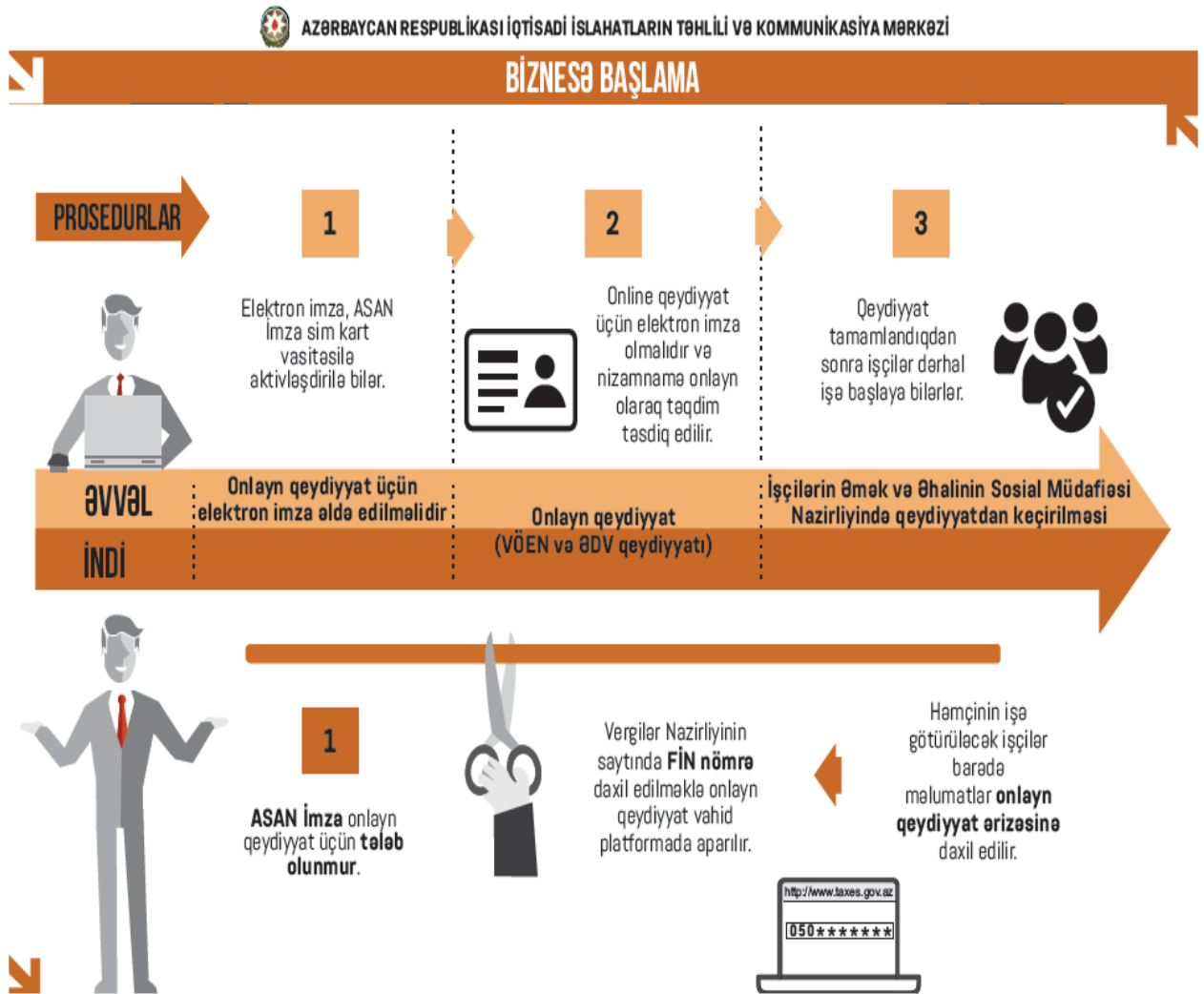
Doing Biznes hesabatında bizneslə başlamaq hansı göstəricilər ölçülür. Bir şirkətin qanuni olaraq başlaması və rəsmi şəkildə fəaliyyət göstərməsi prosedurları

1. Onlayn qeydiyyat üçün elektron imza əldə etmək: Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi yanında Məlumat Emalı Mərkəzi Elektron imza onlayn qeydiyyat üçün vacib şərtidir. Ən çox yayılmış elektron imza növü sim-kartda aktivləşdirilə bilən ASAN Imzadır. ASAN İmza 18 manata başa gəlir və 3 illik etibarlıdır. Hər bir təsisçidən elektron imza əldə etməsi tələb olunur (alternativ olaraq, bir POA verilməli və notarial qaydada

təsdiqlənməlidir, bundan sonra yalnız bir şəxsin elektron imza əldə etməsi tələb olunacaq).

1 yanvar 2019-cu il tarixindən etibarən hüquqi şəxslərin onlayn qeydiyyatı

Şəkil 6. Doing biznes hesabatı 2020



**Mənbə:** [www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası

şəxsiyyət vəsiqəsində verilmiş PİN kodu istifadə etməklə həyata keçirilə bilər. Bu üsul daha populyarlaşır; lakin sahibkarların əksəriyyəti seçim barədə tam məlumatlı deyillər və ASAN imza imzalarını almağa davam edirlər.

2. Qeydiyyat üçün müraciət edin; VÖEN nömrəsini əldə edin və ƏDV üçün qeydiyyatdan keçin

Agentlik: ASAN xidmət mərkəzləri. Qeydiyyat üçün onlayn müraciət 2012-ci il fevral ayından etibarən <https://www.e-taxes.gov.az/> saytında mövcuddur.

Qeydiyyat üçün onlayn müraciət dövlət rüsumundan azaddır və tamamilə pulsuzdur ("Dövlət rüsumu haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 20-1.3-cü maddəsi). Ticarət qurumunu onlayn qeydiyyata almaq üçün ASAN-İmza rəqəmsal imzası tələb olunur.

Azərbaycan hökuməti "Hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı və dövlət reyestri haqqında" Qanuna (28.12.2018, 1447-VQD nömrəli) dəyişikliklər etdi.

1 yanvar 2019-cu il tarixindən etibarən kommersiya hüquqi şəxsin onlayn qeydiyyatı şəxsiyyət vəsiqəsindən PİN nömrəsindən və mobil telefon nömrəsindən istifadə etməklə həyata keçirilə bilər. PİN istifadə edərək onlayn qeydiyyat daha populyarlaşır; Bununla belə, sahibkarların əksəriyyəti hələ də ASAN İmza imzasını alır və ASAN mərkəzlərində bir şirkət qeydiyyata alması üçün tuturlar. Onlayn təqdim edilməsi tələb olunan yeganə sənəd şirkətin nizamnaməsidir. Onlayn qeydiyyat 1-2 gün ərzində aparılır. "İnzibati prosedur haqqında" qanuna (28.12.2018, 1446-VQD) edilən dəyişikliyə əsasən, bütün qeydiyyat sənədləri müvafiq Bar kodu ilə kodlanır və kommersiya hüquqi şəxslərə elektron şəkildə göndərilir və şirkət fəaliyyətinə başlamaq üçün kifayətdir. Bir təsisçisi olan şirkətlər üçün sürətləndirilmiş qeydiyyatı əldə etmək mümkündür.

Kağız qeydiyyatı üçün tələb olunan sənədlərə aşağıdakılar daxildir.

- Dövlət rüsumunun ödənişi - 11 AZN (yalnız sənəd üçün tətbiq olunur)

- Standard müraciət forması

- Təsisetmə sənədləri - təsisçi və ya onun qanuni nümayəndəsi tərəfindən təsdiq edilmiş qurumun nizamnaməsi, təsis yığıncağının protokolları;

Təsisçi şəxsdirsə - şəxsiyyət vəsiqəsinin surəti (imzanın notarial qaydada təsdiqlənməsi istəklidir);

### 3. İşçiləri Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyində qeydiyyata alın

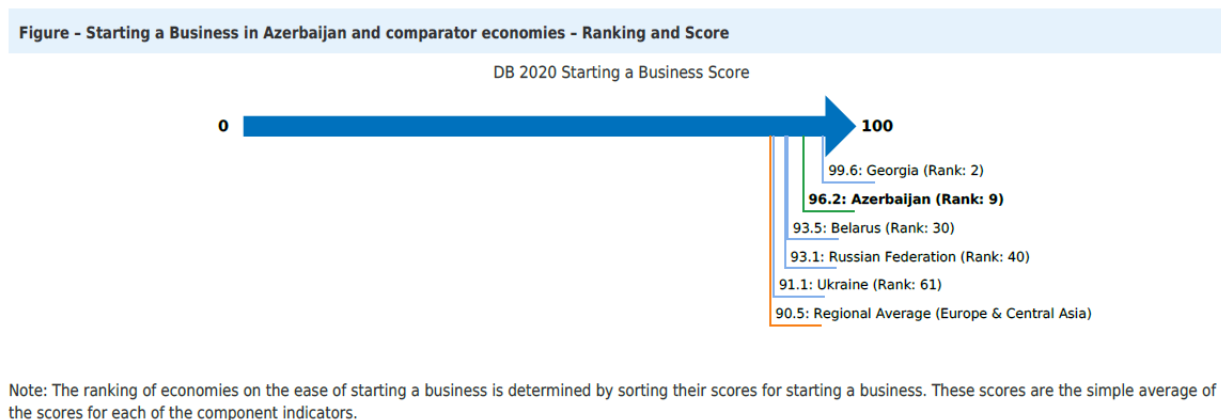
Agentlik: Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi

9 fevral 2014-cü il tarixindən etibarən bütün əmək müqavilələri Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyində qeydiyyata alınmalıdır. Qeydiyyat Əmək və Sosial Nazirliyinin saytında aparılır



Mühafizə ([www.e-gov.az](http://www.e-gov.az) saytıdan əldə edilə bilər). Bundan sonra dərhal təsdiq alınır və işçilər faktiki işə başlaya bilərlər. Ömək müqavilələri qeydiyyatla alınmadığı təqdirdə hüquqi şəxslərə 20.000 - 25.000 manat məbləğində cərimə tətbiq edilir. ([www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası).

### Şəkil 7. Doing biznes hesabatı 2020



Mənbə: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org) – Doing Biznes hesabatı - 2020

**Vergi güzəştləri**-Bildiyimiz kimi, startaplar və sahibkarlıq subeykləri üçün əsas məhdudiyyətlərdən biridə yüksək vergi və rüsumlardır. Buna görə də münbit sahibkarlıq ekosisteminin təmin olunması, bununla yanaşı startaplara və kiçik bizneslərə vergi güzəştlərinin tətbiq olunması ölkədə sahibkarlığın inkişafına birbaşa təsir göstərir. Bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlərdən biri də “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində dəyişiklik edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2018-ci il 30 noyabr tarixli 1356-VQD nömrəli Qanununun tətbiqi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 20 dekabr 2018-ci ildə imzalanmış müvafiq fərmandır. Bu fərman əsasında startap və kiçik bizneslərə bir sıra vergi güzəştləri tətbiq olunmağa başlanmışdır. Bu güzəştlər vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi fərmana əsasən, kiçik sahibkarlıq subyektlərinin gəlir və xərcin uçotunun aparılması mədəniyyətinin formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsi məqsədilə həyata keçirilib. Vergi Məcəlləsində müəyyən olunmuş qaydada gəlirini və xərcini sənədləşdirən bu kateqoriya aid vergi ödəyicilərinin öz təsisçilərinə (payçılarına) ödədikləri dividendlərin ödəmə mənbəyində vergidən

azad olunmasını nəzərdə tutan müddəa Vergi Məcəlləsinə daxil edilib.(<http://e-qanun.az/framework/41016>).

Bu dəyişiklikdən əvvəl kiçik sahibkarlıq subyektləri dividendləri yəni xalis mənfəətini öz təsisçiləri arasında bölüşdürərkən əvvəlki qaydada 10% dərəcə ilə vergi tutulurdu. Bununla da sahibkarlıq subyektlərinə şəffaf uçot apardıqları halda əlavə vergi güzəştləri veriləcək və onlar tərəfindən təsisçilərinə (payçılara) ödənilən dividendlər ödəmə mənbəyində 10% dərəcə ilə tutulan vergidən azad olunacaq. Bunla yanaşı, mikrobiznes, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün gəlir, mənfəət, torpaq, əmlak vergisi və əlavə dəyər vergisi (ƏDV) üzrə güzəştlər də nəzərdə tutulub. Belə ki, kiçik və orta biznes (KOB) klasterinə daxil olan şirkətlər KOB reyestrində qeydiyyatı alındıqları andan etibarən 7 il müddətinə mənfəət, torpaq və əlavə dəyər vergisindən azad edilirlər. KOB klasterinə daxil olan şirkətlər tərəfindən istehsal və emal məqsədilə texnika, texnoloji avadanlıq və qurğuların idxalı isə 7 il müddətinə ƏDV-dən azad edilir. Həm də kiçik və orta biznes klasterinin iştirakçısı olan sahibkarlıq subyektləri tərəfindən KOB klaster şirkəti ilə bağlanmış müqavilə əsasında təqdim etdiyi mal (iş, xidmət) üzrə əldə etdiyi gəlirin kapital xarakterli xərclərin çəkilməsinə yönəldilən hissəsi 7 il müddətinə gəlir (mənfəət) vergisindən azad edilir. Qeyd edək ki, mikro-sahibkarlıq subyektləri üçün nəzərdə tutulan güzəştlərə sahibkarlıq fəaliyyətindən əldə olunan gəlir və mənfəətin 75%-nin vergidən azad edilməsi də daxildir. Həmçinin, mikrosahibkarlıq subyekti olan fərdi sahibkarlar və hüquqi şəxslər bu fərman əsasında əmlak vergisindən azad edilirlər. Startap fəaliyyəti üçün şəhadətnamə alan startap şirkətləri növbəti 3 il ərzində həm gəlir, həm də mənfəət vergisindən azad edilmişlər. (Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi). Kiçik sahibkarlığın ölkədə inkişafı üçün bir neçə komponentdən ibarət münbit sahibkarlıq sisteminin mövcudluğu önəmlidir. Bu komponentlərdən birincisi mövcud bazara çıxışın olması, ikincisi ölkədə insan kapitalının mövcudluğu, üçüncüsü maliyyə resurslarının olması, dördüncüsü mentor və dəstək sisteminin təmin olunması, beşincisi dövlət dəstəyi və müvafiq qanunların mövcudluğu, altıncısı təhsil və treyninqlər, yeddincisi universitetlərin bu işləri həyata keçirmək üçün sanki katalizator rolunu oynama imkanları, sonuncusu isə

sahibkarlıq mədəniyyəti və ya sahibkarlığın fəaliyyətinin milli mədəniyyətdə dəstəklənməsi daxildir. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinə edilən bu dəyişikliklər nəticəsində Azərbaycan sahibkarlıq ekosisteminin önəmli bir hissəsi olan vergi güzəştləri bu sahədə dünyanın aparıcı ölkələrində mövcud olan sistemlərlə ayaqlaşmaqdadır. Əminliklə qeyd etmək lazımdır ki, startap və kiçik bizneslər üçün yaradılan bu vergi güzəşdləri ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətini daha da canlandıracaq, ölkəmizin iqtisadi inkişafına və insanların məşğulluğuna öz töhfəsini verəcəkdir.( <http://unec.edu.az/application/uploads/2015/02/UE2019.pdf>)

**Şəkil 8. Doing biznes hesabatı 2020**



**Mənbə:** [www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası

Doing biznes hesabatıda vergi reytingi 190 ölkə arasında 28-ci yer də qərarlaşıb. Burada ümumi vergi dərəcəsi, vaxt (il ərzində tələb olunana saat) bəyannamənin təqdim olunmasından sonura prosedur indeksi göstəriciləri əsasında qiymətləndirmə aparılır. Aşağıdakı cədvəldə bu göstəricilər üzrə qiymətləndirmələr ətraflı qeyd edilmişdir.( [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org) – Doing Biznes hesabatı – 2020).

## **1.2. Beynəlxalq təcürbədə startap və innovasiya fəaliyyətlərinin tətbiqi xüsusiyyətləri.**

Qlobal startap iqtisadiyyatı 2016 və 2018 illəri arasında 2.8 trilyon dollar dəyər meydana gətirərək böyüməyə davam edir. Bu, əvvəlki dövrdən 20.6% artım və cəmi beş il əvvəlkindən iki qat çoxdur. Bu dəyər yaradılması G7 ölkələrinin iqtisadiyyatı ilə bərabərdir və Birləşmiş Krallığın illik ÜDM-dən böyükdür. Bununla əlaqədar olaraq, 2018 ümumi VC sərmayələrinin son onillikdə 220 milyard dollar olduğunu görürük.( [www.startupgenome.com](http://www.startupgenome.com))

Sənaye iqtisadiyyatından informasiya iqtisadiyyatına böyük keçiş dövründə, inkişaf etmiş iqtisadiyyatlar informasiya iqtisadiyyatına iri həcmli yatırımlar etdilər. Bu gün aydın oldu ki, informasiya iqtisadiyyatı dəyər yaratmada əsas rolunu oynayır. Yalnız startaplar tərəfindən yaradılan 2.8 trilyon dollar dəyərinə əlavə olaraq, qurulmuş texnoloji şirkətlər istisna olmaqla, iri şirkətlərin siyahısında texnoloji üstünlük təşkil edir. 2008-ci ildə dünyanın 10 ən böyük şirkətindən yalnız biri texnologiyaya əsaslanmışdı: Microsoft. Bu gün 10-nun yeddisi texnologiyaya əsaslıdır və bunlardan üçü Silikon Vadisindədir. ( [www.startupgenome.com](http://www.startupgenome.com))

Bir neçə il əvvəl Startap Genomu araşdırmasına görə, qlobal startap iqtisadiyyatının hər 10-15 ildə iki dəfə artacağını gözləyirdi. Göründüyü kimi, bu qiymətləndirmə öznü doğrulda bilmədi yəni daha qısa zamanda baş verdi. Son on ildə startap ekosistemləri ilə bağlı bir çox müzakirə növbəti Silikon Vadisinin kim olacağı sualına yönəldildi. Çox perspektivli yerlər var. Bu gün, Silikon Vadisi 1998-ci ildə Google-un qurulduğu il olduğu kimi startaplarda VC maliyyəsi olan beş ekosistem var. Aşağıdakı beşə əlavə olaraq, Los-Anceles və Təl-Əviv də daxil etmək olar.

- New York City
- London
- Pekin
- Boston
- Şanxay

Şəkil 9. 2008 və 2018-ci illərdə dünyanın 10 ən böyük şirkəti.

### Largest Global companies in 2018 vs 2008

| 2018 |                 |         |      | 2008 |                   |         |      |
|------|-----------------|---------|------|------|-------------------|---------|------|
| Rank | Company         | Founded | USbn | Rank | Company           | Founded | USbn |
| 1.   | Apple           | 1976    | 890  | 1.   | PetroChina        | 1999    | 728  |
| 2.   | Google          | 1998    | 768  | 2.   | Exxon             | 1870    | 492  |
| 3.   | Microsoft       | 1975    | 680  | 3.   | General Electric  | 1892    | 358  |
| 4.   | Amazon          | 1994    | 592  | 4.   | China Mobile      | 1997    | 344  |
| 5.   | Facebook        | 2004    | 545  | 5.   | ICBC (China)      | 1984    | 336  |
| 6.   | Tencent (China) | 1998    | 526  | 6.   | Gazprom(Russia)   | 1989    | 332  |
| 7.   | Berkshire       | 1955    | 496  | 7.   | Microsoft         | 1975    | 313  |
| 8.   | Alibaba (China) | 1999    | 488  | 8.   | Royal Dutch Shell | 1907    | 266  |
| 9.   | J&J             | 1886    | 380  | 9.   | Sinopec (China)   | 2000    | 257  |
| 10.  | JP Morgan       | 1871    | 375  | 10.  | AT&T              | 1885    | 238  |

Source: Bloomberg, Google

**Mənbə:** Global Startup Ecosystem Report 2019 s.24 <https://startupgenome.com/gser2019>

Təxminən, bu ekosistemlərin o zaman Silikon Vadisi miqyasında necə böyüdüyünü görmək asandır. 1998-ci ildə Silikon Vadisini digər ekosistemlərlə müqayisəsi imkansız kimi görsənirdi. Düşünürük ki, "növbəti Silikon Vadisi" olmayacaqdır. Bunun əvəzinə, hər regional (məsələn, Cənub-Şərqi Asiyada Sinqapur) tərəfindən idarə olunan iri həcmli kütləyə çatan 30 "növbəti" mərkəz olacaqdır. Onların heç biri yaxın gələcəkdə Silikon Vadisi qədər böyük olmasa da, hər biri inkişaf edəcəkdir. "Bir və ya iki yeni mərkəzin əvəzinə (Silikon Vadisi xaricində sahibkarlıq), 30 mərkəz olacaq və Silikon Vadisi bölgəsinin sıxlığına çatmasada, geniş massivi əhatə edən mərkəzlər formalaşacaq. (Sam Altman, Y Kombinator və OpenAI)

Beləliklə, növbəti 30 global startap mərkəzi kimi aşağıdakıları qeyd edə bilərik. Bu günün ən yaxşı 30 global startap ekosistemi müəyyən əmsallar üzrə qiymətləndirmə aparmaqla təyin edilib. Ancaq bu regional ekosistemlər tək deyillər və başlarında özlərini etibarlı hiss etməməlidirlər. Onların arasında xeyli hərəkət var

Şəkil 10. Ən inkişaf etmiş 30 startap ekosistemi

## 2019 Global Startup Ecosystem Ranking

| Startup Genome              |                  |             |         |              |               |        |            |           |              |
|-----------------------------|------------------|-------------|---------|--------------|---------------|--------|------------|-----------|--------------|
| Ranking                     | Change from 2017 | Performance | Funding | Market Reach | Connectedness | Talent | Experience | Knowledge | Growth Index |
| 1                           | 0                | 1st         | 1st     | 1st          | 1st           | 1st    | 1st        | 1st       | 5            |
| 2                           | 0                | 1st         | 1st     | 3rd          | 2nd           | 2nd    | 1st        | 2nd       | 6            |
| 3-4                         | 0                | 1st         | 1st     | 1st          | 1st           | 2nd    | 2nd        | 1st       | 6            |
|                             | ▲ 1              | 1st         | 1st     | 5th          | 5th           | 1st    | 1st        | 1st       | 4            |
| 5                           | 0                | 1st         | 2nd     | 2nd          | 3rd           | 1st    | 1st        | 2nd       | 7            |
| 6-7                         | 0                | 2nd         | 2nd     | 2nd          | 1st           | 2nd    | 2nd        | 1st       | 6            |
|                             | ▲ 3              | 1st         | 1st     | 3rd          | 4th           | 3rd    | 2nd        | 3rd       | 5            |
| Los Angeles                 |                  | 2nd         | 2nd     | 2nd          | 4th           | 1st    | 3rd        | 1st       | 6            |
| Shanghai                    | ▲ 2              | 2nd         | 2nd     | 2nd          | 2nd           | 3rd    | 3rd        | 2nd       | 8            |
| Paris                       | ▼ -3             | 3rd         | 2nd     | 1st          | 1st           | 2nd    | 3rd        | 4th       | 6            |
| Berlin                      | ▲ 3              | 2nd         | 2nd     | 2nd          | 2nd           | 4th    | 2nd        | 2nd       | 7            |
| Stockholm                   | ▼ -2             | 3rd         | 3rd     | 3rd          | 3rd           | 1st    | 1st        | 3rd       | 5            |
| Seattle                     | ▲ 3              | 2nd         | 2nd     | 1st          | 3rd           | 4th    | 4th        | 3rd       | 5            |
| Toronto-Waterloo            | ▼ -2             | 3rd         | 4th     | 4th          | 1st           | 2nd    | 3rd        | 4th       | 5            |
| Singapore                   | ▲ 4              | 2nd         | 3rd     | 4th          | 3rd           | 5th    | 4th        | 3rd       | 7            |
| Amsterdam-StartupDelta      | ▼ -3             | 3rd         | 3rd     | 4th          | 4th           | 1st    | 1st        | 3rd       | 5            |
| Austin                      | ▲ 1              | 3rd         | 4th     | 4th          | 5th           | 3rd    | 4th        | 5th       | 4            |
| Chicago                     | ▲ 2              | 3rd         | 4th     | 5th          | 2nd           | 4th    | 4th        | 2nd       | 7            |
| Bangalore                   | NEW              | 4th         | 3rd     | 3rd          | 5th           | 4th    | 2nd        | 4th       | 5            |
| Washington, D.C.            | NEW              | 4th         | 3rd     | 4th          | 4th           | 3rd    | 3rd        | 4th       | 6            |
| San Diego                   | NEW              | 4th         | 4th     | 4th          | 4th           | 3rd    | 2nd        | 4th       | 7            |
| Denver-Boulder              | NEW              | 4th         | 4th     | 4th          | 3rd           | 5th    | 5th        | 2nd       | 9            |
| Lausanne-Bern-Geneva        | ▼ -6             | 5th         | 5th     | 5th          | 2nd           | 4th    | 5th        | 5th       | 7            |
| Sydney                      | ▼ -9             | 4th         | 5th     | 1st          | 3rd           | 3rd    | 3rd        | 3rd       | 6            |
| Vancouver                   | NEW              | 5th         | 5th     | 2nd          | 1st           | 4th    | 5th        | 5th       | 6            |
| Hong Kong                   |                  | 5th         | 5th     | 3rd          | 2nd           | 5th    | 5th        | 1st       | 7            |
| 26-30 in alphabetical order |                  |             |         |              |               |        |            |           |              |
| Atlanta                     | NEW              | 5th         | 5th     | 4th          | 5th           | 2nd    | 4th        | 5th       | 4            |
| Barcelona                   | NEW              | 5th         | 4th     | 5th          | 4th           | 5th    | 5th        | 5th       | 6            |
| Dublin                      | NEW              | 5th         | 3rd     | 5th          | 5th           | 5th    | 4th        | 5th       | 5            |
| Miami                       | NEW              | 4th         | 5th     | 1st          | 5th           | 5th    | 5th        | 4th       | 5            |
| Munich                      | NEW              | 5th         | 5th     | 3rd          | 2nd           | 5th    | 5th        | 1st       | 7            |

Ecosystems classified in tiers from 1st (top) to 5th

və ilk 30-lardan kənarda olan bəzi ekosistemlər gələcəkdə siyahını hazırlamaqda real rol oynayır - biz onları Challenger ekosistemləri adlandırırıq. Bu hesabat, ümumi yerlər bölməsində daha çox bu yerlər haqqında trendləri əhatə edir.

2014 və 2016 arasında 29 ekosistem, 4 milyard dollardan çox dəyər yaratdı. Bu gün, 2016 və 2018 illəri arasında 46 ekosistem var ki, bu startaplar vasitəsilə yüksək iqtisadi dəyər yaradılır. Maraqlıdır ki, 2012-ci ildə bu səviyyədəki 15-dən az startap ekosistemini müəyyən edə bildik. .( [www.startupgenome.com](http://www.startupgenome.com))

Bu barədə tarixi məlumatlar çətin olsa da, 1990-cı illərdə bu səviyyəli Ekosistem Dəyərini yaradan bir neçə startap ekosistemini təsəvvür etmək çətindir. Pitchbook məlumatlarına görə, 1998-ci ildə Bostonda VC-yə təxminən 900 milyon dollar, Nyu-Yorka 800 milyon dollar, Sietlə də Londonda eyni ildə cəmi 200 milyon dollar sərmayə qoyulmuşdur.

Startap Genoma görə, ən yaxşı startap ekosistemlərinin siyahısı həmişə məhdud olacaqdır. Lakin Ekosistem dəyərindəki 4 milyard dollarlıq bir ekosistemin formalaşması, dünyanın hər yerində inkişaf edən, yerli startap iqtisadiyyatı qurmağa təkan verdiyini göstərir. Yaxın 10 ildə 100 şəhərin Startap Ekosistem Dəyəri 4 milyard dollar həddini keçəcəyini proqnozlaşdırılır. Bunların çoxu bu hesabatda yer almışdır.

Aşağıda göstərilən qrafikdə planlaşdırılan 30 startap ekosistemi müxtəlif əmsallar üzrə qiymətləndirilib sıralanmışdır.

Beynəlxalq təcrübədə startap ekosistemi ölkələrin iqtisadiyyatında əsaslı təsirlər formalaşdırır. The StartupBlink Rankings Reportu 100 ölkə və 1000 şəhər üzrə sıralama aparır və ilk onluq aşağıdakı kimidir



**Şəkil 11. The startupblink rankingdə sıralamasıda ilk 10 ölkə**

| Rank | Country         | Rank Change (from 2017) | Quantity Score | Quality Score | Business Score | Total Score |
|------|-----------------|-------------------------|----------------|---------------|----------------|-------------|
| 1    | United States   | –                       | 12.29          | 22.02         | 9.78           | 44.090      |
| 2    | United Kingdom  | –                       | 1.86           | 5.10          | 9.76           | 16.719      |
| 3    | Canada          | –                       | 1.24           | 5.10          | 9.54           | 15.867      |
| 4    | Israel          | –                       | 0.35           | 5.21          | 9.07           | 14.626      |
| 5    | Australia       | +6                      | 0.64           | 2.71          | 9.61           | 12.953      |
| 6    | The Netherlands | +9                      | 0.34           | 3.27          | 9.29           | 12.907      |
| 7    | Sweden          | –1                      | 0.19           | 2.87          | 9.71           | 12.774      |
| 8    | Switzerland     | –                       | 0.21           | 3.06          | 9.26           | 12.527      |
| 9    | Germany         | –4                      | 0.71           | 2.25          | 9.50           | 12.461      |
| 10   | Spain           | +4                      | 0.58           | 2.42          | 9.40           | 12.396      |

**Mənbə:** The StartupBlink Rankings Reportu <https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>

### 1. ABŞ

ABŞ Qlobal Startap Ekosisteminin lideri olaraq qalır. ABŞ-dakı şəhərlərin təhlilini daha dərinlən araşdırmaq, bu boşluğun mənşəyini ortaya qoyur. Birincisi, San-Fransisko qlobal texnoloji ekosistemdə elə bir dominant şəhərdir ki, ABŞ-ın startap ekosisteminin verdiyi təkan böyükdür. Bundan əlavə, ABŞ-da Nyu-York, Los Angeles, Boston, Çikaqo, Seattle, Ostin və Atlanta kimi 7 digər məşhur 20 startap şəhər var. Buna əlavə olaraq, ABŞ-da ümumilikdə 400-dən çox şəhər reyting sıralamasında yer alır. Dünyada misilsiz mövqeyə sahib bir mega startap şəhərinin (San Francisco), yüzlərlə kiçik ekosistemin əlavə, ABŞ-ın hökmranlığının davamlı edir. ABŞ-ın şəhər reytingindəki ən diqqətəlayiq dəyişikliklər 6-cı yerdən 5-ə



yüksələn Bostondur. Bundan əlavə, Mayami böyük bir inkişaf göstərərək, 12 pillə irəliləyərək 21-ci sırada qərarlaşdı və Dallas 38-dən 22-ci pilləyə qalxaraq daha böyük bir sıçrayış etdi. ABŞ-ın 10 startap şəhər mərkəzinin sıralaması(<https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>)

Şəkil 12. The Startupblink ranking sıralamasında ABŞ-ın ilk 10 şəhəri

| National Rank | City              | Global Rank | Rank Change (from 2017) | Total Score    |
|---------------|-------------------|-------------|-------------------------|----------------|
| <b>1</b>      | San Francisco Bay | 1           | –                       | <b>262.878</b> |
| <b>2</b>      | New York          | 2           | –                       | <b>55.938</b>  |
| <b>3</b>      | Los Angeles Area  | 4           | –                       | <b>34.219</b>  |
| <b>4</b>      | Boston Area       | 5           | +1                      | <b>33.946</b>  |
| <b>5</b>      | Chicago           | 8           | –                       | <b>18.412</b>  |
| <b>6</b>      | Seattle           | 9           | –                       | <b>18.107</b>  |
| <b>7</b>      | Austin            | 13          | –1                      | <b>16.236</b>  |
| <b>8</b>      | Atlanta           | 20          | –4                      | <b>14.668</b>  |
| <b>9</b>      | Miami Area        | 21          | +12                     | <b>14.608</b>  |
| <b>10</b>     | Dallas-Fort Worth | 22          | +16                     | <b>14.603</b>  |

Mənbə: StartupBlink Ecosystem Rankings 2019 p. 20 <https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>

### Silikon Vadisi - (Silicon Valley) - Bay Area

Silikon Vadisi Amerikanın Kaliforniya ştatında olan bir çox istehsal və inkişaf mərhələsində olan şirkətlərin yerləşdiyi ərazidir. Silikon Vadisi dünyanın ən böyük texnoloji korporasiyaları və minlərlə texnoloji startapların evi hesab edilir.

Sİ (süni intellekt), Böyük Data, və Analitikası. Dünyanın ən yaxşı 10 Sİ investorundan yeddisi - Google, Facebook və Apple kimi şirkətlər Silikon Vadisində yerləşir. 2018-ci ildə "Hər yerdə avtomatlaşdırma" iki tur ərzində A seriyasından

550 milyon dollar, "Snowflake Computing" isə F seriyasında 450 milyon dollar qazandı.

Fintech digər ən öndə olan sektor hesab edilir beləki, qlobal maliyyə şirkətlərinin bölgədəki iştirakını artıraraq bölgənin gücünə görə ilk sırada qərarlaşır. Bu yaxınlarda JP Morgan Fintech innovasiya mərkəzini 2020-ci ilə qədər açmağı planladığını elan etdi. Fintech unicorn olan Stripe, 2018-ci ildə 245 milyon dollar, ardından 2019-cu ildə E seriyasında 100 milyon dollar qazandı.

Həyat Elmləri Silikon Vadisi Genentech və Exelixis kimi müvəffəqiyyət hekayələri istehsal edən sektorun önəmli hissəsini əhatə edir. Burada 52 mindən çox insanın çalışdığı 1400-dən çox Həyat Elmləri şirkətləri var. 2018-ci ildə Grail, C seriyasında 300 milyon dollar pul yığdı və Hologic Focal Therapeutics'i 125 milyon dollara aldı.( <https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>)

Silikon Vadisində vençur kapitalın investisiyalarla təmin olunmasında ən fəal dəstəkçi "500 startap" şirkətidir. 500 Startaps, dünyanın ən istedadlı sahibkarlarını kəşf etmək və dəstəkləmək, geniş miqyasında uğurlu şirkətlər yaratmaq və inkişaf etməkdə olan qlobal ekosistemlər qurmaq üçün bir missiyanı həyata keçirən bir kapital firmasıdır. Dünyanın ən fəal vençur kapital firmalarından biridir.

Silikon Vadisində yarandığı gündən etibarən "500 Startap", 5 coğrafi fondu və ya xüsusi coğrafi bazarlara və ya şaquli sahələrə həsr olunmuş 15 tematik fondu vasitəsilə 2300-dən çox şirkətə investisiya etmişdir. Onun 100+ komanda üzvləri dünyanın 20 ölkəsində, 500-dən çox ölkəni əhatə edən 500 Startaps qlobal investisiya portfelini dəstəkləmək üçün yerləşir.

500 Startapsın portfelindəki diqqətəlayiq investisiyalar arasında Kredit Karma, Twilio, Canva, Grab, Bukalapak, The RealReal, Talkdesk, Knotel, Udemy və Ipsy daxildir.

Toxum kapitalı təmin etməkdən başqa 500 Startaps, rəqəmsal marketinqi, müştəri əldə etməyi, yağsız başlanğıc təcrübələrini və toxumdan əvvəlki şirkətlər üçün vəsait toplamağı vurğulayan Toxum Sürətləndirici Proqramları (Seed Accelerator

Programs) vasitəsilə startaplara dəstək olur. 500 Startups, təhsil proqramları, tədbirlər, konfranslar və dünyanın korporasiyaları və hökumətləri ilə tərəfdaşlıq yolu ilə startaplara və investorlara dəstək verməklə innovasiya ekosisteminin inkişafına öz töhfəsini verir.

2.İsrail ("startap milləti" kimi də tanınır) startap ekosistemi reytingində 4-cü yerdədir.

Qeyd etmək lazımdır ki, İsrail ABŞ-dan sonura startaplar üçün ən yüksək keyfiyyət göstəricisinə malikdir. Waze, Wix, Fiberr və Viber kimi İsrail tətbiqləri dünyanı inkişaf etdirir. İsrailin startap mərkəzi olan Təl-Əviv, reyting cədvəlində 7-dən 6-ya yüksəldi və yerli startap ekosisteminə üstünlük təşkil edir. Reytingimizdəki bir əhəmiyyətli dəyişiklik, Yerusəlimin 58 nöqtədə əlavə edilməsidir. Yerusəlimdə fəaliyyət göstərən Mobileyenin Intelə 15 milyard dollara satılması ilə gücünü nümayiş etdirməsi, ölkənin bu günə qədər ən böyük çıxışıdır. İsrail kiçik olsa da, hələ də digər startap ekosistemlərinin böyüməsinə investisiya yatırmaq məcburiyyətindədir və İsrailin daha çox şəhərləri yerli bələdiyyələrin dəstəyi ilə mərkəz kimi meydana çıxır (Haifa şəhərindəki İn-Vent və Hub Eilat canlı startap mərkəzləri üçün iki əla nümunədir İsrailin kənarında). Ayrıca, siyahının yeni bir üzv daxil oldu: ilk dəfə 180-ci yerdə qərarlaşan bir şəhər Beer Sheva. İsrail reytingdə digər Orta Şərq ölkələrindən daha yüksək yerdədir (sonrakı ən yüksək olan BƏƏ 40-cı yerdədir) və ümid edirik ki, İsrail və ərəb dünyasından olan startaplar bu boşluğu azaltmaq üçün birlikdə işləyə bilərlər. İsrail, dövlət sektorunun bir başlanğıc ekosisteminin müvəffəqiyyəti ilə dəstəklənməsinin, vergi fərtınalarından və iş yerlərinin artmasından zövq almasının parlaq bir nümunəsidir. Startaplar yalnız populyar kultür deyil, dramatik iqtisadi artım yaradırlar və İsrail bunun sübutudur.

**Şəkil 13. The StartupBlink ranking sıralamasında İsrail şəhərləri**

| National Rank | City          | Global Rank | Rank Change (from 2017) | Total Score |
|---------------|---------------|-------------|-------------------------|-------------|
| 1             | Tel Aviv Area | 6           | +1                      | 23.942      |
| 2             | Jerusalem     | 58          | +57                     | 9.282       |
| 3             | Haifa         | 178         | -17                     | 6.942       |
| 4             | Beer Sheva    | 180         | new                     | 6.891       |

Mənbə: StartupBlink Ecosystem Rankings 2019 p. 24

<https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>

### Teləviv

SI, Böyük Data və Analitika. Teləviv SI startaplarının sayına görə dünya miqyasında 3-cü yerdədir. 2018-ci ilin mart ayında Google süni intellektə və maşın öyrənməsinə yönəlmiş yeni bir startap akseleratoru qurdu. Bu ilk ABŞ-dan kənarda ilk və yeganə təşəbbüs idi. Oktyabr ayında Nvidia, AI'yə diqqət yetirmək üçün şəhərdə bir araşdırma mərkəzi açdı. 2018-ci ildə AI çip inkişaf etdiricisi Habana Labs aparıcı investor olaraq Intel Kapital ilə birlikdə B Series 75 milyon dollar maliyyələşdirdi. Pərakəndə nəhəngi Walmart, Aspectiva'nı 2019-cu ilin əvvəlində açıqlanmayan bir məbləğə əldə etdi. (<https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>)

Kibermüdafiəsi İsrail hər il 6,5 milyard dollarlıq kiber təhlükəsizlik məhsullarını ixrac edir. Kibermüdafiəsi üzrə bir elmlər doktoru təklif edən ilk ölkə idi və altı universitet kiber təhlükəsizliyi araşdırma mərkəzinə sahibdir. Temasek tərəfindən 250 milyon dollara alınan Sygnia da daxil olmaqla, İsraildə kiber təhlükəsizlik təhlükəsizliyi çıxışları 2018-ci ildə 2.81 milyard dollar təşkil etdi. Digər yerli startapın uğur hekayələrinə, 2018-ci ildə 50 milyon dollarlıq bir sərmayə elan etdiyi inkişaf etmiş bir kiber kəşfiyyat proqramı başlanğıcı olan KELA Group daxildir.

### 3.ÇİN

Dünyanın ən böyük əhalisi ilə və müxtəlif qarışıq innovasiya mərkəzləri ilə, Çinin sıralamadakı azalması bir sürprizdir. 15 pillə düşməsinə bir sıra səbəblərə aid etmək

olar. Çin startap ekosistemini ölkənin özünəməxsus xüsusiyyətləri sayəsində hazırda mövcud alqoritmimiz təhlil etməkdə çətinlik çəkir.

Çin başqa millətlərdən fərqli olaraq və alternativ bir variant kimi daxili internet sistemi var. Buda çinin qlobal məkana çıxışda məhdudiyyətlər yaradır. Baxmayaraq ki, son dövəmdə çindnin retinqində gerililmə baş verib, yeni trenlərdə formalaşır. Birincisi, Çinin startap ekosistemi reytingdiki, ilk 40-lıqda 4 şəhəri daxildir (Pekin, Hong Kong, Şanxay və Şenzhen), bu da ABŞ-dan başqa heç bir ölkədə yoxdur. Bu potensialı Çin ekosisteminin gücünü açıq şəkildə göstərir. Hong Kong (28-ci sıradan 7-ə yüksəlir) və Shenzhen (40-cı sıradan 12-yə yüksəlir) şəhərləri ən inkişaf etmiş ekosistemlərdir. Milli səviyyədə, ikisinin arasında bir keçid gördük çünki, Hongkongda internetə açıq daxilolma mövcuddur. Hong Kong indi 2-ci sırada (2017-ci ildə 3-cü yeri tuturdu) və Şanxay indi 3-cü yeri tutur (2017-ci ildə 2-ci yerdədir).

**Şəkil 14. The StartupBlink ranking sıralamasında Çin şəhərləri**

| National Rank | City      | Global Rank | Rank Change (from 2017) | Total Score   |
|---------------|-----------|-------------|-------------------------|---------------|
| <b>1</b>      | Beijing   | 17          | -4                      | <b>15.213</b> |
| <b>2</b>      | Hong Kong | 28          | +7                      | <b>13.360</b> |
| <b>3</b>      | Shanghai  | 31          | -9                      | <b>12.488</b> |
| <b>4</b>      | Shenzhen  | 40          | +12                     | <b>10.426</b> |
| <b>5</b>      | Hangzhou  | 241         | -28                     | <b>4.971</b>  |

Mənbə: StartupBlink Ecosystem Rankings 2019 p. 24 <https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>

Çin ekosistemini qlobal rolunu almaqdan çəkindirən əsas şey startapların əsas diqqət mərkəzində yerli bazarın olmasıdır. Bazarın nə qədər böyük olduğunu nəzərə alsaq, Çin sahibkarlarının nəyə görə yerli olmağı seçdikləri aydın olur. Ancaq uzun müddətdə Çin ABŞ ilə qlobal sahibkarlıq liderliyi uğrunda birbaşa mübarizə apara biləcək yeganə ölkədir. Bunun üçün Çin beynəlxalq miqyasda hədəf almalı və yerli

bazara diqqət yetirməməlidir. Qeyd etmək lazımdır ki, yalnız Çinin startap keyfiyyətinə əsaslanaraq ölkə 15-ci yerdədir.

*Çin hökuməti yüksək texnologiyalar və ekoloji təmiz enerjinin istehsalı kimi yeni sahələrdə fəaliyyət göstərən şirkətlərin dəstəklənməsinə yönələn vençur fondu təsis edəcək. Fonda yatırılacaq vəsaitlərin həcmi 40 milyard yuan (6,5 milyard dollar) təşkil edəcək. Çində vençur kapital bazarı zəif inkişaf edib. Bunun əsas səbəbi onunla əlaqədardır ki, yerli iqtisadiyyat onilliklər boyunca planlaşdırma və inzibati tədbirlərə əsaslanıb. 2014-cü ilin birinci yarısında Çində 83 yeni vençur fondu yaradılıb, onlara investisiyaların həcmi isə 2013-cü illə müqayisədə 157 faiz artıb.*

*Son illər Çin hökuməti vençur investisiyalar bazarının inkişafına zəmin yaradır. Ötən ay sahə üzrə tənzimləyici orqanlar ilk dəfə olaraq sığorta şirkətlərinə toplanan yığımları vençur fondlara yatırmağa icazə verib. Yaxın zamanda yaradılacağı gözlənilən yeni fond dövlət, eləcə də özəl investorların vəsaitləri hesabına maliyyələşdiriləcək. (Qarayev Ə. 2015 s.25)*

#### 4. Estoniya

Estoniya kiçik əraziyə malik və qış dövründə soyuqdur, lakin Estoniyanın startap ekosistemi 13-cü yeri qoruyaraq 2017-ci ildə olduğu kimi isti qalır. Estoniya E-rezident yenilikçi proqramı kimi bir neçə yüksək səviyyəli startapın inkişafı və yaradıcı hökumətin səyləri sayəsində digər iki Baltikyanı ölkədən daha yüksək yerdədir. Şəhər səviyyəsində bir az təcil itkisi var; Paytaxt Tallinn 2017-ci ildə sıralamada 50-yə düşdü, 2019-cu ildə 83-cü sıraya yüksəldi. Reytingimizdə görünən yeganə digər Estoniya şəhəri Tartu da 182-ci sıradan 226-cı sıraya düşdü. (<https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/> )

Estoniya müvəffəqiyyətinin böyük bir hissəsini digər uğurlu təsisçiləri Estoniya startaplarını və dəstəklərini yerli ekosistemin böyüməsinə köməyi davam etdirən Skype-a borcludur. Bu, bir şirkətin bütün startap ekosisteminin mədəniyyətinə nə qədər böyük təsir göstərə biləcəyinin nümunəsidir, xüsusən də Skype-ın əslində İsveç startapı olduğunu nəzərə alaraq daha çox Estoniya inkişaf mərkəzli startapdır. Estoniyanın ekosisteminin möhtəşəm marketinqini tərifləməliyik, çünki "Estoniya"

sözü artıq rəqəmsal köçərilər və kiçik biznes bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə sahibləri tərəfindən istifadə edilməyə çalışılır.

**Şəkil 15. The Startupblink ranking sıralamasında Estoniya şəhərləri**

| National Rank | City    | Global Rank | Rank Change (from 2017) | Total Score  |
|---------------|---------|-------------|-------------------------|--------------|
| <b>1</b>      | Tallinn | 83          | -33                     | <b>8.398</b> |
| <b>2</b>      | Tartu   | 226         | -44                     | <b>6.699</b> |

Mənbə: StartupBlink Ecosystem Rankings 2019 p. 33 <https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>

*İlkin şirkətin yaradılması üçün hökumət tərəfindən xüsusi startap subsidiyaları da mövcuddur. Subsidiyaların həcmi vəziyyətdən aslıdır və 4.474 avroya qədər qalxa bilər. Ölkədə yerli şirkətlərin qeydiyyatdan keçməsi bir neçə dəqiqə, xarici şirkətlərin qeydiyyatdan keçməsi üçün isə bir neçə gün vaxt tələb olunur. Ölkənin vergi sistemi dünyada ən liberal sistemlərdən biridir. Bundan başqa, ölkədə “Startap Estoniya” fəaliyyət göstərir ki, bu da hökumətin irəli sürdüyü təşəbbüsdür. “Startap Estoniya” Estoniya İnkişaf Fondu tərəfindən idarə olunur və Avropa Regional Fondu hesabına maliyyələşdirilir. “Startap Estoniya”nın əsas məqsədi Estoniyada startap ekosisteminin inkişafına təkan vermək və startap şirkətlərin inkişafı eləcə də onların maliyyə vəsaiti əldə etmələri üçün köməliyin göstərilməsidir. Estoniya İnkişaf Fondunun məlumatına görə hal-hazırda Estoniyada təxminən 350 startap var və onların 2020-ci ilə qədər 1000-ə çatması gözlənilir.(Qarayev Ə.2015 s.17)*

Estoniya startap nümunəsi dünyanın hər yerindən fərqlidir. Kiçik ölkə güclü bir təhsil sistemini, yüksək rəqəmsal prosedurları, iş və sahibkarlıq vizasını əldə etmək asanlığını özündə birləşdirir - Elektron Rezidentura proqramı, Avropada bir ölkədə e-rezident olmağınıza və Estoniya şirkətinizi uzaqdan idarə etməyinizə imkan verən ilk olaraq məşhurdur.

Adambaşına düşən ən yüksək startaplarda biri və sahibkarlığa və iflasa yönəlmiş iqtisadi cəhətdən fəal əhali ilə Estoniya Taxify, Skype və Pipedrive kimi dünya şirkətlərinə üstünlük verdi. Hökumət çoxdan təşəbbüskar dost vergi siyasətini

müdafiə etdi və Sovet İttifaqının sonundan bəri xarici investorları cəlb etmək üçün aqressiv stimullar yaratdı, xüsusən də IT və digər niş segmentlərdə, məsələn, fintech kimi.

Estoniya çox çevik bir korporativ vergi çərçivəsinə sahibdir və bir çox xarici şirkətləri inkişaf etdirdikləri yuxarıda göstərilən infrastrukturla birlikdə fəaliyyətə başlamağa cəlb edir. (<https://www.startupblink.com/blog/startup-ecosystem-rankings-report-2019-by-startupblink/>).



## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.

Bu tədqiqatda startapların həyat dövrlərini inkişaf mərhələlərini izah edir və sistemləşdirir. Tədqiqat əsasında həyat dövrü üç əsas mərhələni əhatə etdiyi müəyyənləşdirdik, toxum mərhələsi, erkən inkişaf mərhələsi və genişlənmə mərhələsini. Startaplar həyat dövrlərində əsas problemli xüsusiyyətlərindən biri də onun inkişafı üçün maliyyə vəsaitinin çatışmazlığıdır (bəzi hallarda startapın fəaliyyəti bazar üçün gizli xarakter daşıyır, yəni tam olaraq qeydiyyatdan keçmədən fəaliyyət göstərir). Bu da startapın iflas riskini artıran əsas faktorlardan biridir. Bu tədqiqatda startaplar inkişaf mərhələsinə uyğun olaraq uyğun maliyyə mənbələrinə müraciəti müəyyən edilmişdir 2-ci fəsildə şəkil 1-ə əsasən startaplar hansı maliyyələşmə mənbələrindən istifadə etməsi daha səmərəli və adekvat olduğunu müəyyən edə bilərik. Bundan əlavə, cədvəl 1-də həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşdirilməsi kapital, borc və hibrid maliyyələşdirmə formalarından istifadə etməklə hər mərhələ üçün uyğun olan maliyyələşmə alətlərinin analitik kombinasiyasını görürük və nəticə olaraq bu mərhələlərdə startapın hansı maliyyələşmə alətindən istifadə etməsi əlverişli və az riskli olanı seçməklə daha uğurlu və uzunmüddətli fəaliyyət göstərə biləcək. Nəticədə startapların həyat dövrünün hər bir mərhələsi üçün investisiya prosesinin ən xarakterik subyektləri və təminatçıları, onların alətləri və maliyyələşdirmə formaları olan bir təsnifat sistemi hazırlanmışdır. Təqdim olunan təsnifat həm dövlət qurumları, həm də özəl şirkətlər tərəfindən inkişaf proqramlarında, strategiyalarda, normativ sənədlərdə istifadə edilə bilər. Təqdim olunan və şərh edilən nəticələr yerli və global səviyyədə startap sahəsi ilə əlaqəli bu və buna bənzər mövzularda gələcək araşdırmalar üçün faydalı bir mənbə və təşviq ola bilər. Tədqiqatın nəticələrinin tətbiqi, həm də startap ekosisteminin formalaşmasının bir hissəsi kimi elmi tədqiqat bazasının yaranması, startaplara investisiya cəlb edilməsi zamanı elmi-statistik vasitə, tədris prosesində istifadə oluna bilər.

Tədqiqatın gedişində qarşıya qoyulan məqsədə uyğun olaraq aşağıdakı təklif və tövsiyyələr nəzərdə tutulmuşdur. Bu təklif və tövsiyyələr həm sorğu göndərilmiş startaplar tərəfindən təklif edilmiş həm də tədqiqat zamanı qoyulmuş problemlərin

araşdırılması zamanı meydana gəlmişdir. Burada həm startaplara həm dövlət orqanlarına həm də univeristet və təhsil mərkəzləinə aid təklif və töviyyələr qeyd edilmişdir.

- startap və innovasiya anlayışı və onun inkişafının nəzəri əsaslarını daha geniş miqyasda araşdırmaq çünki, aparılmış elmi araşdırmalarla ÜDM arasında müsbət korreliyasiya əlqəsi vardır ;
- startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun həyata keçirilmə mərhələlərini müəyyənləşdirdik və bu mərhələlərə uyğun maliyyələşmə metodunu seçməklə həm risklərdən sığortalanır həm də uzunmüddət dayanıqlı davam edirə bilər;
- startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşunun ölkənin iqtisadi inkişafında və investisiya imkanlarının genişləndirilməsindəki rolunu daha geniş miqyasda araşdırmaq;
- xarici ölkələrin startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşu sahəsindəki üstün təcrübələrini dərinlən öyrənmək və bunun ölkə iqtisadiyyatına tətbiqi imkanları müəyyən etmək;
- Azərbaycan Respublikasında startap və innovasiya fəaliyyətlərinin müasir vəziyyətini dəyərləndirmək;
- Azərbaycan Respublikasında startap və innovasiya fəaliyyətlərinə investisiya qoyuluşuna dövlət dəstəyinin artırılması, yeni biznes inkubasiya mərkəzlərinin fəaliyyətə başladılması və univeristələrlə sıx əməkdaşlıq etmək;
- Təşviqedicilə və dəstəkləyicilə qanunvericiliyin kompleks formada təşkil edilməsi və vergi sistminin inkişafı;
- Investor sayının artırılması savadlı developer kadrların ekosistemə daxil edilməsi;
- Məktəb və universitetlərdə bu tipli startap lablarının və kod məktəblərinin çoxalması;
- Görüşlər, dövlət dəstəyi, TV və radio dəstəyi, Təhsil səviyyəsini yaxşılaşdırılması;

- Diqqəti investorların və ya xüsusi bir startap sənayesinin əvəzinə istifadəçilərə yönəltmək;
- Məhsul marketinqi - məhsulunuzu və ya xidmətinizi geniş ictimaiyyətə əlçatan etmək;
- Startapların ən vacib stimulu sayılan və dünyanın sürətlə dəyişməsinə səbəb olan yüksək texnologiyaların sürətli inkişafı fonunda, ölkə vətəndaşlarımızın dünyanın informasiya dinamikasına kütləvi şəkildə inteqrasiyasını təmin etmək;
- Potensial ehtiyatların istifadəsində elmi əsaslı olan starteji yanaşmaları müəyyən etmək;

## **İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT.**

### **Azərbaycan dilində.**

1. Aslanlı K. ( 2017) “Azərbaycanda innovasiya siyasətinin effektivliyinin artırılması yolları” Bakı – 2017 51 səh.
2. Əzizova G.A. ( 2012) “Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti” Dərs vəsaiti. Bakı Nəşriyyatı - 212 səh.
3. Hüseynova A. (2017) “İnnovasiya Fəaliyyəti Haqqında Bir Sıra Stimullaşdırıcı Mexanizmlər” Bakı 37 səh.
4. Hüseynova A. (2013) “Azərbaycanda innovasiya potensialının təhlili” – Bakı 2013- 315 səh.
5. İsayev S.Z. (2010) “İnvestisiya fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi” Dərs vəsaiti. Bakı nəşriyyatı - 192 səh.
6. Mahmudova Səbinə ( 2015) “Dünya investisiya prosesləri və MDB regionunda birbaşa xarici investisiya əməkdaşlığının müasir meylləri” “İqtisad Universiteti” Bakı -104 səh.
7. Məmmədov.Ə Seyfullayev.İ (2013) “Vergi və investisiya” Bakı Cəfəoğlu - 376 səh.
8. Şahbazov İ. (2019) “Tədqiqat metodları” Teas Press - səh.335
9. Qarayev Ə. (2015) “Sənayeyönlü yeni kiçik və orta şirkətlərin (startup) yaradılmasının dəstəklənməsinə üzrə beynəlxalq təcrübə” Bakı - səh.38
10. Qasimov İ. Cəbiyev F. (2017) “İnnovasiya Sahibkarlığı Və Texnoparklar” Bakı Mühəndislik Universiteti nəşri-178 səh.
11. Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M.( 2009) “İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri” Bakı: «Elm» – 416 səh.
12. Süleymanov Elmir ( 2015) “Vençur biznesinin inkişaf istiqamətləri” “İqtisad Universiteti” “Bakı – 84 Səh.
13. Tağıyev A.H, Əmirov İ.B. (2010) “İnnovasiya menecmenti”– Bakı – 2017 352 səh.

### **Xarici dildə.**

1. Alejandro C. Barbara C. (2016) “The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know” Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey – 199 pages
2. Alexander Maune “Developing Competitive Advantage Through Startups And Venture Capital In Emerging Markets: A View From Israel” Risk governance & control: financial markets & institutions / Volume 7, Issue 3, Summer 2017 85-115 pages
3. Berger S.C., Andreas Kuckertz (2016) “Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide” [Journal of Business Research. Vol. 69, No. 11, pp. 5163-5168, 2016](#) -26 Pages
4. Bocken [Volume 108, Part A](#), 1 December 2015, Pages 647-658
5. Bormotova R.V. (2017). The Essence of the Warrant and Its Application in Russia. In: Competitiveness of the Territories: Materials of the XX All-Russian Economic Forum of Young Scientists and Students, pp. 191–194
6. Blank S., Dorf B. (2012). Startup: Founder’s Handbook. The Startup Owner’s Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K & S Ranch Publ., 608 p. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.05.079>
7. Bronwyn H. Hall, Francesca Lotti, “Jacques Mairesse – Evidence On The Impact Of RndD & Ict Investment On Innovation And Productivity in Italian Firms” Cambridge, 2012
8. Brown M., Degryse H., Hoewer D., & Penas M. (2012). How Do Banks Screen Innovative Firms? Evidence from startupPanel Data. ZEW - Centre for European Economic Research, Discussion Paper No. 12-032. <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp12032.pdf>. Accessed 15 April 2013
9. Colombo·L. Dawid·H. Piva M. Vivarelli M. “Does easy start-up formation hamper incumbents’ R&D investment?” Accepted: 5 June 2017 ©Springer Science+Business Media, LLC 2017

10. David S.R. (2014) "Angel Investing The Gust Guide to Making Money"  
Published by John Wiley & Sons, Inc – 283 pages
11. Doing Business 2020 Report - 2020
12. Edgars Lapiņš, Anna Plaudiņa (2015) "Smart" vs. "Dumb" Money:  
Perceptions about Venture Capital of Latvian Start-Ups and High-Growth  
Firms - Stockholm School of Economics Riga – 81 pages
13. Erik Henriksson and Denny Nelson (2017) "Whether and how to invest in  
startups through Corporate Accelerators" Jönköping International Business  
School -78 pages
14. Ezangina I.A., Khmurova T.V. (2016). Promising Tools of Project Finance: a  
Contemporary View. Finansovaya analitika: problemy i resheniya —  
Financial Analytics: Science and Experience, no. 20, pp. 18–32
15. Geoff Gregson (2018) "Critical perspectives on small and medium-sized  
enterprise (SME) funding in Canada" National Angel Capital Organization -  
78 pages
16. Gompers P. and Lerner J. (2006) "The Venture Capital Cycle" The MIT Press;  
2 edition - 581 pages
17. [Jeannette Paschen](#) "Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the  
startup life cycle" [Business Horizons Volume 60, Issue 2](#), March–April 2017,  
Pages 179-188 <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.11.003>
18. Lucie Chlebicova (2016) "Effectiveness of venture capital into start up  
companies within the ICT industry" Mendel University in Brno Diploma thesis  
-100 pages
19. Mariana Mazzucato, Caetano C. R. Penna "Mission-Oriented Finance For  
Innovation" – London 2015
20. Marina Klačmer Čalopa Jelena Horvat Maja Lalic "Analysis Of Financing  
Sources For Start-Up Companies" Management, Vol. 19, 2014, 2, pp. 19-44
21. Markovskaya E.I., Burkovskaya A.V. (2017). New Approaches to Strategic  
Investor Decision-Making. Russia and St. Petersburg: Economic and

- Education in XXI Century: conferences collected works. St. Petersburg: SPbGEU, pp. 278–285
22. Marmer, M., Hermann B.L., & Berman R. (2011). Startup Genome Report 01, A new framework for understanding why startups succeed. [http://www.wamda.com/web/uploads/resources/Startup\\_Genome\\_Report.pdf](http://www.wamda.com/web/uploads/resources/Startup_Genome_Report.pdf). Accessed 20 April 2013
23. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works, <http://www.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=j4hXPn233UYC>. Accessed 20 April 2013.
24. Moroni I., Arruda A., Araujo K. (2015). The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment. Procedia Manufacturing, no. 3, pp. 2199–2204. Available at: <http://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.361>
25. Ovanesova U.S. (2015). Mezzanine Financing as a New Direction for Russia. Upravlencheskii uchët i finansy — Accounting and Financing, no. 4 (44), pp. 260–272
26. Ries E. (2011) “The Lean Startup” Publisher: Currency - 336 pages
27. Salamzadeh A., Kawamorita H. (2015). Startup Companies: Life Cycle and Challenges. Paper at the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship. Belgrade: EEE. Available at: <http://doi.org/10.13140/RG.2.1.3624.8167>.
28. Sharpe S., Cosh A., Connell D., Parnell H. (2009). Startup finance, The role of Micro Funds in the financing of new technology-based firms, <http://www.nesta.org.uk/library/documents/micro-funds.pdf>. Accessed 20 February 2013. 46
29. Smit, J. (2018) “*How do venture capitalists use investment criteria in the decision making process of funding a startup?*” University of Twente Enschede The Netherlands <http://purl.utwente.nl/essays/75382>
30. StartupBlink Rankings Report – 2019
31. Startup Genomu Global Startup Ecosystem Report – 2019

32. Thomas Hellmann “A theory of strategic venture investing” Graduate School of Business, Stanford University Journal of Financial Economics [Volume 64, Issue 2](#), May 2002, Pages 285-314

### **İnternet resursları.**

1. [www.afi.az](http://www.afi.az) – AzFinance investisiya şirkəti
2. [www.barama.az](http://www.barama.az) – Barama İnnovasiya Mərkəzi
3. [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org) – Doing Biznes hesabatı
4. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az) - Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi
5. [www.infipro.az](http://www.infipro.az) – Infipro Vençur Kapitalı Şirkəti
6. [www.innoland.az](http://www.innoland.az) - İnkubasiya və Akselerasiya Mərkəzi
7. [www.iqtisadiislahat.org](http://www.iqtisadiislahat.org) - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiyası
8. [www.paulgraham.com/growth.html](http://www.paulgraham.com/growth.html) Startup Equals Growth / Graham Paul. September 2012
9. [www.khazarventures.com](http://www.khazarventures.com) – Xəzər Vençur Şirkəti
10. [www.startup.az](http://www.startup.az) - Startup Azərbaycan layihəsi
11. [www.startupblink.com](http://www.startupblink.com) - StartupBlink Ranking Reportu
12. [www.startupgenome.com](http://www.startupgenome.com) – Startup Genomu Reportu
13. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az) – Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin saytı
14. [www.weforum.org](http://www.weforum.org) – Dünya İqtisadi Forumunun saytı
15. [www.yenifikir.az](http://www.yenifikir.az) – Yeni Fikir Yarışması
16. [www.youthinc.az](http://www.youthinc.az) Youtch Inc. Mərkəzi
17. [www.zdnet.com/article/understanding-the-enterprise-startup-lifecycle/Charles McLellan](http://www.zdnet.com/article/understanding-the-enterprise-startup-lifecycle/Charles%20McLellan)



### **Cədvəllərin siyahısı**

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Cədvəl 1: Həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində startapların maliyyələşmə mənbələri.....                                 | 39 |
| Cədvəl 2: Chi-square testinin nəticəsi: startapların inkişaf mərhələləri ilə maliyyələşmə metodları arasındakı əlaqə..... | 46 |
| Cədvəl 3: Chi-square testinin nəticəsi: Profesional təcürbə ilə maliyyələşmə metodları arasındakı əlaqə.....              | 46 |

## **Şəkillərin siyahısı**

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Şəkil 1: Startapların maliyyələşmə mərhələləri.....                       | 31 |
| Şəkil 2: Azərbaycanda startap qurucularının professional təcübəsi.....    | 42 |
| Şəkil 3: Azərbaycanda startaplarının inkişaf mərhələləri.....             | 43 |
| Şəkil 4: Azərbaycanda startaplarının maliyyələşmə mənbələri.....          | 44 |
| Şəkil 5: Doing biznes hesabatı 2020.....                                  | 49 |
| Şəkil 6: Doing biznes hesabatı 2020.....                                  | 51 |
| Şəkil 7: Doing biznes hesabatı 2020.....                                  | 53 |
| Şəkil 8: Doing biznes hesabatı 2020.....                                  | 55 |
| Şəkil 9: 2008 və 2018-ci illərdə dünyanın 10 ən böyük şirkəti .....       | 57 |
| Şəkil 10: Ən inkişaf etmiş 30 startap ekosistemi.....                     | 58 |
| Şəkil 11: The startupblink rankingdə sıralamasıda ilk 10 ölkə.....        | 60 |
| Şəkil 12: The Startupblink ranking sıralamasıda ABŞ-ın ilk 10 şəhəri..... | 61 |
| Şəkil 13. The Startupblink ranking sıralamasıda İsrail şəhərləri.....     | 61 |
| Şəkil 14. The Startupblink ranking sıralamasında Çin şəhərləri.....       | 65 |
| Şəkil 15. The Startupblink ranking sıralamasında Estoniya şəhərləri.....  | 67 |