

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/377117822>

İnnovasiya və Sahibkarlıq: Startap Eksosistemi

Book · January 2024

CITATIONS

0

READS

1,417

5 authors, including:



Farid İsmayilzada

Maastricht School of Management

3 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE



Suleymanov Elchin

National Observatory on Labour Market and Social Protection Affairs

329 PUBLICATIONS 1,076 CITATIONS

SEE PROFILE



Vusal Gasimli

15 PUBLICATIONS 5 CITATIONS

SEE PROFILE



İNNOVASIYA

VƏ SAHİBKARLIQ

STARTAP

EKOSİSTEMİ

Prof.Dr. Vüsal Qasımlının elmi redaktorluğu ilə

**İNNOVASIYA VƏ SAHİBKARLIQ:
STARTAP EKSOSİSTEMİ**

**MEHMET TOSUN
ELÇİN SÜLEYMANOV
MƏTANƏT MUSAYEVA
İSA QASIMOV
MƏTANƏT RƏSULOVA
URXAN SEYİDOV
FƏRİD İSMAYILZADƏ**

Bakı Mühəndislik Universitetinin Tədris Metodiki Şurasının
01.11. 2023-ci il 46-saylı protokolu ilə dərs vəsaiti kimi təsdiq edilmişdir.

Elmi redaktor: Prof. Dr. Vüsal Qasımlı

Rəyçilər:

Rəhmanov F.P.

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin İqtisadiyyat kafedrasının
professoru, i.e.d**

Əzizov M.B.

**Bakı Mühəndislik Universitetinin İqtisadiyyat fakültəsinin dekanı, i.ü.f.d.
dosent.**

Layihənin koordinatoru: PhD., dosent Mətanət Musayeva

Redaktor: Dr. Natiq Pənahlı

Bakı 2023



**SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFA DAİR MÜƏYYƏN EDİLMİŞ BEŞ MİLLİ
PRİORİTET SİRASINDA RƏQBƏTLİ İNSAN KAPİTALI VƏ MÜASİR
İNNOVASIYALAR MƏKANININ YARADILMASI DA YER ALIR.
HÖKUMƏT İNNOVASIYALARIN VƏ STARTAP EKOSİSTEMLƏRİNİN
İNKİŞAFI İLƏ BAĞLI ƏMƏLİ ADDIMLAR ATIR.**

İLHAM ƏLİYEV
Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Giriş - professor Vüsal Qasımlı

FƏSİL I. İNNOVASIYA: YARANMASI, MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ – dosent Urxan Seyidov, ADA

- 1.1 İnnovasiya anlayışı
- 1.2 İnnovasiya siyasətinin gücləndirilməsi
- 1.3 Kiçik biznes və innovasiya prosesi

FƏSİL II. İNNOVASIYALARIN İQTİSADİ ARTIMA TƏSİRİ – dosent Elçin Süleymanov, BMU

- 2.1 Qloballaşma dövründə “yumşaq güc”lərin (innovasiyaların) tətbiqi
- 2.2 Rəqəmsal dünyada innovativ yanaşma
- 2.3 İnnovasiya və kiçik-orta sahibkarlığı dəstəkləmə mexanizmi
- 2.4 İnnovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi
- 2.5 İqtisadi tərəqqidə startapların rolu
- 2.6 Vençur fondları
- 2.7 Mələk investorlar

FƏSİL III. ELM VƏ TƏHSİL SAHƏSİNDƏ İNNOVASIYALARIN ROLU – dosent Mətanət Rəsulova, BDU

- 3.1 İnnovasiya fəaliyyətinin elmi əsasları – innovatika
- 3.2 İnnovasiyanın inkişafında elm və təhsilin rolu
- 3.3 Elmin inkişafında innovasiyaların rolu
- 3.4 Təhsilin inkişafında innovasiyaların rolu
- 3.5 Dünyada təhsil sahəsində innovasiya ilə bağlı yeniliklər
- 3.6 Azərbaycanda təhsil standartlarında innovasiya ilə bağlı akademik boşluqlar
- 3.7 Elm və təhsil inteqrasiyasının dayanıqlı təmali – İnnovasiya

FƏSİL IV. SAHİBKARLIQ EKOSİSTEMLƏRİNƏ DÖVLƏT DƏSTƏYİ: AZƏRBAYCANA ÜMUMİ BAXIŞ VƏ SİYASƏT SEÇİMLƏRİ- professor Mehmet Tosun, Nevada Universiteti

- 4.1 Sahibkarlıq Ekosistemləri
- 4.2 Sahibkarlıq ekosistemlərində hökumətin rolu
- 4.3 Sahibkarlıq aktivlərinin mərkəzləşdirilməsi
- 4.4 Sahibkarlıq təhsili
- 4.5 Hökumət sahibkarlıq və innovasiya platforması rolunda
- 4.6 Sahibkarlıq ekosisteminin beynəlmilləşdirilməsi
- 4.7 Sahibkarlıq və iqtisadiyyatın diversifikasiyası
- 4.8 Hökumət dəstəyinə mərkəzləşdirilməmiş yanaşma

FƏSİL V. İDEYADAN BİZNESƏ – Fərid İsmayilzadə, Technovate Investments MMC-nin təsisçisi və prezidenti

- 5.1 Startap nədir?
- 5.2 Startaplar milli iqtisadiyyata tövhə verir
- 5.3 Startaplar həm elmə, həm də biznesə marağı artırır
- 5.4 Startaplar texnoloji inkişafı təmin edir
- 5.5 Startap krizi fürsətə çevirir
- 5.6 Startapın biznesə çevrilməsi
- 5.7 Məhşur startapların uğur hekayələri
- 5.8 Startapların qarşılaşdıqları əsas problemlər

FƏSİL VI. STARTAPLARIN İDARƏ OLUNMASINDA XARİCİ TƏCRÜBƏ - dosent Mətanət Musayeva, İİTKM

- 6.1 Elmi-texniki tərəqqi, innovasiya və startaplar: ABŞ modeli
- 6.2 Texnoloji inqilab, innovasiya və startaplar: Yaponiya modeli
- 6.3 Qloballaşma, innovasiya və startaplar: Qərbi Avropa ölkələri
- 6.4 İqtisadi artım, innovasiya və startaplar: Şərqi və cənub-şərqi Asiya ölkələri
- 6.5 Rəqabətqabiliyyətlilik, innovasiya və startaplar : Mərkəzi Asiya ölkələri
- 6.6 İqtisadi inkişaf tempi, innovasiya və startaplar: Türkiyə

6.7 İnnovasiya və startaplar: İsrail modeli

6.8 Qlobal Startap Ekosisteminə çıxış imkanları

FƏSİL VII. AZƏRBAYCANDA İNNOVASIYA: STARTAP EKOSİSTEMİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏRİ – dosent, İsa Qasımov, BMU

7.1. Azərbaycan startap ekosisteminin formalaşmasının institusional məsələləri haqqında

7.2 Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksi hesabatlarında

7.3 Elm-təhsil-biznes əməkdaşlığının startap mühitinin inkişafında rolu

7.4 Azərbaycanda startap mühitinin inkişafında universitetlərin rolu və gözləntilərin təhlili anket nəticələrində

7.5 Azərbaycanda biznes inkubasiya və akselerasiya xidməti verən bəzi mərkəzlər haqqında

7.6 Startapların işinə mane olan amillər və Azərbaycanda startapların inkişaf problemləri haqqında

7.7 Azərbaycanda startap ekosistemin inkişafında potensial perspektivlər

7.8 Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişaf istiqamətləri: nəticə və təkliflər

GİRİŞ

STARTAP EKOSİSTEMİ:

AKTİVLƏŞDİRMƏ, QLOBALLAŞMA, CƏLBEDİCİLİK VƏ İNTEQRASIYA

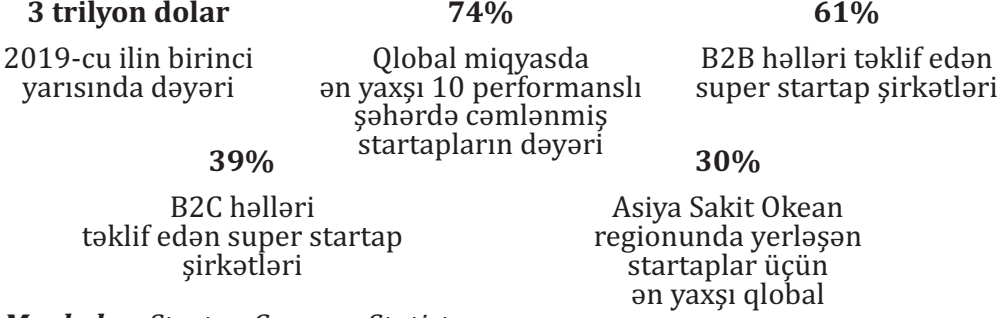
İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin icraçı direktoru, iqtisad elmləri doktoru, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyasının professoru Vüsal Qasımlı

Dinamik və daim inkişaf edən sahibkarlıq dünyasında startaplar innovasiyaların, inqilabi dəyişikliklərin və iqtisadi transformasiyanın hərəkətverici qüvvələrindən biridir. Startaplar status-kvoya meydan oxuyan və riskləri düzgün idarə etməyi bacaran cəsarətli və uzaqgörən biznes liderlərinin özünü təsdiq platforması kimi çıxış edir. Əlinizdəki bu kitab da startapların mətbəxinə səyahət imkanı verməklə yanaşı, onların uğurlarının sirlərini açmaq üçün bələdçi rolunu oynayır. Startaplar həm qlobal, həm də yerli miqyasda iqtisadi artımın və məşğulluğun katalizatorlarındanıdır. Dünya İqtisadi Forumunun hesablamalarına görə, startapların yaratdığı əlavə dəyər G7 ölkələrinin iqtisadiyyatının ÜDM-sinə ilə demək olar ki, bərabərdir və 2021-ci ildə startap maliyyələşdirməsinin məbləği 600 milyard dolları ötüb.

“Qlobal Startup Ekosistemi Hesabatı – 2023” (GSER 2023) göstərir ki, 2020-ci ildən başlayaraq qlobal miqyasda ilk üçlükdə qərarlaşan ekosistemlər dəyişmişdir: Silikon Vadisi ən yüksək mövqeyini qoruyur, ardınca Nyu-York və London gəlir. Boston və Pekin isə 2023-cü ildə müvafiq olaraq altıncı və yeddinci yerlərə düşərək ilk beşlikdən çıxıblar. Bu dəyişiklik Los-Ancelesə dördüncü və Təl-Əvivə isə beşinci yerə yüksəlməyə imkan verib. Sinqapur 10 pillə irəliləyərək səkkizinci yerə yüksəlib və reytingdə ən böyük irəliləyiş əldə edib. Bundan başqa, “GSER 2023” sıralamasında Hindistanda Mumbay, Benqaluru-Karnataka və Dehlinin, Avstraliyada Melburn və Avropada Sürixin startap ekosistemləri də irəliləyiblər.

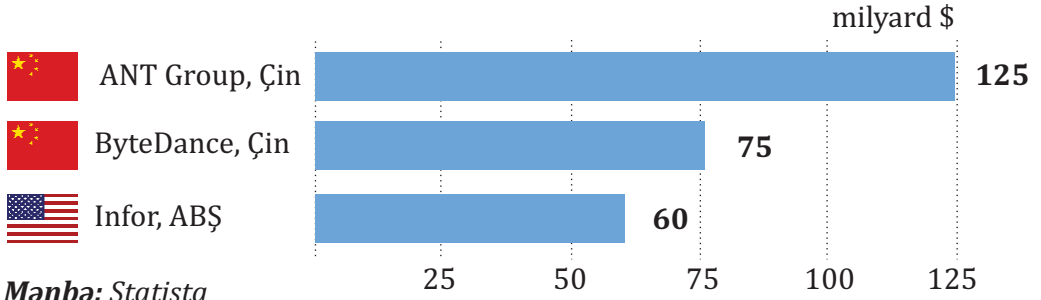
Bilməli olduğunuz 3 Startup Statistikasi

1. Qlobal Başlanğıc İqtisadiyyatı Snapshot



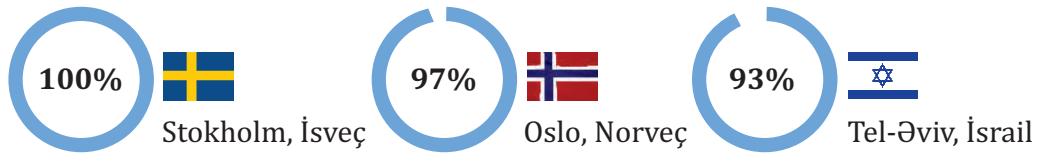
Mənbələr: Startup Genome, Statista

2. Dünyada Ən Dəyərli Unikornları



Mənbə: Statista

3. Startaplar üçün ən yaxşı ölkələr



Mənbə: PricewaterhouseCoopers 2020

Göründüyü kimi, iqtisadiyyatın miqyası bazarın ölçüsünə, kapitala çıxışa, istedadların mövcudluğuna, infrastrukturun keyfiyyətinə və şəbəkələşmə imkanlarına təsir etməklə startap ekosisteminin formalaşmasında həlledici rol oynayır. Startaplar müxtəlif ölçülü iqtisadiyyatlarda yaranıb uğur qazana

bilsələr də, daha böyük iqtisadiyyatlar sahibkarlıq təşəbbüsləri üçün çox vaxt fərqli üstünlük və imkanlar təklif edirlər.

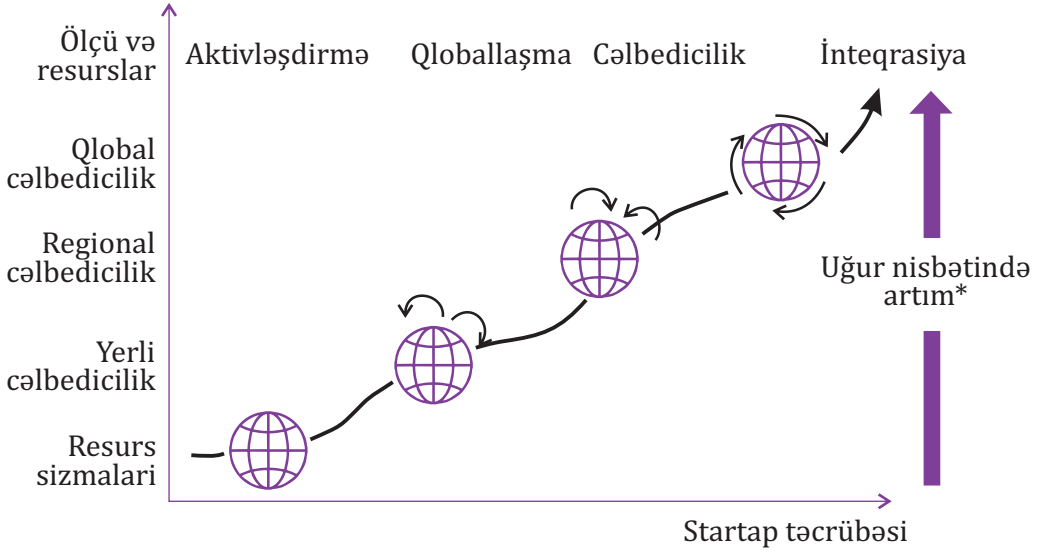
Yüksək və davamlı iqtisadi inkişaf trayektoriyasını hədəfləyən Azərbaycan üçün də startap ekosistemi xüsusi önəm daşıyır. Amma bütün sektorlarda daha böyük iqtisadiyyatlarla birbaşa rəqabət aparmağa çalışmaq əvəzinə, Azərbaycan kimi inkişaf edən bazarlar rəqabət üstünlüyünə malik olduğu konkret sahələri müəyyən edib prioritetləşdirə bilər. Beləliklə, miqyas effektini adlamaqla Azərbaycan öz yolunu seçə və həmin sahələrdə dəstəkləyici startap ekosistemi qura bilər. Bu zaman innovasiya məsələləri üzrə ixtisaslaşmış ABŞ-ın “Startup Genome” şirkəti tərəfindən təsnifləşdirilən dörd inkişaf mərhələsi nəzərə alınmalıdır: aktivləşdirmə, qloballaşma, cəlbədicilik və inteqrasiya. Resursların səmərəli şəkildə bölüşdürülməsi üçün həyat dövrünün, başqa sözlə, startap ekosisteminin hansı mərhələdə olmasının başa düşülməsi vacibdir.

Proses məhdud maliyyə və infrastrukturla erkən inkişafdan, qurulmuş şirkətlərlə yetkin ekosistemlərə və inkişaf edən sahibkarlıq mədəniyyətinə qədər bir çox mərhələlərdən keçir. Siyasətçi, investor və sahibkarlar ekosistemin böyüməsini dəstəkləmək və hər bir mərhələdə qarşıya çıxan problemləri həll etmək üçün onun hansı mərhələdə olduğunu bilməlidirlər.

Dan Senor və Saul Singer tərəfindən yazılmış “Startup Nation” kitabı İsrailin məhdud resurslara malik kiçik bir ölkə olmasına baxmayaraq, innovasiya və sahibkarlıq sahələrində necə global liderə çevrilə bildiyini göstərir. İsrail təcrübəsi rəqabətə davamlı startap ekosistemi qurmaqda israrlı olan və miqyas effektini aşmağı bacaran ölkələr üçün ruhlandırıcı rol-modelidir. Kitabda ÜDM-nin əhəmiyyətli bir hissəsini qabaqcıl texnologiyalara yatıran İsrailin tədqiqat və inkişafa (Research and Development - R&D) verdiyi önəm diqqət çəkilir. Fikrimizcə, İsrail hökuməti və ordusunun texnoloji tərəqqinin təşviqində, hərbi texnologiyanın mülki sektora ötürülməsindəki təcrübəsi bizim üçün də faydalıdır.

Kitabı yazarkən xüsusən də süni intellektin müxtəlif sahələrdə startapların inkişafında getdikcə artan rolunu təhlil etdik. Süni intellekt prosesləri avtomatlaşdırmağa, səmərəliliyi artırmağa və istifadəçi təcrübəsini təkmilləşdirməyə kömək edə bilər.

Ekosistemin Həyat Dövrü Modeli



**Ekosistemlər həyat dövrü boyunca irəlilədikcə, daha yüksək müvəffəqiyyət dərəcələrinə sahib olurlar, yəni ekosistemin daha çox hissəsi maliyyə alır, genişlənir və uğurlu çıxışlara malik olur.*

Mənbə: *Startup Genome, 2023*

Qeyd etmək vacibdir ki, süni intellektin startapların inkişafında rolu sənayedən, biznes modelindən və startapın məqsədlərindən asılı olaraq dəyişə bilər. Biznes analitikası üzrə ixtisaslaşmış "CB Insights" şirkəti tərəfindən 2023-cü ildə hazırlanmış dünyanın ən perspektivli 100 özəl süni intellekt şirkətinin illik siyahısında göstərilir ki, generativ süni intellekt infrastrukturunu, emosiya analitikası və ümumi təyinatlı humanoidlər daha üstün mövqeyə malikdir. "CB Insights" qeyd edir ki, siyahıda olan şirkətlərin təxminən üçdə biri xüsusi sənaye sahələrində süni intellekt tətbiqlərinə, məsələn, media və əyləncə sektoru üçün vizual dublyaj, həmçinin dəb və pərakəndə satış üçün tekstilin təkrar emalına yönəlib. Cəmi 40 təchizatçı süni intellekt köməkçiləri və insan-maşın interfeysləri (Human Machine Interfaces - HMI), rəqəmsal əkizlər, iqlim texnologiyası və qoxu texnologiyası kimi sənayelərarası həllər üzərində fokuslanıb. Bundan əlavə, bu siyahıdakı 27 şirkət süni intellektin inkişafını dəstəkləmək üçün vektor verilənlər bazası texnologiyası və sintetik məlumat dəstləri kimi alətlər hazırlayır.

Qlobal startup ekosisteminin xəritəsini hazırlayan və bu sahə üzrə araşdırmalar aparan “StartupBlink” təşkilatının tərtib etdiyi Qlobal Startup Ekosistemi İndeksinin 2023-cü il üzrə hesabatında ötən illə müqayisədə Azərbaycan bir pillə irəliləyərək 84-cü yerdə, Bakı isə şəhərlərarası reytingdə 31 pillə yüksələrək 412-ci mövqedə qərarlaşıb. Reyting hesablanarkən şəhərlərdə innovasiya mərkəzlərinin, investorların, qeydə alınmış startapların və akselerasiya proqramlarının sayı, o cümlədən startaplar üçün yaradılmış infrastruktur və onlardan istifadə, güzəşt mexanizmləri, universitetlərdə innovasiya tədbirləri, startapların bazar həcmi, tədqiqat və araşdırma işləri kimi meyarlar nəzərə alınır. Qlobal Startup Ekosistemi İndeksinin təhlili göstərir ki, Azərbaycanın startup ekosistemi sahəsində irəliləmək üçün böyük imkanları və potensialı var. Amma müəyyən çağırışların olduğu da unudulmamalıdır. Bu çağırışları belə qruplaşdırmaq olar:

1. startaplar bir çox hallarda ardıcılıq nümayiş etdirə bilmir, “komfort zona”dan çıxmağa tələsmirlər;
2. startapların dünya maliyyə bazarlarına çıxış üçün bacarıq və kanalları yetərli deyil;
3. startaplar ixtisaslı kadrlar və komanda işi baxımından çətinlik çəkirlər;
4. startapların əksəriyyəti yeni ideya əvəzinə, artıq dünyada mövcud olan ideyalara əsaslanırlar;
5. startapların menecment, o cümlədən, planlama, marketinq və satış sahəsində çağırışları var;
6. startapların dəstəklənməsi üçün daha geniş miqyasda kovörkinq, akselerator və inkubatorlara ehtiyac var;
7. startup layihələrinə yerli investorların maraqları yetərincə deyil və s.

Göstərilən çağırışlar həm startaplar, həm investorlar, həm də onların arasında əlaqələri yaradan ekosistemin bütün üzvlərinə aiddir. Deyilənləri nəzərə alaraq, Azərbaycanda startup hərəkətinin daha sistemli xarakter alması və iqtisadi artıma xidmət etməsi üçün kompleks tədbirlərə ehtiyac var.

“Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf

Strategiyası”nda göstərilir ki, uğurlu ölkələrin təcrübələri əsasında biznes startaplarının və inkubatorlarının, ixracyönümlü istehsal və xidmətlər üzrə biznes layihələrinin dəstəklənməsi mexanizmləri təkmilləşdiriləcək. Strategiyaya əsasən, startapların bütün inkişaf mərhələləri üzrə maliyyələşmə mexanizmləri formalaşdırılacaq, startaplar və investorlar üçün məqsədli fiskal imtiyazlar sistemi hazırlanacaq, zəruri sayda istedad ehtiyatı təmin ediləcək. “Abşeron vadisi” innovasiya klasterinin yaradılması da startapların inkişafı üçün əsas platformalardan biri kimi qiymətləndirilir.

Kitabın **“İnnovasiya: yaranması, müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri”** adlı I fəslində innovasiya anlayışı, kiçik biznes və innovasiya prosesinin tənzimlənməsindən bəhs edilir; innovasiyaların kommersiyalaşdırılması və innovasiya siyasətinin gücləndirilməsi haqqında məlumat verilir; innovasiya və əmək bazarında modernləşmə və innovasiyaların tətbiqi məsələləri diqqətə çatdırılır; tələbələr innovativ layihələrin idarə edilməsində şəbəkə modellərindən istifadə qaydaları ilə tanış edilir; həmçinin, innovativ idarəetmə prosesində dövlət-özəl tərəfdaşlığının spesifik xüsusiyyətləri təhlil olunur.

“İnnovasiyaların iqtisadi artıma təsiri” adlı II fəsilə qloballaşma dövründə yumşaq güclərin tətbiqi və rəqəmsal dünya haqqında xarici təcrübə verilir, rəqəmsal diplomatiyada innovativ yanaşma tələbələrin diqqətinə çatdırılır; innovasiyanın kiçik və orta sahibkarlığı dəstəkləmə mexanizminin işlək tərəfləri göstərilir; strateji idarəetmənin xüsusiyyətləri təhlil olunur; innovativ müəssisələrin yaranması ilə bağlı nümunələr göstərilir; innovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi aparılır və iqtisadi tərəqqidə startapların rolu qeyd olunur; vençur fondları və mələk investorlar haqqında məlumat verilir.

Kitabın **“Elm və təhsil sahəsində innovasiyaların rolu”** adlı III fəslində innovasiya fəaliyyətini öyrənən innovatikadan ayrıca bir elm sahəsi kimi bəhs olunur; elm və təhsil ilə innovasiyanın bir-birlərinə qarşılıqlı təsirləri izah edilir; dünyada təhsil sahəsində innovasiya ilə bağlı yeniliklər, həmçinin elm və təhsil inteqrasiyasının dayanıqlı təməli olan innovasiya proqramları diqqətə çatdırılır; Azərbaycanın təhsil standartlarında innovasiya ilə bağlı akademik boşluqlar təhlil olunur.

“Sahibkarlıq ekosistemlərinə dövlət dəstəyi: Azərbaycana ümumi baxış və siyasət seçimləri” adlı IV fəsildə innovasiya fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi məsələləri araşdırılır; milli innovasiya sisteminin təşkili və idarə edilməsi mexanizmləri, həmçinin innovasiya siyasətinin əsas istiqamətləri təqdim olunur; innovasiya siyasətində qanunvericilik və normativ-hüquqi aktların müasir vəziyyəti göstərilir; Azərbaycan Respublikasında innovasiya fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi təhlil olunur və ölkəmizdə innovasiya sisteminin inkişaf prioritetləri verilir; Azərbaycanın innovasiya HUB-na çevrilməsinin perspektivləri diqqətə çatdırılır.

“İdeyadan biznesə” adlı V fəsildə “startap nədir?”, “startaplar milli iqtisadiyyata necə töhfə verir?” kimi suallara cavab tapılır; startapçıların həm elmə, həm də biznesə maraqlarının artırılmasının xarici nümunələri verilir; startapların texnoloji inkişafı təmin etməsi və böhranı fürsətə çevirməsinin imkanları araşdırılır; startapın biznesə çevrilməsi və məşhur startapların uğur hekayələri diqqətə çatdırılır, startapların sirləri uğurlu biznesə gedən yol kimi dəyərləndirilir.

Kitabın **“Startapların idarə olunmasında xarici təcrübə”** adlı VI fəsildə elmi-texniki tərəqqi, innovasiya və startapların inkişafında ABŞ modeli təhlil olunur; texnoloji inqilabın innovasiya və startapların yaranmasına verdiyi təkan baxımından Yaponiya modeli diqqətə çatdırılır; qloballaşma, iqtisadi artım və rəqabətqabiliyyətliliyin təmin olunmasında Qərbi Avropa, Şərqi, Cənub-Şərqi və Mərkəzi Asiya regionlarına daxil olan ölkələrin qabaqcıl startaplarının iş prinsipləri təhlil olunur; iqtisadi inkişaf tempində innovasiya və startapların rolu ilə bağlı İsrail və Türkiyə modelləri Azərbaycanla müqayisə edilir; Azərbaycanda yaranan startapların xarici bazara çıxış imkanları dəyərləndirilir.

“Azərbaycanda startap ekosisteminin mövcud vəziyyəti və perspektivləri” adlı VII fəsildə Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin formalaşmasının institusional məsələləri haqqında məlumat verilir; ölkəmizin Qlobal İnnovasiya İndeksi hesabatlarında yeri təhlil edilir; elm-təhsil-biznes əməkdaşlığının startap mühitinə təsiri və onun Azərbaycandakı vəziyyəti haqqında məlumatlar təqdim olunur; Azərbaycanda biznes inkubasiya və

akselerasiya xidməti verən bəzi mərkəzlər haqqında geniş məlumat verilir; yerli startapların işinə mane olan amillər və Azərbaycanda startapların inkişaf problemləri haqqında təhlillər aparılır, startap ekosisteminin inkişafında potensial perspektivlər araşdırılır; innovasiya ekosisteminin, o cümlədən startapların inkişafı istiqamətində nəticə və təkliflər verilir.

Həmmüəllif heyəti bu dərs vəsaitini yazmağı qərarlaşdıranda, məhz Azərbaycanda startap ekosisteminin daha da inkişaf etdirilməsinə töhfə verməyi qarşısına məqsəd qoymuşdu. İnanırıq ki, sahəni dərinləndirən bilən, həmçinin nəzəri və praktik biliklərə sahib olan həmmüəlliflərimiz bu vəzifənin öhdəsindən layiqincə gələ biliblər.

Əziz oxucu, kitabımızın faydalı olması ümidi ilə sizlərə oxuduğunuz üçün təşəkkür edirik!

FƏSİL I.

İNNOVASIYA: YARANMASI, MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Urxan Seyidov, innovasiyalar üzrə ekspert

1.1 İnnovasiya anlayışı

“Narahatlıq doğuran bir məqam var: “dağıdıcı innovasiyalardan” danışan adamların çoxu mövzu üzrə nə bir ciddi kitab, nə də məqalə oxuyublar. “Kompetentli” şəxslər innovasiya konsepsiyasına istinadən öz planlarını əsaslandırmaq lazım olanda, tez-tez bu termini çox geniş mənada işlədirlər”.

Kleyton Kristensen,

*Harvard Biznes Məktəbinin professoru,
“Dağıdıcı innovasiyalar” nəzəriyyəsinin müəllifi*

İnnovasiyalı startap, innovasiyalı sahibkar, innovasiyalı qurum, innovasiyalı iqtisadiyyat, innovasiyalı idarəetmə... Belə təəssürat yaranır ki, “innovasiya” sözünü istənilən başqa sözə əlavə etdikdə, söz birləşməsinin mənası dərhal dəyişir və “innovasiyalı” olur. Kleyton Kristensen əsərlərində vurğulayır ki, bu gün çoxları innovasiyaların “vizioneri”, “inflüenseri”, yolaçanı, “qurucusu” olmağa hazırdırlar, amma nə prosesin özünü, nə də innovasiya nəzəriyyəsini başa düşürlər, bununla belə, hər şeydə uğura ümid bəsləyirlər. **Amma innovasiya ≠ uğur!**

Geniş yayılmış belə bir ifadə var: “o, lazım olan vaxtda və lazım olan yerdə doğulub”. Əgər bu, doğrudursa da, yalnız qismən belədir. Baş verənləri sonradan qiymətləndirmək, hər şeyi bəxtin, uğurun ayağına yazmaq çox asandır. Amma Ralf Voldo Emersonun dediyi kimi, “zəif adamlar uğura inanır, güclülər isə səbəb və nəticəyə”. Buna görə də innovasiyalar sahəsində uğurun nədən ibarət olduğunu anlamağa və onu sistemləşdirməyə cəhd göstərək, həmçinin “dağıdıcı innovasiyalar” nəzəriyyəsini əsas götürərək, onu “ASAN Xidmət” prizmasından təhlil edək.

Amma əvvəlcə innovasiyaların tərifini verək. Bir vaxtlar bizim ensiklopedik mənbələrin səhihliyi haqqında təsəvvürümüzü dəyişmiş məhsula – “Vikipediya”ya müraciət edək. Beləliklə, “viki”yə görə, **innovasiya** bazara yeni

mal və ya xidmətlərin çıxarılması, yaxud da mövcud mal və ya xidmətlərin təqdimatının təkmilləşməsi ilə nəticələnən ideyaların həyata keçirilməsidir. Başqa sözlə, bu ideyaların realizə olunmasıdır.

Burada bazarda tələbatı olan mal və xidmətlərdən söhbət gedir. Biz tez-tez insanlara lazım olmayan texnologiyaların və ya xidmətlərin meydana gəlməsinin şahidi oluruq. Bunun da əsas səbəbi odur ki, bu məhsulların yaradılması haqqında qərar bazar haqqında statistik göstəricilərin real təhlili əsasında deyil, daha çox intuitiv səviyyədə qəbul olunur. Və hətta ideya maraqlı və aktual olarsa belə, o, eyni zamanda cəlbedici olub, istehlakçıların ağına və qəlbinə yol tapmalıdır. Ona görə də **hər yenilik innovasiya deyil**.

Aparıcı beynəlxalq konsaltinq şirkətlərindən birinin rəhbəri Deniel Langerin müşahidələrinə görə, dünyada innovasiyanın nə olduğu haqqında müxtəlif fikirlər var. Langerin sözlərinə görə, o, Avropada işləyəndə ticarət tərəfdaşına yeni məhsul, misal üçün, şampun brendinin yeni formulu və yeni texnologiyalı variantını nümayiş etdirəndə, avropalılar məhsulu, adətən, “innovasiya” məhsulu kimi nəzərdən keçirirdilər. Amma Şimali Amerika və Yaponiyada həmin məhsulu innovasiyalı kimi deyil, sadəcə “yeni layihə” kimi qavrayırlar. Langerin gəldiyi nəticəyə görə, innovasiyada avropalılar texnoloji baxımdan fərqli (məsələn, yeni formul), şimali amerikalılar struktur və görünüş baxımından fərqli (məsələn, təkrar emal olunmuş qablaşdırma), yaponlar isə futuristik **nəsə** görürlər.

Belə müşahidələr ümumiləşdirmə olsa da, göstərir ki, “innovasiya” termini müxtəlif adamlar tərəfindən və müxtəlif kontekstlərlə eyni qavranmaya bilər. Yalnız bir şey aydındır: hər kəs innovasiyalı görünməyə çalışır və bu da termindən hədsiz çox istifadəyə səbəb olur. Halbuki bir çox hallarda bu, yalnız mövcud işçi modellərin sürətinin çıxarılmasıdır və bunu daha dəqiq “imitasiya” adlandırmaq olar.

İnnovasiya haqqında ümumi təsəvvür əldə etdikdən sonra indi də *dövlət innovasiyaları* anlayışını açıqlayaq.

İƏİT-in (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) innovasiyalar haqqında hesabatına görə, **dövlət innovasiyaları** vətəndaşların gündəlik həyatına yeni

təsir üsullarının ixtirası üçün (əsas tərəfdaş qismində) ekosistemin inkişafına xidmət edən kompleks yeni yanaşmalardır. Bu, köhnə strukturların və düşüncə tərzlərinin dəf edilməsini və yeni texnologiyalar, proseslər və ideyaların mənimsənməsini nəzərdə tutur. Bu proses ictimaiyyətin etimadını qazanmağa və onların resurslarının etibarlı idarə olunmasının təmin edilməsinə əsaslanır. Ən əsası isə, innovasiyalar vətəndaşlar üçün rifaha, təhlükəsizliyə və ədalətə yol açır, həmçinin yaradıcılığın stimullaşdırılması və cəmiyyətin potensialının açılması üçün katalizator rolunu oynayır.

Amma innovasiyalarla bağlı hər şey bu qədər sadədirmi? Nə üçün bəzi şirkətlər, şəhərlər, ölkələr qabağa çıxıb, bütün dünyanın beyin mərkəzləri və innovasiya habı ola bilir, başqaları ola bilmir? Bəlkə hər şey maliyyələşdirmə ilə bağlıdır?

Bu sualların cavabları, əslində, birmənalı deyil. Həqiqətən də, varlı ölkələr, adətən, kasıb ölkələrə nisbətən, daha çox elmi, mədəni və texnoloji innovasiyalar istehsal edirlər. Məzmun daha çox stabil institutları və ciddi qanun-qaydaları olan ölkələrdə yaradılır. Bununla belə, 126 ölkədə innovasiyaların yeni reytingi bu tendensiyadan çox maraqlı istisnaların olduğunu göstərir: neftlə zəngin ərəb ölkələri ehtimal olunanın əksinə, xeyli az innovasiyalıdırlar. Zəngin ərəb ölkələrində Qərb səviyyəsində istehlak ola bilər, lakin onlarda Qərb səviyyəsində məhsuldarlıq və innovasiya istehsalı yoxdur. Problem bundadır ki, onlar neft gəlirləri hesabına ənənəvi infrastruktura çox böyük vəsaitlər qoyurlar və iqtisadiyyatlarının bir çox sahələrini maliyyələşdirirlər, amma insan kapitalına, texnologiyaların transferinə, institutların gücləndirilməsinə, eləcə də kiçik və orta biznesin inkişafına investisiya qoyuluşu dünya səviyyəsindəki oxşar sahələrə qoyulan investisiyalardan xeyli aşağıdır.

Bununla bağlı Prezident İlham Əliyevin Azərbaycanda Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı üzrə Agentliyin (KOBİA) yaradılması haqqında Fərmanının vaxtında verildiyini vurğulamaq lazımdır. Agentliyin qarşısında qoyulan vəzifələrə sahibkarlara maliyyə dəstəyinin göstərilməsi, biznes-planın tərtib olunmasına və məhsulun realizə olunmasına köməklik göstərilməsi, həmçinin lazımi treninqlərin aparılması və s. daxildir. Prezidentin "Azərbaycan

Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında” Sərəncamı da çox vacibdir; bu, ölkənin innovativ inkişafı ilə bağlı proseslərin sürətləndirilməsi və optimallaşdırılmasına yönəlib.

Azərbaycanda 4-cü Sənaye İnqilabı yolunu tutmaq üçün ən müasir texnologiyalara, effektiv resurs istehsal metodları və innovasiyalara “sıçrayış etmək” məqsədilə lazımı tədbirləri görməyə bütün imkanlar var. Təsadüfi deyil ki, Davosda çıxışında İlham Əliyev vurğulamışdı ki, Azərbaycan Dördüncü Sənaye İnqilabı istiqamətində qəti addımlar atır və Azərbaycan hökuməti ilə Dördüncü Sənaye İnqilabının mərkəzi olan Dünya İqtisadi Forumu arasında sıx əməkdaşlıq mövcuddur. Bu məqamda Azərbaycan Prezidentinin *“Gələcək neftin və qazın deyil. Neft və qaz bir gün qurtara bilər. Gələcək innovasiyalarda, effektivlikdə, lazımı idarəetmədə, menecmentdə, şəffaflıqda və sahibkarlığa dövlət dəstəyindədir”* sözlərini xatırlatmaq siyasi iradənin nümayişi baxımından önəmlidir (Davos, 2018).

Prezident İlham Əliyevin “Azərbaycan Respublikasında bir sıra dövlət orqanlarının strukturunun optimallaşdırılması və onların idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi üzrə əlavə tədbirlər haqqında” Fərmanı xüsusilə vacibdir. Bu Fərmanın ən vacib bəndlərindən biri budur: Azərbaycan Prezidentinin 5 sentyabr 2012-ci il tarixli “Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Əhaliyə xidmətlər göstərilməsi və sosial innovasiyalar üzrə Dövlət agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Fərmanında təsvir olunmuş dövlət xidmətlərinin hamısının yalnız Bakı şəhərindəki və ölkənin digər inzibati-ərazi vahidlərindəki “ASAN Xidmət” mərkəzlərində göstərilməlidir.

“ASAN Xidmət”in uğurunu “dağıdıcı innovasiyalar” nəzəriyyəsi baxımından nəzərdən keçirməyə çalışaq. Beləliklə, K.Kristensenə görə, bu, bazarda dəyərlərin nisbətini dəyişən innovasiyalardır. Bu zaman köhnə məhsullar qeyri-rəqabətqabiliyyətli olurlar, çünki sadəcə olaraq əvvəllər üzərində rəqabət gedən parametrlər öz əhəmiyyətini itirir.

Əgər “ASAN Xidmət” mərkəzlərində göstərilən xidmətləri başqa dövlət xidmətləri ilə müqayisə etsək, görərik ki, “ASAN Xidmət” “dəstəkləyici innovasiya”dır. Çünki əslində “ASAN Xidmət” mərkəzlərində göstərilən xidmətləri bu və ya digər yolla başqa yerlərdə də almaq olar, lakin daha az

səmərəli, daha gec və daha az şəffaf şəkildə. Müvafiq olaraq, “ASAN Xidmət”in məqsədli auditoriyası başqa dövlət idarələrinin auditoriyaları ilə eynidir. Bəs nə üçün məhz “ASAN Xidmət” uğurlu oldu?

Məsələ burasındadır ki, Kristensenin nəzəriyyəsinə görə, şirkət daxilində olanda hansısa innovasiya yaratmaq mümkün deyil, çünki tez, ya gec “ənənəvi” biznes və ya bürokratik təfəkkür yeniliklə rəqabət aparmağa və toqquşmağa başlayacaq və son nəticədə layihəni beşiyindəcə boğacaq. Məhz buna görə innovasiya işində ciddi müstəqillik, bürokratik aparatdan kənarında olmaq vacibdir. Axı şirkət böyüdükcə ona çevik və innovasiyalı qalmaq çətinləşir, çünki işin əsasında özünü doğrultmuş və təsdiqlənmiş idarəetmə modeli durur.

“Asiya idarəetmə modeli” kitabında Co Stadvel yazır: *“Orijinal ideyaların generasiyası və realizəsində konsolidasiya və fraqmentləşmə, nəzarət və fəaliyyət sərbəstliyi arasında tarazlığı qorumaq lazımdır. Bu, innovasiyaların inkişafı və maksimum rəqabətqabiliyyətliliyə çatması üçün əsas şərtədir və həm dövlətlərə, həm də şirkətlərə aiddir. Bu, uğur və məğlubiyyətlərin tarixi ilə də özünü təsdiqləyir. Çinin hədsiz siyasi konsolidasiyası dəfələrlə onun inkişafını ləngidən amil olub, amma Avropa qitəsindəki parçalanma və rəqabət onu innovasiyalara, ixtiralara sövq edib. Kiçik, yarım-müstəqil, əsas etibarilə müstəqil fəaliyyət göstərən və bir-biri ilə rəqabət aparan vahidlərdən ibarət olan “Microsoft” şirkəti global lider oldu, amma artan mərkəzləşmə yolunu tutan IBM öz liderliyini itirdi.”*

Kristensen yazır ki, innovasiya problemini həll etmək üçün daha yaxşı idarəetməyə, daha çox işləməyə və kobud səhvlərə yol verməməyə çalışmaq lazımdır. Praktiki tədqiqatlar bunları göstərir: şirkətlərin hamısının effektiv zəhmətsevər rəhbərliyi var. Hamısı səhvə yol verir. Buna görə də onlara düzgün reaksiya göstərmək, heç kimi günahlandırmamaq, həmçinin lazımı nəticə çıxartmaq lazımdır. Düşünməyin ki, siz dərhal güclü irəliləyişə nail olacaqsınız. Məhsulu və ya xidməti sadəcə dərhal çıxardın və nəticənin necə olacağını öyrənin.

Məhsulu alanda biz, əslində, onu bu və ya digər işi görmək üçün “kirayəyə” götürürük. İşin öhdəsindən yaxşı gələrsə, onu təkrar kirayələyirik. İş korlasa isə, onu “işdən çıxarıb”, problemi həll etmək üçün başqa məhsul axtarmağa başlayırıq.

“Nokia” və ya “Blackberry” şirkətlərini yada salın. Demək olmaz ki, orada şirkəti necə idarə etmək lazım olduğunu başa düşməyən və ya innovasiyanın nə olduğunu bilməyən adamlar işləyirdi. Amma onların ağına da gəlməzdi ki, tez bir zamanda oyundankənar vəziyyətdə qalacaqlar; sadəcə ona görə ki, onlar məhsullarının “nə üçün kirayəyə götürülmədiyini” daha bilmirdilər.

“Alphabet” şirkətinin texniki məsləhətçisi Erik Şmidt özünün “Google şirkətinin dərsləri” kitabında yazır: *“İnnovasiyalılıq məhsulun yeniliyindən (texniki insayt) və istifadəçi üçün hazırladığı sürprizdən formalaşır. Əgər siz müştərinizin xahiş etdiyi yeni funksiyaları işləyib hazırlayırsınızsa, deməli, siz innovasiyaçı deyilsiniz. Bunu da etmək lazımdır, lakin bu sizi yeni səviyyəyə qaldırmayacaq. İstehlakçı üçün onun hətta özünün də bilmədiyi, sabah biləcəyi problemi həll etmək daha vacibdir. Bazarın tədqiqi, quyruq iti bulmadığı kimi, biznesi tam idarə etməməlidir”*.

Kristensen “İşçi sual: sizin innovasiyalar kimə lazımdır?” məqaləsində yazır: *“Əgər şirkət mənim nə üçün bir halda müəyyən bir məhsulu “kirayələyib”, digər halda isə başqa məhsulu seçdiyimi başa düşmürsə, onun mənim və mənim kimi adamlar haqqındakı məlumatları çətin ki, mənim üçün hansısa innovasiyanı yaratmağa imkan versin. İnanmaq istərdik ki, biz əldə olan verilənlərdəki vacib qanunauyğunluqları və çarpaz istinadları görə bilərik, amma bu, o demək deyil ki, bunlardan biri özü ilə digərini dartıb gətirir... Əgər siz düzgün sualın necə verildiyini başa düşmürsünüzsə, heç nə öyrənə bilməyəcəksiniz”*. Kristensenin sözlərinə görə, on illərlə böyük şirkətlərin necə iflasa uğradığını gördükdən sonra daha müvafiq sual vermək lazımdır: “Siz bu məhsulu hansı işi görməyə “kirayəyə” götürürsünüz?”

Bu baxımdan “ASAN Xidmət” məhsulu bestseller oldu. Onu həm bürokratik maneələrlə üzləşməmək üçün, həm də korrupsiyaya qarşı ən effektiv vasitə kimi “kirayələyiblər”. Maraqlıdır ki, ASAN-ın işçiləri yenə də əvvəlki kimi dövlət qulluqçuları olsalar da, daha effektiv işləməyə başladılar, çünki yeni mühitə düşdülər və Azərbaycan dövlətinin “dövlət qulluqçusu - vətəndaş” münasibətlərində yeni yanaşmanın formalaşdırılması üzrə siyasətinin bir hissəsi oldular. Bunun əsasında isə operativlik, şəffaflıq, etik davranış qaydaları üzərində nəzarət və rahatlıq durur.

“Scrum. Layihələrin idarə edilməsinin inqilabi metodu” kitabında Ceff Sazerlend “General Motors”un zərərli işləyən müəssisələrindən birini misal çəkir. Zavod rəhbərliyi çox pis əmək intizamı, aşağı məhsuldarlıq və nöqsanlı məhsulun yüksək faizinin öhdəsindən gələ bilmirdi. Bu məqamda zavodun əsasında “Toyota” ilə birgə müəssisə yaratmaq qərarına gəldilər; “General Motors”un təsisçiləri əvvəlki menecerləri saxlayıb yeni işçilər götürməyi təklif etdilər. Yapon həmkarlar isə, əksinə, rəhbərliyin dəyişdirilməsi qərarına gəldilər. Nəticədə, yeni rəhbərlik tezliklə müəssisəni autsayderlikdən liderliyə qaldırdı, bir vaxtlar “pis” olan fəhlələr isə olduqca effektiv və intizamlı oldular. Sazerlend qeyd edirdi ki, *“eyni komandanın analoji layihələr üzərində işinin effektivliyi xeyli fərqlənə bilir. Pis insanlar yoxdur – pis davranışı və aşağı məhsuldarlığı stimullaşdıran pis sistemlər var”*.

Buna görə də təsadüfi deyil ki, “ASAN Xidmət”in əhali tərəfindən təqdir olunma əmsalı 100%-ə yaxındır; “dağıdıcı innovasiyalar” nəzəriyyəsinə müvafiq olaraq müştərinin sizin məhsulu “kirayələdiyi” vaxt aldığı innovasiya təcrübəsi innovasiya prosesinin əsasında durur. Bütün proseslərin optimallaşdırılması və onların təkmilləşdirilməsi “ASAN Xidmət”ə ölkədə və onun sərhədlərindən kənarında innovasiya brendi olmağa imkan verdi. Bunu da vurğulamaq lazımdır ki, “ASAN Xidmət” əldə olunanla kifayətlənməyib, yeni mərkəz – Elektron Hökumətin İnkişafı Mərkəzini yaratdı. Bu, ASAN konsepsiyasının özünün “dağıdılmasını”, onun transformasiyasını və keyfiyyətə yeni “ASAN 2.0”ə keçidi nəzərdə tutur.

Hökumətin həyata keçirdiyi son islahatlar göstərir ki, dövlət aparatı sahibkar kimi fəaliyyət göstərməyə başlayır və “Agile” metodundan istifadə edərək, XXI əsrin çağırışlarına çevik və effektiv cavab verir. Klaus Şvab özünün “Dördüncü sənaye inqilabı” kitabında qeyd edir ki, tənzimləyicilər sürətlə dəyişən yeni mühitə uyğunlaşma yollarını tapmalıdırlar, özü də bunu daim etməlidirlər. Siyasəti cəld və əhatəli şəkildə dəyişmək vacib deyil, ən vacibi tənzimləyici və qanunverici bazanı elə düşünüb formalaşdırmaq lazımdır ki, onun əsasında yaradılmış strukturlar dayanıqlı olsun. Hökumət nəyi tənzimlədiyini dəqiq başa düşməlidir və bunu hər dəfə yeni versiyanı işə salanda etməlidir.

Bu yerdə Stiv Cobsun sözlərini yada salaq: “İnnovasiyalar lideri onun yolu ilə gedənlərdən fərqləndirir”. İndi bizim ölkə də innovasiya liderinə çevrilir və innovasiya sahəsindəki təcrübəsini bölüşməyə hazırdır.

1.2 İnnovasiya siyasətinin gücləndirilməsi

“İnnovasiyaların sizin “R&D”yə nə qədər pul xərcləməyinizə heç bir aidiyyəti yoxdur. “Apple” “Mac”ı bazara çıxaranda IBM tədqiqatlara azı 100 dəfə çox pul xərcləyirdi. Məsələn pulda deyil, sizin kadr potensialınızda, onları necə idarə etməyinizdə və onları nə dərəcədə başa düşməyinizdədir”

Stiv Cobs

Hazırda innovasiyalar istənilən şirkətin, universitetin, təşkilatın və ya dövlətin gələcək inkişaf üzrə strateji planlaşdırmasının ayrılmaz hissəsi hesab olunur. Amma innovasiya mədəniyyətini formalaşdırmaq və innovasiya prosesini uğurla aparmaq, üstəlik, yaxşı bir nəticə əldə etmək hamıya müyəssər olmur. Bundan əvvəlki hissədə biz əsas diqqəti innovasiyanın izahına cəmləşdirdik, innovasiyanın təsadüfi və ya ötəri uğur olmadığını vurğuladıq və ən əsası, göstərdik ki, ənənəvi prosesə və hadisələrin gedişinə sadəcə innovasiya sözünün əlavə edilməsi heç nəyi dəyişmir. Harvardın professoru K.Kristensenin “dağıdıcı innovasiyalar” nəzəriyyəsinə əsaslanaraq, Azərbaycanda “ASAN Xidmət”in uğurunu və onun Elektron Hökumətin İnkişaf Mərkəzinin köməkliyi ilə rəqəmsallaşma prosesindən təbii təkamülünü izah etməyə çalışdıq.

Burada və indi biz bütövlükdə innovasiya ekosisteminin yaradılması, bunun üçün hansı komponentlər və şəraitin lazım olması haqqında sualları cavablandırmağa çalışacağıq və bu hissədə Azərbaycanla bağlı bir neçə uğurlu misal çəkəcəyik.

Amma əvvəlcə oxuculara nə üçün epiqraf qismində Stiv Cobsun deyimini seçdiyimizi izah edək. Məsələn bundadır ki, son vaxtlar hər yerdə belə bir fikir formalaşmış ki, guya innovasiyalar böyük maddi investisiyalar tələb edir. Yəni qanunauyğunluq çox sadədir: pul yoxdursa, innovasiyalar da yoxdur. Bəli, ola bilsin ki, keçmişdə bu, həqiqətən belə olub və pul innovasiyalar üçün zəruri şərt

olub. Buna görə də ehtimal etmək olar ki, Stiv Cobs və Bill Qeyts bu şərtə rəğmən, uğur qazanıblarsa, deməli, onlar nəsə fəvqəladə bir şey ediblər.

Amma bu, o demək deyil ki, dünən doğru olan bu gün də mütləq doğru olacaq. Bu, xüsusilə “Mur qanunu”nun hələ də işlədiyi informasiya texnologiyaları (İT) sahəsinə aiddir. Bu qanuna görə, inteqral sxem kristalı üzərində yerləşdirilən tranzistorların sayı hər 24 aydan bir ikiqat artır. Yəni hər iki ildən bir texnologiyalar daha güclü, sürətli, ölçücə kiçik və qiymətdə daha ucuz olur. Keçmişdə “R&D” (Research and Development - Tədqiqat və İnkişaf) qiymətli strateji aktiv sayılırdı və bu aktiv rəqiblərin bazarda sıxışdırılmasına kömək edirdi. Yalnız “DuPont”, IBM və “AT&T” kimi iri korporasiyalar “R&D”yə sənayedəki rəqiblərindən daha çox investisiya qoymaqla rəqabət apara bilirdilər və bu da sonradan onlara bazarda mənfəətin çox hissəsini ələ keçirməyə imkan verdi. Bu, İT nəhənglərini sıxışdırmağa can atan rəqiblər heç olmasa müəyyən şans qazanmaq üçün “R&D”yə çox böyük resurslar cəlb etməliyidilər.

Müasir dövrdə isə keçmişin aparıcı sənaye müəssisələri yeni, gənc və ambisiyalı startapların yaratdığı qərribə güclü rəqabətlə üzləşirlər. Və nə qədər qərribə də olsa, bu startapçı gənclərin praktik olaraq müstəqil tədqiqatları yoxdur; bunun yerinə onlar açıq innovasiyalardan və bazarda mövcud olan sinerjiyadan faydalanmaqla kifayətlənirlər.

İnnovasiya ekosistemi – bu, coğrafi baxımdan məhdud yerdir. Burada maraqlı tərəflər (sahibkarlar, hökumət, risk kapitalı, universitetlər və korporasiyalar) innovasiyaları stimullaşdıran resursların mübadiləsi üçün birləşirlər; bununla da innovasiya və sahibkarlıq fəaliyyətinə töhfə verirlər. Maraqlı tərəflər birlikdə zəngin innovasiya resurslarını əmələ gətirirlər. Buna görə də novatorlar və sahibkarlar öz töhfələrini verərək, bu resurslardan mənfəət götürə bilirlər.

Nəticədə Aristotelin dediyi alınır: **“Bütöv onun hissələrinin cəmindən çox alınır”**. Məhz buna görə innovasiyaların stimullaşdırılması (iqtisadi, sosial və ekoloji problemlərin həlli üçün nəzərdə tutulmuş mexanizmlərə ən vacib kömək vasitələrindən biridir) hökumət, universitet və şirkətlərin, həmçinin peşəkarlar və vətəndaş cəmiyyətinin gündəliyindədir. Bu birgə fəaliyyət

cəmiyyəti innovasiyalara daha çox diqqət yetirməyə yönəldir. Bu isə, öz növbəsində, bugünkü qloballaşmış bazarda rəqabətin sərtləşməsinə deyil, həm də:

a) iqtisadiyyatın stimullaşdırılmasının və texnoloji nailiyyətlərin nəticəsi kimi yeni imkanların yaradılmasını;

b) yeni məhsullar və sənaye avadanlığının işlənib hazırlanmasında səmərəliliyin artırılmasını;

c) istehsal və bölgü proseslərinin təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutur.

Bunların hamısı ilə təbii resursların artan çatışmazlığı və qlobal istiləşmə, gənclərin işsizliyi və daha fəal sosial inteqrasiya siyasətinin aparılması zərurəti fonunda məşğul olmaq lazım gəlir.

Ayrı-ayrı aktorların innovasiya ekosistemi yaratmaq istəyinə baxmayaraq, statistika göstərir ki, bu kimi cəhdlərin çoxu ya tam uğursuzluqla nəticələnib, ya da ən azı istənilən nəticəni verməyib. Qarşıda qoyulan məqsədə çatmağa mane olan səbəblər çoxdur və onlar öz təbiətinə görə rəngarəngdirlər. Misal üçün,

- innovasiyaların mədəni səviyyəsinin yetərli olmaması;
- əlverişli hüquq çərçivələrini dəyişməyə və yaratmağa hazır olan maraqlı tərəflərin çatışmaması;
- bütün innovasiya zənciri üzrə maliyyə axınının yetərli olmaması;
- aşağı cəlbedicilik və ya şəhərlərin infrastrukturunun zəif inkişafı və digər səbəbləri göstərmək olar...

Digər tərəfdən isə, bu, o demək deyil ki, göstərilən səbəblər uğurlu ekosistem yaradılmasının mütləq şərtləridir və ya onlar bütün regionlarda eyni səviyyədə olmalıdır. Onları daha çox qabaqcıl təcrübə və arzuolunan şərt kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Axı bütün dünyada müəyyən amillərin digərlərini uğurla əvəz edə bilməsini göstərən misallar çoxdur.

Ekosistemin yaradılması mürəkkəb məsələdir. Qloballaşma dövründə innovasiyaların paradokslarından biri budur ki, insanlar dünyanın “yastı” olduğuna inanırdılar. Amma əslində, hər şey tərsinədir: innovasiyalar

baxımından dünya heç də yastı deyil. O, əslində, xeyli kələ-kötürdür. Axı innovasiya prosesləri yalnız bəzi və xeyli yığcam ərazilərdə baş verir. Bunun nə üçün bir regionda baş verib, digərlərində baş verməməsi məsələsini anlamağa çalışaq.

Tarixə müraciət etsək, görərik ki, sənayeləşmənin erkən mərhələlərində innovasiyalar əsasən bir yerdə cəmlənmişdi. XVIII əsrin ortalarında Britaniyada başlayan sənaye inqilabının birinci mərhələsi böyük kömür ehtiyatları, yetərinə işçi qüvvəsi, əlyetər su yolları, yetərinə parça xammalı və s. amillər mövcud müəssisələrdə innovasiya proseslərini sürətləndirdi. Bu, Britaniyanın Mançester kimi şəhərlərinin kəskin sənayeləşməsini və onların kifayət qədər xammala malik olmaq hesabına sənaye mərkəzlərinə çevrilməsini izah edir.

Amma sanki Dördüncü Sənaye İnqilabı ilə bağlı vəziyyət fərqli olacaq. Axı sürətli qlobal kommunikasiyalar yaranıb və onlar innovasiyaları bütün dünya üzrə bərabər paylamalıdır. Amma yenə də onların bəzi şəhərlərdə cəmlənməsini müşahidə edirik.

Məlumdur ki, innovasiyaları ölçmək və dəyərləndirmək çətindir. Buna görə də bu və ya digər ölkədə innovasiyaların inkişaf səviyyəsini göstərən bir neçə ümumi qəbul olunmuş göstəriciləri qeyd edək:

- patentlərin miqdarı və intellektual mülkiyyət hüquqları ilə bağlı vəziyyət;
- tədqiqat və inkişafa (research and development - R&D) ayrılan xərclər;
- yeni startapların miqdarı və s.

Həqiqətən də, innovasiyaların qlobal indekslərinə müraciət etsək, görərik ki, bu göstəricilər hələ də müəyyən mərkəzlərdə xeyli cəmlənmiş şəkildədir. Deməli, innovasiyaların XXI əsrdə də, sənaye inqilabının başlanğıcında olduğu kimi, təxminən eyni qaydada lokallaşmasının səbəblərini başa düşmək lazımdır.

Massaçuset Texnologiyalar İnstitutunun professorları Fil Baden və Fiona Mürrey beş əsas amili fərqləndiriblər ki, məhz onların əsasında müxtəlif maraqlı tərəflər innovasiya iqtisadiyyatını stimullaşdıran siyasətin formalaşdırılmasında iştirak edirlər. Bu amillər aşağıdakılardır:

Şəkil 1. İnnovasiya ekosisteminin 5 amili



Mənbə: MIT Sloan School of Management.

İnsan kapitalı - İnsan kapitalı həqiqətən də yüksək təmərküzləşməyə malikdir. Buna görə də yalnız yüksək təhsilli deyil, həm də müxtəlif sahələrdə dar ixtisaslı mütəxəssislərin bir araya gəlməsi vacibdir. Qayda çox sadədir – **bir neçə istedadlı adam bir yerə yığılanda, başqa istedadlı adamlar da onlara qoşulmaq istəyirlər. Məhz adamlar, yəni insan potensialı şəhərləri innovasiya mərkəzlərinə çevirir.**

Azərbaycan hökuməti çoxdandır ki, “qara qızılı” “insan qızılına” çevirmək siyasətini əldə rəhbər tutur. Prezident İlham Əliyevin müvafiq Fərmanı ilə təsdiq olunmuş “Azərbaycan Respublikası Gənclər Fondunun Nizamnaməsi” nə əsasən, Gənclər Fonduna gənclərin xarici ölkələrin aparıcı ali təhsil müəssisələrində təhsil almasını maliyyələşdirmək tapşırılıb. Prezident İlham Əliyevin cari ilin 1 fevralında gənclərlə görüş zamanı qeyd etdiyi kimi, “gənclər üçün əsas istiqamət, əlbəttə ki, təhsildir, çünki hazırda bilik ön plandadır”. Və insan kapitalının inkişafı konsepsiyası Azərbaycan Respublikasının təhsil sahəsində əsas istiqamətlərdən biridir.

Riskli kapital - İnsan kapitalının təmərküzləşməsi, yəni istedadlı insanların bir yerdə cəmlənməsi maqnit kimi işləyir və ardınca riskli kapitalı da cəlb edir. İnnovasiya müəssisələri və startapların ixtisaslaşdırılmış kapital növünə ehtiyacı var ki, bu kapital riskləri öz üzərinə götürərək, yeni ideyalara,

onların gələcək potensialına, hətta hazırda əldə nəticələrin və ya mənfəətin olmamasına baxmayaraq, böyük məbləğdə pul qoymağa hazırdır. Mütləq yadda saxlamaq lazımdır ki, riskli kapital ixtisaslaşmış kapital formasıdır. Amma ekosistemdə riskli kapitalın həcminin böyük olması o demək deyil ki, bu kapital növü müəssisələrə həqiqətən də kömək edə biləcək dərəcədə optimallaşılıb.

Hazırda Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrin, həmçinin startapların maliyyələşdirilməsi və ya güzəştli maliyyələşdirilməsi üçün çox sayda müxtəlif rəsmi kanallar var. Sevindirici haldır ki, 2023-cü ilin iyun ayının 19-da Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyinin tərkibinə daxil olan İnnovasiyalar üzrə Agentliyin vəsaitlərindən istifadə qaydaları haqqında Sərəncam imzalanıb. Bu Agentlik innovasiya layihələrinə investisiyaların cəlbi üçün bir növ (qrantların ayrılması, güzəştli kreditləmə və vençur maliyyələşdirilməsi vasitəsilə) yolgöstərən olmalı və bununla da riskli müəssisələrin maliyyə mənbələrinə əlyətərliyini sadələşdirməlidir.

İxtisaslaşmış infrastruktur - İnfrastrukturun böyük əhəmiyyəti var, çünki şirkətlərin çoxunun, o cümlədən innovasiya layihələrinin mürəkkəb avadanlıqlara ehtiyacı var. Məsələn, onlara DNK molekulunu ən kiçik təfərrüatlarına qədər nəzərdən keçirmək üçün skanedicil elektron mikroskoplar lazımdır, xəstələri skan etmək üçün MRT maşınlar lazımdır, MVP (*Minimum Viable Product – Minimum Həyatqabiliyyətli Məhsul. Bu, istifadəçi ilə düşünülmüş əks-əlaqə qurmağa imkan verir*) prototipini yaratmaq üçün RPİ (Rəqəmsal Proqram İdarəetməsi) dəzgahlar lazım ola bilər. Və bu yerdə Azərbaycan Prezidentinin ölkə ərazisində innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında Sərəncamının vacibliyi mütləq qeyd olunmalıdır. Məsələn, Sərəncamın 3.3 və 3.4-cü bəndlərində Nazirlər Kabinetinə qabaqcıl texnoloji avadanlıqla təchiz edilmiş elmi-tədqiqat mərkəzləri və laboratoriyaların (tədqiqat infrastrukturunu) reyestrlərinin tərtib olunma və aparılma qaydalarını təsdiq etmək, həmçinin Milli Elmlər Akademiyası ilə birgə dövlət mülkiyyətində olan və ya dövlət vəsaitləri hesabına yaradılan infraqurudardan tədqiqatçıların istifadə etmələri ilə bağlı təkliflər hazırlamaq və Prezidentə təqdim etmək tapşırığı verilib.

Gözlənir ki, lap yaxın zamanlarda laboratoriyalardan yeni, şəffaf və rahat

metodlardan istifadənin şahidi olacağıq. Bu da innovasiya ekosisteminin inkişafı üçün stimül yaradacaq. Ən əsası isə ölkədə kifayət qədər yüksək texnoloji avadanlıqlar olacaq və mütəxəssislərin olmaması və ya çatışmaması səbəbindən bu avadanlıqların istifadəsiz qalması kimi problem aradan qaldırılacaq. Bundan başqa, yerli şəbəkə operatorlarının yaxın gələcəkdə 5G texnologiyalarını tətbiq etmək fikri də yalnız internetin sürətinə deyil, həm də bütövlükdə ekosistemə müsbət təsir göstərəcək. Bu, əşyaların interneti, süni intellekt və s. sahələrdə yeni iş məkanları və bazarlar axtaran böyük texnoloji şirkətləri cəlb etməyə kömək edə bilər.

Tələb - İstənilən iqtisadiyyatın fundamental komponentlərindən biri səviyyəsindən və mürəkkəbliyindən asılı olmayaraq, tələb və təklif qanunudur. Burada isə, əlbəttə, həm demoqrafik göstəricilər, həm də əhalinin hər nəfərinə düşən ÜDM, minimum əməkhaqqı və digər amillər nəzərə alınmalıdır.

Azərbaycan da bu istiqamətdə inkişaf edir. Bu yaxınlarda ölkəmizin əhalisinin sayı on milyonu ötdü ki, bu da respublikada həm siyasi, həm də iqtisadi stabillik sayəsində mümkün oldu. Bu, həmçinin istənilən ölkənin iqtisadiyyatının lokomotivi olan orta sinfi formalaşdırmağa imkan verir. Amma əslində innovasiya ekosisteminin yaradılması üçün nəhəng bazarın olması vacib deyil, müəyyən təbəqəyə xitab edən müvafiq tələbatın yaradılması daha vacibdir. Və bu yerdə Azərbaycan innovasiya layihələri üçün sınaq meydançası ola bilər. Məsələn, ölkədə turizmin inkişafına üstünlük verildiyini nəzərə alaraq, yüksək texnologiyalı tibbi turizmin inkişafına əsaslanan ixtisaslaşmış təklif hazırlamaq olar. Yeri gəlmişkən, 2018-ci ildə Prezident İlham Əliyev Bakıda "Bona Dea" beynəlxalq hospitalın açılışı zamanı bu tibbi mərkəzin kollektivi ilə görüşündə demişdi ki, vaxt gələcək, turistlər Azərbaycana həm də tibbi xidmətlər almaq üçün gələcəklər.

Bunun üçün çox vacibdir ki, əlaqədar dövlət müəssisələri və korporasiyalar tələbi həvəsləndirən əlverişli şəraitin yaradılması təşəbbüsü ilə çıxış etsinlər. Bunun üçün həmçinin qanunvericilikdə dəyişikliklər edilməli, ixtisaslaşdırılmış klasterlər yaradılmalı, elm tutumlu sənaye maliyyələşdirilməli, dünya səviyyəli təhsil mərkəzləri yaradılmalıdır və s.

Mədəniyyət və stimullar - Bu komponent, çox güman ki, innovasiya

ekosisteminin yaradılması zamanı ən mürəkkəb, çətin hiss olunan, amma eyni zamanda çox vacib şərtdir. Yuxarıdakı cədvəldən görüldüyü kimi, startap mədəniyyətini yaratmaq üçün ekosistemin bütün maraqlı tərəflərinin sinerjisi (səylərin birləşdirilməsi) lazımdır.

Bəs nə üçün mədəniyyət və stimullar bu qədər vacibdir? Məsələ bundadır ki, son tədqiqatlara görə, iqtisadiyyatın üzvi innovasiyalar hesabına artımı hər hansı modelin alınması və ya sürətinin çıxarılması hesabına artımından daha sərfəlidir. Amma üzvi və ya yaranan innovasiyalar adətən maraqlı tərəflərin hədsiz səyləri olmadan yaranmır. İnnovasiyaları həvəsləndirən mühiti formalaşdırmaq, yəni risk və uğursuzluqları qəbul etmə mədəniyyətini işləyib hazırlamaq, innovasiya layihələrini və sahibkarlığı dəstəkləmək, yaradıcı və komanda işi üçün meydançalar və platformalar yaratmaq və s. çox vacibdir.

“Zileej”də innovasiyalar üzrə direktor Əhməd Daudun sözlərinə görə, əgər insanlar bilsələr ki, uğursuzluğa görə cəzalandırılacaqlar, heç vaxt fərli bir şey yaratmazlar. **“Eyni dırmığı iki dəfə tapdamaq lazım deyil, amma siz onların hamısından keçməlisiniz. Uğursuzluq ≠ pis iş”** [12]. Amma məsələ bundadır ki, insanlar əvvəlki kimi riskə meyilli deyillər və uğursuzluqla üzləşmək istəmirlər, halbuki əslində innovasiyalarla iş çoxsaylı kiçik eksperimentlərin aparılmasını nəzərdə tutur; onların yalnız bir qismi uğurlu olacaq, çoxu isə uğursuz, amma təhsil, öyrənmə məhz bu uğursuzluqlar üzərində qurulacaq. Bir sözlə, **uğursuzluq uğurun əksi deyil, onun bir hissəsidir.**

Startup mədəniyyətini maraqlı tərəflərin hamısı dəstəkləməlidir; tərəflər və innovasiya sahibkarları arasında qarşılıqlı əlaqənin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, hakatonlar, akseleratorlar və mükafatlı müsabiqələr bütün ekosistemin qarşılıqlı əlaqəsinin ən təsirli vasitələrindəndir. Ən yaxşı proqramlar sahibkarlar və novatorlar üçün dəyərli resurslardır. Onlar sadəcə pul gətirmir: onlar özlərində təhsil və liderliyi birləşdirir, infrastruktura çıxışı və lazımı netvorkinqi təmin edir. İnnovasiya proqramlarının əsas uğuru onların innovasiya ekosisteminə beş maraqlı tərəfin arasında necə əlaqə qurmasındadır. Bu maraqlı tərəflər qarşılıqlı dəstəyə, əməkdaşlığa və mövcud resurslardan birgə istifadəyə kömək edirlər.

1.3 Kiçik biznes və innovasiya prosesi

“İnnovasiyalar hamının gördüyünü görmək, amma heç kimin düşünmədiyi kimi düşündürməkdir”

Albert Sent-Dyördi,

Fiziologiya və tibb üzrə “Nobel” mükafatı laureatı, 1937-ci il

Əvvəlki bölmədə biz beş əsas amilə əsaslanaraq innovasiya ekosistemi necə inkişaf etdirmək barədə təsəvvür yaratmağa çalışdıq. Amma bizim təhlilin ölkələrdəki innovasiyaların səviyyəsi ilə bu sahəyə qoyulan maliyyə vəsaitinin miqdarı arasında qarşılıqlı əlaqənin olması tezisi geniş ictimai diskussiya doğurdu. Əlbəttə, varlı ölkələr kasıb ölkələrə nisbətən, adətən, daha çox elmi, mədəni və texnoloji innovasiyalar istehsal edirlər. Bu ölkələrdə maddi sərvətlər tədqiqatlara və inkişafa, həmçinin dövlət təhsili və səhiyyəsi hesabına insan kapitalının artırılmasının maliyyələşdirilməsinə sərf olunur.

Nəticə çox sadədir: **“innovasiya” binalarına investisiya qoymayın, insanlara investisiya qoyun və bu insanlarla dolu istənilən bina özünü-özlüyündə innovasiyalı olacaq!** Deyirlər: “pulla xoşbəxtlik deyil, ayaqqabı almaq olar; iştəha deyil, yemək; yuxu deyil, yataq; sağlamlıq deyil, dərman almaq olar; dost deyil, nökrər; sevinc deyil, əyləncə; ağıl deyil, müəllim almaq olar”. **İnnovasiya sektorunda da belədir – onları pulla almaq olmaz!**

Büdcədən əlavə vəsaitlərin daxil olması hesabına problemi həll etmək məsələnin öhdəsindən gəlmək demək deyil. Bu həll yalnız qısamüddətli ehtiyacı ödəyə bilər; belə ki, yayda dondurma sərinc gətirə bilər, lakin qlobal istiləşmə və iqlimin dəyişməsi problemini həll edə bilməz. Pul heç vaxt yetərincə olmur, xüsusilə də innovasiyalarda, amma bu, o demək deyil ki, bu səbəbdən bütün sahə boş-boşuna dayanmalıdır.

C.F.Kennedi adına Harvard İdarəetmə Məktəbinin (Harvard Kennedy School) professoru Mett Endrüs (Matt Andrews) deyir ki, onun məsləhət verdiyi müştərilər həmişə işi ləngidən və qarşıda duran məsələləri həll etməyə imkan verməyən üç problemdən şikayət edirlər:

1. pul çatışmır;
2. insan çatışmır;

3. bizdən tələb olunan həll yoxdur.

Lakin bu problemlər, M.Endrüsün fikrincə, özü-özlüyündə daha böyük problemlər yaradırlar. Belə ki, maliyyə şöbəsinin müdiri deyəcək ki, “sizin vəsaitiniz onsuz da yetərincədir”, kadrlar şöbəsinin müdiri deyəcək ki, “onsuz da adamlarınız kifayət qədərdir”. Buna görə də, M.Endrüs deyir ki, hər hansı məsələnin həllinə başlamaq üçün əvvəlcə özünüzə bir neçə sual verməlisiniz. Nə üçün məhz bu problemin həlli vacibdir? Nə üçün pulunuzun olmaması və ya adamların çatışmaması belə ciddi problemdir? Bunun səbəbi nədir? Problem əslində necədir? Hansı daha kiçik problemin həllindən başlamaq lazım idi? və s.

Həqiqətən də, dünyanın hər yerində şirkətlər innovasiyalara nəhəng resurslar - pul, vaxt, güc, təcrübə və bilik sərf edirlər. Amma əgər bu resurslar səhv sualların cavabının axtarılmasına yönəldilibsə, hər şey boşuna gedir. Təcrübə və statistika göstərir ki, özəl sektor pulları daha bacarıqla investisiya edir. Məsələ bundadır ki, özəl şirkətlərdə də büdcə və vaxt limiti mövcuddur. Belə məhdudiyyətlər prosesi bütövlükdə dayandırır, hansı ideyanın təxirə salınmalı olduğunu tez başa düşməyə imkan verir. Əlbəttə, tarixdə istisnalar da olub (“Nokia”, “Blackberry”, “Blockbuster” və b.). Digər tərəfdən, bu istisnalar bizim fikrimizi təsdiqləyir: siz çevikliyi və daxil olan informasiya əsasında eksperimentləri dayandıran kimi uğursuzluğa məhkumsunuz.

Ümidvarıq ki, bu qısa şərh innovasiyalarla resurslar arasındakı qarşılıqlı əlaqəni daha anlaşılıqlı edir. İndi isə innovasiyaların özlərinə qayıtmaq istərdik. Təhlilimizi davam etdirək və innovasiyalı tənliyə sahibkarlığı da əlavə edək. Axı bu iki anlayış paralel şəkildə gedir. Bir tərəfdən, **innovasiya** ideyanın yarandığı vaxtdan uğurlu tətbiqinə və xeyir verməyə başlamasına qədər davam edən implementasiya prosesidir. Digər tərəfdən, **sahibkarlıq** yeni müəssisələrin (startapların) yaradılmasıdır. Və bu anlayışların hər ikisinin ölkələrin iqtisadiyyatına və onların ekosistemlərinə böyük təsirinin olmasına və hətta ekspertlərin onların rollarını eyni qiymətləndirmələrinə baxmayaraq, əslində, onların potensialları fərqlidir. Bütün dünyada bazarı “dağıda bilmək” qabiliyyətinə malik müəssisələrin heç də hamısı innovasiyalı olmadığı kimi, hər startap da yaşamaq potensialına və hətta öz regionunun iqtisadiyyatına təsir edə bilmək imkanına malik olmur. Sevindirici haldır ki, son zamanlar

Azərbaycanın vergi qanunvericiliyi də startapların innovativ fəaliyyəti ilə və KOS-ları (kiçik və orta sahibkarlıq) fərqləndirir.

Bu məqamda innovasiya potensialı ilə sahibkarlıq potensialını bir-birindən fərqləndirmək və onların inkişaf modellərini ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirmək zərurəti yaranır.

İnnovasiya potensialı

İnnovasiya potensialı təşkilatın tamamilə yeni ideyaları işləyib hazırlamaq və tətbiq etmək qabiliyyətini göstərir. Bu, yalnız fundamental elm və tədqiqatların inkişafına deyil, həm də bu ideyaların faydalı məhsullara çevrilməsinə aiddir.

K.Kristensenə görə, innovasiyaların üç əsas növü var:

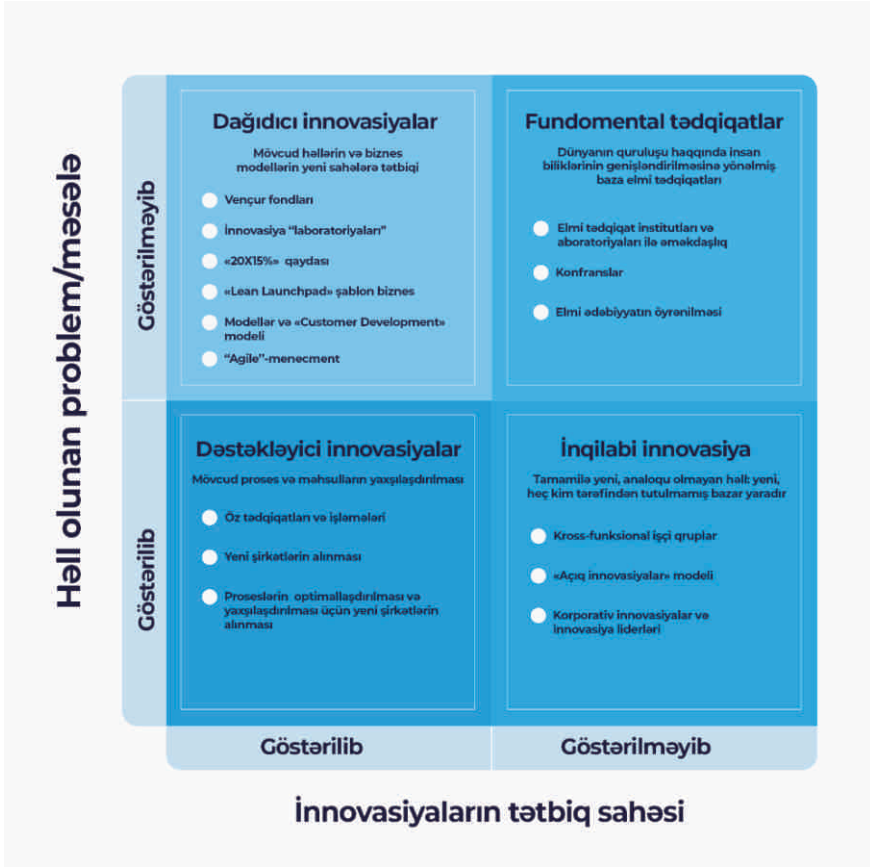
- **Dəstəkləyici innovasiyalar:** artıq mövcud olan məhsul və proseslərin təkmilləşdirilməsinə yönəlirlər;
- **Bazarın aşağı sektorları üçün innovasiyalar:** az xərcli biznes modeli istehlakçılara yönəlir;
- **Dağıdıcı innovasiyalar:** Yeni bazarların fəth olunmasına, yeni istehlakçıların cəlb edilməsinə yönəlir.

Bizim təhlildə isə məsələni sadələşdirmək üçün innovasiyalar iki növə bölünüb:

- **Kiçik innovasiyalar “i”:** bir növ inkrement innovasiyalar olub, mövcud problemlərin həlli və ya mövcud həllərin yeni problemlərə uyğunlaşdırılması üçün istifadə olunur;
- **Böyük innovasiyalar “İ”:** bu növ innovasiyaları inqilabi adlandırmaq olar. Burada elmi-tədqiqat kəşfləri və ya texnologiyalardan (xüsusilə də rəqəmsal dəstəkli texnologiyalardan) “dağıdıcı” şəkildə istifadə edən yeni həllərin tapılması nəzərdə tutulur.

Bir sözlə, böyük “İ” tədqiqat və inkişafı bağlı böyük səyləri, kiçik “i” isə təşkilatın innovativ davranışlarını izah edir.

Şəkil 2. İnnovasiyaların növləri



Mənbə: Harvard Business School

Dərhal qeyd etmək lazımdır ki, insanlar çox vaxt texnologiyaları və innovasiyaları qarışıq salırlar. Texnologiyalar, o cümlədən rəqəmsal texnologiyalar, çox vaxt innovasiyaları stimullaşdırırlar; onlar çoxsaylı innovasiyalara gətirib çıxara bilirlər, amma innovasiya anlayışının özü daha geniş anlayışdır. Bu, biznes-modeldə və ya təşkilatın daxilində ayrıca bir prosesdə innovativlik də ola bilər.

Bizə elə gəlir ki, təşkilatın böyük və kiçik innovasiyalara sahib olması baxımından hansı mövqedə olduğunu anlamaq həqiqətən çox vacibdir. Bu, yalnız zəruri resurslardan istifadə etməklə qarşıdakı məqsədə çatmağa daha yaxşı kömək edə bilər.

Ən yaxşı nəticəyə çatmaq üçün isə sizin "həll" yolunuz sizin "problemə" ən

yaxşı şəkildə uyğun gəlməlidir. Problem və onun həlli arasında uyğunluq nə qədər çox olarsa, ideyanın uğur qazanma ehtimalı bir o qədər çoxdur. İnnovasiya səyahəti “təsəvvür olunan problemi necə həll etməli” ideyasından başlayır. Bundan sonra yolun əsas hissəsi – ideyanın özünün qəlibə salınması və problemin həlli üçün ən müvafiq metodun yaradılması başlayır. Beləliklə, innovasiyalar problem və həll arasında uyğunluqdur. Amma birinci hansı gəlir: həll, yoxsa problem?

Bu sualın birmənalı cavabı yoxdur. Ekspertlər hansı metodologiyanın - nəticənin əldə olunmasına yönəlmiş innovasiyaların, yoxsa problemin həllinə ünvanlanmış innovasiyaların daha effektiv olması barəsində mübahisə edirlər. Bizə elə gəlir ki, ən yaxşı nəticəyə bu iki prosesin birləşdirilməsi yolu ilə çatmaq olar. İnnovasiyaların çoxu diqqətin müştərilərin ehtiyaclarına yönəldilməsindən və bunun ardınca aşkara çıxarılmış problemlərin həllindən başlayır. Digər tərəfdən, universitetlərdə aparılan tədqiqatlarda çox vaxt daha geniş həll yolları tapılır ki, hər şey yaxşı olarsa, real dünyada bu həll yolları daha dar sahədə tətbiq oluna bilər. Buna görə də əslində hardan başlamağın elə böyük fərqi yoxdur, amma bu iki prosesi birləşdirməklə uğur şansını xeyli artırmaq mümkündür.

Prosesi qrafik vasitəsilə əyani təqdim etməyə çalışaq (Şəkil 3).

Şəkil 3. İnnovasiya problemlərinin həllərinin matrisası



Mənbə: Harvard Business School

Absis (üfüqi) oxunda həllin yeniliyi verilib. Beləliklə, solda artıq işlənilmiş həllər başlayır, sağa hərəkət etdikcə isə biz yenilik dərəcəsini artırırıq, amma eyni zamanda biz naməlum yolla getməyə başlayırıq.

Ordinat (şaquli) oxunda problemin yenilik dərəcəsi yerləşdirilib; yəni hərəkət yaxşı anlaşılacaq problemdən başlayır və heç vaxt nəzərə alınmayan və həll olunan yeni problemlərə doğru irəliləyir.

Qrafikin aşağı sol küncündə olanda biz diqqətimizi bizim üçün anlaşılacaq olan əşyalar və əvvəllər üzvləşdiyimiz problemlərin həlli üzərində cəmləyirik. Bunu biz “adi praktika” zonası adlandırırıq. “Radikal innovasiyalar” zonasına doğru irəlilədikcə, biz böyük innovasiyalara çatırıq, ya yeni problemləri mövcud həllərin köməkliyi ilə həll edirik, ya da yeni həlləri mövcud problemlərə tətbiq edirik. Əgər sağ yuxarı küncə hərəkət etsək, onda “radikal innovasiyalar” zonasına, yəni yüksək qeyri-müəyyənlik və böyük risklər zonasına düşərik.

Donald Ramsfeldin (ABŞ-ın respublikaçı siyasətçisi, iki dəfə ABŞ-ın müdafiə naziri olub) dediyi kimi: **“...məlum məlumlar var - o şeylər ki, biz onları bildiyimizi bilirik. Həmçinin məlum naməlumlar var – o şeylər ki, onları bilmədiyimizi bilirik. Amma bir də naməlum naməlumlar var – bu o şeylərdir ki, biz onlar haqqında heç nə bilmədiyimiz haqqında bilmirik”**.

İnnovasiyalarla bağlı naməlumluğu aradan qaldırmaq üçün daha bir izaha diqqət yetirək. Bu izahla oxucu özü tanış ola bilər, çünki orada əyani misallar verilir. Bu hissədə qeyd olunanları belə ümumiləşdirmək olar:

- innovasiyalar istənilən təşkilat və ya ölkədə tam təminatlı ola bilməz;
- uğurun açarı çeviklikdədir;
- innovasiyalar sürətlə dəyişən bilən bir çox problemlərin həlli prosesidir;
- həqiqəti, problemlərin kökünü aşkarlayaraq və prosesin effektivliyini yaxşılaşdıraraq, innovasiyaların inkişaf sürətini artırmaq mümkündür;
- innovasiyalar rəqəmsal texnologiyalar dövründə həm ayrı-ayrı təşkilatların, həm də bütövlükdə dövlətlərin uğuru və dinamik qalması üçün zəruri komponent olub. O cümlədən, böyük innovasiyaların aparılmasına, eyni zamanda isə daha böyük riskli innovasiyalara zərurət xeyli artıb.

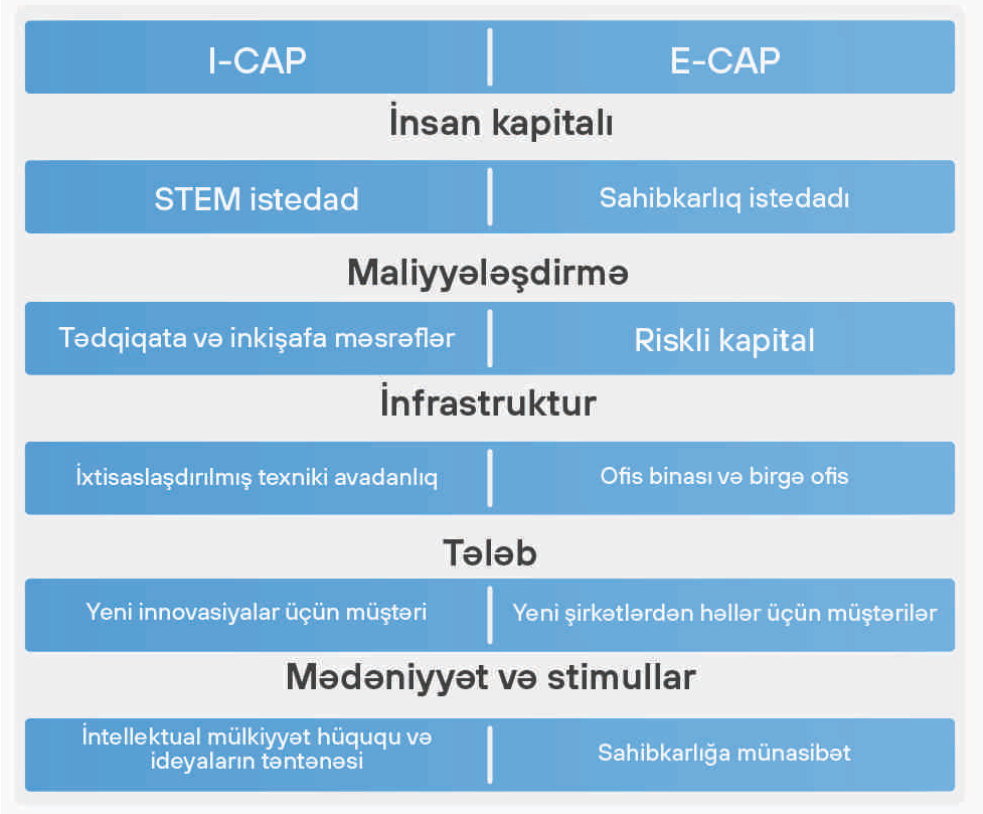
Sahibkarlıq potensialı (E-CAP)

Sahibkarlıq potensialı baxımından hər ölkənin öz üstünlükləri var. Bəzilərinin çox güclü potensialı var, buna görə də ideyaların generasiyası və genişləndirilməsində onlar həqiqətən də üstün mövqedədir. Məsələn, Cənubi Koreya əsl innovasiya dövlətidir, xüsusilə də ideyaların işlənməsi və onların genişləndirilməsi məsələlərində bu ölkə təsadüfi deyil ki, innovasiyaların qlobal indeksində 11-ci yeri tutur. Digər tərəfdən isə, qlobal sahibkarlıq indeksinə görə isə, bu ölkə 24-cü yerdədir. Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində (BƏƏ) hər şey başqa cürdür: onlar innovasiyalara görə 36-cı, sahibkarlığa görə isə 26-cı yerdədir. BƏƏ-nin çox güclü sahibkarlıq potensialı var və o, çoxsaylı müxtəlif startaplar doğurur, amma real innovativ potensiala malik deyil. Yəni dövlət sonradan genişləndirilə biləcək rəqabətqabiliyyətli innovasiyalar yaratmır.

Dünyanın iri innovasiya dövlətləri, bir qayda olaraq, həm innovasiya, həm də sahibkarlıq potensialına malikdir. Məsələn, ABŞ həm innovasiyalar indeksində, həm də sahibkarlıq indeksində 1-ci yeri tutur. Buna görə də əgər bu iki potensialın inkişafı üçün şərait yaradılsa və onlar bir-biri ilə əlaqələndirilsə, iqtisadiyyatda həqiqətən də hərəkətverici qüvvə əldə etmək olar və bu da ekosistemdə lazımı dəyişikliklərə gətirib çıxara bilər.

İnnovasiya ekosisteminin bir az əvvəl qeyd etdiyimiz beş amilini yada salmaq və bu amillərdən çıxış edərək həm innovasiya, həm də sahibkarlıq potensialını təhlil etməyə çalışmaq. İnnovasiya ekosistemini yaratmaq üçün bu iki potensialı birləşdirmək çox vacibdir. Əlbəttə, əvvəlcə diqqəti bir potensial üzərində cəmləmək, sonra isə ikincisini inkişaf etdirmək olar. Yalnız onların sinerjisi ən yaxşı nəticə verir. Amma bunun üçün onları dəqiq ayırmaq və ölçüb-biçməyi bacarmaq lazımdır. Ekosistemin bu struktur vasitəsilə başa düşülməsinin təşkilatlar üçün böyük əhəmiyyəti var, çünki əməkdaşlıq etməyə ümid bağlanan innovasiya ekosistemlərinin güclü və zəif tərəfləri qiymətləndirilir (Şəkil 4).

Şəkil 4. İnnovasiya ekosistemi səviyyəsinin ölçülməsi üçün göstəricilər



Mənbə: MIT Sloan School of Management

Cədvəl 1. İnnovasiya ekosistemi səviyyəsinin ölçülməsi üçün göstəricilər

I-CAP	E-CAP
İnsan kapitalı	
STEM-t ^c hsilin keyfiyyəti	Ali təhsilli məzunların miqdarı
STEM-m ^c zunların c ^c halinin h ^c r n ^c f ^c rin ^c düşən miqdarı	Sahibkarlıq potensialının qavranılma səviyyəsi
PhD m ^c zunların sayı	
Müh ^c ndis v ^c aliml ^c rin yet ^c rliliyi	
Riskli kapital	
ÜDM-y ^c nisb ^c td ^c "R&D"y ^c ayrılan xərclər, %-lə	Borcların asan c ^c lyet ^c rliyi
ÜDM-y ^c nisb ^c td ^c dövl ^c tin "R&D"y ^c ayırdığı xərclər, %-lə	Kreditl ^c rin asan c ^c lyet ^c rliyi
ÜDM-y ^c nisb ^c td ^c öz ^c l sektorun "R&D"yə ayırdığı xərclər, %-lə	ç ^c lyet ^c rli vençur kapitalı
	Vençur investisiyalarının h ^c cmi
	Vençur sövd ^c l ^c şm ^c l ^c rinin miqdarı
İnfrastruktur	
İKT-y ^c çıxış	Elektrik və telefon infrastrukturu
Genişzolaqlı internet	İnternet istifadəçilərinin sayı
İstehsal prosesinin mür ^c kk ^c bliyi	Logistikanın effektivliyi
Son texnologiyalara çıxış	
Tələb	
Texnologiyalarla bağlı dövl ^c t alışlarının miqdarı	Alıcıların t ^c l ^c bkarlığı
Universitetl ^c rin s ^c naye il ^c bağlılığı	Daxili bazarın həcmi
Bazarın ölçül ^c ri, r ^c qab ^c t, ticar ^c t	
Mədəniyyət və stimullar	
Elmi-t ^c dqiqat institutlarının miqdarı	İznes azadlığının səviyyəsi
Alim v ^c müh ^c ndis m ^c zunların faizi	Risk və iflaslar mədəniyyəti
	Sahibkarların işinin qavranılması

Bu fəsildə innovasiya ekosisteminin ümumi prinsiplərini və onların Azərbaycan kontekstində necə qurula biləcəyini nəzərdən keçirdik. Biz həm yerli uğurlardan bəhs etdik, həm də yeniliklər prosesinin əsasında duran universal nəzəriyyələri müzakirə etdik. Bu fəsil innovatorlarımıza qlobal prinsiplərdən istifadə edərək və onları yerli ehtiyaclarımıza və arzularımıza uyğunlaşdıraraq yeni fikirləri həyata keçirməyin ən yaxşı yollarını tapmaqda köməkdə bilər.

FƏSİL II.

İNNOVASIYALARIN İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİ

Dosent Elçin Süleymanov

2.1 Qloballaşma dövründə “yumşaq güc”lərin (innovasiyaların) tətbiqi

Qloballaşma dövründə innovativ ideyaların tətbiqi müəssisələrin rəqabət gücünü artırır və onların inkişaf potensialını dəstəkləyir. Ona görə də müəssisələr qloballaşma tendensiyalarına uyğunlaşmaq və rəqabətli mövqə əldə etmək üçün innovativ yanaşmalar tətbiq etməlidirlər. Çünki innovasiyalar ümumilikdə iqtisadi artıma təkan verən mühüm amildir. Onun iqtisadiyyata yeni ideya və texnologiyaların inkişafı, rəqabət qabiliyyətinin artırılması, yeni iş yerlərinin yaradılması və məhsuldarlığın artırılması kimi bir sıra müsbət təsirləri var. Qloballaşma dövründə innovativ ideyaların uğurla həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı işlər görülməlidir:

- **Bazar araşdırması və müştəri ehtiyaclarını anlamaq:** Qloballaşma müxtəlif bazarlara və mədəniyyətlərə çatmağı tələb edir. İnnovativ ideyaların uğurla həyata keçirilməsi üçün bazar araşdırması aparılmalı və hədəf bazarlarda müştərilərin tələbatları başa düşülməlidir. Müştəriyönümlü yanaşma innovasiyanın uğurunu artırır.
- **Əməkdaşlıq və tərəfdaşlıq:** İnnovativ ideyaların həyata keçirilməsi əməkdaşlıq və strateji tərəfdaşlıqlar vasitəsilə dəstəklənə bilər. Müxtəlif ölkələrdəki müəssisələr yerli bilik və resurslardan istifadə etmək, marketinq şəbəkələrini genişləndirmək və yerli müştərilərə çatmaq üçün tərəfdaşlıq qura bilərlər.
- **İnnovativ texnologiyalardan istifadə:** Qloballaşma dövründə texnologiya mühüm rola malikdir. İnnovativ texnologiyalardan istifadə etməklə müəssisələr öz biznes proseslərini optimallaşdırma, səmərəliliyi artırma və rəqabət üstünlüyü əldə edə bilərlər. Süni intellekt, böyük verilənlərin analitikası, avtomatlaşdırma kimi texnologiyalar bizneslərə innovativ ideyaları effektiv şəkildə həyata keçirməyə kömək edə bilər.
- **Multikultural dəyərlərə adaptasiya:** Qloballaşma müxtəlif mədəniyyətlərlə qarşılıqlı əlaqələrin qurulmasını tələb edir. Bizneslər

mədəni fərqliliklərə hörmət etməli, yerli mədəniyyət və dəyərlərə uyğunlaşmalıdır. İnnovativ ideyaların həyata keçirilməsi mədəni həssaslıq və uyğunlaşma ilə daha uğurlu olur.

- **Risqlərin idarə edilməsi:** Qloballaşma biznes üçün bəzi risklər gətirə bilər. İnnovativ ideyaların həyata keçirilməsində risklərin idarə edilməsi vacibdir. Müəssisələr riskləri qiymətləndirməli, strateji planlaşdırma və müvafiq risk idarəetmə strategiyalarından istifadə edərək riskləri minimuma endirməyə çalışmalıdırlar.
- **Davamlı öyrənmə və təkmilləşmə:** Qloballaşma prosesində müəssisələr davamlı öyrənməyə və inkişafa açıq olmalıdır. Rəy əsasında innovativ ideyaların həyata keçirilməsi davamlı olaraq təkmilləşdirilməlidir. Müəssisələr öz fəaliyyətlərini qiymətləndirməli, uğurları qeyd etməli və təkmilləşdirmə sahələrini müəyyən etmək üçün davamlı rəyöyrənmə mexanizmlərindən istifadə etməlidirlər.

2.2 Rəqəmsal dünyada innovativ yanaşma

Rəqəmsal dünya texnologiyanın inkişafı ilə birlikdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının geniş şəkildə istifadə edildiyi bir mühitdir. Bu mühitdə innovativ yanaşmanın mənimsənilməsi biznesin uğur qazanması üçün vacibdir. Real dünyada innovativ yanaşmanın bəzi xüsusiyyətləri bunlardır:

Texnologiyalara investisiya qoyulması: Texnologiya real dünyada innovasiyanın əsasını təşkil edir. Müəssisələr yeni texnologiyaların kəşfinə, mənimsənilməsinə və istifadəsinə investisiya qoymalıdırlar. Bulud hesablamaları, böyük verilənlərin analitikası, süni intellekt və əşyaların interneti kimi qabaqcıl texnologiyalar bizneslərə yeni imkanlar təqdim edir.

Müştərilərin nəbzini tutmaq: Bu, böyük əhəmiyyət kəsb edən vacib amildir. Yenilikçi müəssisələr müştərilərin gözləntilərini başa düşmək və onlara fərdiləşdirilmiş "istifadəçi dostu" təcrübəsi əsasında yanaşmaq üçün rəqəmsal kanallardan səmərəli istifadə edirlər. Mobil proqramlar, onlayn satış platformaları, sosial media və digər rəqəmsal alətlər müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəni artırır.

Data analitikası və sahibkarlıq zəkası (Business Intelligence): Böyük miqdarda məlumat real dünyada yaradılır. Yenilikçi bizneslər bu məlumatları toplamaq, təhlil etmək və qiymətli məlumatlara çevirmək üçün məlumat analitikasından və biznes kəşfiyyatı həllərindən istifadə edirlər. Bu yolla onlar daha yaxşı qərarlar qəbul edə, bazar tendensiyalarını izləyə və biznes proseslərini optimallaşdırırlar.

Açıq innovasiya və əməkdaşlıq: Qlobal dünyada bizneslər kənar mənbələrdən ideya, bacarıq və resurslar əldə etmək məqsədilə sərhədləri aşmaq üçün açıq innovasiya və əməkdaşlıq modellərini qəbul etməlidirlər. Startaplar universitetlər, digər şirkətlər və icmalarla əməkdaşlıq edərək innovativ layihələri həyata keçirə bilirlər.

Davamlı təkmilləşdirmə və sürətli adaptasiya: Real dünyada dəyişikliklərin sürəti çox yüksəkdir. Yenilikçi müəssisələr daima özlərini nəzərdən keçirir, biznes proseslərini təkmilləşdirir və dəyişən şərtlərə tez uyğunlaşırlar. Sürətli qərar vermə qabiliyyəti, çeviklik və açıq ünsiyyət bu prosesdə vacibdir.

Yaradıcılığın həvəsləndirilməsi: Yenilikçi reklam dünyasında yaradıcılıq və innovasiya təşviq edilməlidir. Müəssisələr işçilərə yaradıcı düşüncə mühiti təqdim etməli və fərqli perspektivlərə dəyər verməlidir. Yeni ideyaları dəstəkləmək və uğursuzluqlara dözmək innovasiyanın inkişafına kömək edir.

Ticarət dünyasında innovativ yanaşmanın mənimsənilməsi bizneslərin rəqabət üstünlüyünü artırır, onlara yeni bazarlar kəşf etməyə imkan verir və davamlı inkişafı dəstəkləyir. Texnologiyaya sərmayə qoymaq, müştəri təcrübəsinə diqqət yetirmək, məlumat analitikasından istifadə etmək, əməkdaşlıqlar qurmaq, sürətli uyğunlaşmanı təmin etmək və yaradıcılığı təşviq etmək biznesin uğurlu olması üçün vacib elementlərdir.

2.3 İnnovasiya və kiçik-orta sahibkarlığı dəstəkləmə mexanizmi

İnnovasiya və kiçik-orta sahibkarlığı dəstəkləmə mexanizmi bir ölkənin iqtisadi baxımdan böyüməsinə və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına yardım etmək üçün silsilə şəklində təşkil edilən proqram, resurs və tədbirlərdən

İbarətdir. Bu mexanizmlər innovativ fikirlər və kiçik-orta sahibkarlığı dəstəkləmək məqsədi ilə qurulur. İnnovasiya və kiçik-orta sahibkarlıq bir ölkənin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır və bu sahələrdə fəaliyyət göstərən şirkətlər və təşəbbüskarlar tərəfindən inkişaf etdirilir. İnnovasiya anlayışı dünya iqtisadiyyatında elmi-texniki tərəqqinin yeni məhsul və texnologiyalarda öz əksini tapmasıdır. İnnovasiya ilə əlaqəli müxtəlif elm adamlarının təriflərinə diqqət yetirsək, hamısında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında onun nə qədər əhəmiyyətli olduğunu vurğulandığını görürük. Məsələn, B.Sontoya görə, innovasiya elə bir iqtisadi-ictimai-texniki prosesdir ki, onun vasitəsi ilə ixtiralar və yeni ideyalardan öz xüsusiyyətlərinə görə daha səmərəli texnologiya, məlumat və məhsullar yaradılır. İqtisadi fayda və mənfəətə yönəldiyi halda onun bazara çıxarılması əlavə məhsul istehsalına gətirib çıxarır. Y.P.Morozova görə isə, innovasiya - yeni məhsul, maliyyə, kommertiya, istehsal və s. xarakterli təşkilati, texniki, sosial, iqtisadi qərarlar formasında yeniliklərdən səmərəli və mənfəətli istifadəni ifadə edir. F.Niksona görə, innovasiya - bazarda təkmilləşmiş və yaxud yeni istehsal avadanlıqlarını, proseslərini meydana gətirən kommertiya, istehsal və texniki tədbirlər toplusudur.

Qloballaşan bir dövrdə innovasiya sahibkarlığı fərqli idarəetmə yanaşması ilə səmərəli təsərrüfatçılıq haqqında ənənəvi təsəvvürləri də özündə əks etdirməklə, geniş bazar oriyentasiyası ilə bağlıdır. Məhz bu səbəbdən dünyanın ən çox inkişaf etmiş firmaları böyük uğura nail olurlar və öz sferalarında rəqib şirkətlərin məhvinə səbəb olan böhranların öhdəsindən gələrək hər dəfə ayaqda qalmaq bacarırlar.

Beynəlxalq standartlara görə, bazarda mövcud olan xidmət və məhsulların yeni yanaşma əsasında təkmilləşdirilməsi və yenidən bazara daxil edilməsi prosesinin son nəticəsi innovasiya adlanır.

İnnovasiya rəqabətin genişlənməsinə və dəstəklənməsinə böyük təsir göstərir. *Birincisi*, istehsal proseslərindəki yeniliklər maliyyə üstünlükləri yaradır, firmalara bazarlara daha rahat daxil olmağa imkan verir. Eyni şəkildə, mövcud şirkət bazara yenilik gətirə bilər, dominant şirkətin hökmranlığına son verə və ya zəiflədə bilər. Şirkətlərin bazar gücünün azalması qiymətlərin

rəqabətli səviyyələrə yaxınlaşmasına və istehlakçıların rifahının yüksəlməsinə səbəb olur. *İkincisi*, innovasiyalar rəqabəti stimullaşdırma bilər. Başqa sözlə, bir şirkətin hazırladığı innovasiya layihəsi digər yerli şirkətləri də yeniliklər etməyə və yeni texnologiyalar tətbiq etməyə məcbur edə bilər. Bu yolla innovasiya prosesi özünü idarə edən prosesə çevrilə bilər. *Üçüncüsü*, innovasiyalar, xüsusən də məhsul və xidmətlərdə yeni bazarların formalaşmasına və rəqabətli sahələrin genişlənməsinə səbəb ola bilər. İnnovasiyalar mal və xidmətlər üçün bazarların rəqabət keyfiyyətini dəyişən təsirlərə malik ola bilər. Bunun təbii ki, mənfi tərəfi də var. Bununla belə, sahibkarlar öz imkanları daxilində sərt rəqabətdən üstün olmalıdırlar.

İnnovasiyaları uğurla idarə edən şirkətlər liderlik və risk götürmə qabiliyyəti olan şirkətlərdir. Şirkət daxilində müəyyən vəzifələrdə çalışan işçilər böyük məsuliyyət daşıyan yeni vəzifələrə təyin olunurlar. Onlar məhdud əlaqələr üçün deyil, əməkdaşlıq üçün bir araya gələn qruplardır və burada daha səmərəli iş mühiti yaranır.

İnnovasiyaları uğurla idarə etmək üçün aşağıdakılar lazımdır:

- şirkətin xüsusi biliyi, təcrübəsi və onlardan istifadə etmək bacarığı olmalıdır;
- korporativ strategiyanın ən mühüm hissəsi kimi innovasiya strategiyası formalaşdırılmalı və şəxsi məlumatların toplanması bu strategiyanın məqsədləri arasında mühüm yer tutmalıdır;
- innovasiya strategiyası sürətlə dəyişən mürəkkəb xarici mühitin tələblərinə cavab verməli, həmçinin cari və gözlənilən texnoloji inkişafı, təhdidləri və bazar tələblərini qiymətləndirmək üçün uyğunlaşdırılmalıdır; daxili strukturlar və proseslər potensial olaraq fərqli tələbləri balanslaşdırılmalıdır. Məqsəd xüsusi məlumatı müəyyən etmək və inkişaf etdirmək, onu texnologiya sahələri, biznes funksiyaları və məhsul xətləri arasında əlçatan etməkdir.

Həm innovativ fikirləri dəstəkləmək, həm də kiçik və orta sahibkarlıq sektorunu inkişaf etdirmək məqsədilə aşağıdakı tədbirlər icra edilə bilər:

- **İnvestisiya və kredit proqramları:** İnkişaf etmək istəyən kiçik və orta

sahibkarlar üçün aşağı faizli kredit və inkişaf fondları təklif edilir;

- **Texniki dəstək, tədqiqat və inkişaf:** İnnovativ layihələri olan şirkətlərə maliyyə və insan resursları sarıdan müvafiq dəstək təklif olunur.

İnnovativ bizneslər üçün strategiyanın idarə edilməsi dəyişikliklərin idarə olunmasında, imkanların düzgün qiymətləndirilməsində və rəqabətdə fərqlənməkdə mühüm rol oynayır. Bu xüsusiyyətlər innovativ mədəniyyətin yaranmasını və təşkilatın daim yenilikçi və rəqabətli olmasını təmin edir.

2.4 İnnovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

İnnovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi bir şirkətin və ya bir ölkənin innovativ potensialını, innovasiyaların ticarət, iqtisadi və sosial effektlərini və bu innovasiyaların uzunmüddətli səmərəliliyini ölçməyi tələb edir. Bu proses bir çox müxtəlif faktorları əhatə edir. İnnovativ tətbiqlər şirkətə iqtisadi nəticələrin, istehsalın və məhsuldarlığın artırılması, yeni iş imkanlarının yaradılması və rəqabət qabiliyyətinin qorunması və artırılması kimi bir sıra üstünlüklər qazandıra bilər. Ümumiyyətlə, innovasiyaların iqtisadi səmərəliliyə təsirlərini belə qruplaşdırmaq mümkündür:

- **Yeni məhsul və xidmətlər:** İnnovasiya fəaliyyəti yeni məhsul və xidmətlərin yaradılmasına və inkişafına kömək edir. Bu da öz növbəsində, iqtisadi artıma və yeni iş imkanlarının yaradılmasına töhfə verir. Ümumilikdə isə, innovasiya fəaliyyəti ilə yaradılan yeni məhsul və xidmətlər iqtisadi səmərəliliyin əsas göstəricilərindəndir. Yeni və yenilikçi məhsul və xidmətlərin istehsalı həm də müştərilər üçün dəyər yaratma potensialını göstərir;
- **Məhsuldarlığın artırılması:** İnnovasiya fəaliyyəti proses və texnologiyaların inkişafını təmin edir ki, bu da işin səmərəliliyini və məhsuldarlığını artırır. İnnovativ metodlar və texnologiyalar tətbiq edildikdə, işlər daha effektiv və sürətlə həyata keçirilir.
- **Rəqabət qabiliyyətinin artırılması:** İnnovasiya fəaliyyəti, o cümlədən yeni texnologiyaların tətbiqi şirkətlərə rəqabət üstünlüyü yaratmaq və müştərilərin tələblərinə vaxtında cavab vermək imkanı verir. Yeni və

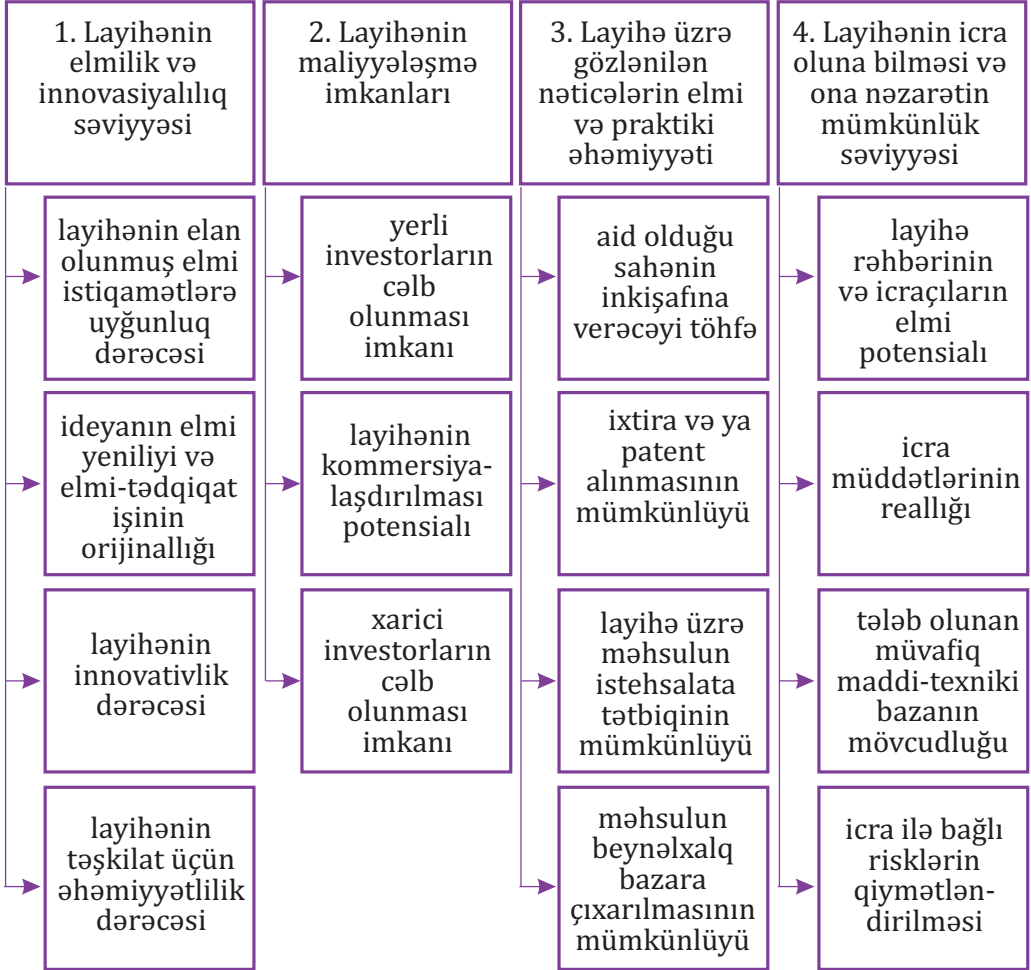
yenilikçi məhsul və xidmətlər şirkətləri müxtəlif bazarlarda fərqləndirir və bu yolla müştərilərin diqqətini cəlb edə bilər; *investisiyaların cəlb edilməsi*: İnnovasiya fəaliyyəti iqtisadiyyatda inkişafı təşviq etmək və sərmayədarları cəlb etmək üçün əhəmiyyətli bir faktordur. İnnovativ fikirlərə, startap şirkətlərə, araşdırma və inkişaf mərkəzlərinə yatırımlar iqtisadi səmərəliliyi artırmaq və innovasiyaların inkişafını təmin etmək üçün əhəmiyyətli bir vasitədir. Ümumilikdə, innovasiyalara qoyulan investisiyanın həcmi bir ölkənin və ya bir şirkətin inkişaf və tədqiqatlara verdiyi önəmin göstəricisidir. Çünki innovasiyalara ayrılan vəsait yeni məhsul və xidmətin ortaya çıxmasına birbaşa təsir edir;

- **İnformasiya və biliyə əsaslanma:** İnnovasiya fəaliyyəti informasiya və biliklərin əldə olunması və işlənməsi ilə əlaqəlidir. İnnovasiyanın tətbiq edilməsi üçün dəqiq məlumatlar, araşdırmalar və tədqiqatlar əhəmiyyətli rol oynayır. Bu da insan kapitalının inkişafına və bilik əsaslı iqtisadiyyatın formalaşmasına kömək edir.
- **İstehsal prosesinin səmərəliliyi:** İnnovasiya fəaliyyəti istehsal proseslərində tətbiq edilən yeniliklər və texnologiyalar sayəsində əmək və digər resursların effektiv istifadəsini təmin edir. Yeni texnologiyalar iş prosesində avtomatlaşmaya gətirib çıxarmaqla enerji itkisinin qarşısını alır və bu yolla səmərəliliyin yüksəlməsinə kömək edir.

Bu gün sürətlə dəyişən və rəqabətli iş dünyasında innovasiya fəaliyyətləri getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya yeni ideyaların, məhsulların və proseslərin yaradılması və həyata keçirilməsi deməkdir. Bəs innovasiyanın iqtisadi effektivliyi necə ölçülür və qiymətləndirilir? İndi innovasiya fəaliyyətinin və təklif olunan layihələrin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan bəzi əsas meyarlara nəzər salaq. Əvvəla, qeyd edək ki, bunlar bütün meyarları əhatə etmir və digər faktorlar da daxil olmaqla, inkişaf etməkdə olan bir iqtisadi sistemin və ya şirkətin innovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün daha çox aspektlər nəzərə alınmalıdır.

Şəkil 1-də innovativ layihələrin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün çərçivə təqdim olunur.

Şəkil 1. İnnovativ strukturlarda layihələrin seçim kriteriyaları üzrə qiymətləndirilməsi meyarları



Mənbə: Shahverdiyeva, R. O. (2020). Evaluation of Innovative Projects On The Basis Of Efficiency Indicators. Problems of Information Technology, 129-141.

İnnovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün yanaşmalara nəzər salaq:

a. İqtisadi göstəricilər: İnnovasiyanın iqtisadi effektivliyini ölçmək üçün istifadə edilən ən geniş yayılmış yanaşmalardan biri iqtisadi göstəricilərin təhlilidir. İnnovasiyaların iqtisadiyyata təsirlərini anlamaq üçün ümumi daxili

məhsulun (ÜDM) artımı, məşğulluq səviyyəsi, ticarət həcmi və şirkətlərin gəlirliliyi kimi göstəricilərdən istifadə etmək olar.

b. Səmərəliliyin ölçülməsi: İnnovasiya fəaliyyətləri şirkətlərin səmərəliliyini artırır. Səmərəlilik tədbirləri innovasiyaların müəssisələrə təsirini müəyyən etmək üçün istifadə olunan başqa bir vasitədir. Biznes proseslərinin təkmilləşdirilməsi, istehsal xərclərinin azalması və innovativ məhsulların tətbiqi kimi amillər məhsuldarlığın artmasının göstəriciləri ola bilər.

c. Elmi tədqiqat və patent təhlili: Elmi tədqiqat və patent təhlili innovasiya fəaliyyətinin iqtisadi effektivliyini qiymətləndirmək üçün də istifadə edilə bilər. Elmi məqalələrin və patent müraciətlərinin sayı və xarakteri ölkənin və ya sənayenin innovasiya imkanlarını əks etdirə bilər. Bu cür təhlillər əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunması və yeni texnologiyaların kommersiyalaşdırılması kimi məsələlər haqqında da məlumat verə bilər.

d. Sosial və ətraf mühitə təsirlər: İnnovasiyanın iqtisadi effektivliyi təkcə maliyyə göstəriciləri ilə deyil, həm də sosial və ətraf mühitə təsirləri nəzərə alınmaqla qiymətləndirilməlidir. Sosial inkişaf, həyat keyfiyyəti və ekoloji davamlılıq kimi sahələrdə innovasiyaların təsirlərinin ölçülməsi daha əhatəli qiymətləndirməni təmin edə bilər.

İnnovasiya siyasətinin effektivliyini qiymətləndirmək də vacibdir. Bu, siyasətçilərə resurslardan daha səmərəli istifadə etməyə, innovasiya prosesini təşviq etməyə və ümumilikdə bu sahədə siyasətin inkişafına imkan verə bilər. İnnovasiya siyasətinə dövlət subsidiyaları, təşviqlər, vergi güzəştləri və qaydalar kimi müxtəlif alətlər daxildir.

2.5 İqtisadi tərəqqidə startapların rolu

Startaplar iqtisadi tərəqqiyə dərin şəkildə təsir edən önəmli bir rola malikdirlər. İqtisadiyyatın inkişafında startaplar bir neçə səbəbə görə əhəmiyyətli rol oynayırlar:

1. Yenilik və kreativlik: Startaplar yenilikçi fikirləri həyata keçirən, yeni məhsul və xidmətlər yaradan və iş proseslərini təkmilləşdirən şirkətlərdir. Bu yeniliklər iqtisadiyyatın böyüməsini, məhsuldarlıq və

səmərəliliyin artırmasını təmin edir. Startaplar müxtəlif sahələrdə yeni texnologiyaların və metodların tətbiqi ilə sektorlararası dəyişikliklərə rəhbərlik edə bilər;

- 2. Yeni iş yerləri:** İnnovativ şirkətlər, o cümlədən startaplar yeni və dinamik iş yerləri və iş imkanları yaradır, yaradıcı insanları istehsal prosesinə cəlb edir. Bu da öz növbəsində, işsizlik səviyyəsini azaldır və insanların məşğulluq imkanlarını artırır.
- 3. İqtisadi böyümə və sərmayə artımı:** Startaplar yeni və innovativ ideyalara sərmayə qoyulmasını cəlb edir. Bu da, iqtisadi artıma və işin həcminin genişlənməsinə gətirib çıxarır. Startaplar sərmayə yatırımları sayəsində ideyalarını maliyyələşdirir, yeni ideyalar ortaya qoya və beləliklə şirkətlərini inkişaf etdirə bilirlər;
- 4. Texnologiyaların tətbiqi və inkubasiya:** Startaplar yeni texnologiyaların tətbiqi və inkişafı üçün önəmli bir mühitdir. İnkubasiya və akselerasiya mərkəzləri yeni təşəbbüslərin inkişafına və sonradan şirkətə çevrilməsinə dəstək olur. Bu mərkəzlər startapları maliyyə, mentorluq və konsultasiya dəstəyi ilə təmin edir. Bu funksiyaları yerinə yetirən beynəlxalq startap dəstəkçiləri də var.
- 5. Rəqabət qabiliyyəti və novatorluq:** Startaplar iqtisadi səviyyədə rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında əhəmiyyətli bir rol oynayirlər. Yenilikçi və innovativ şirkətlər diqqəti cəmlərək, müştərilərin tələblərinə cavab vermək üçün yeni və yaradıcı həllər təklif edə bilirlər. Bu da şirkətlərə rəqabət şəraitində üstünlük qazandırır.

Bu sadalananlara görə startaplar iqtisadi tərdə yenilikləri tətbiq edilirlər iqtisadi tərminə çevrilirlər iqtisadi tərminə bir çox ölkədə iqtisadi tərdə yenilikləri tətbiq etməyə özəl birlər, startaplara disad göstərməyi vətəndaşların qarşısındakı maneələri aradan qaldırmağı hakimiyyət orqanlarının əsas funksiyalarına daxil edilirlər.

2.6 Vençur fondları

Vençur fondları vençur kapitalı (Venture Capital) sektorunda fəaliyyət göstərən investisiya fondlarıdır. Bu fondlar adətən yeni və sürətlə inkişaf edən

şirkətlərə kapital təmin etmək üçün yaradılır. Vençur fondları startaplara, xüsusən də texnologiya, innovasiya və yaradıcı sənayelərdə fəaliyyət göstərən startaplara sərmayə qoymaqla onların böyüməsini dəstəkləyir. Vençur fondları adətən yüksək inkişaf potensialına malik innovativ şirkətlərə investisiya qoyurlar. Bu fondlar adətən erkən inkişaf mərhələsində olan, böyümək və bazarda yer tutmaq üçün sərmayəyə böyük ehtiyac hiss edən şirkətləri kapitalla təmin edir. Bu fondlar startaplara kapital təmin etməklə yanaşı, idarəetmə konsaltinqində, şəbəkələşmədə, marketinq strategiyalarının hazırlanmasında və s. məsələlərdə də onlara dəstək göstərirlər. Ümumilikdə, vençur fondları biznesin böyüməsini dəstəkləmək, innovasiyaları təşviq etmək və yeni ideya və texnologiyaları kommersiyalaşdırmaq məqsədi daşıyırlar. Nəticə olaraq həm özlərinin, həm də maliyyələşdirdikləri şirkətlərin mənfəət qazanmasına imkan verirlər.

Başqa sözlə desək, vençur kapitalı elmi-texniki araşdırmaların, kəşflərin, ixtiraların, kiçik və yeni şirkətlər (məsələn, startaplar) tərəfindən ortaya atılan hər hansı riskli, lakin perspektivli yeniliklərin tətbiq edilməsinin kreditləşdirmə və maliyyələşdirmə formasıdır. Yəni vençur kapitalı bazarda yeni yaranan və özünə müvafiq yer qazanmaq uğrunda mübarizə aparan firmaların maliyyələşdirilməsi üçün nəzərdə tutulan vəsaitin investorlar tərəfindən yatırılmasını təmin edir.

Maliyyələşmə gətirdiyi yeniliklə böyümə potensialı olan şirkətlərə tətbiq olunur. Vençur kapitalının son məqsədi investor kapitalının ən yaxşı ideyalara doğru istiqamətlənməsidir. Bu da həm həyat keyfiyyətini artıran yeni məhsul və xidmət təklif edən startapçılar, həm vençur kapitalı investorları, həm də bütövlükdə cəmiyyət üçün faydalıdır.

Vençur maliyyələşdirilməsində dövlətin aktivliyinin artması ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətini təmin edən perspektivli elmtutumlu sahələrin inkişafında vençur kapitalının rolu və əhəmiyyətinin dərk edilməsi ilə əlaqədardır. Bu məsələdə dövlət dəstəyi, hər şeydən əvvəl, elm, istehsal və bazarın birləşdirilməsinə və onların arasında möhkəm qarşılıqlı əlaqənin qurulmasına yönəldilməlidir. Vençur maliyyələşdirilməsində dövlət vəsaitindən istifadə innovasiya proseslərinin katalizatoru qismində çıxış edir.

Qeyd etdiyimiz kimi, vençur fondları sahibkarlara öz ideyalarını reallaşdırmaq, məhsul və xidmətlərini inkişaf etdirmək, marketing fəaliyyətlərini həyata keçirmək və böyümək üçün lazım olan kapitalı təmin edir. Vençur fondları vençur kapitalı firmaları, özəl kapital firmaları və ya maliyyə institutları tərəfindən yaradılır. İnvestorlar çox vaxt böyük institusional şirkətlər, yüksək xalis gəlirli şəxslər və ailə-biznes təşkilatları ola bilərlər.

Vençur fondları adətən investordan vəsait toplayır və bu vəsaitləri müxtəlif şirkətlərə investisiya qoymaq üçün istifadə edirlər. İnvestisiyalar çox vaxt kapital və ya kapitalın maliyyələşdirilməsi şəklində həyata keçirilir və fond menecerləri sərmayə qoyduqları şirkətlərin böyümə potensialını və dəyərini artırmaq üçün təlimat və məsləhət xidmətləri göstərirlər. Vençur fondları tez-tez investisiyalarını diversifikasiya edir və müxtəlif sahələrdə (informasiya texnologiyaları, səhiyyə, enerji, biotexnologiya, maliyyə texnologiyaları və s.) fəaliyyət göstərən şirkətlərə investisiya qoyurlar. Onlar həmçinin coğrafi cəhətdən fərqli bölgələrdə yerləşən və fəaliyyət göstərən şirkətlərə də investisiya qoya bilərlər.

Vençur fondlarının investisiyalarından bəziləri uğursuz ola və ya gözlənilən gəliri təmin etməyə bilər. Buna görə də investordan çox vaxt diversifikasiya strategiyasından istifadə edirlər. Bu halda, uğurlu investisiyalar yüksək gəlir qazandırır və portfeldəki digər uğursuz investisiyaların itkilərini kompensasiya edir.

Kiçik innovasiya müəssisələrinin (startapların) vençur maliyyələşdirilməsi inkişaf etmiş ölkələrdə ixtisaslaşmış maliyyə qurumları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu məqsədlə müxtəlif qaynaqlardan (iri korporasiyaların vəsaitləri, banklar, şəxsi əmanətlər, pensiya və xeyriyyə fondları, sığorta şirkətlərinin fondları və s.) istifadə edərək kiçik innovasiya müəssisələrini maliyyələşdirmək üçün xüsusi vençur investisiya fondları formalaşdırılır. Vençur kapitalından istifadə innovasiya prosesində prinsipial əhəmiyyət kəsb edən amildir. Belə layihələr o vaxt böyük uğur qazanmaq şansına malik olur ki, onlar kiçik texnoloji şirkətlər vasitəsilə yerinə yetirilir. Müxtəlif səbəblər ucbatından iri şirkətlərin riskli layihələri reallaşdırması çətindir. Vençur kapitalı müvafiq maliyyə alətlərinin köməyi ilə yüksək riskli layihələrin dəstəklənməsində iştirak etməyə

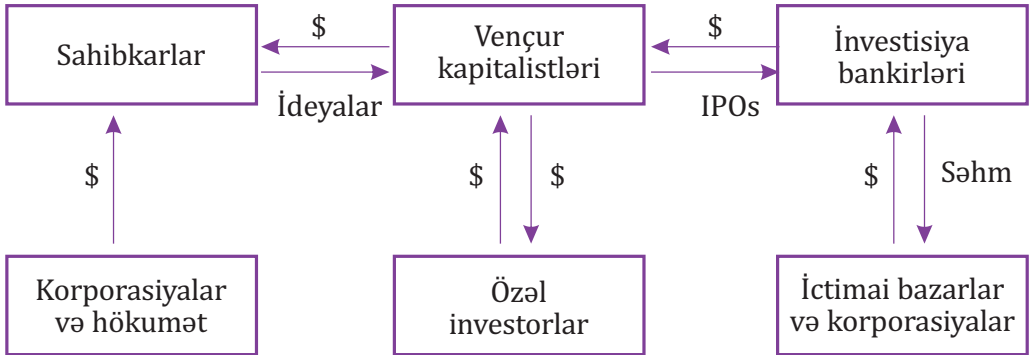
qadırdır. Məsələn, kompüter texnologiyaları sahəsində ciddi uğurqazanmış şirkətlərin hər biri vençur kapitalının hesabına maliyyələşdirilib.

Bəs vençur fondlarının bu işdə qazancları nədir? Bu fondlar adətən məhdud müddət ərzində sərmayə qoyduqları şirkətlərə sahib olurlar və şirkətin dəyəri artdıqca investisiyalarından qazanc əldə etməyi hədəfləyirlər. Vençur fondları böyümə potensialına və uğurlu çıxış strategiyasına malik olmaq üçün investisiya qoyduğu şirkətləri axtarır. Şirkətlər adətən IPO (Initial Public Offering – İlk İctimai Təklif) keçirə, satıla və ya sonrakı mərhələdə birləşdirilə bilər.

İndi vençur kapitalının işləmə mexanizminə nəzər salaq. Aşağıdakı sxemdən də aydın olduğu kimi, vençur kapitallaşması prosesinin dörd əsas iştirakçısı var:

Vençur kapital sənayəsi necə işləyir

Vençur kapitalı sənayesinin dörd əsas oyunçusu var: investorların maliyyələşdirilməsinə ehtiyacı olan sahibkarlar; yüksək gəlir əldə etmək istəyən investorlar; şirkətləri satmağa ehtiyacı olan investisiya bankirləri; və digər üçü üçün bazar yaradaraq özləri üçün pul qazanan vençur kapitalistləri.



- 1. Startaplar, yaxud təşəbbüskarlar** - ideyası olub, pulu olmayan və bu ideyasının biznesə çevrilməsi üçün maliyyə vəsaitinə ehtiyacı olan şəxslər;
- 2. Fərdi investorlar** - sərbəstləşmiş pul vəsaiti olan və bu vəsaiti investisiya

qoyuluşuna xərcləyib daha çox pul qazanmaq istəyən şəxslər;

3. **İnvestisiya bankerləri** - yeni layihələrin hissələrini başqa iri korporasiyalara satan maliyyə insitutlarının bir parçası;
4. **Vençur kapitalistlər** – digər üç iştirakçı üçün bazar formalaşdırmaqla öz gəlirlərini artıran şəxslər. Bu şəxslər həm də bütün bu prosedurun həyata keçirilməsini təmin edirlər.

Vençur fondlarının fəaliyyəti və ümumilikdə vençur kapitallaşması prosesində istifadə olunan termin və ifadələrə aydınlıq gətirməkdə fayda var:

- **Vençur fondun yaradılması:** Vençur fondları adətən investisiya mütəxəssisləri tərəfindən idarə olunan özəl kapital fondlarıdır. Bu fondların təsisçiləri investorlardan vəsait toplamaq məqsədilə bir araya gəlirlər.
- **Fandreyzing:** Bu, fondun təsisçilərinin potensial investorlardan (fiziki şəxslər, institusional investorlar, ailə-biznes qurumları və s.) kapital toplama fəaliyyətidir. İncəsənətçilər də bu cür fondlara sərmayə qoymaqla maraqlı olurlar, çünki fondun fəaliyyəti uğurlu olarsa, investor da bundan qazanc əldə edir.
- **İnvestisiya prosesi:** Fandreyzingdən sonra vençur fondları innovativ müəssisələri və ya şirkətləri təhlil edir və uyğun investisiya imkanlarını müəyyənləşdirirlər. Potensial investisiyaların qiymətləndirilməsi və seçilməsi adətən investisiya mütəxəssisləri və analitiklər tərəfindən həyata keçirilir.
- **İnvestisiya:** Bu, vençur fondlarının öz seçdikləri startaplara və ya şirkətlərə verdikləri kapitaldır. Bu kapital adətən səhmlər və ya səhm investisiyaları şəklində olur.
- **Portfelin idarə edilməsi:** Vençur fondları öz investisiya portfellərini idarə edirlər. Onlar sərmayə qoyduqları şirkətlərin fəaliyyətini izləyir, lazım gəldikdə onlara dəstək verir və onlar üçün müvafiq strategiyalar hazırlayırlar (məsələn, IPO, satış və ya birləşmə). Fondlar sərmayə qoyduqları şirkətlərə strateji rəhbərlik, şəbəkələşmə və əməliyyat dəstəyi kimi əlavə xidmətlər də təklif edə bilirlər.

- **Gəlir əldə etmək:** Vençur fondları investisiyaları uğurlu olarsa, bundan mənfəət əldə etməyi hədəfləyirlər. Bu mənfəət fondun investorları arasında bölüşdürülür.

Vençur maliyyələşdirməsinin səciyyəvi xüsusiyyətləri iki prinsipdə təzahür edir:

- **Birinci prinsip** vençur prosesinin iştirakçıları arasında riskin bölünməsi və paylanmasını nəzərdə tutur. Burada investorların kooperasiyası, maliyyə vasitəçilərinin ixtisaslaşması və əməkdaşlığı vençur kapitalının idarə olunmasının xüsusi metodları vasitəsilə reallaşdırılır.
- **İkinci prinsip** vençur maliyyələşdirməsinin mərhələliyini nəzərdə tutur. Yəni layihənin inkişafının hər bir mərhələsində maliyyələşmənin müxtəlif həcmi və istiqaməti, maliyyələşmənin müxtəlif subyektləri və obyektləri qeyd olunur.

Vençur investisiyalaşdırmasının likvidliyinin təmin edilməsinin mühüm aləti kimi inkişaf etmiş fond bazarı çıxış edir. Vençur investisiyalaşdırmasının infrastrukturunu inkişaf etdirmək məqsədilə fond bazarının inkişafına və uzunmüddətli investorların stimullaşdırılmasına dair dövlət strategiyasının hazırlanması vacibdir.

İnvestorlar üçün vençur kapitalı prosesi

İri vençur fondları hər həftə maliyyələşmək arzusunda olan yüzlərlə müraciət alırlar. İstənilən vençur fondunun veb-saytında müraciətlərə baxış meyarları qeyd olunub. Bu meyarların elan edilməsi investisiyalaşma prosesinin başlanğıcıdır. Prosesə ardıcılıqda nəzər salaq:

1. İlkin baxış

Bu mərhələdə daxil olan ərizələrə baxılır, investisiya üçün ən yaxşı namizədlər süzgcdən keçirilir. Adətən bütün müraciətlərin cəmi 15-20 faizi ilkin baxış mərhələsini keçir.

2. Tərəfdaşın nəzərdən keçirilməsi

İlkin mərhələdən keçən namizəd şirkətlərin məlumatları daha ciddi şəkildə yoxlanması üçün vençur fondunun tərəfdaşlarına ötürürlər. Bu

mərhələni keçmək, şübhəsiz ki, ən çətinidir. Çünki vençur maliyyələşməsi prosesində pulu ayıracaq şəxsləri heyran etmək olduqca vacibdir.

3. İlk görüş

Bu mərhələdə vençur fondunun nümayəndələri startapın təsisçisi və onun rəhbərlik etdiyi komanda ilə tanış olur. Əslində bu görüş “özünüzü təqdim edin” formatından daha çox “mən sizə investisiya qoymaq istəyirəmmi” sualının qoyulmasını əhatə edir.

4. Daxili baxış

Startap təsisçiləri və onların biznes modeli ilə tanış olduqdan sonra vençur fondunun tərəfdaşları daxili müzakirə keçirirlər. Adətən hər iki-dörd həftədə bir dəfə belə müzakirələr keçirilir və ən böyük potensiala malik startaplarla bağlı daxili rəylər öyrənilir.

5. Lazımi araşdırma

Startap layihəsinin potensialının və perspektivinin dəyərləndirilməsi üçün araşdırma prosesi başlaidilir və bu, o qədər də sadə proses olmur. Bu mərhələdə layihənin biznes imkanları, gətirdiyi risklər araşdırılır. Bu zaman müasir texnologiyaların imkanlarından da istifadə edilir.

6. İnvestisiya komitəsi

Yekun qərarın verilməsi üçün investisiya komitəsi təşkil olunur. Bu komitə adətən vençur fondunun nümayəndələrindən, konsultasiya şirkətlərinin təmsilçilərindən, menecerlərdən və digər aidiyyəti şəxslərdən ibarət olur.

7. Yekun

Sonuncu mərhələdə seçilmiş startaplarla bağlı yekun qərar verilir, sövdələşmə rəsmiləşdirilir və nəzərdə tutulan investisiya məbləği startapın hesabına köçürülür.

2023-cü ildə 15 ən böyük vençur kapitalı firmasının siyahısı

Qlobal vençur kapitalı investisiya bazarının həcmi 2022-ci ildə 233,9 milyard ABŞ dollarına çatıb. Bu ekosistemin ən böyük oyunçularına nəzər salaq:

1. Sequoia Capital

1972-ci ildə təsis olunan və ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Menlo Park şəhərində yerləşən “Sequoia Capital” şirkəti dünyanın ən məşhur vəncür kapitalı firmasıdır. 2022-ci ildə idarə etdiyi aktivlərin həcmi 85 milyard ABŞ dolları olub. Bu firma öz seçimlərində nadir hallarda səhvə yol verir. Ən məşhur investisiyalarına “Apple”, “Cisco”, “Google”, “Instagram”, “LinkedIn”, “PayPal”, “WhatsApp” və “Zoom” daxildir.

2. Andreessen Horowitz

2009-cu ildə təsis olunmasına baxmayaraq, vəncür maliyyələşməsində söz sahibi ola bilib. Mərkəzi ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Menlo Park şəhərində yerləşir. İdarə etdiyi aktivlərin həcmi 35 milyard ABŞ dollarına bərabərdir. Firmanın böyük investisiya uğurları arasında “Facebook”, “Groupon”, “Twitter” və “Zynga” var.

3. Kleiner Perkins

ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Menlo Park şəhərində yerləşən “Kleiner Perkins” vəncür kapitalı firması 1972-ci ildə təsis olunub. Nəzarətində olan aktivlərin həcmi 6,8 milyard ABŞ dolları təşkil edir. Son yarım əsrdə bəzi diqqətəlayiq uğurlar əldə edib. Bunlara “America Online”, “Amazon”, “Electronic Arts”, “Google”, “Netscape”, “Sun Microsystems” və “Compaq” daxildir. Ümumilikdə firma 1000-ə yaxın texnologiya şirkətinin ilkin investoru olub.

4. Khosla Ventures

2004-cü ildə ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Menlo Park şəhərində təsis olunub. Nəzarətində olan aktivlərin həcmi 15 milyard ABŞ dollarıdır. “Khosla Ventures” texnologiya firmaları üçün maliyyə təmin etməklə yanaşı, təmiz texnologiyaya da investisiya yatırır. Onun özünü doğrultmuş investisiyalarına “Stripe”, “Instacart”, “DoorDash” və “Square” daxildir.

5. Battery Ventures

1983-cü ildə ABŞ-ın Massaçusets ştatının Boston şəhərində qurulan “Battery Ventures” şirkəti texnologiyalara və proqram təminatına

investisiya qoyur. Nəzarətində olan aktivlərin həcmi 13 milyard ABŞ dollarıdır. Onun yüksək profilli investisiyalarına “CoinBase”, “Databricks”, “Glassdoor” və “Groupon” daxildir.

6. **New Enterprise Associates**

1977-ci ildə ABŞ-ın Merilənd ştatının **Çevy Çeyz şəhərində təsis olunub**. Bir sıra sənaye sektorlarına aid layihələrə toxum mərhələsindən böyümə mərhələsinə qədər dəstək verir. 25 milyard dollarlıq sərmayə ilə dünyanın ən böyük vençur kapitalı firmalarından biridir. Onun yüksək profilli sövdələşmələrinə “Patreon”, “Plaid”, “Upstart” və “UpWork” daxildir.

7. **Founders Fund**

2005-ci ildə ABŞ-ın Kaliforniya ştatının San-Fransisko şəhərində təsis olunub. Nəzarətində olan ümumi aktivlərin həcmi təxminən 11 milyard ABŞ dollarına bərabərdir. Fond onun arxasında duran adlarla, xüsusən də “Napster”, “OpenAI”, “Palantir” və “PayPal” kimi firmaların təsisçiləri olan Peter Thiel və Sean Parker ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Ən uğurlu investisiyalarına “Airbnb”, “Deepmind”, “SpaceX”, “Stripe”, “Spotify” və “Lyft” daxildir.

8. **First Round Capital**

2004-cü ildə San-Fransiskoda təsis olunmuş “First Round Capital” vençur kapitalı şirkəti kimi texnologiya şirkətlərinə ilkin mərhələdə maliyyə təmin etmək üzrə ixtisaslaşıb. 3 milyard dollarlıq aktivə malikdir. Şirkətin əsas istiqaməti layihələrə toxum mərhələsində investisiya etməkdir. “Blue Apron”, “Rover”, “Uber” və “WarbyParker” ən uğurlu investisiyalarıdır.

9. **Accel**

1983-cü ildə ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Palo Alto şəhərində təsis olunmuş “Accel”in Avropa və Çində də ofisləri var. Şirkət 50 milyard dollarlıq aktivlərə nəzarət edir. Onun yüksək profilli investisiyalarına “Etsy”, “Rovio”, “Braintree” və “Atlassian” daxildir.

10. **Greylock Partners**

1965-ci ildə əsas qoyulmuş “Greylock Partners” şirkətinin iqamətgahı

ABŞ-ın Massaçusets ştatının Burlington şəhərində yerləşir. Şirkətin nəzarət etdiyi aktivlərin həcmi 3,5 milyard ABŞ dollarından artıqdır. Şirkət diqqətini əsasən istehlakçı və korporativ proqram təminatı sahəsində fəaliyyət göstərən və erkən inkişaf mərhələsində olan startaplara yönəldir. Onun yüksək profilli investisiyalarına “Facebook”, “Figma”, “Discord” və “CoinBase” daxildir.

11. **Tiger Global Management**

2001-ci ilin martında Nyu-Yorkda təsis olunmuş “Tiger Global Management” şirkəti yalnız vençur kapitalı firması kimi fəaliyyət göstərməsə də, 125 milyard dollarlıq investisiya aktivinə nəzarət edir. Əsasən internet, proqram təminatı, istehlakçı və maliyyə texnologiyaları şirkətlərinə diqqət yetirir. Yüksək profilli investisiyalarına “Chime” və “Data Bricks” daxildir.

12. **Index Ventures**

1996-cı ildə qurulmuş firma daha çox Avropa vençur kapitalı şirkəti kimi tanınır. Lakin onun əsas ofislərindən biri San-Fransiskoda yerləşir. Nəzarət etdiyi investisiya aktivlərinin həcmi 13 milyard dollardır. Əsasən e-ticarət, fintek, oyun, infrastruktur və təhlükəsizliklə bağlı texnologiyalara sərmayə qoyan şirkətin ən məşhur investisiyaları arasında “Betfair”, “MySQL”, “Facebook” və “Zendesk” var.

13. **Softbank Vision Fund**

2017-ci ildə İngiltərənin paytaxtı London şəhərində təsis olunmuş **“Softbank Vision Fund” şirkəti** 154 milyard dollar həcmində investisiya aktivinə nəzarət edir.

Hazırda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən əsas vençur fondları “Khazar Ventures” və “İnfipro” hesab olunurlar. Bu fondlar informasiya texnologiyaları, internet və proqram təminatı üzrə ixtisaslaşan startaplara başlanğıc mərhələdə dəstək olurlar.

İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi, “PAŞA Holding” Şirkətlər Qrupu və özəl fərdi investorların iştirakı ilə təsis olunmuş **“Caucasus Ventures”** isə

Azərbaycanda bu sahədə fəaliyyət göstərən ilk vençur fondudur. innovasiya ekosisteminin inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edən Azərbaycanada yaradılan ilk vençur kapital fondu hesab olunur. Fondun yaradılmasında əsas məqsəd toxum sonrası böyümə və “A” mərhələsində olan startaplara investisiya yatırmaqdır. Fond Azərbaycanın innovasiya ekosisteminin inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmağı, ölkədə investisiya mədəniyyətinin formalaşmasına təkan verməyi, xarici startaplar və investorların diqqətini yerli bazara cəlb etməyi hədəfləyir. Fondun nizamnamə kapitalı 11,3 milyon manat təşkil edir. “Paşa Holding” Şirkətlər Qrupu fonda 5 milyon manat və fərdi sahibkarlar 1,3 milyon manat vəsait ayırmaq haqqında razılığa gəliblər. Eyni zamanda İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi özəl tərəfdaşların təşəbbüsünə dəstək göstərərək “Caucasus Ventures”ə əlavə 5 milyon manat vəsait ayırır. Fondunun rəhbəri Məmməd Kərim 29 noyabr tarixində keçirilən təqdimat mərasimində qeyd edib ki, fond 5 il ərzində Azərbaycan, Gürcüstan, Türkiyə, Orta Asiya və Şərqi Avropa ölkələrindən olan startaplara investisiya yatıracaq.

2.7 Mələk investorlar

Mələk investorlar adətən startaplara kapital təmin edən fərdlər və ya qruplardır. Onlar innovativ ideyalara və potensiala malik layihələrə sərmayə qoymaqla sahibkarlara dəstək olurlar. Mələk investorların innovasiya fəaliyyətinə verdiyi töhfələrə aşağıdakılar daxildir:

A. Fandreyziq dəstəyinin göstərilməsi

Fandreyziq fəaliyyəti çərçivəsində mələk investorlar innovasiyaların həyata keçirilməsi üçün startaplara maliyyə resursları təqdim edirlər. Bu, sahibkarlara yeni məhsullar hazırlamaq, prototiplər istehsal etmək və ya bazara çıxmaq üçün mühüm dəstəkdir. Fandreyziq kampaniyası xarakterindən və hədəf auditoriyasından asılı olaraq müxtəlif formalarda və kanallarda təşkil edilə bilər. Bunlardan bəzilərinə nəzər salaq:

- **İlanələr:** Ayrı-ayrı fərdlərdən, müəssisələrdən və ya xeyriyyə təşkilatlarından könüllü şəkildə tələb olunan vəsaitlər nəzərdə tutulur. İlanələr nağd, çek və ya onlayn olaraq “crowdfunding” platformaları və ya ianə saytları vasitəsilə edilə bilər.

- **Qrantlar:** Xüsusi layihələr və ya təşəbbüslər üçün maliyyə təmin edən fondlar, dövlət agentlikləri və ya özəl qurumlardan cəlb olunan vəsaitlər nəzərdə tutulur. Qrant müsabiqələrində yerinə yetirilməli olan xüsusi təlimatlar və uyğunluq meyarları olur.
- **Sponsorluq:** Brendin görünməsi, tanıtım imkanları və ya digər üstünlüklər müqabilində korporasiyalardan, biznes qurumlarından və ya şəxslərdən maliyyə dəstəyi cəlb etmək nəzərdə tutulur. Sponsorluqlar adətən tədbirlər, konfranslar və ya idman fəaliyyətləri üçün istifadə olunur.
- **Fandreyzing tədbirləri:** Vəsait toplamaq üçün qala-gecələr, hərraclar, xeyriyyə marafonları və ya konsertləri kimi tədbirlərin təşkili nəzərdə tutulur.

Onlayn fandreyzing: Daha geniş auditoriyaya çatmaq və ianələr toplamaq üçün onlayn platformalardan və sosial mediadan istifadə edilməsi nəzərdə tutulur. “Crowdfunding” kampaniyaları, “peer-to-peer” fandreyzing və onlayn ianə platformaları onlayn fandreyzingdə istifadə olunan məşhur alətlərdir.

- **Üzvlük proqramları:** Fərdlərin və ya təşkilatların üzvlük haqqı ödədiyi xüsusi proqramların yaradılması nəzərdə tutulur. Bu proqramlar təkrarlanan gəlir mənbəyi kimi çıxış edir.
- **Məhsul satışı:** Vəsait yaratmaq üçün məhsul və ya malların satışının təşkili nəzərdə tutulur. Məsələn, köynəklərin, əşyaların və ya xüsusi malların satışından əldə olunan gəlirin bir hissəsi fandreyzing məqsədinə yönəldilir.

Fandreyzing səyləri sosial, mədəni və ya iqtisadi inkişafa töhfə verən layihələri, tədqiqatları, təşəbbüsləri və ya digər fəaliyyətləri maliyyələşdirmək məqsədilə lazımi resursları təmin etdiyi üçün startapların iqtisadi həyat qabiliyyətinə və davamlılığına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər.

Uğurlu fandreyzing kampaniyaları çox vaxt diqqətli planlaşdırma, effektiv kommunikasiya strategiyaları və potensial donörlər və ya dəstəkçilər ilə münasibətlərin qurulmasını əhatə edir. Fandreyzing təşəbbüsünün məqsədini

aydın şəkildə çatdırmaq, fondun fəaliyyətinin şəffaf və hesabatlı olduğunu nümayiş etdirmək və donorlara töhfələrinə görə təşəkkür etmək vacibdir.

B. Biznes şəbəkələrinin qurulması və təcrübənin ötürülməsi

Mələk investorların adətən öz biznes şəbəkələri və təcrübələri olur. Buna görə də, onlar sahibkarlara biznes əlaqələrinin qurulması, marketing strategiyalarının hazırlanması və idarəetmə bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi kimi məsələlərdə rəhbərlik edə bilirlər. Bu, innovasiya fəaliyyətini effektiv idarə etməyə və inkişaf etdirməyə kömək edə bilər.

C. İnnovasiya ekosisteminin inkişaf etdirilməsi

Mələk investorlar innovasiya ekosisteminin bir hissəsidir. Startapları öz investisiyaları ilə dəstəkləməklə innovativ layihələrin reallaşmasına və böyüməsinə töhfə verirlər. Bu, innovasiyanın iqtisadi səmərəliliyini artırır və yeni biznes imkanları yaradır.

Mələk investorların fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsi

Ümumilikdə, mələk investorlar innovasiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasında mühüm rol oynayırlar. Onlar startapların kapitalını artırmaqla, eləcə də biznes şəbəkələrinə və təcrübələrə çıxışlarını təmin etməklə innovasiya ekosistemə töhfə verirlər. Ona görə də innovasiya fəaliyyətində mələk investorların rolunun qiymətləndirilməsi innovasiyanın səmərəliliyini anlamaqla yanaşı, ümumilikdə innovasiya ekosisteminin güclənməsi və inkişafı baxımından da vacibdir. Qiymətləndirmə aşağıdakı amilləri əhatə edə bilər:

- 1. Investisiya portfeli:** Mələk investorların investisiya portfeli innovasiya fəaliyyətlərinə göstərdikləri dəstək baxımından qiymətləndirilir. Yüksək potensiallı startaplara qoyulan investisiyalar innovasiyaların böyüməsinə və inkişafına töhfə verən göstərici ola bilər.
- 2. Uğur göstəricisi:** Mələk investorların nailiyyət göstəriciləri onların potensiallarından və investisiyalarının gəlirli olub-olmamasından asılıdır. Yəni qoyulmuş investisiya bir müddət sonra gəlir gətirə bilibsə, deməli, mələk investorun fəaliyyəti uğurlu olub və startapı düzgün istiqamətlən-

dirə bilib. Bu göstərici innovasiya ekosisteminə töhfə verən və riskləri düzgün idarə edən mələk investoru müəyyənləşdirməyə imkan verir.

- 3. Sektor üzrə mütəxəssislik:** Mələk investorların ayrı-ayrı sektorlar üzrə peşəkar bilik və təcrübələri onların innovasiya fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsində mühüm rol oynayır. Çünki onlar peşəkarı olduqları sahələr üzrə startaplar üçün daha faydalı ola bilirlər və bu hallarda həmin startapların uğur qazanma imkanları da daha geniş olur.

FƏSİL III.

ELM VƏ TƏHSİL SAHƏSİNDƏ İNNOVASIYALARIN ROLU

Dosent Mətanət Rəsulova

3.1 İnnovasiya fəaliyyətinin elmi əsasları – innovatika

İnnovatika bir elm kimi. İnnovatika bir elm kimi. İstər istehsal sferasında, istər sosial sahədə baş verən köklü dəyişikliklər texnoloji proseslərin nüvəsini təkil edən innovasiya prosesləri sayəsində baş verir. Məhz elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsi XX əsrdə bu proseslərin daha da geniş miqyas almasını, innovatika nəzəriyyəsinin yaranmasını şərtləndirdi.

İnnovatika - innovasiyalar haqqında elmi nəzəri biliklərin kompleks fənlərarası sahəsidir, praktiki yeniliklərin yaranması, istehsalı və yayılması haqqında, bu proseslərin məzmunu, şəraiti və nəticələri haqqında bir elmdir. Qısa şəkildə ifadə etsək, innovatika innovasiya fəaliyyətinin elmi əsaslarını araşdıran elm sahəsidir.

İnnovatika müstəqil tədqiqat obyektinə malik olan xüsusi fənn sahəsidir. İnnovatikanın obyektini sosial-iqtisadi sistemlərdə reallaşdırılan yeniliklər kimi innovasiya fəaliyyətləridir. Başqa sözlə, innovatikada innovasiya anlayışı dedikdə sistemli elmi tədqiqatlara və ya intuitiv düşüncələrə (ixtiraçılıq) əsaslanan, elmi-texniki və yaradıcı fəaliyyətin nəticələri, yeni biliklərin geniş miqyasda tətbiqi və yayılması başa düşülür.

Digər elm sahələrindən fərqli olaraq innovatika sosial-iqtisadi obyektlərin progressiv inkişaf prosesini tədqiq edir, sosial-iqtisadi sistemin bir sabit vəziyyətindən digər daha yüksək parametrlərə malik vəziyyətinə keçid yollarını araşdırır. İntellektual əməyin nəticələrinin istehlakını və intellektual kapitalın artırılmasını təmin edir.

İnnovatikanın predmeti sosial-iqtisadi sistemlərdə innovasiya proseslərinin prinsipləri, qanunları və qanunauyğunluqları, model və üsullar, tədqiqatlar, makro (milli innovasiya sistemləri), mezo (sahəvi və regional innovasiya sistemləri, innovasiya klasterləri) və mikro səviyyələrdə (ayrı-ayrı müəssisə və təşkilatların innovativ inkişaf strategiyaları) innovasiya fəaliyyətlərinin təşkili və idarə edilməsidir.

İnnovatika - yeni biliklərin yaradılmasını, onların yeniliklərə və innovasiyalara çevrilməsini, yeni texnologiyalar şəklində innovasiyaların diffuziyasını və praktiki nəticəsini əks etdirən kifayət qədər əhatəli elm sahəsidir. İnnovatika - innovasiya menecmentinin xüsusi istiqamətidir. İnnovativliyin əsas funksiyalarını ilk növbədə iki istiqamətə ayıra bilərik: axtarış-yaradıcılıq funksiyası və praktik nail olunma funksiyası. Daha detallı izah etsək, yeniliklərin formalaşması, yeniliklərə qarşı müqavimət, yeniliklərin yayılması; insanın yeniliklərə adaptasiyası və yeniliklərin insanların ehtiyaclarına uyğunlaşması; innovativ təşkilatlar; innovativ qərarların işlənilib hazırlanması və s.

Latın dilindən tərcümədə “innovasiya” anlayışı “yenilənmə, yenilik və ya dəyişiklik” deməkdir. Bu termindən ilk dəfə XIX əsrdə tədqiqatlarda istifadə edilib və XX əsrin əvvəllərində yeni bilik sahəsi kimi innovasiya - innovasiyalar haqqında elm meydana gəlib. Bu elm maddi istehsal sferasında texniki yeniliklərin qanunauyğunluqlarının öyrənilməsini əhatə edirdi.

İnnovasiyanın əlamətləri bunlardır:

1. yenilik (radikal - yeni xassələrin yaranması, nisbi - obyektin parametrlərinin təkmilləşdirilməsi);
2. tələb (ictimai istehsalda, bazarda, sosial sahədə və s.);
3. realizasiya (resurs, istehsal-texnoloji, mənəvi-əxlaqi, ekoloji və s. sahələrdə yeni biliklərin istifadəsinə məhdudiyət qoyulmaması);
4. dayanıqlı faydalı səmərənin mövcudluğu (sosial-iqtisadi sistemlərin əsas parametrlərinin davamlı təkmilləşdirilməsi).

İnnovatika elmi yeni ideya, məhsul, proses və üsulların yaradılması, inkişafı və həyata keçirilməsini dərk etməyə çalışır. Bu elmi istiqamət innovativ düşüncə, yaradıcılıq, texnoloji tərəqqi, marketinq strategiyaları və idarəetmə prosesləri kimi bir sıra mövzuları əhatə edir. İnnovatika innovasiya prosesinin elmi təhlilini aparır və innovasiyanın iqtisadi, sosial və texnoloji təsirlərini araşdırır. Bu çərçivədə innovasiyanın səbəbləri, nəticələri, strategiyaları, üsulları və maneələrinə diqqət yetirir.

İnnovatika müxtəlif maraqlı tərəflər – elm adamları, biznes menecerləri, marketinq ekspertləri və sahibkarlar arasında bilik və təcrübə mübadiləsini təşviq edir. O, innovasiyaları təşviq etmək üçün tədqiqat, siyasət və təcrübələr haqqında məlumat verir. İnnovatika bir elm sahəsi kimi fəlsəfə, layihə-mühəndis, texnologiya, biznes, iqtisadiyyat, psixologiya, sosiologiya, marketinq, lojistika, idarəetmə, pedaqogika və digər elmlərlə sıx əlaqəlidir. Bu əlaqə innovasiya prosesinin müxtəlif aspektlərini anlamağa və təkmilləşdirməyə kömək edir, innovasiyanın tədqiqatını, yaradıcılığını və innovativ fikirlərin sistemləşdirilməsini dəstəkləyir.

İnnovatika gələcək innovasiya potensialının müəyyən edilməsində, yeni imkanların araşdırılmasında və mövcud sistemlərin təkmilləşdirilməsində mühüm rol oynayır. Bu sahədə tədqiqat və təcrübənin mövcud olması cəmiyyətlərin rəqabət qabiliyyətini artırma, davamlı inkişafı təşviq etmə və yeni iş imkanları yarada bilər.

- İnnovatika elminin əsas bölmələri aşağıdakı kimi ümumiləşdirilir:
- innovasiya fəaliyyətinin nəzəri əsasları;
- innovasiya proseslərinin modelləri və modelləşdirilməsi;
- innovasiya fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi;
- innovasiya fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi;
- innovasiya biznesinin idarə edilməsi;
- innovasiya layihələrinin idarə edilməsi;
- innovasiya layihələrinə yönləndirilən investisiyaların idarə edilməsi;
- elmi-texniki və yaradıcı fəaliyyətlərin nəticələrinin kommersiya-laşdırılması;
- sosial-iqtisadi sistemlərin innovativ inkişaf prosesində insan resurslarının idarə edilməsi;
- innovasiya fəaliyyətində risklərin idarə edilməsi;
- texniki marketinq (məhsulun və ya texnologiyanın həyat dövrünün ilkin mərhələlərində marketinq);

- innovasiya proseslərinin logistikası;
- əqli mülkiyyətin idarə edilməsi.

İnnovatikanın bəzi əsas anlayışları. Dünya iqtisadi ədəbiyyatında müxtəlif alimlər innovasiya anlayışına öz tədqiqat obyektini və predmetlərindən asılı olaraq fərqli təriflər veriblər. İnnovasiya anlayışına müxtəlif aspektlərdən yanaşıldığı kimi, innovatika elminin digər əsas anlayışlarına da elmi ədəbiyyatlarda fərqli prizmalardan yanaşılaraq müxtəlif təriflər verilib.

İnnovasiya fəaliyyəti - istehsal olunan məhsulların (mal və xidmətlərin) çeşidini genişləndirmək və yeniləmək, keyfiyyətini artırmaq, onların hazırlanmasından daxili və xarici bazarlara çıxarılmasına və səmərəli satışına, istehsal texnologiyasını sonradan tətbiq etməklə və səmərəli satış texnologiyalarını təkmilləşdirmək üçün elmi tədqiqatların nəticələrinin istifadəsinə və kommersionlaşdırılmasına yönəlmiş fəaliyyətdir.

İnnovasiya fəaliyyəti - istehsal olunan yeni və ya köklü surətdə təkmilləşdirilmiş məhsulların, onların istehsal texnologiyasının əldə edilməsi və yüksəkkeyfiyyətli mal və xidmətlərə ödəməqabiliyyətli istehlakçı tələbinin yaxşılaşdırılması, həmçinin sosial xidmətlərin təkmilləşdirilməsi məqsədilə elmi-texnoloji nəticələrin və intellektual potensialın praktiki istifadəsidir.

İnnovasiya fəaliyyəti - başa çatmış elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin nəticələrinin işlənilib hazırlanmasına və realizasiyasına, yaxud bazarda satılan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulun əldə olunmasında istifadə edilən elmi-texniki nailiyyətlərə, praktiki fəaliyyətdə istifadə olunan yeni və ya təkmilləşdirilmiş texnoloji proseslərə, həmçinin bunlarla əlaqəli digər əlavə tədqiqat və işlərə yönəlmiş prosesdir.

- İnnovasiya prosesinə də müxtəlif mövqelərdən və fərqli detallı prizmalardan baxmaq olar:
- paralel ardıcılıqla həyata keçirilən elmi-tədqiqat, elmi-texniki, innovasiya, istehsal fəaliyyəti və marketinq kimi;
- yeniliyin ideyanın yaranmasından onun işlənilib hazırlanması və yayılmasına qədər həyat dövrünün mərhələləri kimi;

- məhsulun və ya xidmətin yeni növünün işlənilib hazırlanması və yayılmasının maliyyələşdirilməsi və ya investisiya qoyulması prosesi kimi. Bu halda, innovasiya prosesi investisiya layihələrinin təsərrüfat təcrübəsində geniş yayılmış xüsusi təsadüf kimi çıxış edir.

Ümumi halda, innovasiya prosesi ixtiraların, yeni texnologiyalar, məhsul və xidmətlərin yeni növlərinin alınması və kommersiyalaşdırılması, intellektual fəaliyyətin istehsal, maliyyə, inzibati və ya digər xarakterli başqa nəticələrinin həllindən ibarətdir.

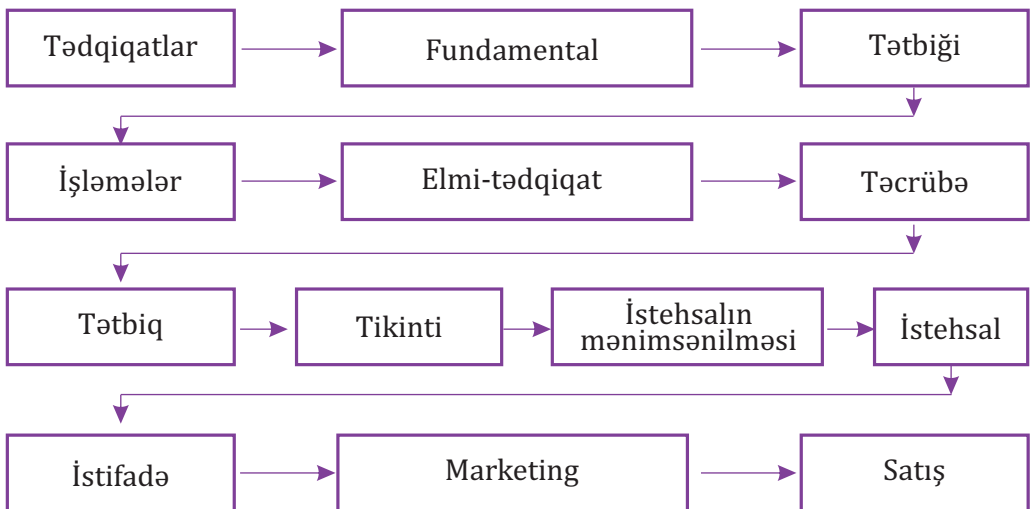
İnnovasiya prosesi - yeni ideyanın yaranmasından, onun mənimsənilməsi və alınmış məhsulun bazara çıxarılmasınadək müxtəlif mərhələlərdə yerinə yetirilən qarşılıqlı əlaqəli proseslərin məcmusudur.

İnnovasiya prosesi - elmi-texniki ideyanın hazırlıq mərhələsindən kommersiya əsasında həyata keçirilməsinə qədər inkişafı dövrüdür.

İnnovasiya prosesi - innovasiyaların reallaşdırılması prosesində baş verən elmi-texniki, texnoloji və təşkilati dəyişikliklərin məcmusudur.

İnnovasiya prosesi - istehsalçıların bütün elmi-texniki, istehsal və marketing fəaliyyətlərini əhatə edən və son nəticədə bazarın tələblərinin ödənilməsinə istiqamətlənmiş bir prosesdir (şəkil 1).

Şəkil 1. İnnovasiya prosesinin ardıcılıığı sxemi



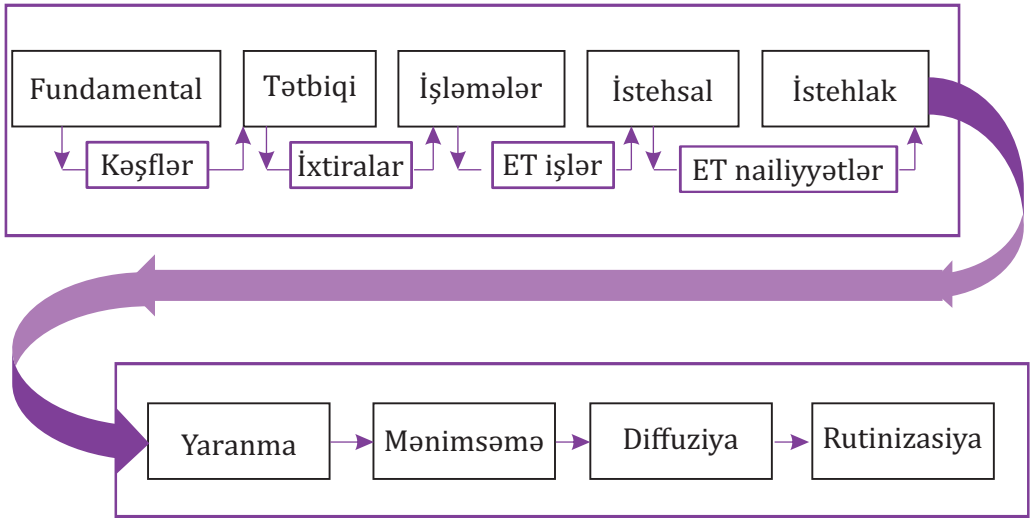
Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

İnnovasiya proqramı - məhsulların (texnologiyaların) yeni növlərinin prinsipcə resurslar, icraçılar və onların həyata keçirilmə müddətləri müəyyən-ləşdirilməklə onların işlənilib hazırlanması və yayılması problemlərinin effektiv həllini təmin edən kompleks innovativ layihə və fəaliyyətlərin məcmusudur.

İnnovasiya məhsulu - innovasiyaların tətbiqi nəticəsində yenilənmiş (yeni tətbiq edilmiş) və ya təkmilləşdirilməyə məruz qalmış, yaxud da istehsalı yeni və ya əhəmiyyətli dərəcədə təkmilləşdirilmiş üsullara əsaslanan məmulatlardır.

İnnovasiyanın həyat tsikli - ideyadan tətbiqə qədər, başqa sözlə, yeniliklərin yaradılması, yayılması və istifadəsi dövrüdür (şəkil 2).

Şəkil 2. İnnovasiyanın həyat tsikli



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

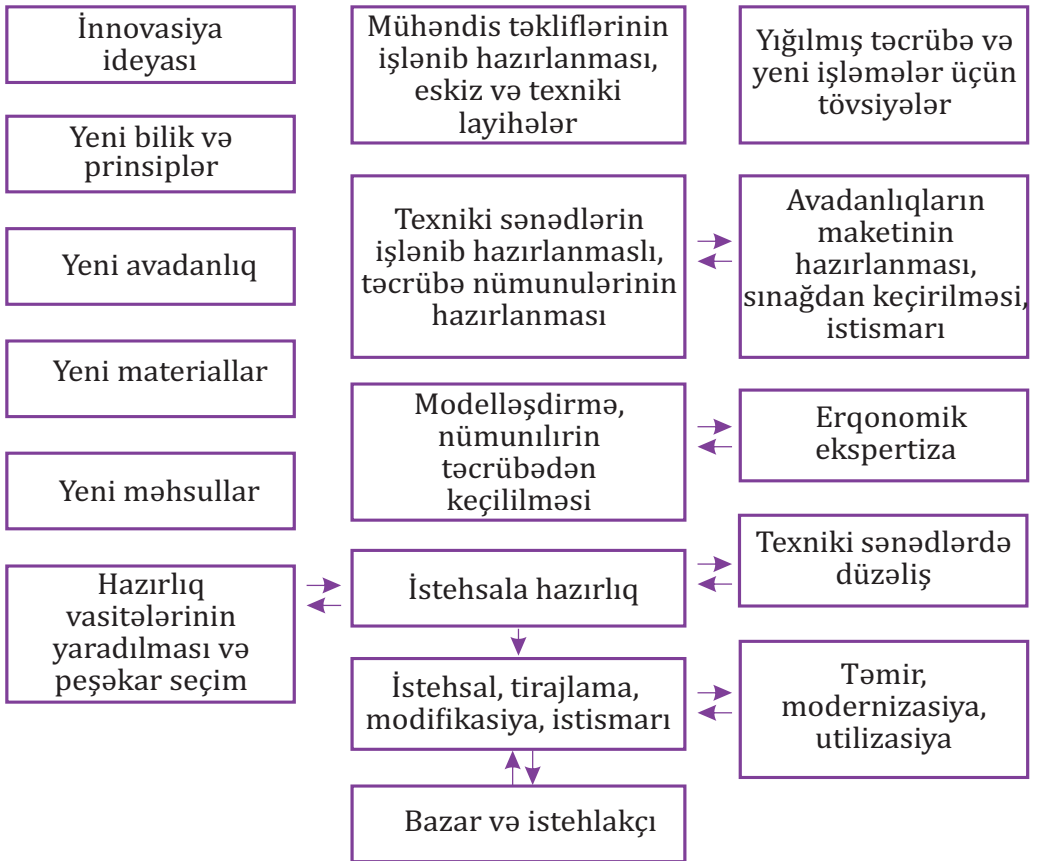
İnnovasiyanın həyat tsikli innovasiya məhsulunun planlaşdırılmasında və innovasiya prosesinin təşkilində mühüm rol oynayır. İnnovasiya özünün həyat tsiklində bir sıra mərhələlərdən keçir:

- yaranma (başlanğıc), zəruri həcmdə elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin yerinə yetirilməsi, yeniliklərin pilot partiyasının işlənilib hazırlanması və yaradılması;

- artım (məhsulun bazara çıxarılması ilə eyni vaxtda sənayedə istifadəsi);
- yetkinlik (seriyalı və ya kütləvi istehsal mərhələsi və satış həcminin artması);
- bazarın doyması (maksimum istehsal həcmi və maksimum satış həcmi);
- azalma (istehsalın məhdudlaşdırılması və məhsulun bazardan çıxarılması).

İnnovasiya fəaliyyəti nöqtəyi-nəzərindən həm istehsalın həyat tsiklini, həm də yeniliyin həyat tsiklini fərqləndirmək məqsədəuyğundur.

Şəkil 3. İnnovasiyanın həyat tsiklinin ümumiləşdirilmiş sxemi



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Innovasiya strategiyası — innovasiya fəaliyyətinin planlaşdırılması və həyata keçirilməsi ilə bağlı qərar qəbul etmə prosesidir. Müəssisələrin innovasiyaya hazır olma səviyyəsi meyarlarına əsasən müəyyən edilən innovasiya strategiyalarının aşağıdakı əsas təsnifatları mövcuddur: 1) institusional (müəssisə səviyyəsində); 2) mərkəzi (dövlət səviyyəsində).

Strategiya dedikdə, adətən, təşkilatın fəaliyyəti və inkişaf konsepsiyası, məqsədə nail olmaq üsulları və müvafiq resursların bölüşdürülməsində təşkilat qarşısında meydana gələn problemlərin həlli başa düşülür. Strategiyaların iki tipi mövcuddur: ənənəvi və innovativ.

Ənənəvi strategiya təşkilatın daxili mühit amillərinə diqqət yetirir, onların sərəncamında olan müxtəlif növ resurslardan səmərəli istifadə etməyə çalışır. Bu yanaşmanın həyata keçirilməsi vasitəsi potensialın tədricən artırılmasını təmin edən intensiv inkişafdır. Bu işdə uğur şirkətin sahib olduğu "resurslarda üstünlük" ilə əlaqəli amillərlə təmin edilir: daha məhsuldar avadanlıq, qabaqcıl texnologiyalar, xammal mənbələrinə çıxış, daha yaxşı satış və xidmət sistemi və s.

Belə strategiyaya misal olaraq istehsal xərclərinin azaldılmasına yönəlmiş strategiyayı göstərmək olar. Bu yanaşma xarici mühitin müəyyən şərtlərində, məsələn, məhsula yüksək tələbat və onun kəsiri olduqda tətbiq edilir.

Ənənəvi strategiyalarla yanaşı, son vaxtlar innovativ strategiya da yayılmaqdadır. İnnovativ strategiya dedikdə, təşkilatın öz missiyasına və dinamik dəyişən xarici mühitə uyğun olaraq, davamlı mənfəət və rəqabət üstünlükləri əldə etməsi, habelə uzunmüddətli perspektivdə sağ qalmaq məqsədinin inkişaf etdirməsi nəzərdə tutulur. Bu məqsədlərə çatmaq üçün istifadə olunan vasitələr, bu halda, həm iqtisadi sistem, həm də onun səviyyəsini kəskin şəkildə artırmağa, yığılan texnoloji boşluğu aradan qaldırmağa və yeni keyfiyyət potensialı əldə etməyə imkan verən innovativ inkişafdır. Bu vəziyyətdə uğur "bacarıqda üstünlüklər" sayəsində əldə edilir, yəni rəhbərliyin mövcud resurslardan rəşional istifadə etmək bacarığı bu məqamlarda öz sözünü deyir. Burada idarəetmənin əsas məqsədi bilik toplamaq və onu üstünlüklərə çevirmək bacarığıdır. Məlumdur ki, bir çox müəlliflər innovativ strategiyayı təşkilatların inkişafında və xarici mühitə uyğunlaşmasında mühüm amil olan "qeyri-maddi aktivlər" adlandırırlar. Bu strategiya rəqabət

qabiliyyətinə yönəlib və bir çox amillərdən - həm daxili, həm də xarici mühit amillərindən asılıdır.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması və əmtəə bazarlarında rəqabətin getdikcə daha da kəskinləşməsi firmaların rəqabətqabiliyyətli olmasını və onu uzun müddət qoruyub saxlaya bilməsini şərtləndirir ki, bu da öz növbəsində, onları innovasiya yönümlü inkişaf strategiyaları tətbiq etməyə sövq edir. Müasir dövrdə əmtəə bazarlarında mövcud rəqabət mühitində o dövlətlər daha çox müvəffəqiyyət qazanırlar ki, onlar elmi-texniki sahədə daha üstün mövqeyə malik olurlar. Əgər bazar prinsipləri əsasında formalaşan və inkişaf edən dünya iqtisadiyyatına nəzər salsaq görərik ki, bu gün inkişaf etmiş ölkələrin hər biri müəyyən əmtəə və xidmət bazarlarında ya liderdirlər, ya da liderlər qrupuna daxildirlər. Buna isə yalnız yüksək elmi-texnoloji nailiyyətlərə malik olan ölkələr, innovativ inkişaf strategiyalarını tətbiq etməklə nail olurlar.

Müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı, bununla bağlı qloballaşma proseslərinin güclənməsi ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafına ciddi təsir göstərir. Beynəlxalq xarakterə malik qlobal amillər iqtisadiyyatın bütün sahələrinə nüfuz edir. Bu gün dünya iqtisadiyyatının inkişafının əsas istiqamətlərindən biri qloballaşma şəraitində innovasiya fəaliyyətinin mahiyyətə yeni kontekstdə formalaşmasından və inkişaf etməsindən ibarətdir. Bununla əlaqədar beynəlxalq səviyyədə sosial-iqtisadi proseslərin dəyişməsi və inkişaf tempi, innovativ yeniliklərin yaradılması, onların istehsal sahəsinə tətbiqi daha sürətlə baş verir. Bu, əslində qloballaşmanın iqtisadi proseslərə müsbət təsirini xarakterizə edir, ölkələrin, onların aparıcı kompaniyalarının, firmalarının, müəssisə və təşkilatlarının innovativ yeniliklərdən, mütərəqqi texnologiyalardan və yeni idarəetmə metodlarından faydalanmalarına geniş imkanlar yaradır. Dünya iqtisadiyyatının gələcək inkişafı əsasən bu amillər əsasında mümkün olacaq.

Qeyd etdiyimiz kimi, iqtisadi ədəbiyyatlarda innovasiyanın mahiyyətinin açıqlanmasına müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Bir qrup mütəxəssislər innovasiyaya hər hansı bir yenilik kimi yanaşırlar. Digər bir qrup alimlər isə innovasiyaya son nəticədə yeni bir şeyin yaranmasını təmin edən proses kimi baxırlar. Başqa bir yanaşmada innovasiyaya hər hansı bir institusional dəyişiklik

kimi baxılır. İnnovasiyanın mahiyyətinin açıqlanmasına digər yanaşmalar da mövcuddur və onların hamısı son nəticədə innovasiyanı yeniliyin yaradılması və tətbiq edilməsi kimi, hər hansı bir dəyişikliyin baş verməsi kimi qiymətləndirirlər.

İnnovasiya nəzəriyyəsinin ilk yaradıcılarından hesab edilən Y.Şumpeter belə hesab edir ki, inkişaf “yeni təsərrüfat kombinasiyalarının” aşağıdakı tiplərinə uyğun olaraq baş verir:

- məhsul və ya xidmətin keyfiyyətə yenidən yaradılması;
- yeni texnika və texnologiyanın tətbiq edilməsi;
- yeni satış bazarının mənimsənilməsi;
- yeni xammal və ya yarımfabrikat mənbələrinin əldə edilməsi;
- istehsalın təşkilində və onun material-texniki təminatında dəyişikliklər edilməsi.

Bundan əlavə, innovasiyanın yenilik səviyyəsi, radikallıq dərəcəsi, tətbiq sahələri, istifadə təyinatı kimi xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq da təsnifləşdirilir.

Mikroqtisadiyyatda müəssisələrin innovasiya fəaliyyətində aşağıdakı innovativ istiqamətlər daha məqsədəuyğun hesab edilə bilər:

- yeni məhsulun yaradılması və ya mövcud məhsulun ciddi sürətdə təkmilləşdirilməsi;
- yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi;
- yeni idarəetmə sisteminin qurulması;
- yeni informasiya-kommunikasiya sisteminin yaradılması və tətbiqi və s.

Qeyd olunan istiqamətlərdə innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi müəssisənin innovasiya inkişaf strategiyalarının müxtəlifliyini əsaslandırır. Bu baxımdan müəssisədə innovasiya prosesinin planlaşdırılması və idarə edilməsi əsas prioritet istiqamətlərdən biridir. Məlumdur ki, hər hansı bir müəssisə öz fəaliyyətində davamlı olaraq innovasiyaları tətbiq etmirsə, həmin müəssisə fəaliyyət göstərdiyi sahədə güclü rəqib kimi qəbul edilmir. Müasir əmtəə bazarlarında innovasiya, yeni məhsulların yaradılması və ya məhsulların

təkmilləşdirilməsi, eləcə də müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi və bazar mövqeyinin möhkəmləndirilməsi üçün əsas faktor, biznesin inkişafını təmin edən əsas vasitə, yaradıcı hücum strategiyası hesab edilir.

Müasir iqtisadiyyatda innovasiya menecmentinə dair bilikərə sadəcə texnologiyaların işlənilib hazırlanması sistemi kimi yanaşmaq olmaz. Doğrudur, ümumi biznes strategiyasına elmi-texniki sfera aktiv təsir göstərir. Şirkət innovasiya vasitəsilə rəqabət üstünlüklərinə nail olur. İnnovasiyalar rəqabətqabiliyyətliliyin əldə olunması üçün yeni üsulları mənimsəməyə və ya köhnə üsulların istifadəsi zamanı rəqabət mübarizəsinin ən yaxşı metodlarını tapmağa imkan verir.

İnnovasiya məhsulu yeni dizayn, yeni istehsal prosesi, marketinqə yeni yanaşma və ya işçilərin ixtisas artırımlarının yeni metodikası kimi meydana çıxıb bilər. Bəzi innovasiyalar bazarda prinsipial yeni əlverişli imkanlar yaradaraq rəqabət üstünlüyünə səbəb ola bilər və ya digər rəqiblərin nəzərdən qaçırdığı bazar segmentlərini doldura bilər. Əgər rəqiblər vaxtında cavab verməzlərsə, bu cür innovasiya rəqabət üstünlüyünə gətirib çıxara bilər.

Beynəlxalq bazarlarda rəqabət üstünlüyü gətirən innovasiyalar həm daxili, həm də xarici ehtiyacları qabaqcadan təxmin edir. Eyni zamanda, daxili bazar üçün vaxtında olan innovasiyalar hətta beynəlxalq miqyasda rəqabət uğurlarının əldə edilməsinə mane ola bilər.

İnnovasiya biznesinə iki nöqtəyi-nəzərdən baxmaq olar:

- məhsulu sənayenin digər sahələrində innovasiyalar üçün əsas kimi istifadə edilə bilən konkret elmi, elmi-texniki və digər nəticələri olan biznes növü kimi;
- şirkətlərin strateji üstünlüyünü təmin etmək vasitəsi kimi (burada innovasiyalar əsas biznes növü deyil).

Onu da qeyd edək ki, son zamanlar axırıncı daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Fumio Kodama şirkətin ənənəvi və yeni idarəetmə sistemlərini müqayisə edərək qeyd edir ki, əvvəllər istehsal formulunu “kapital + əmək” kimi, indi isə

“kapital+ ETTKİ” kimi müəyyən etmək olar.

Porter şirkətin rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsində innovasiyaların rolunu belə göstərir: “Şirkət rəqabət üstünlüyünü innovasiyalar vasitəsilə əldə edir: yeni texnologiyalar, yeni iş üsulları. Şirkət innovasiyalar vasitəsilə rəqabət üstünlüyü əldə etdikdən sonra onu yalnız davamlı təkmilləşdirmə yolu ilə saxlaya bilər. Rəqiblər təkmilləşdirməyi və innovasiyanın tətbiqini dayandıran istənilən şirkəti dərhal ötcəklər”.

Yeni texnologiyaların təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi göstəricilərinə hərtərəfli təsiri firmaları ETTKİ-ni (elmi-tədqiqat və təcürbi-konstruktor işləri) və texnologiya strategiyalarını şirkətin əsas strategiyası ilə birləşdirməyə vadar edir. Əgər əvvəlki rəqabət şərtlərində ETTKİ vaxtaşırı sərmayə yatırmağa imkan verirdisə, indi elmi-tədqiqat fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsi, şübhəsiz ki, müəssisənin digər xidmətləri ilə sıx qarşılıqlı təsir əsasında davamlı şəkildə qurulur.

3.2 İnnovasiyanın inkisafında elm və təhsilin rolu

İnnovasiya elmi fəaliyyətin məhsulu kimi. Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi məhz elmi texniki tərəqqi innovatika elminin yaranmasına əsas olub. Elm yeni biliklər əldə etmək, kəşflər etmək və mövcud bilikləri daha yaxşı başa düşmək prosesidir. İnnovasiya isə bu biliklərdən istifadə edərək yeni ideyalar, məhsullar və xidmətlərin yaradılması prosesidir.

Adətən elm dedikdə "dünyada obyektiv və əsaslandırılmış biliklərin işlənilib hazırlanmasına istiqamətlənmiş idrak fəaliyyətinin xüsusi növü" başa düşülür.

“Elm haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2016-cı il 14 iyun tarixli 271-VQ nömrəli Qanununda qeyd olunub ki, elm – hadisələrin və gerçəkliyin mahiyyəti haqqında obyektiv biliklərin və informasiyaların əldə edilməsi, toplanması, sistemləşdirilməsi, işlənməsi, yayılması və tətbiqindən ibarət olan insan fəaliyyəti sahəsidir. Eyni zamanda Qanunda:

- elmi fəaliyyət – elmi biliklərin əldə edilməsinə, tətbiqinə və təbliğinə yönəlmiş elmi tədqiqat və yaradıcılıq prosesi;

- elmin və elmi fəaliyyətin növləri – fundamental, tətbiqi və eksperimental (məzmununa görə); təbiət, texniki, humanitar və ictimai (predmetinə görə); akademik, empirik, innovativ, nəzəri və tətbiqi (istiqamətinə görə);
- elmi innovasiya – elmi fəaliyyətin məzmun və vasitələrinin (tədqiqat metodları, üsulları və digər), elmi nəticə və məhsulların, həmçinin onların tətbiqi texnologiyalarının və istifadə üsullarının yenilik xarakterinə malik olması;
- elmi innovasiya fəaliyyəti – elmi tədqiqatlar əsasında formalaşan, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsini və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsini təmin edən mütərəqqi xarakterli yeniliklərin və əqli mülkiyyət obyektlərinin (elmi nəticələr, ixtiralar, kəşflər, sistemlər, orijinal texnologiyalar, brendlər, ticarət və əmtəə nişanları və digər) yaradılmasına və onların tətbiq edilməsinə yönəlmiş fəaliyyət;
- elmi məhsul (elmi nəticə) – elmi və elmi-texniki fəaliyyətin tətbiqi üçün nəzərdə tutulan, konkret informasiya daşıyıcısında əks olunan, maddi və ictimai dəyərə malik nəticə (yeni biliklər, texniki həllər, işləmələr və digər);
- elmi məhsullar və xidmətlər bazarı – elmi fəaliyyətin nəticələrinin və məhsullarının mübadiləsi prosesində yaranan münasibətlər sistemi və onların reallaşdırıldığı xüsusi bazar;
- elm-təhsil və innovasiya kompleksi (klaster) – elmtutumlu məhsulların istehsalını və satışını həyata keçirmək məqsədilə fundamental və tətbiqi tədqiqatları, təcrübi-konstruktor işləmələrini, təhsil və sahibkarlıq fəaliyyətini özündə birləşdirən innovasiya strukturu;
- fundamental elmi tədqiqatlar – təbiətin və cəmiyyətin quruluşu və inkişafı haqqında yeni biliklərin əldə edilməsinə yönəlmiş nəzəri və təcrübi-elmi tədqiqatlar;
- milli innovasiya sistemi – ölkə hüdudunda elmi bilik və texnologiyaların istehsalı və kommersiya və ya qeyri-kommersiya əsasında reallaşdırılması ilə məşğul olan təşkilatların məcmusu;

- texnopark – yeni texnologiyaların yaradılmasını və mənimsənilməsini, müasir avadanlıq, cihaz və qurğuların istehsalını və onların kommersiya əsasında reallaşdırılmasını kompleks şəkildə həyata keçirən qabaqcıl texnologiyalara malik struktur (ərazi) və ya hüquqi şəxs;
- texnopolis – elmtutumlu yeni texnologiyaların və yüksək texniki səviyyəli məhsulların işlənilib hazırlanması və istehsalata tətbiq edilməsi məqsədilə yaradılan çoxprofilli, inkişaf etmiş sənaye sahələrinə və infrastruktura, elmi tədqiqat və təhsil komplekslərinə, “beyin mərkəzlərinə”, zavodlara, firma və şirkətlərə, geniş və xüsusi güzəştli şəraitin yaradıldığı əraziyə malik olan elm-sənaye kompleksi və ya sənaye şəhərciyi;
- tətbiqi elmi tədqiqatlar – əsasən praktik məqsədlərin həyata keçirilməsi və konkret məsələlərin həlli üçün yeni biliklərin əldə edilməsi və tətbiqini nəzərdə tutan elmi tədqiqatlar kimi izah edilib.

Elm innovasiya üçün zəmin yaradır. Bu gün rəqabət mübarizəsində həlledici amil elm və ondan vaxtında səmərəli istifadə etmək bacarığıdır. Elmi tədqiqatlar, texnoloji nailiyyətlər, kəşflər və ixtiralar innovasiyanın hərəkətverici qüvvəsi hesab olunur. İnnovasiya ideyalarının işlənilib hazırlanması öz başlanğıcını hər hansı sahədə yeni məhsul və xidmətlərə ehtiyacın aşkar olunmasına istiqamətlənmiş elmi tədqiqatlardan götürür.

Elm mövcud bilikləri dərinləşdirməyə, yeni bilikləri üzə çıxarmağa və problemlərin yeni həll yollarını tapmağa kömək edir. Bundan əlavə, elm innovasiyanın əsasını təşkil edən proseslərin - tədqiqatların aparılmasını, məlumatların təhlil edilməsini, testlərin həyata keçirilməsini və nəticələrin qiymətləndirilməsini təmin edir.

Yuxarıda innovasiya ilə bağlı anlayışların mahiyyətini açıqladıq. Bildiyimiz kimi, innovasiya potensialının əsas tərkib hissələri - biliyin mənimsənilməsi, biliyin yaranması, biliyin yayılması, biliyə potensial tələbdir.

Eyni zamanda onu da qeyd etmək lazımdır ki, məhz elmi əməkdaşlıq və bilik mübadiləsi yolu ilə elm adamları öz bilik və təcrübələrini bölüşmək üçün dünyanın müxtəlif beyin mərkəzləri və digər qurumlardan olan həmkarları ilə bir araya gəlmək imkanı əldə edirlər. Elm və bilik paylaşıldıqca inkişaf edir,

müxtəlif perspektivləri birləşdirməyə və daha innovativ həllərin ortaya çıxmasına imkan verir.

Bundan başqa, elm cəmiyyətin ümumi biliyini artırır və insanların daha yaxşı təhsil almasına və yaradıcı düşünməsinə kömək edir. Cəmiyyətdə elmin yayılması və elmi düşüncəyə əsaslanan mədəniyyətin inkişafı innovasiyaların daha da irəliləməsinə və ardıcıl olaraq davam etdirilməsinə kömək edir.

Elm həm də texnoloji tərəqqinin mənbəyidir. Yeni texnologiyalar innovasiyaların həyata keçirilməsini asanlaşdırır və yeni məhsul və xidmətlərin inkişafına şərait yaradır. Elmi tədqiqatların nəticələri əsasında yeni texnologiyaların işlənilib hazırlanması, biznes proseslərinin və istehsal üsullarının təkmilləşdirilməsi, xərclərin azaldılması və səmərəliliyin artırılması kimi amillər innovasiyaya təkan verir. Bununla yanaşı, elmi üsullar böyük həcmli məlumatların sistemləşdirilməsi və təhlil edilməsində, proqnozların hazırlanmasında, meyllərin və əlaqələrin müəyyən edilməsində mühüm rol oynayır ki, bunun da sayəsində innovativ ideyaların reallaşdırılması imkanları artır.

Nəticədə innovasiyanın inkişafında elm fundamental rol oynayır. Elmi tədqiqatlar, kəşflər və texnoloji nailiyyətlər innovasiyanın əsasını təşkil edir, elmi təfəkkür isə insanları yaradıcı və innovativ düşünməyə sövq edir. Elm innovasiyaların davamlılığı və cəmiyyətlərin tərəqqisi üçün əvəzsiz elementdir.

İnnovasiya bazarda satılan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsul, yaxud praktikada istifadə olunan yeni və ya təkmilləşdirilmiş texnoloji proses kimi həyata keçirilən innovativ fəaliyyətin son nəticəsini özündə əks etdirir. Başqa sözlə, innovasiya kommersiyalaşdırılmış yenilikdir.

Öz növbəsində, innovasiya prosesi - hər hansı iqtisadi subyektin innovasiya fəaliyyətidir. Bu proses innovasiyaya başlanılması, yeni məhsul və əməliyyatların işlənilib hazırlanması, onların bazara çıxarılması və bazarda yayılması üçün məqsədyönlü fəaliyyəti özündə əks etdirir.

İnnovasiyaların diffuziyası - sosial sistemin üzvləri arasında kommunikasiya kanalları vasitəsilə zamanla yeniliyin yayılması prosesidir. Bunun nəticəsində istehsalçı və istehlakçıların say artımı baş verir, onların

keyfiyyət xüsusiyyətləri dəyişir. Beləliklə, innovasiya - modernizasiyaya fəaliyyətini yenidən təşkil etməyə hazır olan hər hansı bir uğurlu təşkilatın ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Ən əhəmiyyətli radikal dəyişikliklər yeni biliklər əsasında baş verir. Yeni biliklərə (kəşflərə) əsaslanan yenilikləri idarə etmək adətən çətin olur. Bu, bir sıra nüanslarla əlaqəlidir. Əvvəla, yeni biliyin yaranması ilə onun texnoloji istifadəsi arasında böyük boşluq var. İkincisi, yeni texnologiyanın yeni məhsul, proses və ya xidmət kimi reallaşması xeyli zaman tələb edir. Lakin təşkilata bazarda rəqabət qabiliyyəti və uğur gətirən məhz bu dəyişikliklərdir.

Innovasiya prosesində elmi tədqiqatların rolu. İnnovasiyanın inkişafında elmin rolunu izah edərkən fundamental və tətbiqi tədqiqatlar vasitəsilə yeni ideyaların inkişaf etməsini, texnoloji tərəqqinin dəstəklənməsini, bilik və məlumatların təhlil edilməsini, əməkdaşlığın və mübadilənin təşviq edilməsini qeyd etməmək mümkün deyil.

Elmin innovasiya prosesində rolunu daha aydın izah etmək üçün qeyd edək ki, istənilən yeniliyin tətbiq olunması üçün mütləq elmi əsas olmalıdır. İstənilən elmi tədqiqatın kökündə mövcud elmi üsullar dayanır. Qarşıya qoyulan problemin elmi və praktiki tərəfinin əhatə dairəsindən asılı olaraq elmi tədqiqatları üç kateqoriyaya ayırırlar: fundamental elmi tədqiqatlar, tətbiqi-elmi tədqiqatlar, təcrübi-konstruktor işləri.

Beləliklə, elmin innovasiya prosesində rolunun izahını bu cür ümumiləşdirə bilərik: elm müxtəlif sahələr üzrə bilikləri və tədqiqatları genişləndirməklə innovasiya üçün zəmin yaradır. Bu, innovativ fəaliyyətlərdə istifadə oluna bilən yeni ideyalar, konsepsiya və yanaşmaların işlənilib hazırlanmasına təkan verir. Elmi tədqiqatlar yeni imkan və üsullar yaratmaqla texnoloji sıçrayışlara nail olmağa səbəb olur. Elmi kəşflər və ixtiralar müxtəlif sənaye sahələrində innovasiyaların əsasını təşkil edən yeni materialların, proseslərin, alət və texnologiyaların işlənilib hazırlanmasına səbəb olur. Həmçinin, elmi tədqiqatlar yeni innovasiya məhsul və xidmətlərinin işlənilib hazırlanmasına təkan verir ki, bunlar da insanların həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə, başqa sözlə, iqtisadi inkişafın stimullaşdırılmasına səbəb ola bilər. Elmsiz cəmiyyətin və sənayenin üzləşdiyi mürəkkəb problemlərin həlli

qeyri-mümkündür. Elm problemin əsaslandırılması və mümkün həll yollarının araşdırılması, innovasiya strategiyasının və yanaşmaların işlənib hazırlanması üçün çərçivəni təmin edir. Elmi tədqiqatlar texnologiyanın akademiya kəmmersiya sahəsinə transferi üçün əsas yaradır. Elmi tədqiqatların nəticələrindən istifadə edərək alimlər və innovativ şirkətlər yeni məhsul və xidmətlər hazırlayıb bazara təqdim edə bilirlər.

Ümumiyyətlə, elm biliklər ideya, texnoloji nailiyyət və mürəkkəb problemlərin həlli yollarını təqdim etməklə innovasiya prosesində mühüm rol oynayır. O, tərəqqiyə və həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına töhfə verən yeni məhsulların, xidmətlərin və texnologiyaların inkişafı üçün əsas rolunu oynayır.

Müasir dövrdə insan kapitalına innovasiyalı iqtisadiyyatın inkişafında həlledici amil kimi baxılır. İnsan kapitalının idarə edilməsinə müasir yanaşma istər makro, istərsə də mikro səviyyədə üzünmüddətli rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsinə imkan verir. İnsan kapitalının idarə edilməsində innovasiyalı texnologiyalardan istifadə biznesin inkişafına müsbət təsir göstərir. Dünya təcrübəsi və iqtisadi tədqiqatlar göstərir ki, bu gün maliyyə və təbii kapital artıq istehsalın birinci səviyyəli amilləri hesab edilmir. Əsas amil kimi insan çıxış edir. İnnovasiyalı iqtisadiyyat insanların malik ola biləcəyi dərin bilik və bacarıqları tələb edir. İnnovasiyalı iqtisadiyyatın fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması daha çox insanların məşğulluğunun xarakterindən, onların əmək qabiliyyətindən, ümumiyyətlə, insan resurslarının necə idarə edilməsindən asılıdır. Demək olar ki, insan inkişafının səviyyəsi ölkənin inkişaf səviyyəsini müəyyən edir.

Məlumdur ki, insan kapitalının formalaşması və inkişafına təsir edən ən mühüm amil təhsildir. Bu gün iqtisadi inkişaf amilləri arasında innovasiyalar və yeni biliklərin yayılması üstünlük təşkil edir. Biliklərə əsaslanan innovativ cəmiyyətin iqtisadiyyatı yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin xüsusi çəkisinin artmasını, fasiləsiz təhsili üçün şəraitin yaradılmasını, sosial və iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşmanı təmin edə bilən innovativ təhsil sistemlərini tələb edir. Belə ki, hər bir ölkənin tərəqqisi, ilk növbədə, həmin ölkədə təhsilin inkişafı ilə bağlıdır. Məhz təhsil prosesində insan yeni bilik və bacarıqlar əldə edir, iqtisadiyyatın məhsuldar qüvvəsinə - insan kapitalına çevrilir. Onu da qeyd

etmək lazımdır ki, hər hansı cəmiyyətin dayanıqlı inkişafı onu təşkil edən fərdlərin səriştələrindən birbaşa asılıdır. O da bir həqiqətdir ki, müasir dövrdə insan kapitalı cəmiyyətdə ən qiymətli sərmayə kimi qəbul edilir.

Qeyd etdik ki, hər bir ölkənin uğurlu gələcəyi həmin ölkədə təhsilin səviyyəsi ilə müəyyən olunur. Təcrübə göstərir ki, təbii sərvətlərin bolluğu dövlətin inkişafının əsas göstəricisi deyil, başlıcası, bu sərvətlərin cəmiyyətin hərəkətverici qüvvəsi olan insan kapitalına çevrilməsini təmin etməkdir. Bu, indiki mərhələdə təhsil sisteminin ən zəruri vəzifəsidir. ABŞ, Yaponiya, Cənubi Koreya və digər inkişaf etmiş ölkələr malik olduqları maddi resurslardan daha çox təhsil sisteminin yetişdirdiyi insan kapitalından böyük gəlirlər əldə ediblər.

Təhsilin inkişafı əmək məhsuldarlığını artırır, ixtisaslı kadrların hazırlanması üçün elmi biliklərin və kəşflərin elmi-tədqiqat mərkəzlərindən istehsal sahəsinə, istehsal müəssisələrindən təhsil müəssisələrinə sürətlə ötürülməsini təmin edir. Başqa sözlə, təhsilin inkişaf etdirilməsi insan resurslarının əmək keyfiyyətinin artırılmasına, əmək bazarında rəqabətqabiliyyətli kadrların hazırlanması isə texnoloji yeniliklərlə istehsal prosesində sadə texnikalardan müasir texnikalara keçilməsinə, texniki və elmi informasiyaların əhəmiyyətinin artması ayrıca mal və xidmətlərin istehsalı, marketinqi kimi sahələrdə inkişafın yeni mərhələyə daxil olmasına və eyni zamanda insan faktoruna ehtiyacın artmasına səbəb olub.

Qloballaşma dövründə elmtutumlu məhsul və xidmətlərin yaradılmasına əsaslanan rəqabət müasir təhsilin strategiyasını müəyyən edir. Ənənəvi iqtisadiyyat bilik iqtisadiyyatına çevrildikcə köhnə təhsil modelləri artıq baş verən dəyişikliklərə uyğun gəlmir və qlobal problemlərin həllində səmərəsizlik nümayiş etdirir. Təhsil sahəsi inkişaf etmədikdə onunla sosial-iqtisadi inkişafın artan dinamikası arasında uçurum yaranır. Buradan da təhsil modellərinin bütün fəaliyyət sahələrində innovasiyanın inkişafına uyğun olması məsələsi önə çıxır.

3.3 Elmin inkişafında innovasiyaların rolu

İnnovasiyaların inkişafında elmin rolundan bəhs etdik. Eyni zamanda da elmin bütün sahələrinin inkişafında innovasiyaların rolu danılmazdır. Elm və

innovasiya arasındakı əlaqə qarşılıqlı təsir əlaqəsidir. İqtisadiyyatın elə indikatorları var ki, onlar arasında əlaqələri təhlil edərkən hansı birinin asılı və yaxud izahedici dəyişən olması haqqında qərar qəbul etmək çətindir. Bu zaman ekonometrikada VAR (Vektor Avtoregressiya) modelləri tətbiq olunur ki, belə modellərdə dəyişənlərin sayı tənliklərin sayına bərabər götürülür. Başqa sözlə, hər bir dəyişən eyni zamanda həm asılı dəyişən, həm də izahedici dəyişən kimi çıxış edir.

İnnovasiya və elm arasındakı qarşılıqlı əlaqə demək olar ki, hər bir sahənin digərinə təsir göstərdiyi qarşılıqlı faydalı dövrə təsadüf edir.

- İnnovasiyalar elmin inkişafına bir neçə istiqamət üzrə təsir göstərə bilər:
- Biliyin sərhədlərinin genişləndirilməsi;
- Alətlərin və texnologiyaların inkişafı;
- Əməkdaşlıq və bilik mübadiləsi;
- Praktik tətbiq və kommersiyalaşdırma;
- Maliyyələşdirmə və resurslar.

İnnovasiyaların köməyi ilə dünya təcrübəsini araşdırmaq və tətbiq etmək üçün yeni imkanlar yaradıla bilər, yeni texnologiyalar və metodlar alimlərin məlumat toplamaq, məlumatları təhlil etmək və mürəkkəb prosesləri modelləşdirmək qabiliyyətini artırma bilər. Bu, yeni kəşflərə və fundamental prinsiplərin dərinədən başa düşülməsinə, nəticədə biliyin sərhədlərinin genişləndirilməsinə səbəb ola bilər.

İnnovasiyalar tədqiqat işini asanlaşdıran yeni alət və texnologiyaların inkişafını stimullaşdırır. Məsələn, kompüter texnologiyası və proqramlaşdırma sahəsində irəliləyişlər alimlərə daha mürəkkəb hesablama, modelləşdirmə və simulyasiyaları həyata keçirməyə imkan verir ki, bu da müxtəlif elmi sahələrdə tərəqqiyə səbəb olur.

İnnovasiyalar elm adamları və müxtəlif təşkilatlar arasında əməkdaşlığı təşviq edir. Birgə tədqiqatlar, təcrübə və resursların mübadiləsi, sənaye və dövlət qurumları ilə tərəfdaşlıq - bütün bunlar elmin inkişafını sürətləndirir və elmi biliklərin mübadiləsinə töhfə verir.

Elmdə innovasiyalar yeni məhsul, xidmət və texnologiyaların inkişafına səbəb ola bilər. İnnovasiyalar sayəsində elmi nəticələrin əhəmiyyətli praktik tətbiqinə və elmin bazara təqdim olunmasına, başqa sözlə, kommersionlaşdırılmasına səbəb ola bilər ki, bu da öz növbəsində iqtisadiyyatın və bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına töhfə verir.

İnnovasiya elmi tədqiqatlar üçün maliyyə və resursların təmin edilməsində də əhəmiyyətli rol oynayır. İnnovasiyalara, qrantlara, startaplara dəstək proqramlarına və digər maliyyə formalarına investisiyalar alimləri tədqiqat, avadanlıq və kadr təminatı üçün lazımi vəsaitlə təmin edir.

Ümumiyyətlə, innovasiya elmin inkişafına təkan verir, onun imkanlarını genişləndirir, tədqiqatları asanlaşdırır, elmi kəşflərin kommersionlaşdırılmasına kömək edir və elmlə təcrübə arasında əlaqəni gücləndirir.

3.4 Təhsilin inkişafında innovasiyaların rolu

“İnnovasiya” anlayışından şirkətlər reklam və ya müəssisəni tanımaq məqsədilə çox istifadə edirlər. Bəzən “innovasiya” anlayışı tətbiq olunan faktiki yeniliklərdən daha çox istifadə olunur. İnnovasiya uğursuz olduqda, hətta təşkilatlar mütləq innovativ və ya yeni bir şey etməsələr belə, onlar bunu yenə də “innovasiya” adlandırırlar. Sadəcə daha möhtəşəm səsləndiyi üçün. Bunlar innovasiya deyil, sadəcə təkmilləşdirmələrdir.

Təhsil sahəsində innovasiyaların həyata keçirilməsi və yayılması sayəsində yeni, müasir təhsil sistemi formalaşır və inkişaf edir. Bu sistem təhsil sahəsində innovasiyaları, əsasən texnoloji innovasiyaları, pedaqoji innovasiyaları, idarəetmə innovasiyalarını, yeni təşkilati struktur və institusional yenilikləri ehtiva edir.

Yeni təhsil sisteminin inkişafı müasir informasiya, kompüter və telekommunikasiya texnologiyalarına, onların təhsil məqsədi ilə tətbiqinə və ya texnoloji yeniliklərə əsaslanır. İnnovativ təhsilin idarə edilməsinin əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu texnologiyalardan istifadə pedaqoji üsulvasitələrdə, müəllim və şagirdlərin əməyinin təşkilində, iqtisadi mexanizmlərdə, hətta müasir təhsilin nəzəriyyə və metodologiyasında köklü dəyişikliklərlə müşayiət olunur. Bu günə qədər müasir təhsilin texnoloji

vasitələrinin arsenalı kifayət qədər müxtəlifdir və eyni zamanda son dərəcə sürətlə genişlənir.

Təhsil sahəsində innovasiyaların idarə edilməsi problemlərinə yanaşma və təhlil həm makro, həm də sahəvi səviyyədə, eyni zamanda müəssisə çərçivəsində birinci dərəcəli əhəmiyyətə malikdir. Doğrudan da, təhsil sahəsi ən innovativ sahələrdən birini özündə əks etdirir ki, bu da digər sahələrdə innovativ fəaliyyətin effektivliyini, innovasiya mühitinin yaradılmasını və bütövlükdə iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini müəyyən edir.

İqtisadiyyatın müxtəlif fəaliyyət sahələrində innovasiya proseslərinin xarakteri, sürəti və səmərəliliyi təhsil sahəsində inkişafdan, təhsildə innovasiya fəaliyyətinin xarakterindən və səmərəliliyindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Başqa sözlə desək, innovativ fəaliyyətlə məşğul olan hər bir müəssisənin əsas resursu onun kadrlarının bilik, təcrübə və bacarıqlarıdır ki, bu da təhsil sektorunun innovativ proseslərin gedişində həlledici rol oynadığını əsaslandırır. Kadrların hazırlanmasının, yenidən hazırlanmasının və ixtisasının artırılmasının nə dərəcədə vaxtında və effektiv həyata keçirilməsi innovativ müəssisənin rəqabət qabiliyyətini və səmərəli fəaliyyətini müəyyən edir.

Bu gün informasiya və medianın transformasiyası, təşkilat baxımından artan ixtisaslaşma kadrlardan yüksək bacarıq və bilik səviyyələri tələb edir. Qeyd olunan göstəricilərə nail olmaq üçün isə müasir təhsil sistemlərindən həm effektiv, həm də səmərəli olmaqla bərabər, mövcud resurslardan ən yaxşı şəkildə istifadə etmək tələb olunur. Təhsilin inkişafı dedikdə, tədris materiallarının, sillabusların, öyrənmə metodlarının, tədris edən müəllim heyətinin innovativ yanaşmasının təkmilləşdirilməsi nəzərdə tutulur.

Hazırda məlumat ötürülməsi ilə yanaşı, məlumat əlçatanlığında da müsbət irəliləyişlər müşahidə olunur. Resurs müxtəlifliyi, təhsil sektoruna uyğunlaşdırıla bilən texnologiyaların mövcudluğu, öyrənmə zamanı asanlıqla istifadə oluna bilən proqram təminatları təhsil müəssisələrində kurikulumun inkişaf etdirilməsinə töhfə verir. Ənənəvi təhsil sistemində tədris prosesi sadəcə müvafiq kitablar, çap edilmiş materiallar üzərindən gedir. Hazırda kurikulumun keçirilməsində elektron resurslardan istifadəyə, yaradıcılıq və innovativ yanaşmanı aşılayan layihə əsaslı tapşırıqlara, proqram təminatları üzərindən

interaktiv öyrənməyə üstünlük verilir.

Onlayn təhsil proqramlarının inkişafı innovasiyanın müsbət rolu ilə əlaqəlidir. Dünyaca nüfuzlu təhsil müəssisələri həm uzunmüddətli, həm də qısamüddətli təhsil və təlim proqramları təklif edirlər. Belə proqramların sayının artması, effektivliyinin yüksək olması və qlobal olaraq tanınması innovasiyanın təhsildə böyük rol oynadığının göstəricisidir. Onlayn görüşlərin keçirilməsi üçün müxtəlif proqramların mövcudluğu və materialların bulud texnologiyası üzərindən rahat paylaşıla bilən olması təhsilin inkişafına şərait yaradıb.

Əlavə olaraq, təhsilin effektiv olmasında da innovasiya əhəmiyyət daşıyır. Nəzəri biliklərin praktiki biliklərlə möhkəmləndirilməsi üçün müəyyən texnoloji avadanlıqlardan istifadəyə maraq artıb. İnnovativ proqram təminatları vasitəsilə tələbələr nəzəriyyəni 3D formatında olan modellərlə tanış olaraq daha yaxşı anlaya bilir və beləliklə, təhsilin effektivliyi artır.

Eyni zamanda innovasiya təhsil müəssisələrində bəzi sahələrə daha çox diqqətin yönəldilməsinə səbəb olub. Məsələn, məktəblərdə informatika dərsləri əsasən nəzəri bilikləri əhatə edirdi, lakin hazırda təhsil müəssisələrinə müxtəlif proqram dillərinin öyrənilməsi və robotexnika kimi dərslər əlavə edilib. Həmçinin universitet təhsilində, yaxşı kadrların yetişdirilməsi və dünya bazarına uyğunlaşa bilmələri üçün innovasiyanın idarə edilməsi, innovativ metodlardan istifadə etmə bacarıqlarının inkişafı istiqamətində bir sıra proqramlar yaradılıb. Beləliklə, tədris mövzuları şaxələnərək, tələbələr üçün bir çox sahəyə qapı açır, təhsilin inkişafına töhvə verir.

İnnovasiyaların təhsildə rolunu izah etmək üçün qeyd edə bilərik ki, bu gün rəqəmsal texnologiyalar məktəblərdə tədris və təlim təcrübələrini dəyişdirmək və yeni üfüqlər açmaq üçün böyük potensiala malikdir. Transformasiyaya nail olmaq problemi texnoloji maneələri aradan qaldırmaqdan daha çox yeni tədris növlərinin inteqrasiyasıdır. Rəqəmsal texnologiyalar məktəblərdə tədris və təlim prosesində aşağıdakıları asanlaşdırma bilər:

- innovativ pedaqoji modellər, məsələn, oyunlara, onlayn laboratoriyalara və real vaxt qiymətləndirməsinə əsaslanan, yüksək səviyyəli düşünmə

bacarıqlarını və konseptual anlayışı təkmilləşdirir, həmçinin bir çox hallarda tələbələrin yaradıcılığını, təxəyyülünü və problem həll etmə bacarıqlarını artırır;

- uzaqdan və ya virtual onlayn laboratoriyalar laboratoriya təcrübələrini simulyasiya etməyə imkan verir və tələbələrin praktiki öyrənməyə sürətli girişini təmin edir;
- beynəlxalq əməkdaşlıq, coğrafiya və formal sinif saatları maneələrini aradan qaldırır; tələbələrə digər mədəniyyətlər haqqında fikir və multikultural ünsiyyət təcrübəsi verir;
- e-təlim, açıq təhsil resursları və kütləvi açıq onlayn kurslar, əsasən, avtonom öyrənmələr üçün geniş imkanlar yaradır;
- informasiya texnologiyaları təhsil məqsədlərinə çatmaq üçün istifadə olunur. Bunlardan bəziləri əqli inkişaf üçün istifadə edilən tədris üsullarını əhatə etdiyi halda, bəziləri həm inkişafı, həm də səmərəliliyi təmin edən üsulları əhatə edir.

Yuxarıda qeyd olunanlardan aydındır ki, innovasiya təhsil-tədris-təlim prosesinin gedişini və alınmış nəticələrin keyfiyyətini yüksəltmək məqsədilə həyata keçirilən yenilikləri və əldə olunmuş nəticələri əhatə edir. Son illər təhsil sahəsində nəzəri cəhətdən öyrənilib praktikada tətbiq edilən innovasiyaların daim artdığı müşahidə olunur. Misal olaraq kurikulumlar, interaktiv təlim metodları, inklüziv təhsil, veb-texnologiyalar, İKT-dən istifadə bacarıqları, layihələrin idarə edilməsi, təhsilin ictimailəşməsi, riskin qiymətləndirilməsi, kadr ehtiyatları və insan resurslarının idarə olunması, korporativ mədəniyyətin formalaşdırılması, peşəkar özünütəkmilləşdirmə və vəzifədə irəliləmə üsulları və onlarla bu kimi innovasiyaları qeyd edə bilərik.

3.5 Dünyada təhsil sahəsində innovasiya ilə bağlı yeniliklər

“Tələbələrə innovativliyi öyrətməkdə ilk addım müəllimlərin özlərinin yenilikçi olmalarını təmin etməkdir”. Pandemiya dövründə ənənəvi təhsilin distant və onlayn tədris prosesinə keçidi təhsil sektorunda innovativ tədris metodlarının tətbiqinə təkan verdi. Təhsildə ən çox tətbiq edilən yeniliklər qarışıq, başqa sözlə, hibrid öyrənmə (blended learning), virtual reallıq (VR),

artırılmış reallıq (AR), rəqəmsal məzmun kitabxanası, 3D çap, bulud texnologiyası, simulyasiya oyunları da daxil olmaqla, texnoloji nailiyyətlərin uyğunlaşdırılması və təkmilləşdirilməsidir. Bununla belə, təhsildə innovasiya texnologiyasının dərslərə tətbiqi ilə yekunlaşmır, həm də müvafiq dərs və ya fənn üçün yeni tədris metodlarını, məsələn, layihə əsaslı tədrisi özündə cəmləşdirir.

Koronavirus (COVID-19) infeksiyasının yayılmasının qarşısının alınması məqsədilə 2020-2021-ci illərdə bir çox təhsil müəssisələrində tamamilə distant – onlayn təhsil formatına keçid uğurla həyata keçirildi. Baxmayaraq ki, koronavirusa qarşı sərt tədbirlər azaldılıb və bəzi yerlərdə ümumiyyətlə tətbiq olunmur, onlayn təhsil formatı hələ də davam etdirilir. Məsələn, ingilis dilində “blended learning” adlandırılan hibrid və ya qarışıq öyrənmə ənənəvi dərs otağı tədrisi ilə onlayn tədrisin kombinasiyasıdır. Sahəyə və tələbə kütləsinə uyğun olaraq, hibrid tədrisin bir neçə formatda tədris etmək mümkündür. Kurikulumun onlayn təhsil hissəsində müəllim mühazirə keçib, sinifdə isə qrup işlərini apara bilər. Eyni zamanda, tədrisin böyük hissəsini distant təhsil üzərindən davam etdirib, sadəcə tələbələrin zərurət duyduğu zamanlarda ənənəvi tədrisə keçid etmək də mümkündür. Beləliklə, qarışıq öyrənmə hər iki tədris formatının faydalarından yararlanmağa və tədrisdə bir çox öyrənmə metodikalarının istifadəsinə şərait yaradır.

Onlayn təhsilə keçid və artan tələbat təhsil müəssisələrində bulud texnologiyasından istifadəni təşviq edib. Bulud texnologiyası əsasən öyrənmə resurslarına və kurs materiallarına daxil olmaq və saxlamaq üçün istifadə olunur. Bulud texnologiyası müəllimlərə kurs mühazirələri, tapşırıqlar, tədris proqramları (sillabuslar) və digər sənədlər kimi təlim materiallarına tez və asanlıqla daxil olmaq və onları saxlamaq imkanı verir. O, həmçinin tələbələrə internet bağlantısı olan istənilən cihazdan materiallara daxil olmaq imkanı yaradır, məlumatların ötürülməsini sürətləndirir və əlçatan edir. Böyük və nüfuzlu təhsil müəssisələri bulud texnologiyasından illərdir istifadə edirlər, lakin son zamanlarda kiçik və orta təhsil qurumları da müvafiq tətbiqin imkanlarından istifadə etməyə başlayıblar.

Eyni zamanda, elmdə innovativ yenilik kimi elektron kitabxana və ya rəqəmsal məzmun kitabxanası da məlumat əlçatanlığını xeyli yaxşılaşdırıb.

Ənənəvi kitabxanalar fiziki məkan məhdudiyətləri ucbatından müxtəlif məzmunlara daxil olmaq çevikliyinə malik deyillər. Rəqəmsal kitabxanalarda isə virtual mühitdə elektron kitablar, jurnallar, məqalələr, bloqlar, məqalələr, videolar, podkastlar və audiokitablar da daxil olmaqla, geniş çeşiddə məzmunu saxlamaq mümkündür. Müasir rəqəmsal kitabxanaların resursları buludda saxlanır, beləliklə, istifadəçilərə (müəllimlər, tələbələr və digərləri) istənilən vaxtda və istənilən yerdən bu kitabxanalara daxil ola bilmə imkanı verilir.

Kiçik kitabxanalar böyük universitet kitabxanalarından fərqli olaraq, tez-tez yeni kitablar, jurnallar və digər məzmun resurslarını almaq üçün adekvat maliyyədən məhrumdurlar. Halbuki, elektron kitabxanada yenilənmiş kitab və məqalə versiyalarını (təbii ki, elektron variantlarını) tapmaq daha əlçatandır. Nəticədə, oxuculara ən son nəşrlərə giriş imkanı verməklə, rəqəmsal kitabxana onların tələblərinə daha yaxşı cavab verir.

Virtual reallıq (VR) isə simulyasiya edilmiş 3D səhnələr yaratmaq üçün kompüterin emal gücündən istifadə edən bir texnikadır və istifadəçiyə rəqəmsal dünyada qarşılıqlı əlaqə yaratmağa, obyektlərə toxunmağa və dərin təcrübə əldə etməyə imkan verir. İlk baxışdan, virtual reallıq konsepsiyası sadəcə əyləncə kimi düşünülə bilər, lakin virtual reallıq təhsil sektorunda tətbiq etmək üçün ən yaxşı innovativ vasitələrdən biri hesab edilməlidir. Virtual reallıq ilə tələbələr mürəkkəb hesab edilən fənləri daha rahat dərk edə, mövzunu daha dərinləndirən öyrənə və sahə ilə daha çox məşğul ola bilərlər. Məsələn, kimyəvi düsturları, elementləri və ya digər əlaqəli mövzuları başa düşmək tələbələr üçün çətin ola bilər, lakin virtual reallıq ilə tələbələr elementlərə rəqəmsal şəkildə toxuna, düsturlar yarada, prosesləri vizuallaşdırıla bilərlər və bu yolla öyrənmək tələbələr üçün daha effektivdir. Xüsusilə dəqiq elmlər sahəsində təhlükəsizlik tədbirlərinin alınması və/və ya büdcə çatışmazlığı səbəbindən ənənəvi laboratoriyada kimyəvi reaksiyaların aparılması imkanları məhduddur. Bu problemlərə qarşılıq olaraq, VR dərsləri az resurs, sıfır partlayış və kimyəvi zərər ehtimalı ilə təcrübə qazanmağa imkan yaradır. “Futuclass”, “ClassVR”, “Inspirit” kimi şirkətlər elmtutumlu fənlər üçün təhsil müəssisələrinin kurikulumuna uyğunlaşdırıla bilən dərslər təklif edirlər. Bu dərslərdə tələbələr virtual dünyada laboratoriya eksperimentlərini apara, bitkiləri yaxından analiz

edə və uzaq məsafə qət etmədən çöl eksperimentlərini həyata keçirə bilirlər. Məsələn, "VictoryXR" şirkəti virtual reallıq vasitəsilə biologiya dərslində qurbağaların parçalanması prosesini addım-addım izah edərək kurikulumuna unudulmaz təcrübə qatmaqla yanaşı, heyvanlara ziyan vurmada öyrənmə yolunu da təklif edir. Aşağıda isə "Futuclass" şirkətinin kimya fənni dərslərinin birindən foto görüntü əks olunub.



Qeyd etmək lazımdır ki, VR dərslər incəsənət, tibb, musiqi, tarix və digər bir çox elm sahələrində tətbiq oluna bilər. Məsələn, "Painting VR" şirkətinin təklif etdiyi xidmətlər təhsil institutlarının incəsənət dərslərində istifadə oluna bilər.

Virtual reallıq ilə müəyyən qədər oxşarlığı olan artırılmış reallıq (augmented reality - AR) da təhsil sahəsində tətbiq olunan innovativ yeniliklər arasındadır. Virtual reallıq bütün görüntünü tamamilə virtual dünyada yaratdığı halda, AR virtual görüntüləri real dünya üzərində göstərir. AR texnologiyalarına gündəlik istifadə olunan mobil cihazlar, kompüterlər, planşetlər aid olduğundan istifadəsi və kurikulumuna uyğunlaşdırılması daha uyğundur. Artırılmış reallıq ənənəvi dərslər vasitələrini proqram təminatı və platformalarda bir araya gətirərək material əlçatanlığını artırır və öyrənmə xərclərini azaldır. Eyni zamanda tələbənin marağı və fəallığını yüksəltməkdə də effektivdir.

Ümumiyyətlə, interaktiv, oyunlaşdırılmış AR tələbələrə öyrənmə prosesində əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərir. Belə ki, onların dərslər boyu məşğul olmasını təmin edir. Min söz deməkdənsə bir dəfə görmək məlumatı daha yadda qalan edir. Artırılmış reallıq tətbiqləri darıxdırıcı dərsləri şaxələndirmək və silkələmək üçün geniş imkanlar təklif edir. Təhsil müddətində qrup işləri kurikulumun əsas hissələrindən biridir. Bütün tələbələrin eyni zamanda təlim prosesinə cəlb olunduğu interaktiv dərslərdə AR komandada işləmək bacarıqlarının təkmilləşməsinə də sürətləndirir.

Nümunə olaraq qeyd edək ki, “Arloon Geometry” həndəsə dərsləri üçün AR öyrənmə proqramıdır. Tətbiqin mövzuları əsasən vizuallaşdırmaya əsaslanır və bu proqram tələbələrə 2D və 3D həndəsi fiqurları interaktiv şəkildə kəşf etməyə kömək edir. Başqa bir misal, dil öyrənmə proqramı olan “Mondly” istifadəçilərə real həyat şəraitində öz bacarıqlarını tətbiq etməyə kömək etmək üçün AR əsaslı virtual müəllimi proqrama inteqrasiya edib. “AR Anatomy” isə müxtəlif patoloji şərtləri olan anatomik sistemlərə 3D animasiyalı artırılmış reallıq görünüşü təqdim etməklə yanaşı, müxtəlif tibbi vəziyyətlərin insan anatomiyasına təsirlərini görmək imkanını yaradır.

Müqayisəyə gəldikdə isə, virtual reallığın təhsildə tətbiqi artırılmış reallığa görə çox bahadır. Virtual reallığı təhsildə istifadə etmək üçün xüsusi VR başlıqlarını - müəyyən bir texnoloji seti almaq lazımdır. VR texnoloji setlərin qiyməti təxminən 400 manatdan başlayır. AR texnologiyalarını isə, demək olar, hər kəs istifadə edir, beləliklə, istifadəsi əlavə xərc tələb etmir. İnnovasiya ilə elmin birləşdiyi kurikulum innovativ gələcəyin əsas amillərindən biridir.

Vurğulamaq lazımdır ki, təhsildə innovasiya sadəcə texnologiyanın dərslərə inteqrasiyası deyil, həm də müvafiq dərslər və ya fənn üçün layihə əsaslı tədrislərin təkmilləşdirilməsi və kurikulumda tətbiqidir. Praktiki biliklərlə möhkəmləndirilən nəzəri biliklər daha yüksək göstəricilər verir. Layihə əsaslı öyrənmə tələbələri sinifdən kənar dünya ilə əlaqələndirir və sahə üzrə real situasiyalarla tanış edir. Biliyi qısamüddətli yadda saxlamaq əvəzinə, layihə əsaslı öyrənmə tələbələrə mövzu ilə dərindən məşğul olmaq imkanı verir və diqqətlərini daha uzun müddətə mövzuya fokuslamalarını təmin edir. Bu innovativ öyrənmə metodu ilə həmçinin tələbələrin təhsilə münasibətlərini

yaxşılaşdırdığı, konseptual anlayışı təkmilləşdirdiyi və bir çox hallarda tələbələrin yaradıcılıqlarını, təxəyyüllərini və problem həll etmə bacarıqlarını artırdığı görünür. Miçiqaq Universitetinin tərəfdaş olduğu bir araşdırmada layihə əsaslı öyrənmənin tələbələrin nailiyyətləri ilə müsbət korrelyasiya etdiyini nəzərə çatdırır.

Təhsil sahəsində innovativ yeniliklər çoxdur və artmağa da davam edir. Bəhs edilmiş yeniliklərin hər birindən elmin müxtəlif sahələrində fərqli həcmərdə istifadə etmək mümkündür. Texnologiyanın inkişaf etdiyi və innovativ təhsilə diqqətin artdığı zamanda imkanlardan yararlanmaq asanlaşır. Müxtəlif texnologiya və proqram təminatlarının mövcud olduğunu və yüksək məlumat əlçatanlığını nəzərə alarsaq, təhsil müəssisələrində innovativ yanaşmaların tətbiqi üçün maneələrin azaldığını qeyd etmək olar.

Avropada ali təhsil müəssisələrinin onlayn təlim və tədris prosesinin qiymətləndirilməsi üçün müxtəlif alətlərdən istifadə edilir. Belə alətlərin ölkəmizdə istifadə olunması da mümkündür və arzuolunandır. 2020-ci ildən başlayaraq Avropa İttifaqının maliyyələşdirdiyi “Rəqəmsal ali təhsil” layihəsi (DigiHE) tərəfindən gücləndirilmiş rəqəmsal təlim və tədrisi qiymətləndirmək məqsədilə ali təhsil müəssisələri üçün 20 fərqli özünüqiymətləndirmə modeli, aləti və çərçivəsi təhlil olunub. Sənəddə güclü və zəif tərəfləri üzə çıxaran alətlərə “DigiCompOrg” çərçivəsini, “SELFIE” platformasını, “HEInnovate” və “Excellence” modellərini misal göstərmək olar. Sözügedən model və çərçivələr və ya alətlər arasından hansını istifadə edəcəyinə ali təhsil müəssisələri öz ehtiyaclarına uyğun qərar verməlidirlər.

3.6 Azərbaycanda təhsil standartlarında innovasiya ilə bağlı akademik boşluqlar

Müasir qloballaşma dövründə beynəlxalq aləmdə baş verən iqtisadi inkişaf prosesləri Azərbaycanın da sosial-iqtisadi inkişafında, hüquqi-normativ qanunvericilik bazasının və idarəetmə proseslərinin təkmilləşməsində öz təsirini göstərir. Ölkəmizdə dayanıqlı sosial iqtisadi yüksəlişin təmin edilməsində innovasiya fəaliyyəti və innovasiya proseslərinin idarə edilməsinin müasir standartlara uyğun təşkili və mütəmadi təkmilləşdirilməsi əsas rol oynayır. Təcrübə göstərir ki, istənilən sahədə innovativ proseslərin nəticələrini

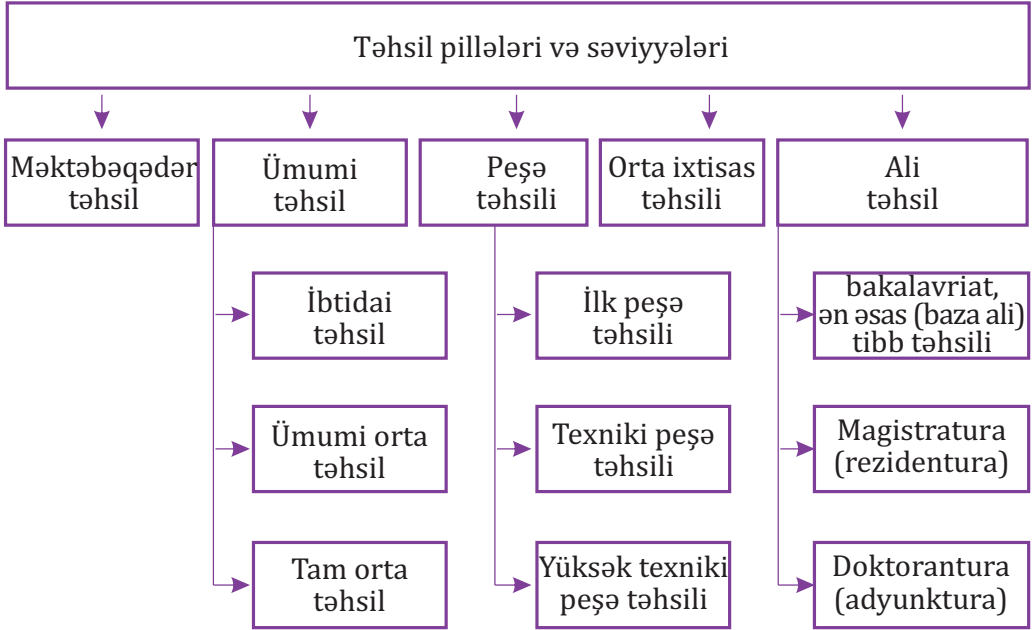
tətbiq edən ölkənin perspektiv inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, həmçinin elm və təhsilin inkişafı, intellektual potensialın üzə çıxarılması, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi, innovasiyalı iqtisadiyyatın formalaşması və rəqabətqabiliyyətli, elmtutumlu məhsul istehsalına nail olunması təmin edilir. Azərbaycan Respublikasında innovasiya fəaliyyətinin zəruriliyini əsas götürərək, onun davamlı formada həyata keçirilməsi məqsədilə təhsil sahəsində də bir sıra islahatlar həyata keçirilir. Ölkəmizdə son illərdə istənilən sahədə innovativ yanaşmaların tətbiq edilməsi üçün əlverişli mühitin formalaşması ilə əlaqədar çox ciddi addımlar atılıb.

Bu gün innovasiyalı iqtisadiyyatın ən mühüm amili insan kapitalıdır. İnsan kapitalının inkişafı elm və təhsil sisteminin inkişafının təmin olunmasından asılıdır. Azərbaycanda təhsilin əsas missiyası beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin artırılması məqsədi ilə insan kapitalının yaradılmasından ibarətdir. Azərbaycan Respublikasının 2009-cu il 19 iyun tarixində qəbul edilmiş "Təhsil haqqında" Qanununda qeyd olunur ki, təhsil - sistemləşdirilmiş bilik, bacarıq və vərdişlərin mənimsənilməsi prosesi və onun nəticəsidir.

Bu Qanuna əsasən, Azərbaycan Respublikasında təhsilin əsas məqsədi aşağıdakılardır:

- Azərbaycan dövləti qarşısında öz məsuliyyətini dərk edən, xalqının milli ənənələrinə və demokratiya prinsiplərinə, insan hüquqları və azadlıqlarına hörmət edən, vətənpərvərlik və azərbaycançılıq ideyalarına sadıq olan, müstəqil və yaradıcı düşünən vətəndaş və şəxsiyyət yetişdirmək;
- milli-mənəvi və ümumbəşəri dəyərləri qoruyan və inkişaf etdirən, geniş dünyagörüşünə malik olan, təşəbbüsləri və yenilikləri qiymətləndirməyi bacaran, nəzəri və praktiki biliklərə yiyələnən, müasir təfəkkürlü və rəqabət qabiliyyətli mütəxəssis-kadrlar hazırlamaq;
- sistemləşdirilmiş bilik, bacarıq və vərdişlərin mənimsənilməsini və ixtisasın daim artırılmasını təmin etmək, təhsilalanları ictimai həyata və səmərəli əmək fəaliyyətinə hazırlamaq.
- "Təhsil haqqında" Qanunun 17-ci maddəsi ilə ölkəmizdə təhsil pillələri və səviyyələri də müəyyən olunub (şəkil 4):

Şəkil 4. Azərbaycan Respublikasında təhsil pillələri və səviyyələri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının "Təhsil haqqında" Qanunu

Müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatının modernləşməsi, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi, yerli məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması və ixracın diversifikasiyasına nail olunması ən aktual mövzu olaraq qalır. Bu problemlərin həlli ölkə iqtisadiyyatına tətbiq olunan yeniliklərin keyfiyyətindən və həcmindən, innovasiya fəaliyyətinin strateji və təşkilatı cəhətdən formalaşması prosesindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, innovasiya fəaliyyətinin daha da səmərəli mexanizmlərinə sahib olan, yeniliklərin vacibliyini anlayan və inkişaf etdirilmiş infrastruktura malik olan ölkə iqtisadiyyatlarının subyektləri qlobal bazarların rəqabət mübarizəsində rəqiblərinə asanlıqla qalib gəlirlər. Bu gün innovasiyalar, tədqiqatlar və işləmələr (R&D) – inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan əksər ölkələrin siyasi ambisiyalarının mühüm tərkib hissəsidir. Ölkə iqtisadiyyatının uğuru həm innovativ potensialın olması, həm də onun həyata keçirilməsi üçün şərtlərlə əlaqələndirilir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 16 noyabr tarixli 711 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "2019-2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikasında ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə Dövlət Proqramı"nda da qeyd olunub ki, inkişaf etmiş ölkələr davamlı və uğurlu iqtisadi tərəqqiyə məhz ali təhsil sisteminin beynəlxalq standartlar səviyyəsinə yüksəldilməsi sayəsində nail olublar.

"Standart" sözü ingilis dilindən götürülüb norma, nümunə, ölçü deməkdir. Təhsil standartı real şəxsiyyətin ictimai ideal səviyyəyə qalxması və bu idealın təhsillə əldə edilməsini təsvir edən dövlət normalarının əsas parametrlər sistemidir. Təhsilin standartlaşdırılması müxtəlif ölkələrdə tədris plan və proqramlarının hazırlanması, təhsilin səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi və təhsil sistemində həyata keçirilməsi yolu ilə əldə edilir.

Azərbaycan Respublikasında məktəbəqədər təhsilin dövlət standartları

Hazırda qüvvədə olan "Azərbaycan Respublikasında ümumi təhsilin dövlət standartları" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2019-cu il 8 avqust 351 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilib. Bu standartlar Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Təhsil haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə" 2009-cu il 5 sentyabr tarixli 156 nömrəli Fərmanının 2.2-ci və "Məktəbəqədər təhsil haqqında" Azərbaycan Respublikasının 2017-ci il 14 aprel tarixli 585-VQ nömrəli Qanununun tətbiqi barədə" 2017-ci il 19 iyun tarixli 1471 nömrəli Fərmanının 2.2-ci bəndlərinə əsasən hazırlanıb və 5 il müddəti üçün nəzərdə tutulub.

Azərbaycan Respublikasında məktəbəqədər təhsilin dövlət standartlarında məktəbəqədər təhsilin məzmununu müəyyən edən didaktik prinsiplər, bu təhsil pilləsi üçün uşaqların yaş və hər bir qrupda say həddi, təhsilverənlərin peşəkarlıq keyfiyyətlərinə dair tələblər, məktəbəqədər təhsilin idarə olunması prinsipləri, infrastruktur, maddi-texniki və tədris bazası, məktəbəqədər təhsilin yaş səviyyələrinə uyğun inkişaf sahələri üzrə ümumi təlimin nəticələri, uşaq inkişafının dəyərləndirilməsi üçün müvafiq tələblər müəyyənləşdirilib.

Azərbaycan Respublikasında ümumi təhsilin dövlət standartları. Hazırda qüvvədə olan "Azərbaycan Respublikasında ümumi təhsilin dövlət standartları" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2020-ci il 29 sentyabr tarixli 361

nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilib. Bu standartlar Azərbaycan Respublikasının "Təhsil haqqında" və "Ümumi təhsil haqqında" qanunlarına, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2013-cü il 24 oktyabr tarixli 13 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası"na, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2018-ci il 18 iyul tarixli 311 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasının ömürboyu təhsil üzrə Milli Kvalifikasiyalar Çərçivəsi"nə əsasən hazırlanıb. "Azərbaycan Respublikasında ümumi təhsilin dövlət standartları" 2021/2022-ci tədris ilindən tətbiq edilməyə başlayıb və Qərara əsasən, dövlət standartları 5 il müddətinə qüvvədədir.

Azərbaycan Respublikasında ali təhsil pilləsinin dövlət standartı

Azərbaycan Respublikasında "Ali təhsil pilləsinin dövlət standartı və proqramı" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 23 aprel tarixli, 75 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilib. Ali təhsilin dövlət standartı və proqramı "Təhsil haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğun hazırlanıb və ali təhsil sahəsində sınıanmış mütərəqqi beynəlxalq meyarlar, milli və ümumbəşəri dəyərlər nəzərə alınmaqla, müəyyən dövr üçün vahid dövlət tələblərini əks etdirən ümumi normalar məcmusudur. Dövlət standartı tabeliyindən, mülkiyyət növündən və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq, Azərbaycan Respublikasının ərazisində fəaliyyət göstərən bütün ali təhsil müəssisələrinə şamil olunur. Qərarla dövlət standartının qüvvədə olma müddəti 6 il qeyd olunduğuna baxmayaraq, yeni standart qəbul edilmədiyindən bu gün də həmin standartlar əsasında ali təhsil müəssisələri fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanda intellektual potensialın gücləndirilməsinə xidmət edən Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 16 noyabr tarixli 711 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "2019-2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikasında ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə Dövlət Proqramı"nın əsas məqsədi gənclərə xarici ölkələrin nüfuzlu ali təhsil müəssisələrində təhsil alma imkanları yaratmaq, gələcək əmək bazarının tələblərinə cavab verən rəqabətqabiliyyətli və yüksəkixtisaslı peşəkar kadrların hazırlanmasını təmin etməkdir. Dövlət Proqramında da qeyd olunub ki, müasir dövrdə təhsilin iqtisadi həyatda artan rolu Azərbaycanda prioritet istiqamət

kimi bilik iqtisadiyyatının formalaşdırılmasını və insan kapitalının inkişafına dövlət dəstəyinin davam etdirilməsini, ümumən ölkədə ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılmasını müstəsna dərəcədə əhəmiyyətli edir.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2019-cu il 13 noyabr tarixli 445 nömrəli Qərarı ilə “2019-2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikasında ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə Dövlət Proqramı” çərçivəsində Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının nüfuzlu xarici ali təhsil müəssisələrində doktorantura səviyyəsi üzrə təhsilinin maliyyələşdirilməsi Qaydaları” təsdiq edilib.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2019-cu il 20 noyabr tarixli 451 nömrəli Qərarı ilə “2019-2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikasında ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə Dövlət Proqramı” çərçivəsində beynəlxalq ikili diplom proqramlarının həyata keçiriləcəyi xarici tərəfdaş ali təhsil müəssisələrinin, ixtisas proqramlarının və təhsil səviyyələrinin seçim Qaydaları” təsdiq edilib.

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi elm, təhsil və innovasiyalar qarşılıqlı sıx əlaqədədir. Ölkəmizdə hər bir sahədə olduğu kimi, təhsil sahəsində də ardıcıl islahatların aparılmasına baxmayaraq, problemlər də mövcuddur. Bu problemlərdən biri də Azərbaycanda təhsil standartlarında innovasiya ilə bağlı akademik boşluqların olmasıdır. İnnovasiya anlayışı çox əhatəli olduğu kimi, bu problemlərə də müxtəlif aspektlərdən baxa bilərik. Aparılan araşdırmalara görə:

- ali təhsil standartlarında, əsasən bakalavr pilləsinin bəzi ixtisas standartlarında məcburi fənlərin sayının çox olması, başqa sözlə, beynəlxalq standartlara uyğun olmamasının bakalavr pilləsində ikili diplom proqramlarının tətbiqinə mənfi təsir göstərməsi;
- istər orta, istər ali təhsil standartlarında innovasiya və startaplarla bağlı fənlərin keçirilməməsi və ya az yer verilməsi;
- konkret istiqamətlər üzrə akademik heyətin çatışmazlığı və ya tələblərə cavab verməməsi, və ya əməkhaqqının aşağı olması səbəbindən cəlb oluna bilməməsi;

- ali təhsil müəssisələri məzunlarının əmək bazarının tələblərinə kifayət qədər cavab verə bilməməsi;
- ali təhsil müəssisələrinin idarəetmə sisteminin qənaətbəxş olmaması;
- ali təhsil müəssisələrinin texniki bazasının müasir standartlara cavab verməməsi;
- tədris fənnləri üzrə (ali təhsil) müasir tələblərə cavab verən Azərbaycan dilində ədəbiyyatların olmaması və ya keyfiyyətinin aşağı olması;
- ölkə universitetlərinin beynəlxalq reytinglərdə irəliləyə bilməməsi.
- stimullaşdırıcı əməkhaqqı sisteminin olmaması;
- müəllim nüfuzunun aşağı düşməsi, müəllim nüfuzuna təsir edən amil kimi müəllim hazırlığı üzrə infrastrukturun zəif olması;
- təhsil sahəsində rəhbər və idarəedənlər arasında təhsil üzrə peşəkar kadrların kifayət sayda olmaması.

Ali təhsilin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, dünya təhsil məkanına inteqrasiya, ali təhsilin cəmiyyətin və iqtisadiyyatın müasir tələblərinə uyğunlaşdırılması üçün dünyada təhsil sahəsində aparılan islahatlar və tətbiq edilən innovasiyalarla bağlı yeniliklərin daim izlənilməsi zəruridir.

3.7 Elm və təhsil inteqrasiyasının dayanıqlı təmali – İnnovasiya

Əvvəlki bölmədə qeyd etdiyimiz kimi, innovasiya prosesi yeninin məzmununun formalaşması və inkişafından, təşkilindən ibarətdir. Ümumiyyətlə, innovasiya prosesi innovasiyaların yaradılması, inkişafı, istifadəsi və yayılması üçün kompleks fəaliyyət kimi başa düşülür. İnnovasiya ətraf mühitə yeni daimi elementlər daxil edən, sistemin bir vəziyyətdən digər vəziyyətə keçməsinə səbəb olan məqsədyönlü dəyişiklikdir.

Beləliklə, yenilik vasitə (yeni üsul, texnika, texnologiya, proqram və s.), innovasiya isə bu vasitələrin mənimsənilməsi prosesidir. “İnnovasiya” və “islahat” kimi anlayışları da bir-birindən ayırmaq lazımdır.

Müasir dövrdə intellektual əməyin ideya və bilikləri istehsal vasitəsidir və eyni zamanda ölkənin, o cümlədən müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artmasına səbəb olan innovasiya mənbəyidir. İllər boyu cəmiyyətin inkişaf

amilləri olan əmək və kapitalı əvəzləyən informasiya və bilik müasir cəmiyyətin həlledici dəyişən kəmiyyətləridir. Yeni biliklərə əsaslanan innovasiyaların tətbiqi digər innovativ imkanlarla müqayisədə daha çox vaxt itkisi ilə xarakterizə olunur. Bundan əlavə, yeni biliklərə əsaslanan innovasiyalar müxtəlif sahələrdə əldə edilmiş biliklərin inteqrasiyasını tələb edir.

Son illərdə dinamik inkişaf edən ölkələr sırasında milli təhsil sistemi əsasında elmtutumlu texnologiyaların inkişafına əsaslanan ölkələr başçılıq edirlər. Bu ölkələrdə məhz insan kapitalı inkişafın əsas faktoru kimi çıxış edir. Elmtutumlu məhsulun istehsalının və keyfiyyətini artırılması üçün elmi layihələrə maliyyələşmə həcmi artırmaq, eyni zamanda, innovasiya fəaliyyətinin inkişafına təsir edən struktur potensialının inkişafına dəstək verilməsi vacibdir. Biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üçün ali təhsil müəssisələri bazasında elm və təhsilin inteqrasiyasına nail olunması vacib amillərdəndir.

Elm və təhsil inteqrasiyasının əsas məqsədləri yüksəkixtisaslı, peşəkar kadr təminatı, təhsil keyfiyyətinin yüksəldilməsi, təhsildə yeni biliklərdən, elm və texnoloji nailiyyətlərdən istifadə edilməsidir. Son zamanlar, o cümlədən pandemiya dövründə tədris prosesinin təşkili və idarə edilməsinin yeni metodlarının yaradılması, informasiya, bilik və bacarıqların ötürülməsi müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının geniş tətbiq edilməsi sayəsində mümkün olub. Bu da innovasiyanın elm və təhsil inteqrasiyasının dayanıqlı təməli olduğunu əsaslandırır.

İnnovasiya və innovativ inkişaf mövzusu artıq həm xarici, həm də yerli tədqiqatlarda kifayət qədər geniş yayılıb. İnnovasiyaların öyrənilməsində həm iqtisadi nəzəriyyədə, həm də elmsünaslıqda mühüm nailiyyətlər əldə edilib. Müasir elmsünaslıq elmi bilik və innovasiyaların istehsalı prosesinə mürəkkəb kompleks kimi baxır. Öz növbəsində, bu biliklər yeni məhsulların, proseslərin, yeni təşkilat formalarının yaradılmasına və yeni bazarların açılmasına gətirib çıxara bilər ki, bu da əslində J.Şumpeterin fikrincə, innovasiyadır.

Elmi fəaliyyətin qloballaşma prosesləri nəticəsində elmi ictimaiyyət milli sərhədlərin dar çərçivəsindən daha geniş auditoriyaya çıxır ki, bunun da sayəsində çoxsaylı beynəlxalq tədqiqat qrupları formalaşır. Onlarla ölkədə

fəaliyyət göstərən, praktiki olaraq bütün qitələrdə yerləşdirilmiş transmilli korporasiyaların fəaliyyəti buna az təsir göstərmir. Diqqət yetirmək olar ki, məhz elm və texnikanın inkişafını elmi-tədqiqat fəaliyyətinin beynəlmilləşməsi yolu ilə təmin edən, elmi kadrların beynəlxalq mobilliyinə maneələri aradan qaldıran, elmi-tədqiqat mövzularını qloballaşdıran milli innovasiya sistemləri müasir tendensiyalara uyğun gəlir.

Qabaqcıl milli və digər innovasiya sistemləri onların subyektləri və institutları ilə qarşılıqlı əlaqələrin təşkili yollarının müxtəlifliyinin artması yolu ilə inkişaf edir ki, bu da onların qabaqcıl xarakterini əvvəlcədən müəyyənləşdirir. Bu meyillərin formalaşması digər məsələlərlə yanaşı, sırf pragmatik xarakter daşıyır. Elmin qloballaşması xüsusilə onunla ifadə olunur ki, fundamental tədqiqatların mövzularının və nəticələrinin əlçatanlığı dünyanın hər guşəsində elmi kollektivlərin üzünə açılır, onların həyata keçirilməsi üçün əvvəllər ayrı-ayrı ölkələrin ödədiyi maliyyə xərclərini azaltmağa imkan verir.

Elmin beynəlmilləşməsi elmi cəmiyyətin ən qabaqcıl hissəsi üçün maksimal rahat şərait yaratmağa imkan verir, lakin onların cəmləşməsi məhz onların işi üçün ən əlverişli şəraiti təmin etməyə qadir olan ölkələrdə və elmi mərkəzlərdə baş verir.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, tətbiqi tədqiqatlar və innovativ məhsulların yaradılması sahəsində tamamilə fərqli proseslər baş verir. Cənubi Koreyalı tədqiqatçı Suh P.Namın qeyd etdiyi kimi, dünyada yalnız bir neçə innovasiya mərkəzi (HUB) mövcuddur. Onlardan ən böyüyü ABŞ-ın Boston və Silikon Vadisində yerləşir. O, hesab edir ki, innovasiyaların yaranması yalnız bir sıra amillərin – ehtiyacların yaranmasına görə fəaliyyətlər, innovativ məhsulun kommersiya üçün məqsədəuyğunluğunun sınaqdan keçirilməsi, tədqiqatları maliyyələşdirmək üçün biznes “mələy”inin olması və digər amillərin mövcudluğundan asılı deyil, həm də innovasiyaların davamlı fəaliyyətindən, innovasiyaların konsentrasiyasından (cəmlənməsindən) asılıdır.

Elmi innovasiyaların təhsil sahəsinə transferi bir neçə istiqamət üzrə həyata keçirilə bilər. Məsələn, tədrisin elmi innovasiyalara əsaslanan prioritet elmi istiqamətlər əsasında təşkil edilməsi, təhsilənlərin elmi nailiyyətlərə yiyələnməsi, təhsil sisteminin maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi və s.

Bütün ölkələrdə qeyd olunan bu şərtlərin ödənməsi olduqca çətin və mürəkkəb bir işdir. Bu problemin həllində mühüm maneələrdən biri ondan ibarətdir ki, qloballaşma və elmin beynəlmilləşməsi innovasiyaların artıq belə şəraitin yaradıldığı ölkələrdə, yəni dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində, ilk növbədə ABŞ-da cəmləşməsinə gətirib çıxarır.

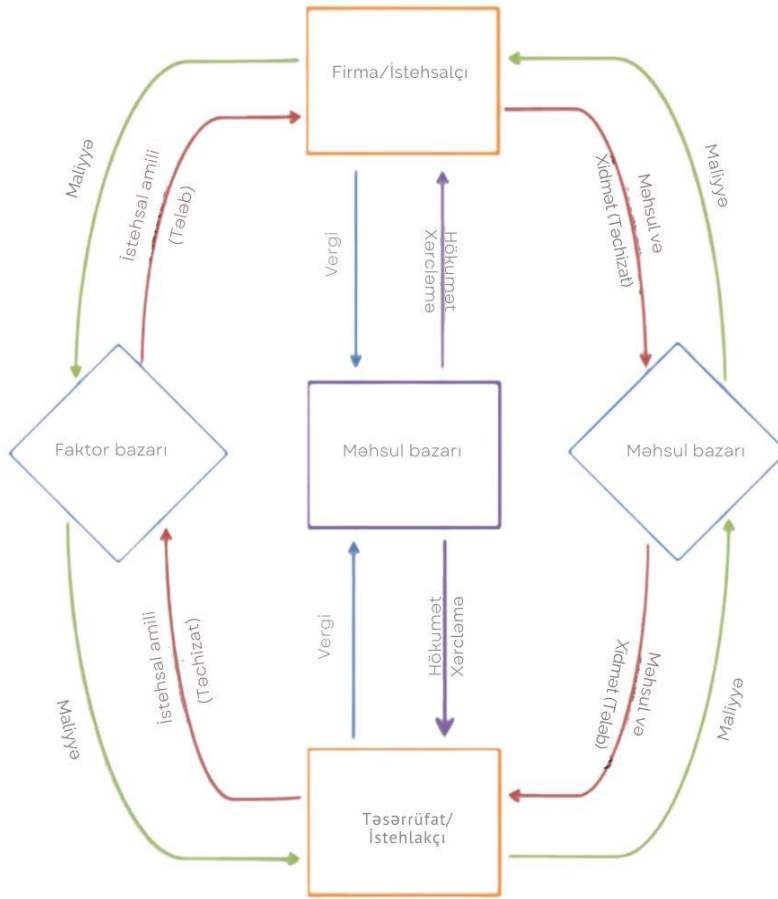
SAHİBKARLIQ EKOSİSTEMLƏRİNƏ DÖVLƏT DƏSTƏYİ: AZƏRBAYCANA ÜMUMİ BAXIŞ VƏ SİYASƏT SEÇİMLƏRİ

Mehmet Serkan Tosun, PhD

Şübhəsiz ki, innovasiyalar və onların inkişafı ölkələrin iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşmasında mühüm rol oynayır. Aparıcı ölkələr innovasiyaları təkmilləşdirmək üçün bu sahəyə böyük maliyyə resursları ayırırlar. Əsas məqsəd təkcə iqtisadi artımı yüksəltmək deyil, həm də innovasiyaları qlobal iqtisadi sistemdəki müxtəlif çağırışlara qarşı daha dözümlü etməkdir.

Ümumiyyətlə innovasiya ekosistemində təhsil, insan kapitalı, infrastruktur (həm fiziki, həm də rəqəmsal), institusional keyfiyyət (məsələn, qanunvericilik bazası), kapital qoyuluşları və sahibkarlıq birbaşa təsir edir; hökumət siyasəti isə bu ekosistemdə idarəedici funksiyaya malikdir. Şübhəsiz ki, sahibkarlıq ekosistemi və hökumət siyasəti bir-birləri ilə sıx bağlıdır və bu əlaqə innovasiyaların inkişafına da çox böyük təsir göstərir. Təsadüfi deyil ki, Cozef Şumpeter sahibkarı yenilikçi adlandırırdı. Onun fikrincə, sahibkar müxtəlif istehsal amillərinin “*yeni kombinasiyalarını həyata keçirən*” şəxsdir (Schumpeter, 1934).

İqtisadiyyat üzrə təhsil alan istənilən tələbə mikroiqtiadiyyat kursunda öyrəndiyi ilk modellərdən biri olan “dövri axın diaqramı”nı xatırlayar (Şəkil 1).



Şəkil 1. Dövri axın diaqramı.

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub.

Şəkil 1-də göstərilən dövri axın diaqramı məhsul bazarlarında təsərrüfatların (istehlakçılar), firmaların (istehsalçılar) və hökumətin üç əsas faktor kimi bir-birləri ilə qarşılıqlı əlaqədə olduğu iqtisadi sistemin əsas təsvirini təqdim edir. Bu əsas modeldə sahibkar təkcə firmaların bir hissəsi kimi deyil, həm bir vasitəçi, həm də dairəvi axını tənzimləyən önəmli faktor kimi iştirak edir.

Sahibkarlıq və hökumət arasındakı əlaqəni başa düşmək üçün əvvəlcə sahibkarlıq ekosisteminin tərifini vermək, sonra isə sahibkarlıq ekosisteminin necə inkişaf etdiyini və iqtisadiyyata necə töhfə verdiyini izah etmək lazımdır.

Sahibkarlıq ekosistemləri

Babson Kollecinədən Daniel İsenberq sahibkarlıq ekosisteminin elementləri haqqında daha ətraflı məlumat verən aşağıdakı altı sahəni sadalayır:

- siyasət (hökumət və liderlik);
- maliyyə (maliyyə kapitalı);
- mədəniyyət (uğur hekayələri, cəmiyyət normaları);
- dəstək (infrastruktur, yardımçı peşələr, qeyri-hökumət institutları);
- insan kapitalı (təhsil müəssisələri və əmək resursları);
- bazarlar (ilk müştərilər və şəbəkələr).

Göründüyü kimi, bu domenlər innovasiyanı müəyyən etmək üçün yuxarıda sadalanan amillərə tam bənzəyir. Bu amillər həm də sahibkarlıq və innovasiya arasında sıx əlaqəni göstərir.

Mason və Brovn (2014) qeyd edirlər ki, “sahibkarlıq ekosistemi” terminindən ilk dəfə Ceyms Muor (James Moore) “Harvard Business Review”də dərc olunmuş məqaləsində istifadə edib (Moore, 1993).

Onlar sahibkarlıq ekosistemi dedikdə:

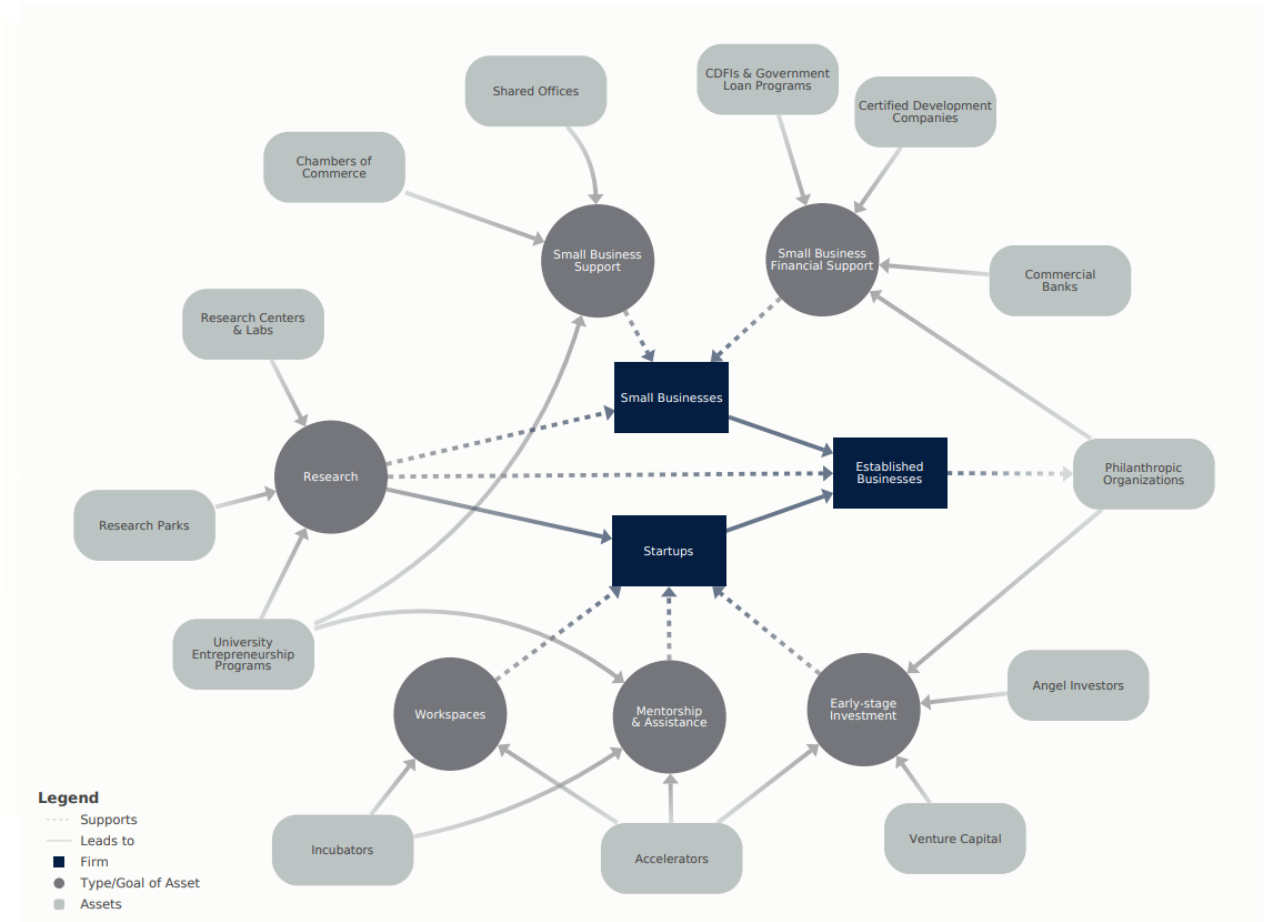
- bir-biri ilə əlaqədə olan sahibkarlıq subyektlərini (həm potensial, həm də mövcud);
- sahibkarlıq təşkilatlarını (məsələn, firmalar, vençur kapitalistləri, biznes mələkləri, banklar);
- institutları (universitetlər, dövlət sektoru agentlikləri, maliyyə qurumları)
- sahibkarlıq proseslərinin məcmusunu nəzərdə tutublar.

Onların fikrincə, biznesin yaranma nisbəti, yüksək inkişaf edən firmaların sayı, blokbaster sahibkarlığının səviyyəsi, fərdi sahibkarların sayı, firmaların satış

göstəriciləri və şirkətdaxili performansın əlaqələndirilməsi, vasitəçilik və ya idarə etmək üçün rəsmi və qeyri-rəsmi şəkildə birləşən sahibkarlıq ambisiyalarının müxtəlif səviyyələri sahibkarlıq mühitini formalaşdırır.

Şəkil 2-də dünyanın istənilən ölkəsində və ya regionunda sahibkarlıq ekosisteminin kritik elementləri kimi görünən sahibkarlıq aktivlərinin diaqramı verilib. Burada göstərildiyi kimi, sahibkarlıq ekosistemi həm hökumət, həm də təhsil müəssisələri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan biznes və ya sənaye qrupları ilə çox zəngindir. Elm-təhsil müəssisələri, hökumət və biznes arasında mövcud olan bu cür əməkdaşlıq həm də innovasiyanın üçlü “**spiral**” modeli adlanır (Love, 1982 və Etzkovitz və Leydesdorff, 1995).

Bu diaqramda həmçinin, mürəkkəb, eyni zamanda olduqca təsirli ola bilən beynəlxalq əməkdaşlığın üçlü spiral modelinə nümunə göstərilir:



Şəkil 2. Sahibkarlıq aktivlərinin diaqramı

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunub

Müxtəlif ölkələrdə və regionlarda sahibkarlıq ekosistemlərinin bir-birlərindən necə fərqləndiyini görmək də vacibdir. İsenberqin (2011) qeyd etdiyi kimi, hər bir ekosistem müxtəlif elementlər dəsti və özünəməxsusluğu ilə fərqlənir.

Startup ekosistemlərinin inkişaf səviyyələrini bilmək üçün reytinglərin ölçülməsi həyata keçirilir. Bunlardan ən etibarlısı “Startup Genome” hesab olunur. Bu şirkət startup ekosistemləri üzrə müxtəlif tədqiqatlar aparır, müqayisələr edir, real təhlillər ortaya qoyur. Şirkətin təqdim etdiyi təhlil və reytinglər startup

ekosistemlərini əhatə etsə də, istifadə etdiyi göstəricilər sahibkarlıq ekosistemləri ilə də çox sıx bağlıdır. Bu siyahıdakı 100 inkişaf etməkdə olan ekosistem arasında Azərbaycandan heç bir şəhər yer almasa da, Yaxın Şərqlə və Asiyanın Dubay, İstanbul, Cakarta, Quancajou və Honq Konq kimi şəhərləri inkişaf etməkdə olan ən yaxşı ekosistemlər siyahısındadır. Bundan əlavə, Nevada ştatının iki böyük şəhəri olan Reno (71-80-ci yerlər) və Las Vegas (61-70-ci yerlər) da ən yaxşı inkişaf edən ekosistemlər arasında yer alır.

Bundan əlavə, “Startup Genome”ün hesabatına görə, İstanbul mövcud vəziyyətinə görə 16-cı sırada olsa da, ekosisteminin inkişaf sürətinə görə birinci yerdədir. Bu, İstanbulda həm dövlət, həm də qeyri-hökumət təşkilatlarının fəal rol oynadığı güclü *startup dəstək mexanizminin* mövcudluğundan xəbər verir.

Startup ekosistemi reytingindən fərqli olaraq, Bakı 500 ən innovativ şəhər reytingində yer alıb. Paytaxtımız mümkün 60 baldan 32 bal toplayaraq, 435-ci yerdə qərarlaşıb. Bu, “Avrasiya” regionunda çox yüksək göstəricidir.

Sahibkarlıq ekosistemlərində dövlətin rolu

Hökumətlər həm ölkə və ya regionun ümumi iqtisadiyyatında, həm də sahibkarlıq ekosistemində mərkəzi rol oynayır. Hökumətin siyasəti vergi, qanunlar və dövlət proqramları vasitəsilə sahibkarlar da daxil olmaqla, bütün vətəndaşlara təsir göstərir.

Əlbəttə, hansı siyasətlərin sahibkarlara və sahibkarlıq ekosistemlərinə kömək etdiyini və ya zərər verdiyini söyləmək həqiqətən çətinidir. Hər bir ekosistem unikaldir və sahibkarlıq ekosistemini dəstəkləmək üçün “bir qayda hamıya uyğundur” yanaşması doğru deyil.

Hesab edirik ki, hökumətlər sadəcə olaraq birbaşa ekosistemlər yarada bilməzlər. Sahibkarlıq ekosistemləri bir çox elementin kifayət qədər mürəkkəb sintezini ehtiva edir.

Bu məsələdə dövlət siyasəti mühüm element olsa da, bir-birinə inteqrasiya edən çoxsaylı elementlərdən sadəcə biridir. Əlbəttə ki, sahibkarlığa və startaplara dövlət dəstəyinin müsbət təsirini göstərən empirik sübutlar var (məsələn, Kaya, 2019), lakin bir araşdırmanı ümumiləşdirmək və bütün ekosistemlərə şamil etmək doğru deyil. Üstəlik, əgər nümunə göstərilən ölkələr inkişaf etmiş yüksək gəlirli iqtisadiyyata malik ölkələdirsə, bu müqayisə ümumiyyətlə uğursuz alınacaq. Bundan əlavə, “Kiçik Biznes İqtisadiyyatı” jurnalının xüsusi buraxılışında (Colombo, 2019) müzakirə edildiyi kimi, sahibkarlıq ekosistemlərinin idarə olunması ilə bağlı hələ də kifayət qədər araşdırma aparılmayıb. Bu baxımdan bir sıra standart siyasət tövsiyələrini təqdim etmək əvəzinə, hər bir ölkədə innovasiya və startap ekosisteminin inkişafı üçün görüləcək tədbirlər planı hazırlanmalı, təhlil və müzakirə üçün müxtəlif siyasət variantları nəzərdən keçirilməlidir.

Sahibkarlıq aktivlərinin xəritələşdirilməsi

İstənilən ekosistemin inkişaf strategiyasını hazırlamaq üçün başlanğıc nöqtəsi sahibkarlıq məkanında mövcud olan faktorların və resursların inventarlaşdırılması olmalıdır. Azərbaycanda artıq çox sayda dövlət, özəl və qeyri-kommersiya agentlikləri var. Bunun yaxşı nümunəsi İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin (İİTKM) nəzdində fəaliyyət göstərən “Enterprise Azerbaijan” platformasıdır. Aktivlərin təfərrüatlı xəritəsi sahibkarlığı dəstəkləmək istiqamətində lazım olan hər hansı siyasət dəyişikliyinə araşdırmaq üçün etalon təqdim edəcək.

Sahibkarlıq təhsili

İnnovasiya ekosistemini inkişaf etdirmək və ya təkmilləşdirmək üçün sahibkarlıq təhsili mütləq tələb deyil, lakin təhsil sağlam ekosistemə malik olmaq üçün lazım olan insan kapitalının (və ya istedad) inkişafına kömək edir.

Bununla yanaşı, ABŞ-da və başqa yerlərdə təhsil müəssisələrində sahibkarlıq dərsləri tədris olunur, lakin bu təhsil metodikası ənənəvi tədris üsullarından tamamilə fərqlidir. Məsələn, ABŞ-da sahibkarlıq dərsləri adətən akademik sahibkarlar tərəfindən tədris olunur. Bu zaman ənənəvi mühazirələrin əvəzinə, daha çox tətbiqi və praktiki tədrisə üstünlük verilir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarlıq təhsili yalnız auditoriyada tədrislə məhdudlaşmır, həm də müxtəlif biznes yarışları, seminarlar və digər təlim proqramlarını əhatə edir.

Hökumət sahibkarlıq və innovasiya platforması rolunda

Daha əvvəl qeyd edildiyi kimi, hökumətlər ekosistem yarada bilməzlər, lakin onlar ekosistemin təbii şəkildə çiçəklənməsi üçün mühit yaratmağa kömək edə bilirlər. Məsələn, hökumətlər təhsil, ictimai təhlükəsizlik və sahibkarlıq ekosistemlərinə kömək edən digər infrastruktur məsələlərində mühüm həllər təqdim etmək imkanlarına malikdirlər. Hökumət başçıları həm də ekosistemi təşkil edən müxtəlif faktorları bir araya gətirmək üçün vasitəçi rolunu da oynaya bilirlər. Məsələn, yerli hökumət üzvləri biznes, universitet və müvafiq dövlət qurumları arasında ünsiyyəti asanlaşdıra bilirlər. Bu, üçlü spiral modelində daha ətraflı izah olunub.

Sahibkarlıq ekosisteminin beynəlmilləşdirilməsi

İnnovasiya və startap ekosisteminin inkişafı üçün sahibkarlıq ekosisteminin beynəlmilləşdirilməsi vacibdir. Bunun üçün hökumət biznes və universitetləri müxtəlif ölkələrdəki tərəfdaşlarla əlaqələndirməyə kömək edə bilər. Biznes

müəssisələri, universitetlər və dövlət qurumları ilə birlikdə ticarət missiyalarının təşkili beynəlmilləşmə məqsədinə kömək edir.

Daniel İsenberq *“The Global Entrepreneur”* adlı məqaləsində sahibkarların rəqabət qabiliyyətlərini qoruyub saxlamaları və yeni biznes imkanları tapmaları üçün sərhədləri keçmələrinin vacibliyindən bəhs edir (İsenberq, 2008). O, həmçinin məsafəni qlobal sahibkarlıq üçün əsas problem kimi qeyd edir. Ticarət missiyaları və dövlət qurumları tərəfindən ixracın təsviqi fəaliyyətləri həqiqətən də bu problemi müəyyən dərəcədə yüngülləşdirə bilər.

Sahibkarlıq və iqtisadiyyatın diversifikasiyası

İqtisadi diversifikasiya bir çox milli strategiyaların mühüm məqsədidir. Şaxələnməmiş iqtisadiyyatların xarici makro şoklara daha davamlı olduqları qəbul edilir. Şaxələnməmiş iqtisadiyyatlar startap ekosistemlərinin inkişafının qarşısını alan əsas maneələrdən biridir. Məhz bu reallığı nəzərə alan Azərbaycan neft və qazdan asılılığını azaltmaq üçün iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və digər sektorların inkişafı istiqamətində fundamental tədbirlər görür, müxtəlif dövlət proqramları qəbul edir. Bu baxımdan kiçik və orta biznesin (KOB) inkişaf etdirilməsi məqsədilə görülən işlər buna nümunədir. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (OECD) son hesabatında da Azərbaycan iqtisadiyyatının şaxələndirilməsində kiçik və orta biznes (KOB) müəssisələrinin əhəmiyyəti vurğulanıb. Hesabat KOBİA vasitəsilə biznesə dəstək göstərilməsi, KOB-lara daha yaxşı maliyyə mənbələrinə çıxış imkanlarının verilməsi, dövlət siyasətinin müəyyənləşdirilməsinə özəl sektorun cəlb edilməsi, daha yaxşı məlumat toplama və monitorinq sisteminin yaradılması daxil olmaqla, bir sıra siyasət tövsiyələrini təqdim edib (OECD, 2019).

Hökumət dəstəyinə mərkəzləşdirilməmiş yanaşma

Belə bir sual ortaya çıxır: dövlətin hansı qurumu sahibkarlığın inkişafında daha fəal olmalıdır? Buna birmənalı cavab vermək çətindir. Amma mərkəzi hökumətlər adətən milli ictimai sərvətlərin (milli müdafiə, yollar və digər infrastruktur) təmin edilməsində və müəyyən xarici təsirlərin neytrallaşdırılmasında, xüsusən də ətraf mühitlə əlaqəli məsələlərin həllində fəaldırlar. Eyni zamanda, əyalət və ya bələdiyyə orqanları kimi yerli idarəedicilər də yerlərdə istehsalçıları (məsələn, ictimai təhlükəsizlik məsələlərində) hərtərəfli təmin edir və onların həm yerli bizneslərə, həm də universitetlər kimi təhsil müəssisələrinə çıxışlarına şərait yaradırlar. Yerli hakimiyyət orqanlarının yerlərdəki sahibkarlara yaxınlıqları və siyasətin hazırlanmasında nisbi çeviklikləri nəzərə alındıqda, onların regionlarda sahibkarların üzləşdikləri problemləri həll etmək şansları daha yüksəkdir.

Təbii ki, yerli hakimiyyət orqanlarının problemlərin həllində daha fəal iştirakı *nisbətən mərkəzləşdirilməmiş* (və ya az mərkəzləşdirilmiş) idarəçilik strukturu tələb edir. Halbuki inkişaf etməkdə olan əksər ölkələrdə və onların iqtisadiyyatlarında mərkəzləşdirmə problemi yaşanır. Yəni bu ölkələrdə yerli idarəetmə orqanlarının, xüsusən də bələdiyyələrin yerli sahibkarlara xidmət göstərmək imkan və səlahiyyətləri məhduddur. Məsələn, bu məsələlər üçün onların çox az maliyyə muxtariyyəti var.

Beləliklə, sahibkarlığa və sahibkarlıq ekosistemlərinə dövlət dəstəyi ilə bağlı müzakirələr həm də dövlət siyasətinin qeyri-mərkəzləşdirilməsini əhatə etməlidir.

FƏSİL V.

İDEYADAN BİZNESƏ

Fərid İsmayılzadə

5.1 Startap nədir?

Müasir biznesin ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmiş startaplar innovasiyalara, yeni iş yerlərinin yaradılmasına və iqtisadi artıma təkan verən amil kimi keçən əsrin 70-ci illərində meydana gəlib. Dördüncü Sənaye İnqilabı dövründə “startap” termini geniş istifadə olunsa da, o, hər kəs tərəfindən qəbul edilmiş konkret tərifə malik deyil. Bu isə onun haqqında müxtəlif təxəyyüllərin formalaşmasına səbəb olub. Dünyanın ayrı-ayrı ölkələrində alim və tədqiqatçılar startapların mahiyyətini müxtəlif aspektdə təhlil edib və qiymətləndiriblər.

Avstriyalı iqtisadçı Cozef Şumpeter innovasiyaya əsaslanan bazar gücünün “görünməz əl” və “qiymət rəqabəti” prinsiplərindən daha yaxşı nəticələr verdiyini qeyd edib. Mütəfəkkirin fikrincə, texnoloji tərəqqi bazarda müvəqqəti inhisar yaradır və gəlirlərin bərabərsizliyinə yol açır. Həmçinin, C.Şumpeter innovativ təşəbbüsün iqtisadi inkişafın aparıcı rolu olduğunu vurğulayaraq, onu “yaradıcı və məhvedici” proses kimi xarakterizə edib.

Qərb iqtisadçısı Uilyam Baumol startapları biznes sektoruna verdiyi töhfələrə görə fərqləndirirdi. O, xüsusilə də, xidmət sektoru kontekstində iqtisadi artım və iş yerlərinin yaradılmasında startapların əhəmiyyətli faktor olduğunu vurğulayırdı. Sahibkarlıq, innovasiya və texnologiya siyasəti üzrə ixtisaslaşmış amerikalı iqtisadçı Skot Stern startap fəaliyyətinin təşviq edilməsində sahibkarlıq ekosisteminin vacibliyini vurğulayırdı. S.Stern kapitalla çıxışların, həmçinin tədqiqat institutları və mentorluq xidmətlərinin startapların uğur qazanmasına təsir edən hərəkətverici qüvvə olduğunu iddia edirdi. Startaplar və iqtisadi inkişaf arasında əlaqə üzrə geniş tədqiqatlar aparmış Z.Aks isə yeniliklərə təşəbbüs göstərilməsində və regional inkişafın stimullaşdırılmasında startapların əhəmiyyətli təsiri olduğunu bildirirdi. İnnovativ layihələrin inkişafı yerli mütəfəkkirlər tərəfindən də qiymətləndirilib. Professor Akif Musayev yeni texnologiyaların və startapların inkişafını ənənəvi

fəaliyyət sahələrinin itirilməsi və rəqəmsal savadsızlıqla bağlı işsizliyin artması kimi məsələlərlə izah edib. Vüqar Gülməmmədov innovasiyalı iqtisadiyyatın əsas xüsusiyyətlərini struktur dəyişikliyinə baş verməsi, ənənəvi istehsal resurslarından asılılığın azalması və yeni biliklərə yiyələnmə vərdişlərinin formalaşması kimi sıralayıb. İqtisadçı Cəbrayıl Vəliyev isə rəqabətin artırılması, yeni müştəri bazasının formalaşması, brendin gücləndirilməsi, xarici investorlar üçün ölkənin cəlbediciliyinin artırılması və xərclərin azaldılması istiqamətində startapların zəruriliyini vurğulayıb.

Startap terminindən ilk dəfə 1973-cü ilin avqustunda “Forbes” və 1977-ci ilin sentyabrında “Business Week” jurnallarında istifadə edilməsinə baxmayaraq, konsepsiyası 90-cı illərdə daha da möhkəmləndi. Startaplar unikal məhsul və ya xidmət hazırlamaq, onu bazara çıxarmaq və müştəriləri həmin məhsul və xidmətlərdən istifadənin vacib olmasına inandırmaq üçün yaradılmış gənc şirkət və ya layihələrdir. İnnovasiyaya əsaslanan startap mövcud məhsulların çatışmazlıqlarını aradan qaldırmağı və ya tamamilə yeni mal və xidmət kateqoriyalarını yaratmağı hədəfləyir. Adətən startapların əməliyyat tarixi qısa olur və onlar qısa müddət ərzində ya uğurlu şirkətlərə çevrilir, yaxud da uğursuzluqla üzləşib müflis olurlar. Startap ekosistemi daim inkişaf edir, yeni texnologiyaların yüksəlişi və daim dəyişən geosiyasi mənzərə onu göstərir ki, startaplar sağ qalmaq və inkişaf etmək üçün davamlı olaraq müasir tələblərə uyğunlaşmalıdırlar. Son illərdə qlobal miqyasda startapların sayı artmaqdadır. 2016-cı ildə təxminən 30 000 startap var idisə, 2017-ci ildə bu rəqəm 40 000-ə yüksəldi. Bu artım əsasən yeni texnologiyaların və maliyyə imkanlarının artması ilə əlaqədar idi. Startap şirkətlərinin böyük əksəriyyəti Şimali Amerika və Avropada yerləşir. Bununla belə, Asiya və Afrikada da startapların sayı artmaqdadır. Bu, çox güman ki, bu bölgələrdə internetə və mobil telefona çıxışı olan insanların sayının artması ilə əlaqədardır. Dünyada startap təsisçisinin orta yaşı 33-dür və bu, onu göstərir ki, startapları nisbətən gənc və təcrübəsiz insanlar qururlar. Startapların əksəriyyəti internetdən istifadə edən fərdi istehlakçılara, sonra isə müəssisələrin proqram təminatına və e-ticarətə yönəlidir. Ümumilikdə, qlobal startap ekosistemi böyümə trendindədir, startapların sayı və toplanan maliyyənin həcmi hər il artır.

Yuxarıda sadalanan yanaşmaları ümumiləşdirərək, startapın unikal məhsul və ya xidmət yaratmaq məqsədi daşıyan innovativ biznes təşəbbüsü olduğunu qeyd etmək olar. O, adətən, sürətli böyüməsi, miqyaslılığı, destruktivliyi (bazarda yaratdığı ciddi yenilik və dəyişikliklər baxımından dağıdıcılıq nəzərdə tutulur) və kreativliyi ilə xarakterizə olunur. Ənənəvi biznes modellərindən fərqli olaraq, startaplar rəqəmsal tendensiyalara meyilli olurlar. Belə ki, müasir startaplara daha çox süni intellekt, proqram təminatı, biotexnologiya, elektron ticarət, onlayn ödəniş platformaları və digər makrotrendlərin təsir göstərdiyi sektorlarda rast gəlmək olar.

Startaplar adətən, öz innovativ ideyalarını həyata keçirməyə cəhd göstərən fərdlər, kiçik qruplar və ya sahibkarlar tərəfindən təsis edilir. İşin təşəbbüskarları çox zaman məhdud resurs və zəif maliyyə imkanlarına malik olduqları üçün vençur kapitalistlərə, investora və kraudfandinq platformalarına üz tuturlar.

Startapların inkişafının bünövrəsində vençur kapitalı dayanır. Onun həcmi ildən-ilə böyük sürətlə artır. Proqram təminatı və maliyyə datası əsasında qurulmuş "PitchBook" şirkətinin məlumatına əsasən, 2020-ci ildə vençur kapitalının həcmi 300 milyard ABŞ dollarına çatıb. 2021-ci ildə isə bu indikator 345 milyard ABŞ dolları həcmində qiymətləndirilib. Cəmi 1 il ərzində müvafiq kəmiyyət göstəricisinin 15% artması startaplara olan investisiya marağının kəskin şəkildə yüksəldiyini təsdiq edir.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsinə nəzərən, innovativ layihələrin iqtisadi fəallığın stimullaşdırılmasında rol oynayaraq inkişafa böyük töhfə verdiyini vurğulamaq olar. Startaplara innovasiya mühitinin genişlənməsində, məhsuldarlığın artırılmasında və iş yerlərinin yaradılmasında mühüm mənbə kimi yanaşılır. Çünki onlar bazarın tələblərinə uyğunlaşmaqda daha çevikdirlər. Bu layihələrin fəaliyyət sferası genişləndikcə davamlı inkişafın təminatı üçün əlavə işçi qüvvəsinə ehtiyac duyulur ki, bu da işsizliyin həcmnin azaldılmasında rol oynayır. Tədqiqatlar göstərir ki, rəqəmsallaşma dövründə yeni məşğulluq sahələrinin yaranmasında, işsizliyin səviyyəsinin azaldılmasında, bir sözlə, iqtisadi hərəkətliliyin artırılmasında startaplar misilsiz əhəmiyyətə malikdir. Bununla yanaşı, innovativ layihələr sahibkarlıq ruhunu inkişaf etdirir, fərdləri

risk almağa, yeniliklərə təşəbbüs göstərməyə sövq edir.

Startaplar təsisçilər üçün əhəmiyyətli dəyər formalaşdırır. Bu isə öz növbəsində, iqtisadi resursların yenidən bölüşdürülməsinə səbəb olur. Digər tərəfdən isə, cəmiyyətin müəyyən qisminin savadsızlığı nəticəsində bu potensialın bərabər şəkildə bölüşdürülməməsi gəlir bərabərsizliyini daha da artıraraq qlobal çağırışlar yaradır.

Startapların reallaşdırılmasının əsas məqsədi bazarda sürətli böyüyən və güclü mövqeyə malik gəlirli biznes modelini formalaşdırmaqdır. Lakin hər zaman bu layihələr uğurla nəticələnmir. Bu vəziyyət iqtisadi şəraitdən və perspektiv imkanlardan asılı olaraq dəyişir. Belə ki, startaplar çox vaxt güclü rəqabətin, texnoloji problemlərin və iqtisadi tsikllərin hökm sürdüyü mühitdə formalaşır. Uğursuz startaplar bu ekosistemin təbii hissəsi olsa da, bir çox hallarda təsisçiləri və investoları maliyyə itkiləri ilə üzləşdirir. Startapların uğurlu inkişafı ölkələrin iqtisadi göstəricilərindən asılı olaraq dəyişir. Analitiklərin hesablamalarına görə, startapların təxminən 20%-i ilk illərində uğursuzluğa düçar olur, 50%-i isə beş il ərzində böyük itkilər verir.

İnnovasiya və startapın məqsədi yeni ideyanı uğurla həyata keçirmək və müştərilər üçün dəyər yaratmaqdır. İnnovasiya təkmilləşdirilmiş məhsul və ya xidmət üçün plan, əməliyyatlarınızı həyata keçirmək üçün yenilənmiş üsul və ya yeni bir iş modeli ola bilər. Bu, biznesinizin hər hansı bir hissəsi ilə əlaqədar da ola bilər və mütləq yeni olmasına ehtiyac yoxdur. Lakin düşünün ki, şirkətinizdən kənardakı dünya daim dəyişir və yenilənir. Əgər hərəkətsiz dayansanız, deməli, siz risk altındasınız. Bəziləri düşünürlər ki, yaradıcılıq və yenilik sinonimdir. Amma onlar fərqli terminlərdir. Yaradıcılıq yeni ideya ilə çıxış etmək deməkdir. İnnovasiya bu yeni ideyanı qəbul edir və müştərilərin problemlərinin həllinə yönəldir və dəyər yaradır. Startaplar innovasiyanın inkişafına, dayanıqlı olmasına kömək edir. Startapın inkişaf üçün zəruri olan resursları təmin etməklə və ekosistemin institutlarını formalaşdırmaqla sahibkarlıq ekosistemini gücləndirə bilməsi üçün bir sıra amillərə riayət olunmalıdır:

1. Ekosistem həm texniki, həm də sahibkarlıq bacarıqlarını özündə birləşdirən yüksək səviyyəli insan kapitalı fonduna malik olmalıdır;

2. İstehlakçılardan və müştərilər üçün fəaliyyət göstərən bizneslərdən ibarət daxili və xarici bazarlar əlçatan olmalı və bu bazarlar yeni başlayanların məhsul və ya xidmətlərini sata bilmələri üçün kifayət qədər geniş olmalıdır;
3. Özəl sərmayəçilər və ya dövlətin maliyyələşdirmə agentlikləri startapların inkişafı üçün lazımi resursları əldə etməyə münbit şərait yaratmalıdırlar.

Tarixəfi üçün lazımi resstartapların da üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Nəzərə almaq lazımdır ki, startapı olan şəxslərin ideyaları startapı olan şəxslərin ideyaliqtisadi aspektdə şəxslərin ideyaların da üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Nəzərə almaq lazımdır ki, kirlər əlçatan olmalı və e yerli biznes layihəsinin beynəlxalq səviyyədə tanınması üçün onun qlobal problemlərin həllinə istiqamətlənməsi daha məqsədə uyğundur. Əsas qaydalardan biri olan "Think Global, Act Local" (Qlobal düşün, lakin olduğun yerdən başla) prinsipi ilə hərəkət etmək startapların xaricə çıxmaqda bir nömrəli şüarı olmalıdır. Ona görə də, hər bir startapçı mövcud bazar araşdırmalarına peşəkar yanaşmalı, müştəri kütləsini düzgün təyin etməli, yaratdığı məhsulun unikallığına və marketinq məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Həmçinin ərsəyə gətirdiyi layihə yerli bazarda rəqabət qabiliyyətli və startap ekosisteminin əsas iştirakçılarından birinə çevrilə bilmək potensialına malik olmalıdırlar.

Qeyd edək ki, *startap* anlayışını *kiçik biznes* anlayışından fərqləndirmək olduqca vacibdir. *Kiçik biznes* anlayışı əsasən ənənəvi biznesin kiçik forması və ya təkrarıdır. Startapda isə bu yanaşma özünü innovativ və fərqli metodika tətbiq edərək göstərir. Burada əsas məsələ bazardakı boşluqları qazanc mənbəyinə çevirməkdir. Bundan başqa, startap davamlı böyüməkdə olan bir prosesdir ki, 3 əsas xarakteri ilə kiçik biznesdən əsaslı şəkildə fərqlənir:

1. Dəyişkən olması (Variability)
2. Arzuolunan olması (Desirability)
3. Əlçatan olması (Feasibility)

Startaplar tələbə uyğun, rəqabətli bazar mühitinə çevik uyğunlaşmağı bacarmalı, hər cür yeniliyə və dəyişkənliyə açıq olmalıdır. Bundan başqa,

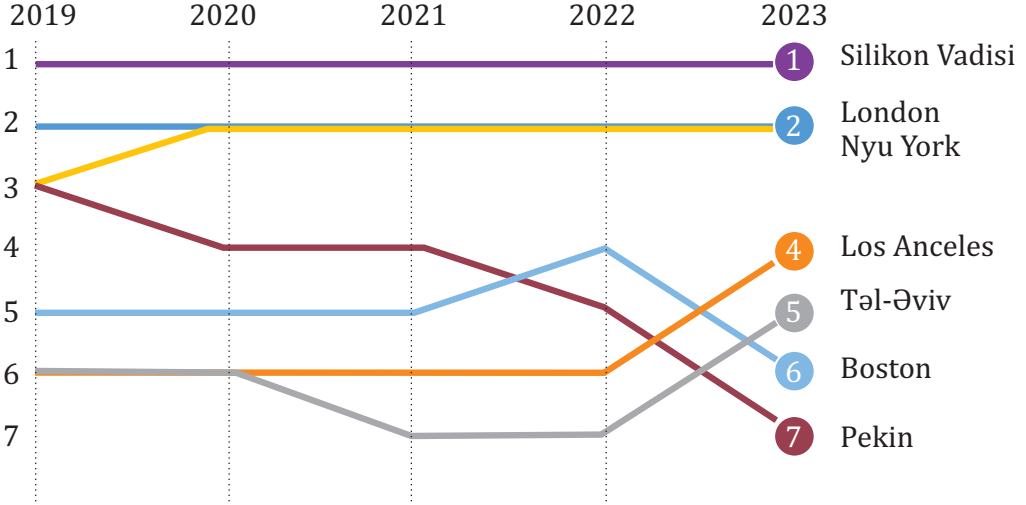
startapların təklif etdiyi xidmət və məhsullar kütlənin tələbinə uyğun və arzuolunan olmalıdır. Bunun üçün mütəmadi olaraq bazar araşdırması edilməli, rəqiblərin gücü düzgün qiymətləndirilməli və yeni brendlər kreativ formada təqdim olunmalıdır. Eyni zamanda, startapların təklif etdikləri xidmət və məhsullar əlçatan olmalı, reallaşdırılması mümkün olmayan miflərə əsaslanmamalıdır.

Kiçik və orta biznesin davamlı olaraq inkişaf edə bilməməsi həm Azərbaycanda, həm də beynəlxalq arenada ən böyük problemlərdən biridir. Rəqabətin və risklərin çox olduğu biznes sahəsində yeni fəaliyyətə başlayan şirkətlər üçün dayanıqlılıq qorumaq bir qədər çətinidir.

Biznesə başlamağın ən çətin tərəfi isə investisiya ilə bağlıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bütün dünyada olan investorların əsas məqsədi əllərində olan resurslarını düzgün şəkildə investisiya etməklə maliyyə imkanlarını artırmaqdır. Doğru təqdimat və tutarlı ideya komponentləri investisiyanın startapa cəlb olunması üçün ən vacib elementlərdir.

Bir sözlə, startaplar müəyyən edilmiş normalar çərçivəsində müştərilər üçün dəyər yaradan yeni məhsullar, xidmətlər və biznes modelləri təqdim etməklə iqtisadiyyata töhfə verir. Onlar məhsuldarlığın artmasına, texnoloji irəliləyişlərə və ənənəvi strukturun pozulmasına səbəb olur. Güclü ekosistemlər, investisiya cəlbediciliyi və əlverişli siyasət vasitəsilə startaplara verilən dəstək onların böyüməsini və təsirini daha da gücləndirə bilər.

Son illərdə Azərbaycanda da dövlət səviyyəsində startapların inkişafına böyük dəstək göstərilir. Texnologiyalarla ayaqlaşan dövrdə bazarda artan tələbatın qarşılınması üçün yeni məhsul və xidmətlərin təklif edilməsi zəruri hal alıb. Bu istiqamətdə yeni ideyalar və təşəbbüslərin ortaya atılması, bunun əsasında da yeni biznes modellərinin formalaşması üçün həm dövlət, həm də özəl sektor tərəfindən mühüm addımlar atılıb və atılmaqda davam edir: "Startap nədir?" sualına cavab axtararkən, Qlobal Startap Ekosistemi Hesabatının 2023-cü il üzrə (GSER-2023) rəqəmlərinə nəzər salmaqda fayda var. Bu hesabat 50 ölkədən 145-dən çox müştəriyə təqdim olunan 3,5 milyon startap və 290 qlobal ekosistemi əhatə edir, beləliklə, dünya miqyasında yeni tendensiyaları üzə çıxarır və dinamik mənzərəni canlandırır.

Şəkil 2. Qlobal startup ekosistemi reytingi (2019 - 2023)

Mənbə: <https://startupgenome.com/report/gser2023>

Göründüyü kimi, Silikon Vadisi, Nyu-York şəhəri və London ilk üç ekosistem kimi hökmranlıqlarını davam etdirir, Los-Anceles və Təl-Əvivin yüksəlişi isə innovasiyaların dinamik xarakterini əks etdirir. Sinqapurun ilk 10-luğa möhtəşəm yüksəlişi startup mənzərəsinə xas olan inkişaf və dayanıqlığı göstərir.

5.2 Startaplar milli iqtisadiyyatlara töhfə verir

2000-ci illərin əvvəllərindən etibarən inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri erkən mərhələdə startapları dəstəkləmək üçün getdikcə populyarlaşan bir vasitəyə çevrildi.

Qlobal akselerasiya şəbəkəsinin məlumatına görə, hazırda dünyada 7000-dən çox inkubasiya və akselerasiya mərkəzi var. Onlar korporativ qaydada dəstəklənən təşəbbüslərdən hökumət tərəfindən maliyyələşdirilən proqramlara qədər bir çox forma və ölçülərə malik ola bilərlər. Bu mərkəzlərin yüksəlişi bir sıra amillərlə, o cümlədən sahibkarlığın populyarlığının artması, internet və rəqəmsal texnologiyaların yüksəlişi və erkən mərhələdə maliyyələşdirmə imkanlarının artması ilə bağlıdır. İnkubasiya və akselerasiya mərkəzləri yeni biznes və iş yerlərinin yaradılmasına, iqtisadi artımın stimullaşdırılmasına və innovasiyaların təşviqinə kömək edirlər.

Son zamanlarda bu proqramların o qədər də təsirli olmaya biləcəyini göstərən sübutlar da artmaqdadır. **“Kauffman” Fondunun** son araşdırması akselerasiya ilə dəstəklənən bütün startapların yarısından çoxunun beş il ərzində uğursuz olduğunu göstərir. Eyni zamanda, inkubasiya mərkəzləri çox vaxt böyük şəhərlərdə yerləşir ki, bu da onları az inkişaf etmiş regionlardakı startaplar üçün əlçatmaz edir. Bu hallar bu proqramların global startap ekosisteminə inteqrasiyasını məhdudlaşdırır. Bu çətinliklərə baxmayaraq, akselerasiya və inkubasiya mərkəzləri startap ekosistemində mühüm rol oynamağa davam edir.

Son illərdə ölkəmizdə də qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi, müasir innovativ tələblərin ödənilməsi üçün İKT sektoruna diqqət daha da artırılıb. Bu məqsədlə ölkə başçısının müvafiq Fərmanı əsasında 2016-cı ildə informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi təsdiq edilib. Bu müstəvidə nəzərdə tutulmuş hədəflərə çatmaq üçün 2018-ci ildə ölkəmizdə rəqəmsal ödənişlərin həcmnin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı qəbul edilib. Həmin normativlik ölkə hüdudları daxilində dövriyyədə olan nağdsız ödənişlərin həcmnin genişləndirilməsini, bankların investisiya və kreditvermə qabiliyyətinin artırılmasını, bank likvidliyini gücləndirərək müştərilərin etibarının qazanılmasını hədəfləyib.

Dördüncü Sənaye İnqilabı dövründə Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı və məşğulluğun təmin edilməsi prioritet məsələlərdən biri kimi qəbul edilib. Ölkədə biznes mühitinin inkişafına dövlət miqyasında böyük dəstək göstərilir. Milli iqtisadiyyatda rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması istiqamətində sahibkarlıq fəaliyyətinə kredit güzəştləri edilir, vergi yükü azaldılır, qrantlar və subsidiyalar verilir. Son illərdə ölkəmizdə innovativ təşəbbüslərə əsaslanan startapların inkişafı müşahidə olunmaqdadır. İnternet texnologiyalarının yüksək inkişafı buna zəmin yaradıb.

Ölkəyə investisiya cəlbediciliyinin artırılması məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Sərəncamı əsasında 2016-cı ildə “Enterprise Azerbaijan” portalı yaradılıb. Bu rəqəmsal platforma istifadəçilərə investisiya, startap, özəlləşdirmə layihələri, ideya və hazır biznes kimi imkanlar təklif edir. Portal investorları və promoterləri əlverişli məkanda qarşılaşdıraraq onları qısa

müddət ərzində hədəflərinə çatmağa xidmət göstərir.

Azərbaycan Respublikasında startapların inkişafının dəstəkləməsi üçün normativ-hüquqi aktlar sırasında kiçik və mikro sahibkarlara startap şəhadətnamələrinin verilməsi məqsədilə 2021-ci ildə təsdiq edilmiş “Startapın müəyyən olunması meyarları” da yer alır. Adı çəkilən şəhadətnamənin alınması sahibkarlıq subyektlərini mənfəət və gəlir vergisindən 3 il müddətinə azad edilmə hüququ verir. Startap şəhadətnaməsi KOBİA (Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi) tərəfindən təşəbbüskarların innovativ ideyaları əsasında bazarda təkrarı olmayan məhsul və ya xidmətlərin təklifi üzrə təqdim olunur. Burada müraciət edilmiş layihələrin qiymətləndirilməsi üçün Ekspertlər Şurası yaradılıb. Şura ideya sahiblərinə şəhadətnamələrin verilməsi və ya imtinası barədə qərarlar qəbul edir.

Azərbaycanda rəqəmsal sahibkarlıq mühitinin intensivləşdirilməsi üzrə həmin subyektlərə hüquqi və texniki dəstəyin göstərilməsi, həmçinin qarşılıqlı işgüzar əlaqələrin qurulması təşviq edilir, startapların lehinə maarifləndirmə siyasəti aparılır. Bu çərçivədə gənc nəslin nümayəndələrinin rəqəmsal sahibkarlıq mühitinə cəlb edilməsinə, fərdlərin savadlılığından startapların inkişaf mərhələsində effektiv istifadə olunmasına, sahibkarlıq-elm münasibətinin dövlət tərəfindən təşviq edilməsinə ehtiyac duyulur. Bütün bu məsələlər dövlət-sahibkarlıq-elm müstəvisində həll olunur.

Texnoloji yeniliklər ölkələrin inkişaf mexanizmini dəyişdikcə yaradıcılığı, əməkdaşlığı və qabaqcıl ideyaları təşviq edən xüsusi məkanlara ehtiyac artır. Ölkəmizdə bu məqsədlə bir sıra innovativ ekosistem mərkəzləri yaradılıb. Rəqəmsal cəmiyyətin formalaşması, həmçinin, fiziki və hüquqi şəxslərə texnoloji dəstəyin göstərilməsi, müasir avadanlıqlarla elmi tədqiqatların aparılması, startapların təşviq edilməsi və onlara maliyyə imkanlarının yaradılması üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin müvafiq Sərəncamı əsasında İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi yaradılıb. Bununla yanaşı, təlim, inkubasiya, akselerasiya və kovörkinq fəaliyyətlərini özündə cəmləyən “İnnoland”, startapların qurulmasına və inkişafına təkan verən “Sabah.Hub” və innovativ startapların inkişafının ilkin mərhələsində investisiya dəstəyi göstərən “Technovate” innovasiya ekosisteminin əsas

oyunçuları kimi milli iqtisadiyyatın inkişafında yaxından iştirak edirlər.

Həm ölkədə, həm də regionda startapların inkişafının dəstəklənməsi məqsədilə 2022-ci ilin sonlarında “Caucasus Ventures” (Qafqaz Vençur) fondu yaradılıb. Dövlət və özəl sektorun birgə əməkdaşlığı çərçivəsində qurulmuş bu fondun nizamnamə kapitalı dövlət tərəfindən 5 milyon manat, özəl şirkətlər tərəfindən isə 6,3 milyon manat yatırım edilməklə ümumilikdə, 11,3 milyon manat təşkil edir. Cari ildə fond tərəfindən 70-dən artıq layihə rəhbərləri ilə görüşlər keçirilib və cəmi 3 startapın fəaliyyətinə investisiya ayrılıb. Bunlar “Turan APP”, “TestedWeb” və “Magic Port” layihələridir. Ümumiyyətlə, bu fond startapların innovativliyinə və Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün nə dərəcədə faydalı olacağına diqqət yetirir.

“Qafqaz Vençur”la yanaşı, ölkəmizdə “Xəzər Vençur” (Khazar Ventures) və “Texnovate – SABAH” mələk investorları klubu da resurs çatışmazlığı səbəbindən ideyalarını reallaşdırmaqda çətinlik çəkən təşəbbüs sahiblərinə böyük dəstək göstərirlər. “Xəzər Vençur” yüksək inkişaf potensialına malik startaplara diqqət yetirərək həmin layihə sahiblərinin üzləşdiyi çətinliklərin aradan qaldırılması üçün onları maliyyə vəsaitləri ilə təmin edir. Bu investisiya şəbəkəsi iqtisadi inkişafı sürətləndirir və milli innovasiya mədəniyyətinin formalaşmasında misilsiz əhəmiyyətə malikdir.

“Texnovate – SABAH” mələk investorları klubu qlobal miqyasda tanınan yerli layihədir. Klubun investorları ölkənin uğurlu iş adamlarından ibarətdir. Ölkəmizdə olan digər investisiya mərkəzlərindən fərqli olaraq, bu klub yerli layihələrin yalnız ölkə iqtisadiyyatına deyil, makro səviyyədə təsirlərinə daha çox diqqət yetirir. Klub İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi ilə əməkdaşlığa başlayaraq fəaliyyət imkanlarını daha da genişləndirib. Bununla belə, “Texnovate – SABAH” təkcə maliyyə dəstəyi ilə kifayətlənmir. Bu şəbəkə öz bilik və bacarıqlarını bölüşməyə həvəsli olan təcrübəli və uğurlu rəhbərlər, sahibkarlar və digər nüfuz sahibi olan şəxslərdən ibarətdir. Həmçinin, o, korporativ əməkdaşlıq və investorlarla startap təşəbbüskarları arasında əlaqələrin təkmilləşdirilməsində vasitəçi rolunu oynayır.

2022-ci ildə respondentlər üzrə aparılan sorğu nəticəsində müəyyən edilib ki, startapların əksəriyyəti Bakı və digər böyük şəhərlərdə qurulub.

Startap təsisçilərinin cins bölgüsündə kişilər üstünlük təşkil edir. 20-30 yaşlı fərdlər startapların qurulmasına daha çox maraq göstərirlər. Son illərdə Azərbaycanda “FinTech”, “EdTech, elektron ticarət, “TravelTech” və “AqroTech” sahələri üzrə startaplara daha çox rast gəlinir.

İnnovativ texnologiyaların həcmnin artırılması cəmiyyətdə ödəniş metodları üzrə yeni vərdişlər formalaşdırıb. Milli iqtisadiyyatda ödənişlərin mənzərəsinə nəzər yetirdikdə “ani ödəniş sistemi”, “mobil ödənişlər” kimi yeni ödəmə üsullarının həcmnin sürətli şəkildə artdığının şahidi olmaq olar. Bu ödəniş metodları ölkədə yeni biznes ideyalarının formalaşmasını stimullaşdırıb. Əhalinin maliyyə savadlılığının artırılması istiqamətində görülən tədbirlər bazarda yeni tələblər formalaşdırır ki, bu da öz növbəsində, rəqəmsal sahibkarlığın inkişafına təkan verir.

Müasir rəqəmsal dünyada “fintek” şirkətlərinin köməyi ilə maliyyə əməliyyatları getdikcə daha qüsursuz bir hala gəlib. İnnovasiya kateqoriyası üzrə irəliləyən yerli şirkətlərdən biri də pul köçürmələri və maliyyənin idarə edilməsi metodları üzrə inqilab edən dinamik “GoldenPay” şirkətidir. 2008-ci ildə startap olaraq fəaliyyətə başlayan şirkət ən müasir texnologiyaya, istifadəçi interfeysinə və müştəri məmnuniyyətinə sadıqlığı ilə Azərbaycanın maliyyə mənzərəsinə ciddi töhfələr verib. Onun əsas missiyası maliyyə əməliyyatlarını sadələşdirməkdən, fiziki və hüquqi şəxslərin maliyyə resurslarına tam nəzarət imkanının yaradılmasından ibarətdir. “GoldenPay” onlayn ödənişlər, pul köçürmələri, kommunal və mobil ödənişlər də daxil olmaqla, müxtəlif pul əməliyyatlarının təhlükəsiz və rahat platformada həyata keçirilməsini təmin edir.

Cəmiyyətin rəqəmsal ödəniş vərdişlərinə yiyələnməsi məqsədilə şirkət tərəfindən ölkənin ən böyük onlayn ödəmə platforması kimi tanınan “hesab.az” portalı yaradılıb. “Hesab.az”dan sonra yerli bankların əksəriyyəti rəqəmsal platforma xidmətlərinə marağı artırır, həmçinin “epul.az”, “million.az”, “azericard.az” kimi rəqib portallar meydana gəlib. Qeyd etmək lazımdır ki, bu gün belə ölkədəki bütün bankların mobil tətbiqetmələri “GoldenPay” şirkətinin ödəniş ekosistemi üzərində qurulub.

Ümumiyyətlə, startaplar həm yerli, həm də xarici investorları ölkəyə cəlb

edərək iqtisadi fəallığı stimullaşdırır və bazara rəqabətə davamlı məhsul və xidmətlər təklif edir. Onlar bölgələrdə işsizliyin səviyyəsinin azaldılması və sahibkarlıq ekosisteminin formalaşmasında mühüm rola malikdirlər. Həmçinin, startaplar böyüdükcə vergi öhdəlikləri də artır. Vergidən əldə edilmiş gəlirlər isə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin - təhsilin, səhiyyənin və infrastruktur layihələrinin inkişafına xərclənərək bütövlükdə milli iqtisadiyyatın yüksəlişində böyük əhəmiyyətə malik ola bilər.

5.3 Startaplar həm elmə, həm də biznesə marağı artırır

İnnovativ təşəbbüsləri özündə cəmləyən startaplar rəqəmsallaşma dövründə iqtisadi inkişafa müsbət təsirləri ilə seçilirlər. Bununla yanaşı, startaplar cəmiyyətin həm elm sahəsinə, həm də biznes mühitinə olan marağını daha da artırır. Bu iki komponentin qarşılıqlı münasibətini elmi biliklərdən istifadə etməklə effektiv biznes modellərini formalaşdırmaq kimi xarakterizə etmək mümkündür.

Startaplar elm adamları və tədqiqatçılar üçün nəzəriyyə və təcrübə arasındakı boşluqların aradan qaldırılmasını təmin edirlər. Bu layihələr elmi kəşflər və iş dünyası arasında interfeys rolunu oynayır. Startaplar vasitəsilə tədqiqatların nəticəsi bazara çıxarıla bilən məhsul, xidmət və texnologiyaya çevrilir. Bununla da, startaplar elmi biliklərin praktiki tətbiqini nümayiş etdirir və onları daha geniş auditoriya üçün əlçatan edir.

Startaplar alimlər və biznes mütəxəssisləri arasında əməkdaşlıq üçün unikal platforma təqdim edir. Uğurlu layihələr adətən, elmi təcrübə ilə işgüzarlığı birləşdirən multidisiplinar komandalar tələb edir. Elm adamları texniki biliklər, tədqiqat imkanları və problem həll etmə bacarıqları ilə; biznes mütəxəssisləri isə bazar dinamikası, müştəri ehtiyacları və strateji planlaşdırma üzrə komponentlərlə iqtisadi inkişafa töhfə verirlər. Bu əməkdaşlıq fikri mübadiləsinə təkan verir və komanda üzvləri arasında həm elmə, həm də biznesə marağı artıraraq ortaq öyrənmə təcrübəsini təmin edir. Beləliklə, elm və biznes arasındakı ənənəvi sərhədlər yox olmağa doğru istiqamətlənir.

İnnovasiya dövründə dünya ölkələri tərəfindən elmin inkişafına xüsusi diqqət göstərilir. Bu istiqamətdə təhsilalanların yaradıcılıq, mühakimə,

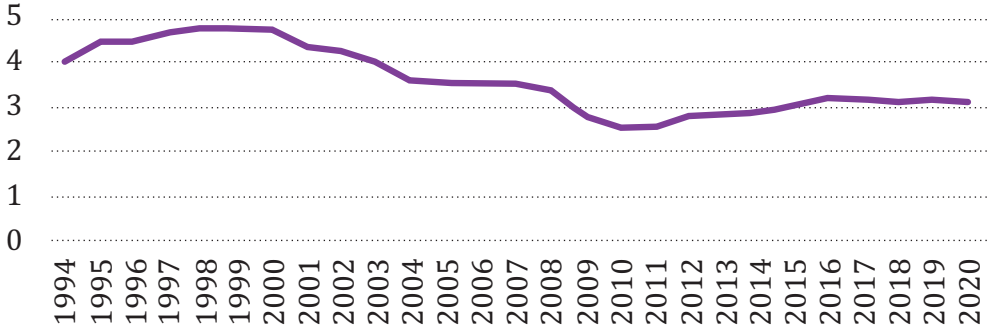
komanda işi kimi XXI əsrin fundamental bacarıqlarını özündə əks etdirən STEAM layihələrinə maraqları artır. “Qlobal Sahibkarlıq Monitoru”na (GEM) istinadən, 2020-ci ildə dünyada sahibkarların 44%-nin öz bizneslərini yüksək texnologiyalı və ya bilik tutumlu sektorlar üzrə qurduğunu qeyd etmək olar. Kauffman Sahibkarlıq İndeksində əsasən, 2019-cu ildə ABŞ-da yeni sahibkarların 33%-i elm, texnologiya, mühəndislik və ya riyazi biliklərə malikdirlər. Ölkəmizdə də 2019-cu ildən etibarən İKT avadanlıqları üzrə bilik və bacarıqların artırılması üçün “STEAM Azərbaycan” layihəsinə start verilib.

Dövlət müəssisələri və biznes haqqında dataları təhlil edən nüfuzlu “Crunchbase” şirkəti 2020-ci ildə elm və texnologiya startaplarına edilən qlobal investisiyanın həcmnin 125 milyard ABŞ dolları təşkil etdiyini vurğulayıb. Həmin ildə təkcə biotexnoloji startapların vençur kapitalizasiyasının dəyəri 28,5 milyard dollara çatıb ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə 32% artım deməkdir. Ümumiyyətlə, 1980-2018-ci illərdə qlobal miqyasda 8600-dən çox biotexnologiya şirkətlərinin qurulduğunu, onların əksəriyyətinin isə elmi tədqiqatlardan qaynaqlandığını vurğulamaq olar.

Bu göstəricilər startapların elmə və biznesə marağın artırılmasında əhəmiyyətli rol oynadığını əks etdirir. Elm və sahibkarlığın vəhdəti investisiya artımına, sahibkarlığın yüksəlişinə güclü maraq oyadır. Dünya timsalında məsələyə nəzər yetirsək, uğur qazanmış startapların əksəriyyətinin təşəbbüskarlar tərəfindən universitet illərində qurulduğunu görə bilərik. Bu isə təhsil ocaqlarının startapların inkişafında böyük əhəmiyyətə malik olduğunu söyləməyə imkan verir.

Bununla yanaşı, startaplar yeni məşğulluq sahələrinin formalaşdırılmasına təsir göstərir. XX əsrin sonunda internet texnologiyaları elektron kommərsiya fəaliyyətinin inkişafına zəmin yaratdı. Bu isə rəqəmsal platformada yeni təşəbbüslərə yol açdı. Lakin texnoloji yeniliklər sənayedə güclü struktur dəyişikliyi törədərək işçilərə olan ehtiyacı minimum səviyyəyə endirdi. Aşağıdakı qrafikdə (Qrafik 1) illər üzrə startaplar vasitəsilə yaradılmış iş yerlərinin həcmnin dinamikası verilib. Bu qrafikdən də aydın görünür ki, illər üzrə startap mühitinin inkişafına baxmayaraq, texnoloji inqilab səbəbindən işçi qüvvəsinə olan tələb azalıb:

Şəkil 1. Qlobal miqyasda startaplar vasitəsilə yaradılmış iş yerlərinin həcminin dinamikası (milyon ədədlə)



Mənbə: Qrafik “statista.com” platformasının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib

Startap təsisçiləri öz təcrübələrini bölüşərək sahibkarlığın inkişafına töhfə verirlər. Belə ki, bir çox layihə rəhbərləri mentorluq proqramlarında, seminarlarda və digər maarifləndirici təşəbbüslərdə iştirak edərək bilik və bacarıqlarını cəmiyyətin müvafiq üzvlərinə ötürür və bu yolla da biznes mühitinin dərinəndən araşdırılmasını təmin edirlər.

Startaplar innovativ ideyaları elmi biliklərlə birləşdirərək sahibkarlığın inkişafını təcəssüm etdirir. Elmi nailiyyətlər vasitəsilə bir sıra iqtisadi problemlərin həllinə diqqət yetirilir. Bu da sahibkarlar və elm adamları arasında əməkdaşlığa təkan verir. Startaplar müxtəlif ixtisaslar üzrə olan mütəxəssisləri bir araya gətirərək fikir mübadiləsinə təkan verir və fənlərarası tədqiqatları stimullaşdırır. Beləliklə, startapların elmi kommunikasiya bacarıqları intensivləşir.

Startaplar həm elmə, həm də biznesə marağın artırılmasında transformativ rol oynayır. Onlar fərdləri sahibkarlıq təfəkkürünü mənimsəməyə, elm və biznes sahələrində əməkdaşlıq etməyə və yenilikləri təşviq etməyə ruhlandırırlar. Startapların çiçəklənməsi şübhəsiz ki, həm elmə, həm də biznesə marağı daha da artıracaq və bu sahələrin kəşifdiyi ictimai tərəqqiyə təkan verəcək bir gələcəyi formalaşdıracaq.

5.4 Startaplar texnoloji inkişafı təmin edir

Rəqəmsal iqtisadiyyatın sürətli inkişafının təzahür etdiyi dinamik mənzərədə startaplar texnoloji innovasiyanı təşviq edən əsas aktyorlardır. Bu kiçik və çevik layihələr mövcud tərəqqinin sərhədlərini aşaraq sənaye sahələrini transformasiya ilə üzləşdirirlər. Bu gün startapların texnoloji inkişafın hərəkətverici qüvvəsinə çevrildiyini söyləmək mümkündür. Ümumiyyətlə, startaplarla texnologiyalar arasında korrelyasiya əlaqəsi mövcuddur. Texnoloji inkişaf bazarda yeni tələblər formalaşdırır. Bu tələblər innovativ ideyaların inkişafına və reallaşdırılmasına səbəb olur. Məsələyə digər tərəfdən yanaşdıqda isə, startapların sağlam rəqabət mühitində yeniliklər etməklə texnoloji inkişafa təkan verdiyini görmək mümkündür. Onların texnoloji inkişafa töhfəsini aşağıdakı şəkildə xarakterizə etmək olar:

Birincisi, startaplar bazarda yeni biznes modelləri təqdim etmək bacarığı ilə tanınır. Bazardakı boşluqları aşkarlayaraq texnologiyaların bu istiqamətdə inkişafını təmin etmək mümkündür. *İkincisi*, startaplar korporativ şirkətlərdən fərqli olaraq, bazarda sərt inzibatçılıq və iyerarxiya strukturunda çıxış etmirlər. Bu sərbəstlik onlara yeni ideyaların kəşf edilməsi, prototiplərin sınaqdan keçirilməsi kimi üstünlükləri ilə texnoloji tərəqqiyə şərait yaratmış sayılır. *Üçüncüsü*, startaplar yüksək rəqabətqabiliyyətli mühitə daxil olmaq üçün ən müasir rəqəmsal texnologiyaların tətbiqinə meyl edirlər. Süni intellekt, əşyaların interneti, böyükhəcmli məlumatlar, blokçeyn texnologiyası və digər makrotrendlərin mütəmadi olaraq bu layihələrdə yer alması texnoloji intensivliyi artırır.

Startaplar şirkətlər, tədqiqat institutları və digər startaplarla tərəfdaşlığa meyilli olurlar. Bu əməkdaşlıq bilik mübadiləsi, resurs çoxluğu və birgə innovasiya səyləri ilə nəticələnir. Belə ki, sahibkarlar, data analitikləri, proqram tərtibatçıları və digər peşəkar sahələrdə çalışanlar yeni layihələr üzərində işləməklə bazara daha rəqabətli məhsul və xidmətlər təklif edə bilərlər.

Texnoloji inkişafa dəstək göstərən komponentlərdən biri də startapların maliyyələşdirilməsidir. İnvestorlar tərəfindən yüksək məbləğdə pul vəsaitinin ayrılması startaplara tədqiqatlar üçün geniş fürsət yaradır ki, bu da əksər

hallarda texnoloji yeniliklərlə nəticələnir. Ümumiyyətlə, ən çox maliyyələşdirilən “unikorn” şirkətlərə nəzər yetirdikdə onların əksəriyyətinin İKT sektoru üzrə fəaliyyət göstərdiyini görmək mümkündür:

Cədvəl 1. Ən yüksək dəyərə malik unikorn şirkətlər

Şirkətlərin adı	Şirkətlərin dəyəri, milyard dollarla	Şirkətlərin fəaliyyət göstərdiyi sahə
ByteDance	400	İnternet texnologiyası
SpaceX	125	Aerokosmik
Shein	100	Elektron ticarət
Stripe	95	Maliyyə xidmətləri
Canva	40	Qrafik dizayn
Checkout.com	40	Fintek
Databricks	38	Proqram təminatı
Revolut	33	Fintek

Mənbə: Cədvəl “explodingtopics.com” platformasının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib

Azərbaycanda da informasiya cəmiyyətinin formalaşmasında startapların mühüm rola malik olduğunu vurğulamaq olar. Ölkədə süni intellekt imkanlarının genişləndirilməsi, innovasiya ekosisteminin yaranması, rəqəmsal ödənişlərin həcmnin artırılması və elektron kommertiya vərdişlərinin formalaşmasında startapların əhəmiyyəti artıb. Bu da təşəbbüskarları texnoloji yeniliklərə, xüsusilə də, rəqəmsal mühitə olan marağını artırıb. Startaplar yeni nəsil texnologiyaları sürətli şəkildə mənimsəyərək onları öz fəaliyyətlərinə inteqrasiya edirlər. Qlobal Startap Ekosistemi Hesabatı 2023ə əsasən, startapların inkişafında ABŞ, Böyük Britaniya, Çin, Hindistan, Fransa və İsrail kimi ölkələr ilk sıralarda qərarlaşıblar. Bu startaplar proqram təminatı, biotexnologiya, süni intellekt, blokçeyn və 3D nəşr texnologiyası, virtual reallıq və əşyaların interneti kimi texnologiyalara əsaslanan sahələr üzrə qurulublar.

Startaplar texnoloji inkişafa töhfə verməklə yeni iş yerlərinin yaradılmasını və iqtisadi artımı stimullaşdırır. Onlar innovasiya və əməkdaşlıq

mədəniyyətini inkişaf etdirərək rəqəmsal texnologiyalarla işləmək qabiliyyətinə malik kadrları və investorları müvafiq sahələrə cəlb edirlər.

5.5 Startap böhranı fürsətə çevirir

Müasir dövrdə texnoloji innovasiyalar qlobal iqtisadi tənəzzüllərin qarşısının alınmasında ən əlverişli mübarizə üsulu sayılırlar. Texnoloji tərəqqiyə əsaslanan startaplar qeyri-müəyyən vaxtlarda iqtisadi vəziyyətə uyğunlaşmaq gücünə malikdirlər. Böhran şəraitində bu innovativ layihələr yeni bazar ehtiyaclarını müəyyən etmək, innovativ həllər hazırlamaq və sənayeləri yenidən formalaşdırmaq üçün unikal üstünlükləri ilə fərqlənirlər.

Tarix boyunca baş vermiş iqtisadi böhranlar dövlətləri həmin vəziyyətə uyğunlaşan yeni sahibkarlıq sahələrini yaratmağa məcbur edib. Sahibkarlar və təşəbbüskarlar çətinliklərin öhdəsindən gəlmək üçün daima innovativ həllər axtarışında olurlar. İqtisadi böhranlar mövcud mühitdə qarşılınmamış ehtiyacları üzə çıxarır. Startaplar bu boşluqları təhlil edərək bazara müvafiq məhsul və xidmətlər təklif edirlər. Bulud hesablama texnologiyaları vasitəsilə “ev ofisləri” anlayışının yaranması, müxtəlif aplikasiyalar vasitəsilə iclas, konfrans və seminarların, hətta təhsilin dəstəklənməsi kimi rəqəmsal imkanlar bazarda yeni təşəbbüsləri dalğalandırıb.

Dünya təcrübəsinə əsaslanaraq, böhran vəziyyətində startapların əhəmiyyətli rola malik olduğunu vurğulamaq olar. Qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra uğurlu şirkətlər böhran vəziyyətində yaranıblar. Məsələn, 2008-ci ildə baş vermiş maliyyə böhranı zamanı fərdlər gəlir əldə etmək üçün alternativ yollar axtararkən “Airbnb” onlara mənzillərini icarəyə vermək fürsəti yaratdı. Eynilə məşhur kommunikasiya platforması olan “Slack” adı çəkilən iqtisadi tənəzzül zamanı şirkətlərin uzaqdan əməkdaşlığını təmin edərək cəlbədicilik qazandı.

Startapların aktuallığı COVID-19 pandemiyası zamanı daha da artıb. Əsası 2019-cu ilə söykənən bu pandemiya 2020-ci ildə dünya iqtisadiyyatına böyük həcmdə zərər vurub. Dünya ölkələrinin qapalı iqtisadiyyata keçid etməsi, sosial izolyasiya və s. cəmiyyəti yeni təşəbbüslər formalaşdırmağa məcbur etdi. Böhranın innovativ fürsətə çevrilməsi prosesinə pandemiya timsalında nəzər yetirdikdə startapları istiqamətlər üzrə aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq mümkündür:

- **Teletibb və rəqəmsal sağlamlıq startapları:**

Adı çəkilən pandemiya internet şəbəkələri vasitəsilə uzaqdan səhiyyə xidmətlərinə olan ehtiyacı artırdı. “Teladoc”, “Amwell” və “98point6” kimi teletibb startapları virtual konsultasiya və rəqəmsal sağlamlıq həlləri təqdim etməklə mühüm aktualıq kəsb etdilər. Bu startaplar virusun yayılma riskini azaltmaq və səhiyyə xidmətlərinə çıxışın asanlaşdırılmasında perspektiv imkanlara malikdirlər.

- **Elektron ticarət və çatdırılma xidmətləri startapları:**

Pandemiya dövründə sosial izolyasiya ilə əlaqədar e-kommersiya və kuryer xidmətlərinə olan tələb hədsiz dərəcədə yüksəlmişdi. Yeni şəraitdə “Amazon”, “Instacart” və “DoorDash” kimi şirkətlər istehlakçı ehtiyaclarının ödənməsi üçün onlayn alış-veriş və qida çatdırılması xidmətləri üzrə aktualıq qazandılar. Bu startaplar pandemiya dövründə tədarük zəncirinin bütövlüyünü qorumaqla artan ehtiyacların ödənilməsində zəruri hesab edirlər.

- **Əməkdaşlıq platforması startapları:**

Uzaqdan iş rejiminə keçid virtual əməkdaşlıq, kommunikasiya və layihələrin idarə edilməsi üçün bazara yeni platformalar təklif edən startaplar üçün imkanlar yaratdı. “Zoom” və “Trello” kimi startaplar eksponensial artımla üzləşdilər. Bunun əsas səbəbi bu startaplar müəssisə və təşkilatlar, eləcə də fərdlərarası uzaqdan ünsiyyət əlaqələrinin yaradılması və onlayn əməkdaşlıq bacarıqlarının artırılması üzərində qurulublar.

- **“Edtek” (təhsil) startapları:**

Məktəb və universitetlərin bağlanması və təhsilin distant üsula keçidi təhsil texnologiyalarına tələbi artırdı. “Coursera” və “Udemy” kimi “edtek” startapları yaşdan asılı olmayaraq, bütün fərdlərə onlayn öyrənmə platformasında müvafiq resursları təqdim etdilər. Ənənəvi tədris prosesində baş vermiş bu dəyişiklik cəmiyyət üzvlərinin təhsil və bacarıqlarının inkişafına yaxından dəstək göstərdi.

Son illərdə iqlim dəyişikliyi və ətraf mühit problemləri ilə bağlı çağırışlar artdıqca təmiz enerji və ekoloji təmiz məhsulların istehsalı ilə bağlı təşəbbüslər də artır. Enerji çatışmazlığı və iqlim fəlakətləri ilə bağlı problemlər bərpaolunan enerji mənbələrinin, enerji səmərəliliyinin əhəmiyyətini vurğulayır. Bu startaplar elektrikli nəqliyyat vasitələrinin istehsalı və tullantıların idarə edilməsi kimi sahələrə diqqəti artırmaqla yaşıl iqtisadiyyatın inkişafında yaxından iştirak edir.

Bununla belə, nəzərə almaq lazımdır ki, böhran zamanında heç də bütün startaplar uğur qazanmır. Hətta onların əksəriyyəti böyük çətinliklər nəticəsində bağlanma təhdidləri ilə üzləşir. Startapların kiçik bir qismi isə böhranlı vəziyyətə uyğunlaşmaq, bazar tələblərinə adekvat cavab vermək və fürsətlərdən maksimum yararlanmaqla yeni uğurlara imza atır.

5.6 Startapın biznesə çevrilməsi

Bu günün dinamik və davamlı inkişaf edən biznes mənzərəsində startaplar iqtisadiyyata innovasiya, struktur yenilikləri və bazar genişlənməsi vədləri verir. Bununla belə, uğurlu biznesə doğru gedən yol qeyri-müəyyənliklərlə və maneələrlə doludur. Startapların fəaliyyətə başlaması innovasiya, əzmkarlıq və güclü strateji baxış tələb etsə də, əsl sınaq həmin startapın davamlı inkişafı və uğurlu biznesə çevrilməsindədir. Startaplar inkişaf etdikcə biznes modelinin qiymətləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi üzrə öhdəliklər də artır. Bu vəziyyətdə hədəf bazarının, məhsul və xidmət təklifinin, qiymət strategiyasının və gəlir axınının düzgün dəyərləndirilməsi tələb olunur.

Startapların böyüyərək uğurlu biznesə çevrilməsi üçün bir sıra amillərə nəzər yetirilməlidir. Bunlara təşəbbüs üzrə ilkin addımların atılması, komandanın təşkili, maliyyələşdirmə mənbələrinin müəyyənləşdirilməsi, brendin formalaşdırılması, səmərəliliyin optimallaşdırılması, marketinq planının yaradılması, yenilik və təcrübə mədəniyyətinin inkişaf etdirilməsi aiddir.

Dünya praktikasına nəzərən vurğulamaq olar ki, kiçik startap olaraq fəaliyyətə başlamış və sonradan dünyə nəhənglərinə çevrilmiş iri korporativ şirkətlərin əksəriyyəti yeni texnoloji tendensiyalar əsasında qurulublar. XX

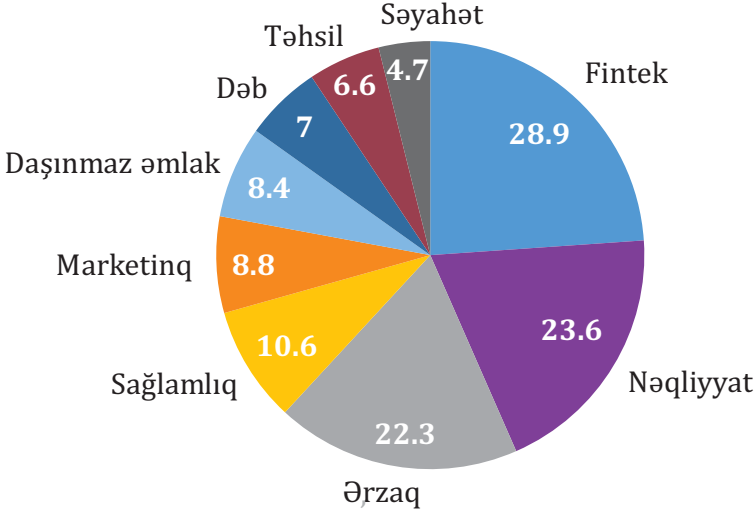
əsrin 90-cı illərində internet texnologiyalarının sürətli inkişafı yeni bir iqtisadi paradıqmaya keçidi sürətləndirdi. Bu dövrdə rəqəmsal platformaların cəlbediciliyi investorların kütləvi marağına səbəb olmuşdu. Postsənaye iqtisadiyyatının yeni forması olan “İnternet iqtisadiyyatı” *dotkom* iqtisadi köpüyünü yaratdı. Nəticədə təşəbbüskarlar informasiya texnologiyalarına əsaslanan yeni biznes sahələrini təsis etməyə başladılar. Rəqəmsallaşmanın mobilliyi nəticəsində qısa müddət ərzində bu şirkətlər böyük həcmdə gəlirlər qazandı. “Amazon”, “Ebay” və “Yahoo” kimi startaplar ənənəvi bizneslərin strukturunu pozaraq rəqəmsal platformada liderlik etməyə başladılar.

XXI əsrin əvvəllərində “Facebook”, “Twitter” və “LinkedIn” kimi dünya nəhəngləri də bu siyahıya qoşuldu. 2010-cu ildən başlayaraq mobil texnologiyanın inkişafı və smartfonlardan geniş istifadə startap mənzərəsində əhəmiyyətli mərhələ oldu. “Uber”, “Airbnb” kimi rəqəmsal platformalar və digər tətbiqetmələr bazar strukturunu kökündən dəyişdirdi. Adı çəkilən şirkətlər startap şəklində fəaliyyətə başlayaraq artıq müasir bazarda “unikorn” şirkətlər kimi tanınırlar. 2020-ci ildə qlobal miqyasda startapların 61%-i B2B (biznesdən biznesə), 39%-i isə B2C (biznesdən istehlakçıya) xidmətləri üzrə fəaliyyət göstərirdilər. Ümumiyyətlə, B2B və B2C şirkətlərinin hədəf kütləsi fərqlidir. Qlobal miqyasda B2C xidmətləri üzrə “Facebook”, B2B xidmətləri üzrə isə “LinkedIn” şirkəti ilk sıralarda qərarlaşıblar.

Startapların təxminən 90%-i uzunmüddətli perspektivdə uğurlu biznesə çevrilə bilmir. Uğurlu bir iş qurmaq müəyyən zaman və səy tələb edir. Hətta bir startapın gəlirli və davamlı biznesə çevrilməsi 3-4 il çəkə bilər. Bu, bazar şəraiti, biznes strategiyası və maliyyə vəsaiti kimi amillərdən asılı olaraq dəyişə bilər.

Maliyyə mənbəyinin mövcudluğu startapların uğur qazanması üçün çox vacibdir. Tədqiqatlar göstərir ki, startapların təxminən 77%-i ilkin olaraq təsisçilər tərəfindən, yerdə qalan 23%-i isə vençur kapitalistləri, investorlar və kraudfandinq platformaları kimi xarici mənbələr hesabına maliyyələşir. 2021-ci ildə ən çox investisiya qoyulan startapların sahələr üzrə bölgüsü aşağıdakı diaqramda əks edilib:

Şəkil 2. 2021-ci ildə ən çox investisiya qoyulan startapların sahələr üzrə bölgüsü, milyard dollarla



Mənbə: Diaqram "statista.com" platformasının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib

Startapların böyüməsi bazarın hərtərəfli araşdırılması və təhlilindən kifayət dərəcədə asılıdır. Bu layihələrin təxminən 42%-nin məhsul və xidmətlərinə bazarda tələbatın olmaması səbəbindən onlar uğursuzluğa düçar olurlar. Hədəf kütləsinin düzgün təyin edilməməsi, müştəri ehtiyaclarının ödənməməsi və uyğun biznes modelinin inkişaf etdirilməməsi buna bariz nümunədir.

İstedadlı və güclü motivasiyaya malik komandanın yaradılması startapın inkişafında həlledici rol oynayır. Qlobal statistikaya əsasən, startapların 20%-nin uğursuzluqları məhz düzgün komandanın qurulmaması nəticəsində baş verib. Müvafiq təcrübəyə və güclü sahibkarlıq təfəkkürünə malik şəxslərin işə cəlb edilməsi startapların uğur şanslarını əhəmiyyətli dərəcədə artırma bilər. İdeyanın startapa, startapın isə uğurlu biznesə çevrilməsi üçün bəzi məqamlara diqqət yetirmək lazımdır və aşağıda sadalanan yanlışlıqlara yol verilməməlidir:

- 1. Hökumətdən dəstək** – startapın biznesə çevrilməsi prosesində işin böyük hissəsi sahibkarın üzərinə düşür. Sahibkarın bunun fərqində olması olduqca vacibdir. Xüsusilə dövlət tərəfindən dəstəklənən investisiyalarda sahibkarın dövlətdən gözləntiləri lazım olandan çox olmamalıdır. Normadan daha çox dəstək gözləmək investorların ən çox yol verdiyi səhvlərdən biridir.
- 2. Fikrin deyil, pulun arxasınca getmək** - Sahibkarın vəzifəsi ideyanın arxasında durmaq və bu yolda sonadək ısrarlı olmaqdır. İstədiyi uğur əldə olunarsa, bu, ona maliyyə vəsaiti qazandıracaq. Halbuki ideyanın həyata keçirilməsi mərhələsi iş həyatında, belə desək, “körpəlik” mərhələsidir. Bu mərhələdə ideyanın və işin keyfiyyətli icrası üçün səbirli olmaq, qabaqcadan yüksək maliyyə gözləntiləri yaşamamaq lazımdır.
- 3. Bazara yadlıq** - Sahibkar öz ideyasına uyğun bazarı tam tanımalıdır. Yalnız nəyi, harada, nə qədər, necə, nədən istifadə edərək istehsal edib satacağını bilən sahibkar öz yekun məqsədinə çata bilər. Seçilmiş ideya üzrə yaxşı bazar araşdırmasının aparılmaması, həmçinin bazarın üstünlükləri və problemlərinin qısa və uzunmüddətli perspektivdə düzgün təhlil edilməməsi sahibkarların ekosistemdə əriməsinə səbəb olur.
- 4. İnnovasiya ilə uyğunsuzluq** - Hər bir məhsul və xidmət inkişaf edən rəqəmsal əsrdə müntəzəm şəkildə forma dəyişir və yeni tələblər ilə ayaqlaşır. Sahibkarlar istehsal etdikləri məhsul və ya xidmətlərdə innovativ yeniliklərə açıq olmalı və bütün yenilikləri nəzərdən keçirilməlidirlər. Hər bir sektor bu dəyişikliyi vaxtında tutmalı və ya uyğun ümumi məhsul/xidmət portfeli yaratmalıdır.
- 5. Komandada işçi qüvvəsindən düzgün istifadə olunmaması** - Əgər bir sahibkar özünü bütün sualların və biznes əməliyyatlarının fəvqündə dayanan bir tanrı statusunda görürsə, o, səhv edir. O, startap fəaliyyətinin bir komanda işi olduğunu unutmamalıdır. Bu komandanın hər bir üzvünün üzərinə düşən bir vəzifə var və hər kəs öz vəzifəsini layiqincə yerinə yetirməlidir. Komandanın rəhbəri də buna imkan və şərait yaratmalıdır və unutmamalıdır ki, beyin nə qədər güclü olsa da, klaviaturanı basan barmaqlardır.

6. **Biznes planının olmaması** - Müxtəlif mərhələ və proseslərdən keçən hər bir iş planlaşdırma tələb edir. İdeyanızın həyata keçirilməsi mərhələsindən başlayaraq qısa, orta və uzunmüddətli dövrlərdə gəlir və xərclerinizi, amortizasiya rəqəmlərinizi, dayanıqlı kapital məbləğinizi, illik mənfəət marjanızı, məhsulun maya dəyərini və satış rəqəmlərini həssaslıqla idarə etmək çox vacibdir.
7. **Problemlərlə mübarizə aparmamaq** - İş həyatı da sosial həyat kimi kələ-kötür olur. Bu qalxıb-enmələr proqnozlaşdırılan və ya proqnozlaşdırılmayan ola bilər. Çünki mükəmməl bir iş həyatı erkən həzz verə bildiyi kimi, erkən də məhv ola bilər. Qarşılaşılan problemləri həll etməmək, məsuliyyətdən qaçmaq, təslim olmaq, problemin təfərrüatlarına girməkdən yayınmaq vaxtında aradan qaldırıla bilən bir maneəni həllolunmaz problemə çevirə və nəticədə böyük bir ideyanı məhv edə bilər. Geri çəkilmək əvəzinə bu problemlərə qarşı çıxmaq, problemlərlə məşğul olmaq lazımdır.

5.7 Məşhur startapların uğur hekayələri

Startapların innovasiyaya açıqlılığı onların qısamüddətli dövrdə böyüməsi və uğur qazanması ilə nəticələnir. Buna baxmayaraq, startapların əksəriyyəti uğursuzluqla üzləşir. Müasir dünya bazarında startapların cəmi 1%-i böyük uğurlar qazanaraq sürətlə böyüyür və büdcələri on milyardlarla dollarla ölçülən şirkətlərə çevrilir. İKT sahəsi üzrə fəaliyyət göstərən böyük şirkətlərin tarixinə nəzər saldıqda, onların əksəriyyətinin fəaliyyətinin startaplardan başladığını vurğulamaq olar. Bu şirkətlərin bir qisminin uğur hekayəsinə nəzər salaq:

- **Apple** – 1976-cı ildə S.Cobs, S.Uozniak və R.Ueyn tərəfindən əsası qoyulmuş şirkətin ilk fəaliyyəti “Apple II” və “Machintosh” kimi ikonik məhsullar təqdim edərək fərdi kompüterlərin təkmilləşdirilməsindən ibarət olub. Şirkət müəyyən vaxtdan sonra “iPod” və “iTunes” kimi yeniliklərlə inqilab edib. Növbəti mərhələdə isə “iPhone” ilə yüksəlişin pik həddinə çatıb. O, innovasiyaya açıqlılığı və müştəri təcrübəsi nəticəsində dünyanın nüfuzlu şirkətlərindən birinə çevrilib.
- **Amazon** - 1994-cü ildə onlayn kitab mağazası kimi Jeff Bezos tərəfindən

əsası qoyulub. Hazırda dünyanın ən böyük onlayn pərakəndə satışı üzrə mövqeyini qoruyur. Şirkət geniş çeşiddə məhsul təklifi ilə fərqlənir. Müştəri məmnunluğuna diqqətin yüksək həddə olması şirkətin böyük uğuruna səbəb olub.

- **Netflix** – 1997-ci ildə R.Hastinqs və M.Randolf tərəfindən DVD icarəsi üzrə qurulub. Sonradan abunəçilərə geniş çeşidli film və TV şou təklif edən axıcı rəqəmsal platformaya çevrilib.
- **Google** – 1998-ci ildə Serqey Brin və Larri Peyc adlı həmtəsisçilər tərəfindən qurulmuş şirkət ilk olaraq Stenford Universitetində tədqiqat layihəsi kimi çıxış edirdi. Texniki tərəqqinin təsirləri nəticəsində, o, qısa müddət ərzində dünyanın aparıcı axtarış mexanizminə çevrilib. Sonralar isə “Google” axtarış və xəritə platforması, həmçinin “Gmail” də daxil olmaqla, bazara geniş çeşiddə məhsul və xidmət təklif edərək texnologiya nəhənginə çevrilib.
- **Facebook** – 2004-cü ildə Mark Zukerberq və yaxın dostları tərəfindən Harvard Universitetinin tələbələri üçün sosial şəbəkə platforması kimi istifadəyə verilib. Sonradan bu platforma digər universitetlərə və geniş ictimaiyyətə yayılıb. Bu sosial şəbəkənin istifadəçi bazası sürətlə böyüyüb və kommunikasiya əlaqələrinin həcmi artırılıb. “Instagram” və “Whatsapp” kimi nəhənglər də bu şirkətin tabeliyinə keçərək onu dünya miqyasında dominat sosial media şirkətlərindən birinə çevirib.
- **Airbnb** – 2008-ci ildə B.Çeski, C.Qebbia və N.Bleçarczik tərəfindən yaşayış yerlərinin və ehtiyat otaqların icarəyə verilməsi üzrə qurulub. Şirkət tez bir zamanda populyarlıq qazanıb və dünya miqyasında unikal və sərfəli yaşayış yerləri təklif etməklə yeniliklərə səbəb olub.
- **Spotify** – 2008-ci ildə D.Ek və M.Lorentzon tərəfindən musiqi platforması olaraq yaradılıb. Bu platforma istifadəçilərə reklamlarla və ya reklamsız geniş mahnı kataloquna giriş xidmətini təklif edirdi. Hazırda dünyanın ən məşhur yayım platformalarından biridir.
- **Uber** – 2009-cu ildə T.Kalanik və G.Kamp tərəfindən sərnişinlərin sürücülərdən tələb olunan naviqasiya üzrə daşınmasının təmin edilməsi

məqsədlə yaradılıb. Şirkət ağıllı telefonlarda tətbiqetmə vasitəsilə rahat və səmərəli qiymətə bazar təklifləri ilə seçilməyi bacarıb. Bu iş ənənəvi taksi xidmətlərinin strukturunu pozub.

- **Zoom** - 2011-ci ildə əsası qoyulan şirkətin qlobal miqyasda tanınması 2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası dövrünə təsadüf edib. O, video konfrans və kommunikasiya platformasıdır. “Zoom” tətbiqetməsinin istifadəçi interfeysi, yüksək keyfiyyətli video və audio, ekran paylaşımı və virtual fon kimi xüsusiyyətləri uzaqdan iş, onlayn iclaslar və virtual seminarlar keçirmək üçün əlverişlidir.

Azərbaycanda da ölkə miqyasında kifayət qədər uğur qazanmış startaplara rast gəlmək olar. Ən məşhur və prestijli startapların bir qisminin uğur hekayəsinə diqqət yetirək:

- **GoldenPay** - 2007-ci ildə Fərid İsmayılzadə tərəfindən əsası qoyulmuş şirkət onlayn ödənişlərin həyata keçirilməsi üzrə fəaliyyətə başlayıb. Hazırda ölkə əhalisinin rəqəmsal alətlərdən istifadə bacarığının artması nəticəsində şirkət fəaliyyəti üzrə bazarda öz liderliyini qoruyur.
- **Epoint** – 2021-ci ildə Zeynal Kərimzadə tərəfindən əsası qoyulan innovativ təşəbbüs xüsusilə, pandemiya dövründə bazarda mövcud boşluqların aşkar edilməsi nəticəsində onlayn platformada kommersiya fəaliyyətinə imkan verir. Platforma istifadəçilərinin 90%-i kiçik və orta sahibkarlardan ibarətdir.

Bu siyahıya “Biotech”, “Safavy”, “Payriff”, “Hesab.az”, “İnfluencer.az”, “Greentravel.az”, “İticket.az”, “E-Legal” kimi bazarda öz mövqeyini möhkəmləndirmiş startapları da əlavə etmək olar. Qeyd olunan startaplar dövlət, inkubasiya mərkəzləri, kovörkinq məkanları və təşəbbüskarların özlərinin hesabına maliyyələşdirilib. Nümunələrdən də görünür ki, startapların əksəriyyəti bazarda yaranmış boşluğu araşdıraraq fəaliyyətlərini o istiqamətdə qurublar.

Startapların uğur hekayələri cəmiyyət üzvlərinin yaşayış tərzinə, işgüzar fəaliyyətinə və kommunikasiya əlaqələrinə təsir edən nəhəng şirkətlərin quruculuğunda sahibkarlığın transformativ gücünün dərk edilməsinə yaxından köməklik göstərir.

5.8 Startapların qarşılaşdıqları əsas problemlər

Əvvəlki bölmədə qeyd olunmuş uğur hekayələrinə paralel olaraq, startap ekosistemində çox sayda uğursuz təşəbbüslərə də rast gəlinir. Ziddiyyətli haldır ki, son dövrlərdə startaplarını biznesə çevirənlərin, yeni brendlər üzərində müasir şirkətlər yaratmağa cəhd göstərənlərin sayı artsa da, digər tərəfdən şəxsi biznes sahibi olmaq istəyən bir çox insan müxtəlif səhvlərə yol verir. Çünki son dövrlərdə startap ekosistemi əvvəlkindən daha rəqabətli olub. Startaplar daim fərqlənmək və diqqət çəkmək üçün yeni yollar axtarırlar. Bununla belə, artan rəqabətlə startaplar da yeni problemlərlə üzləşirlər. Bu problemlər əsasən aşağıda sadaladığımız səbəblər ucbatından baş verir:

- bazar araşdırmasının səthi olması;
- hədəf kütlənin qeyri-müəyyən olması;
- biznes planlarının düzgün tərtib edilməməsi;
- komanda tərkibindəki şəxslərin görülməli işlərə bilik və bacarıqlarının kifayət etməməsi və s. aiddir.

Təbii ki, startap prosesində ilk iş ideyanın tapılmasıdır. Unikal startap ideyasını inkişaf etdirdikdən sonra hədəf auditoriyanın müəyyən edilməsi olduqca vacibdir. Auditoriyanın demoqrafiyasını, ehtiyaclarını, istəklərini və məhsul və ya xidmətinizin həll edə biləcəyi problemləri nəzərdən keçirmək başlıca tələbdir.

Unikorn statusuna nail olmaq istəyirsinizsə, düzgün məhsul, xidmətinizin keyfiyyəti, uyğun bazar və düzgün vaxt kimi bir çox amilləri uyğunlaşdırmalısınız. Bütün bu amillər investörləri cəlb etmək və yeni müəssisə qurmaq üçün çox vacibdir.

Digər məsələ doğru komandaya sahib olmaqdır. Məsuliyyətli insanlar şirkətdə çalışdıqda, bu, startapı uğura doğru aparacaq. Çalışqan heyət əsas vəzifələri idarə edə bilər, təsisçilər isə digər sahələrdə biznesin inkişafına diqqət yetirə bilərlər.

Müştəriləriniz haqqında ətraflı məlumat əldə etməyin ən yaxşı üsullarından biri bazar araşdırmasıdır. Hədəf auditoriyanıza çatan, müştəriləri

cəlb etmək və saxlamaq üçün dəyər təklifi olan etibarlı mənbələrin statistik göstəricilərindən istifadə etmək startap bazarında uğur əldə etməyə böyük töhfə verəcək. Bu, biznesinizi effektiv şəkildə idarə etməyə və düzgün auditoriyaya çatmaq üçün dəqiq marketing strategiyası müəyyənləşdirməyə kömək edəcək.

Sosial media auditoriya ilə müştəri əlaqələrinin qurulmasında əvəzsiz rol oynayır. *Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn* və s. kimi əsas şəbəkə platformalarında müştərilərin cəlb edilməsi marketing kompaniyalarını həyata keçirmək üçün effektiv üsullardır. Bu platformalar brend şüurunu yaratmaq üçün də olduqca vacibdir.

Rəqiblərinizi müşahidə etmək sizə onların təklif etdiyi ən son tendensiyalardan və ya məhsullardan xəbərdar olmağa, həmçinin onlara qalib gəlmək üçün daha yaxşı strategiyalar qurmağa kömək edir. Bu, biznesinizdə dərhal böyüməyə imkan verməsə də, bazarda uğur qazanmaq üçün innovasiyalar və yeni zəruri dəyişikliklər gətirməyə kömək edəcək.

Startap ekosisteminin “ideyalar qəbiristanı”na çevrilməsinin səbəblərini araşdırdıqda bütün tədqiqatçılar əksər hallarda eyni və ya bənzər qənaətlərə gəlirlər. İndi problemlərə daha kompakt yanaşan və gender bərabərsizliyini qabardan başqa təsnifatlanmaya nəzər salmaq:

- **Maliyyə:** Startapların üzləşdiyi ən böyük maneələrdən biri maliyyə əldə etmək problemidir. Əvvəllər startapların investorlardan pul toplaması daha asan idi. Ancaq indi investorlar daha ehtiyatlı olur və startaplara daha az pul yatırırırlar. Bunun səbəbi, indi maliyyələşmə üçün yarışan daha çox startapların olması və investorların pullarını itirməkdən narahat olmasıdır.
- **İstedad:** Başqa bir problem yüksək səviyyəli istedadları işə götürmək problemidir. Artan rəqabətlə startaplar üçün ən yaxşı işçiləri tapmaq və cəlb etmək çətinləşir. Bunun səbəbi odur ki, ən yaxşı işçilərə daha təhlükəsiz əmək şəraiti və daha yüksək maaş təklif edən böyük şirkətlərdə işləmək daha sərfəlidir.

- **Gender bərabərsizliyi:** Avropada 2021-ci ildə vençurla dəstəklənən startaplara yatırılan ümumi kapitalın təxminən 3%-i qadınlar tərəfindən əldə edilib və bütün üzvləri kişilərdən ibarət komandalar cəlb edilən kapitalın 90,8%-ni alıb. ABŞ-da hər il yüzlərlə startaplar dünya bazarına çıxsa da, indiyə qədər yalnız 20-yə yaxın startapın təsisçisi qadınlar olub. Dünya İqtisadi Forumunun mürirlən ümumi kapitalın startap sektorunda kişilərdən ibarət komandalar cəlb edilən kapitalın 90,8%-ni alıb. ABŞ-da hər il yüzlərlə startaplar dünya bazarına çıxsa da, indiyə qədər yalnız, lakin ən başlıca səbəbi maliyyə, mentorluq və şəbəkələşmə imkanlarına çıxışın olmamasıdır. Bundan əlavə, qadın sahibkarlar tez-tez gender qartapların qurulmasında qadınların kifayət qədər az təmsil olunduğunu qazanmaq imkanlarını məhdudlaşdırır.

Qadınların texnoloji liderliyi ələ ala bilməmələri bir neçə amillə əlaqələndirilə bilər. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- Gender bərabərsizliyi və ayrı-seçkilik;
- Nümayəndəliyin və "Rol modelləri"nin olmaması;
- Stereotiplər və mədəniyyət normları;
- İmkanlara və resurslara qeyri-bərabər çıxış;
- İş-həyat tarazlığı və qərəz;
- Müxtəliflik və inklüziv təşəbbüslərin olmaması.

Startapların üzvləşdiyi çətinliklərə baxmayaraq, startap ekosistemi hələ də sahibkarlar üçün unikal mühitdir. Çünki sahibkarlara yeni biznesə başlamaq və fərq yaratmaq üçün hələ çox imkanlar var.

Bazarda yeniliklərə doğru addım atmaq təsisçilər üçün həyəcanverici və bir o qədər də mürəkkəb sayıla bilər. Danılmaz faktdır ki, ideyadan uğurlu biznesə gedən yol qeyri-müəyyənliklər və risklərlə əhatəlidir. Təşəbbüskarlar dinamik bazar mənzərəsinə uyğunlaşmaq üçün strateji yol xəritəsinə ehtiyac duyurlar. Belə yol xəritələri hazırlanarkən bir sıra məsələlərin diqqətə alınması

tələb olunur. Həmin məsələləri şərti olaraq aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək mümkündür:

Əvvəla, hər bir startapın müvəffəqiyyət qazanması öncə **bazarın təhlili** üzərində dayanır. Müştəri ehtiyaclarının öyrənilməsi, rəqiblərin fəaliyyəti ilə tanışlıq və bazardakı boşluqların müəyyən edilməsi sahibkarlara əsaslandırılmış qərarlar qəbul etməyə kömək edir. Müasir startaplar sadalanan meyarları nəzərə alaraq onların əsasında unikal məhsul (xidmət) yaradırlar. Bununla yanaşı, məhsullardan (xidmətlərdən) istifadə edən müştərilərin müntəzəm rəyi (feedback) əsasında startaplar bazarda daha yaxşı mövqeləşmə və rəqabət üstünlüyünə malik olurlar.

İkincisi, startapın davamlılığı və böyüməsi üçün **maliyyə imkanları** ilə təmin edilməsi olduqca vacibdir. Layihələrin icrasının ilkin mərhələsində çox zaman təşəbbüskarlar ailənin və yaxın dostların dəstəyinə üz tuturlar. Bununla yanaşı, ideya sahibləri yaxın ətrafının və mələk investorların dəstəyindən də faydalanmağa çalışırlar. Bu gün texnologiyanın inkişafı ideyaların qlobal sferada müxtəlif investor mərkəzləri tərəfindən dəstəklənməsinə şərait yaradır. “Keiretsu” forumu, “Tech Coast Angels” və “AngelList” kimi mələk investor şəbəkəsindən ibarət beynəlxalq klublar bunun bariz nümunəsidir. Bu klublar həm yerli mələk investorlara, həm də startaplara bir sıra üstünlüklər təklif edir. Qlobal mələk klubları daha genişmiqyaslı olduğu üçün yerli və ya regional mələk investorlara dünyanın istənilən nöqtəsindən investisiya layihələrinə daxil olmaq fürsəti yaradır. Bu işə dünya bazarında perspektivli startapların müəyyən edilməsi şansını artırır. Bu klublar maliyyə dəstəyi ilə yanaşı, hətta ideya sahiblərinə mentorluq edir və onlarla öz təcrübələrini bölüşürlər.

Üçüncüsü, **innovasiya** müasir uğurlu startapların “qan damarını” təşkil edir. Davamlı olaraq yeni biliklərə yiyələnmək, bazar vəziyyətinə uyğunlaşmaq və texnoloji mədəniyyəti dərindən mənimsəməklə innovasiyalar sağlam rəqabətin intensivliyini artırırlar. Dünyanın ən böyük elektron kommertiya şirkətlərindən biri olan “Amazon”un yaradıcısı Jeff Bezos bildirib ki, məhsul və xidmətlər hər zaman başqaları tərəfindən təkrarlanır. Ona görə də, şirkətlər mütəmadi olaraq yeniliklərə əl atmalıdırlar.

Texnologiyaların inkişafı startapları yalnız yerli əhəmiyyətli deyil,

həmçinin qlobal miqyaslı unikal məhsul və ya xidmət yaratmağa təkan verir. İnternet şəbəkəsinin yüksək inkişafı dövründə böyüyən “Z nəsli”nin nümayəndələri texnologiyaların mənimsənməsində həvəsli olduqları üçün onlar qlobal startap ideyalarının formalaşdırılması üzrə böyük potensiala malikdirlər. Yaxın gələcəkdə bu kütlə tərəfindən böyük təşəbbüslərin ortaya qoyulacağı istisna edilmir.

Dördüncüsü, bazara çıxarılan ən innovativ məhsul və ya xidmətlər diqqəti cəlb etmək üçün **effektiv marketing və müştəri cəlb etmə strategiyası** tələb edir. Startaplar hədəf auditoriya ilə kommunikasiya bacarıqlarını genişləndirmək üçün rəqəmsal marketing metodundan və sosial media platformalarından istifadə edərək güclü brend formalaşdırmağa üstünlük verirlər.

Beşincisi, startapların uğurlu inkişafı üçün savadlı və yeniliklərə açıq kadrlara ehtiyac duyulur. Bunun əsasında bir-birini tamamlayan bacarıqlar və dəyərlər əsasında formalaşan **düzgün komanda quruculuğuna** diqqət yetirilməlidir. Burda səriştəlilik qabiliyyəti ilə yanaşı, şəxslərin startap dəyərlərinə və mədəniyyətinə uyğunlaşması nəzərə alınmalıdır. Komanda üzvləri əsasən, texnologiya, marketing, maliyyə və idarəçilik sahəsində startap boşluqlarının doldurulması üzrə bacarıqlara malik şəxslərdən ibarət olmalıdır.

Altıncısı, startapın uğura gedən yolda qarşılaşacağı vacib məsələlərdən biri də **dözümlülük və dəyişən şəraitə uyğunlaşma bacarığıdır**. Onlar inkişaf prosesində hesablanmamış çətinliklərlə üzləşə bilirlər. Əsas məsələ onların təslim olmamaları, dözümlülük nümayiş etdirmələri və uğursuzluqlardan nəticə çıxardaraq yeni cəhdlərə səy göstərmələridir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, startapların uğurlu olmasında yaş amili heç bir rola malik deyil. Son illərdə müxtəlif yaş qruplarından olan şəxslər – iyirmi-otuz yaş aralığında olan gənc sahibkarlar, eləcə də qırx, əlli və hətta ondan da yuxarı yaşa malik şəxslər tərəfindən qurulan uğurlu startaplar mövcuddur.

Təbiidir ki, hər yaş qrupu üzrə təsisçilərin öz üstünlükləri və çətinlikləri olur. Gənc təbəqə daha çox yeniliklərə, texnoloji tendensiyalara meyilli olaraq layihələrini bu istiqamətdə yaratmağa üstünlük verirlər. Orta və yaşlı təbəqənin nümayəndələri gənclərlə müqayisədə daha zəngin təcrübəyə malik olsalar da,

startapın uğuru cəlbedici ideya, biznes-plan, effektiv idarəetmə və bazar dinamikasına uyğunluq kimi vacib faktorlardan asılıdır. Startap komandasının fərqli yaş qrupundan yığılması ideyanın inkişafında faydalı ola bilər. Çünki müxtəlif təcrübələrə əsaslanaraq qəbul edilmiş qərarlar daha uğurlu nəticələr doğurur.

Uğura gedən yol hər bir startap üçün fərqli olsa da, yuxarıda sadalanan prinsiplər bu istiqamətdə möhkəm zəmin yaradır. Yüksək əzmkarlıq tələb edən bu prinsiplərin daim diqqətdə saxlanması startap xəyallarını reallığa çevirmək şansını artırır. Startap ekosistemi daha da qloballaşdıqca, startaplar ilk gündən öz bizneslərini beynəlxalq miqyasda necə genişləndirmək barədə getdikcə daha çox düşünməli olacaqlar. Bu, onlardan fəaliyyət göstərdikləri yerli bazarları dərinləndirərək dərk etmələrini və yerli tərəfdaşlarla möhkəm əlaqələr qurmağı tələb edəcək. İnvestorlar həmçinin daha qlobal düşünməli olacaqlar, çünki onlar sövdələşmə üçün daha müxtəlif rəqiblər ilə mübarizə aparmalı olacaqlar. Startaplar daha mobilləşdikcə və bütün dünyada kapital axını artdıqca, ekosistemi idarə etmək və tənzimləmək getdikcə çətinləşəcək. Hökumətlər startap fəaliyyətini dəstəkləmək və təşviq etmək üçün yeni yollar tapmalı, eyni zamanda ekosistemin hamı üçün açıq və əlçatan olmasını təmin etməlidirlər.

FƏSİL VI.

STARTAPLARIN İDARƏ OLUNMASINDA XARİCİ TƏCRÜBƏ

Mətanət Musayeva, İİTKM

6.1 Azərbaycanada startap ekosisteminin formalaşmasının institusional məsələləri haqqında

Bir ölkənin startap ekosistemi həmin ölkədə fəaliyyət göstərən bir şirkəti böyütmək və inkişaf etdirmək üçün ən münbit şəraiti yaradır. Bunun fərqlində olan sahibkarlar bu imkandan maksimum faydalanırlar və bu ekosistemin daha da inkişaf etməsində maraqlı olurlar. Çünki onlar biznesin məhz bu ekosistemdə daha dinamik inkişaf edəcəyinin fərqlindədirlər. Bu baxımdan ABŞ təcrübəsi bir çox nümunəvi xüsusiyyətlərə malikdir. Çünki ABŞ dünyanın texnoloji yaradıcılıq mənbəyini təmsil edən fürsətlər ölkəsidir. Bu ölkənin iqtisadiyyatının nəhəngliyi innovasiya ekosisteminin dinamik inkişafını təmin edən başlıca faktora çevrilib. ABŞ dünyanın ən böyük milli iqtisadiyyatına sahib olmaqla yanaşı, həm də ən böyük qlobal ticarətçidir. Bu ölkə ixrac yolu ilə ən rəqabətli sənaye məhsullarının istehsalını genişləndirir. Qlobal bazara xidmət etmək qabiliyyəti sayəsində genişlənən ixrac sektorlarına investisiya təşviq edir və məhsulun artan miqyası orta istehsal xərclərini aşağı salmağa imkan verir. Bu yanaşma da öz növbəsində, ABŞ-ın iqtisadi artım tempini gücləndirməyə kömək edir. Bütün bunlarla belə, dünya miqyasında baş verən iqtisadi və geosiyasi dəyişikliklər və dövri enmələr ABŞ iqtisadiyyatına, o cümlədən startap ekosisteminə və innovasiyalara da əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

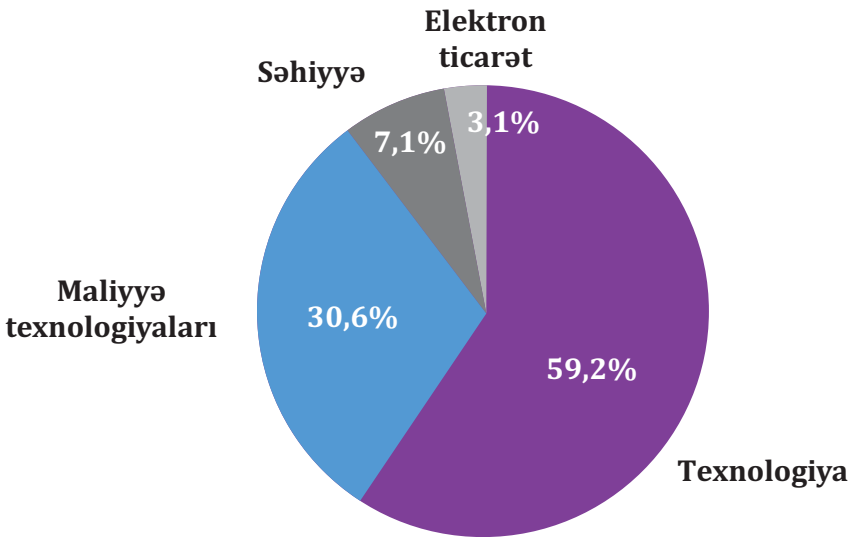
ABŞ-da innovasiya və startapların yaranması, daxili bazarda formalaşan tələb və təklif, mövcud çətinliklər

ABŞ hazırda dünyada startapların ən çox olduğu ölkədir. Bu ölkədə innovasiya və startapların yaranması üçün bir çox fərqli imkanlar mövcuddur. Öncəliklə, ABŞ-ın mərkəzi bank sistemi – Federal Ehtiyatlar Sistemi (FED) dünyanın ən böyük iqtisadi qurumudur. Buna görə də burada maliyyə sahəsində iş görmək daha sadədir. Bundan əlavə, ABŞ-da sənaye müəssisələri, startaplar və akademik tədqiqat qurumları arasında sıx əlaqələr və əməkdaşlıqlar mövcuddur. Bu məsələdə ABŞ-ın digər üstünlüyü bu ölkədə internet sisteminin

dünyanın digər yerlərində mövcud olan sistemlərdən fərqli olaraq daha qlobal və açıq olmasıdır. Xarici sahibkarları cəlb etmək və qlobal miqyasda genişlənmək üçün ingilis dilinin universallığı da ABŞ-ın innovasiya ekosisteminə əlavə üstünlük qazandırır.

ABŞ-da innovasiya və startap sektorunda tələb və təklif böyük rol oynayır. İnnovasiya şirkəti yaratmaq üçün peşəkar məsləhətçilər, investorlar, akseleratorlar və inkubatorları da ehtiva edən bir çox institutlaşmış strukturlar mövcuddur. Buna görə də ABŞ yeni ideyalarını həyata keçirmək istəyənlər üçün dünyanın ən münbit startap ekosisteminə malik ölkələrindən biri kimi tanınır.

Şəkil 1. ABŞ-da hazırlanan startap layihələrinin istiqamətlər üzrə bölgüsü



Mənbə: <https://startups.watch/>

ABŞ-da texnologiya şirkətlərinin üstünlüyü bir sıra amillərlə izah edilə bilər:

Tarixi amillər: Müasir texnologiyaların inkişafı, xüsusən də internet və rəqəmsal inqilab ABŞ-da yaranıb. ABŞ-ın texnologiya sektorunun böyüməsinə töhfə verən universitet və tədqiqat institutları üçün əhəmiyyətli maliyyələşmə imkanları da daxil olmaqla, tədqiqat və inkişafa uzunmüddətli investisiya

qoyuluşu təcrübəsi mövcuddur.

İqtisadi amillər: ABŞ texnoloji məhsul və xidmətlərə yüksək tələbat olan böyük və zəngin daxili bazara malikdir. Bu, texnoloji şirkətlərin inkişafı və əməliyyatlarını genişləndirmələri üçün əlverişli mühit yaradır. Bundan əlavə, ABŞ bir çox uğurlu texnoloji startaplara dəstək verən və maliyyə ayıran yaxşı qurulmuş vençur kapitalı ekosisteminə də malikdir.

Tənzimləyici mühit: ABŞ nisbətən çevik biznes qaydalarına sahib olması və əqli mülkiyyətin qorunması baxımından innovasiya və sahibkarlıq üçün əlverişli hesab olunur. Bu, dünyanın hər yerindən texnologiya şirkətlərini ABŞ-da ofis açmağa və ya əsas əməliyyatlarını məhz burada həyata keçirməyə cəlb edir.

İstedad hövzəsi: ABŞ-da mühəndislər, İT alimləri və digər bacarıqlı mütəxəssislər də daxil olmaqla, texnologiya sənayesinin böyüməsinə təkan verən böyük və müxtəlif istedad fondu mövcuddur. Burada bir çox universitetlər də elm, texnologiya, mühəndislik və riyaziyyat (STEM) sahələrində güclü proqramlara malikdir və texnologiya şirkətləri üçün cəlbedici olan davamlı ixtisaslı kadr potensialı yaradır.

Buna baxmayaraq, digər ölkələrdə olduğu kimi ABŞ-da da innovasiya və startap ekosistemində bəzi çətinliklər var. Burada da innovasiya şirkətini yaratmaq üçün büdcə, vaxt və resurslar tələb olunur. Startap sahibləri üçün digər çətinlik əlaqələrin qurulmasında və təbliğatın düzgün idarə edilməsində ortaya çıxır. Bu məsələlər bir çox startap sahibləri üçün öz innovasiya şirkətlərinin uzunmüddətliliyini təmin etməkdə, dünya bazarına çıxmaqda və investor tapmaqda maneələr törədir. Həmin problemlərə daha təfərrüatlı şəkildə nəzər salaq:

Şəkil 2. ABŞ-da uğursuz startapların səbəblər üzrə bölgüsü

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Şiddətli rəqabət – İnnovasiyalar sahəsində inkişaf etmiş ölkələr arasında həmişə rəqabət gedir. Bu da startap biznesində fərqlənmək imkanlarını çətinləşdirir. Əgər onlayn biznesiniz varsa, rəqabət daha da sərtləşir. Həm ənənəvi, həm də onlayn biznesləri əhatə edən bu rəqabətli biznes mühitində sağ qalmaq üçün startaplar adekvat olmalı və daima çətinləşən, genişlənən biznes qrupları arasında adını ön sıralara yazdırmağı bacarmalıdır.

Qeyri-real gözləntilər - Uğur qazanmaq özü ilə bərabər gözləntiləri də gətirir, ancaq çox vaxt bu gözləntilər qeyri-real olur. Eyni yanaşma yeni startaplar üçün də keçərlidir. Startaplar uğur qazandıqdan sonra ortaya “qeyri-real gözləntilər” çıxdıqda çətinliklər qaçılmaz olur. Davamlılıq isə ardıcıl səylər tələb edir. Rəqabətli iş dünyasında uğur qazanmaq üçün startaplar yüksək, lakin idarə olunan gözləntilərə malik olmalı, mövcud resursları, böyümə potensialının həcmi və digər bazar amillərini nəzərə almalıdır.

Uyğun namizədlərin işə götürülməsi - Startap şirkəti daxilində korporativ mədəniyyəti müəyyən edən ən mühüm amillərdən biri komandanın enerjisidir. Komanda oxşar qabiliyyətlərə malik və eyni məsələyə fokuslana bilən şəxslərdən ibarət olmalıdır. Uğurlu komanda mədəniyyətini inkişaf etdirmək üçün ümumilikdə təşkilatlar və xüsusən də startaplar layiqli

namizədləri işə götürməlidirlər. İşə kifayət qədər uyğun gələn namizədi seçmək olduqca çətinidir. Bu, rəqəmsal əsrdə startap bizneslərinin qarşısında duran ən böyük problemlərdən biridir. Komandaya uyğun namizədi cəlb edən zaman təşkilatlar şəxslərarası münasibətlərə və analitik düşüncə bacarıqlarına xüsusi diqqət yetirməlidirlər.

Tərəfdaşlıq haqqında qərarların qəbulu - Uğurlu tərəfdaşlıq uğurlu startapların əsas göstəricilərindən biridir. Layihənin qlobal startap bazarına çıxarıla bilməsi üçün düzgün tərəfdaş seçilməlidir. Ancaq daim genişlənən və sürətlə dəyişən rəqəmsal dövrdə bu, elə də asan başa gəlmir. Texniki sahə üzrə hazırlanmış startaplarda tərəfdaş seçimi xüsusilə önəmlidir. Belə startaplar öz layihələrindən maksimum fayda əldə etmək üçün bazarda sağlam duruşu və sənaye nəhəngləri arasında yaxşı reputasiyası olan tərəfdaşlar axtarmalıdırlar.

Maliyyə menecmenti - Şübhəsiz ki, bu gün startapların üzləşdiyi ən böyük problemlərdən biri maliyyə idarəçiliyi ilə bağlıdır. Bəzən nağd pul axını olduqda, kiçik firmalar, ən əsası startaplar maliyyələrini düzgün idarə etməkdə çox çətinlik çəkirlər və təzyiqlərə qarşı mübarizə apara bilmirlər. Üstəlik, gəlir artdıqca, xərclər də artır. Bu da bir həqiqətdir ki, kiçik startaplar investorların maliyyə dəstəyinə çox etibar edirlər.

Kibertəhlükəsizlik - Rəqəmsal əsrdə kiçik startaplardan, xüsusən də onlayn fəaliyyət göstərən şirkətlərdən kibertəhdidlərə çox çevik reaksiya vermək tələb olunur. Hakerlər hər yerdədirlər və onlar startapların daxilisistemlərindəki istənilən boşluqdan istifadə edirlər. Son bir neçə ildə kibercinayətlərin sayı kəskin artıb və qarşıdakı illərdə vəziyyətin daha da pisləşəcəyi gözlənilir. O cümlədən, startapların həssas məlumatlarına, işçilərin qeydlərinə, bank hesablarına və startapların dayanıqlılığını təmin edən digər həssas məlumatlara icazəsiz giriş hər zaman gözləniləndir. Bütün vacib onlayn məlumatları qorumaq üçün startaplar sağlam təhlükəsizlik sistemlərinə malik olmalıdırlar.

Müştərilərin etimadını qazanmaq - Müştərinin etimadını qazanmaq ümumən bizneslərin, xüsusən də startapların bu gün üzləşdiyi ən mühüm problemlərdən biridir. Yüksək dərəcədə məmnun və sadıq müştəri bazası ilə startaplar mükəmməlliyə doğru irəliləyərək fəaliyyət sahələrini genişləndirə bilərlər. Müştərilər startapın uğurunun arxasında dayanan əsas qüvvədir.

Onların etibarını və sədaqətini qazanmaq və bu yolla böyük nailiyyətlər əldə edə bilmək üçün startaplar müştəri mərkəzli iş fəlsəfəsinə malik olmalı və bu istiqamətdə intensiv şəkildə işləməlidirlər.

ABŞ-da innovasiya və startapların inkişaf mərhələləri, dövlət və özəl sektorun dəstəyi

ABŞ-da innovasiya və startapların inkişafı üçün dövlət və özəl sektorun dəstəyi mövcuddur. Dövlət innovasiya və startapların inkişafını təmin etmək üçün bir çox proqramlar təklif edir. Bunların arasında kredit proqramları, vergi güzəştləri, tədqiqat və inkişaf imkanları, inkubasiya və akselerasiya dəstəyi, təqaüd proqramları, müsabiqələr və s. sadalana bilər.

Özəl sektor da öz növbəsində, innovasiya və startapların inkişafına hər zaman diqqət yetirir və bir çox sənaye müəssisələri, investisiya fondları və sahibkarlar inkişaf etməkdə olan startaplara investisiya edirlər. Özəl sektorun dəstəyi innovasiya və startapların mərhələli inkişafı üçün əhəmiyyətli bir faktordur.

İnnovasiya və startapların inkişafı üçün ABŞ-da ən mühüm mərhələlərdən biri ideya mərhələsidir. Bu mərhələdə yeni fikirlər və innovasiyalar yaradılır və sınaqdan keçirilir. Daha sonra sənaye müəssisələri, investorlar və inkubatorlar bu fikirlər ilə maraqlanırlar və startapların inkişafı üçün dəstək təklif edirlər.

Şəkil 3. ABŞ-da sövdələşmələrin sayı və maliyyə göstəriciləri

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Dövlət tərəfindən verilən dəstək innovasiya və startaplar üçün

proqramların təşkili və təşviqi məqsədi daşıyır. Bu proqramlar arasında “National Science Foundation”, “Small Business Innovation Research”, “National Institutes of Health” və digər proqramlar yer alır.

Bundan əlavə, “MKEtech”, “Innovate Charlotte” və “Select USA” kimi təşkilatlar startapları uğur qazanmaları üçün tələb olunan resurs və məlumatlarla əlaqələndirirlər. Üstəlik, MIT, Stanford və digər aparıcı universitetlər elmi araşdırmalar aparır və startap ekosistemini yüksək səviyyəli istedadlarla təmin edirlər. Bu universitetlər həm də iddialı yerli və əcnəbi tələbələr üçün əlavə maqnit rolunu oynayır və bu tələbələr də daha sonra uğurlu startap layihələri ortaya qoymaqla dünyə üzrə aparıcı şirkətlərin təməllərini atırlar.

ABŞ-da innovasiya və startapların müasir vəziyyəti, ən tanınmış startaplar

Cədvəl 1. Qlobal top yüzlükdə olan ABŞ şəhərlərinin startap ekosistemi

Nö	Şəhər	Qlobal sıralama (2022-ci ildən)	Ümumi bal	Fəaliyyət sahəsi
1.	San-Fransisko	1	546.43	E-ticarət/ Pərakəndə
2.	Nyu-York	2	223.41	E-ticarət/ Pərakəndə
3.	Los-Anceles	4	116.94	E-ticarət/ Pərakəndə
4.	Boston	5	103.34	Enerji/Ətraf Mühit
5.	Seattle	12	48.19	Enerji/Ətraf Mühit
6.	Çikaqo	15	38.35	Marketinq/Satış
7.	Vaşinqton	18	34.20	Enerji/Ətraf Mühit
8.	Ostin	21	33.44	Foodtek
9.	San-Dy(i)eqo	22	33.15	Foodtek
10.	Dallas-Fort Worth	26	29.26	Healthtek

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

ABŞ-da son illərdə startapların sayı və inkişafı sürətlə artır. Silikon Vadisi, San-Fransisko və Nyu-York kimi böyük şəhərlər innovasiya və startapların mərkəzləri kimi bütün dünyada tanınır. Bir çox startaplar yeni texnologiyalar, internet, məişət cihazları və sağlamlıq xidmətləri kimi müxtəlif sahələrdə inkişaf edir.

Bunlardan bəziləri dünyada tanınmış şirkətlərə çevrilib. **“Amazon”**, **“Facebook”**, **“Google”** və **“Apple”** buna ən yaxşı nümunədir.

Cədvəl 2. ABŞ-ın ən tanınmış startapları

Nö	Startap	Yarandığı il	Fəaliyyət növü
1.	Uber	2009	Logistika xidmətləri
2.	Airbnb	2008	Kirayə xidmətləri
3.	SpaceX	2012	Raket və uçuş texnologiyaları
4.	Palantir	2003	Məlumat analitikası platforması
5.	Stripe	2010	Onlayn ödəniş platforması
6.	WeWork	2010	Coworking ofisi
7.	Dropbox	2007	Bulud depolama xidməti
8.	Peloton	2012	Rəqəmsal fitnes platforması
9.	Impossible Foods	2011	Veqan yeməklərin istehsalı
10.	Robinhood	2013	Onlayn investisiya platforması
11.	Coinbase	2012	Kriptovalyuta mübadiləsi
12.	DoorDash	2013	Qida və səyahət xidmətləri

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

San-Fransisko hələ də dünyanın mübahisəsiz startap mərkəzi hesab olunur. Bu şəhər dünyadakı bütün startap ekosistemlərini üstələyir və 2019-cu

İldə San-Fransiskonun balı Nyu-Yorkdan 5 dəfə yüksək olub. Bu fərq 2020-ci ildə 4 dəfə, 2021-ci ildə 3 dəfə və 2022-ci ildən başlayaraq 2,5 dəfə azalıb və hazırda Nyu-Yorkla müqayisədə 2,4 dəfə yüksəkdir.

ABŞ-da üçüncü səviyyəli startap ekosistemi olaraq Los-Anceles və Boston global miqyasda 4-cü və 5-ci yerlərini qoruyub saxlayır.

Uber: Dünyanın ən böyük onlayn taksi sifariş xidmətidir. "Uber" mobil tətbiqi telefon vasitəsilə fərdi avtomobil sürücülərinin (taksi) xidmətlərindən istifadə etməyə imkan verən və sərnişindəşımaya sahəsində dünyada populyarlıq qazanan onlayn platformadır. Əsası 2009-cu ildə sahibkarlar Trevis Kalanik və Harret Kemp tərəfindən qoyulan və mənzil-qərgahı Kaliforniya ştatının San-Fransisko şəhərində yerləşən şirkət hazırda dünyanın təxminən 80 ölkəsinin 500-dən çox şəhərində fəaliyyət göstərir.

SpaceX: 2002-ci ildə İlon Mask tərəfindən Marsın koloniyalaşdırılmasını təmin etmək üçün kosmik nəqliyyatın xərclərini azaltmaq hədəfi ilə qurulub. İndiyə kimi "Falcon 1", "Falcon 9" və "Falcon Heavy" adlı təkrar istifadə edilə bilən kosmik uçuş-qurğu (raket) sistemlərini və "Falcon 9" tərəfindən orbitə çıxarılmış Beynəlxalq Kosmik Stansiyanı ləvazimat və ərzaqla təmin edən "Dragon" (insansız) kosmik gəmisini istifadəyə verib.

Palantir: Təşkilatlar üçün məlumat təhlili üzrə proqram təminatı hazırlayan ABŞ şirkətidir. 2003-cü ildə Peter Thiel başda olmaqla "PayPal"dan gələn bir qrup investor tərəfindən təsis olunub. 2010-cu illərin ortalarına qədər o, 20 milyard dollarlıq biznes dəyəri ilə kapitallaşmaya görə ("Uber", "Xiaomi" və "Airbnb"dən sonra) dünyanın ən böyük dördüncü startapı hesab edilirdi.

Ən yüksək maliyyələşməyə sahib ABŞ texnologiya startapı Kaliforniyada yerləşən e-sigara şirkəti "**JUUL Labs**"dır. Onun ümumi büdcəsi 15 milyard dollardır. Şirkət sonuncu dəfə 2020-ci ilin fevralında 700 milyon dollarlıq maliyyələşmə həyata keçirib və 12 milyard dollar dəyərindən də istifadə edib. "JUUL"dan sonra ən yüksək maliyyələşməyə sahib startaplar Şimali Karolina ştatında yerləşən və videooyunlar sahəsində ixtisaslaşan 4,4 milyard dollarlıq maliyyələşmə ilə "**Epic Games**" və Pensilvaniya ştatında yerləşən və çatdırılma xidməti sahəsində ixtisaslaşan 3,4 milyard dollarlıq maliyyələşmə ilə "**GoPuff**" şirkətləridir.

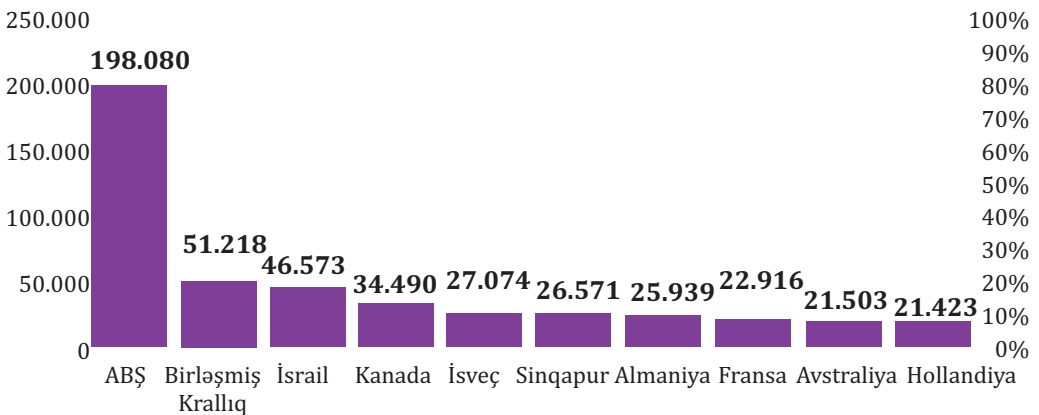
ABŞ-da ümumilikdə 19 unikorn (unicorn - dəyəri 1 milyard dolları ötən startap şirkəti) şirkət mövcuddur. Bunlar arasında təhlükəsizlik şirkəti olan "Tanium" (Vaşinqton, 9 mlrd. ABŞ dolları), sağlamlıq fokuslu RPA şirkəti (Ohayo, 4 mlrd. ABŞ dolları) və korporativ təlim platforması olan "Articulate" şirkəti (Nyu-York, 3,8 mlrd. ABŞ dolları) yer alır.

AbŞ startaplar sahəsində dünyada öz liderlik mövqeyini qoruyub saxlayır. Qlobal startap ekosistemində sahib olduğu ümumi bal ilə digər rəqiblərinin xalları arasındakı fərqi artırmaqla aparıcı startap ölkəsi kimi mövqeyini daha da möhkəmləndirib. Reytinglərdə ilk 100-lükdə yer tutan ABŞ şəhərlərinin sayı 34-dür və yenə həmin reyting sıralamasında yer alan 252 ABŞ şəhərinin üçdə birindən çoxu ilk 300-lükdədir.

İnnovasiya və startaplar – yekun modelin başqa ölkələrdə tətbiqi

ABŞ-ın innovasiya və startap modeli dünyada çox məşhurdur və bir çox ölkələr bu modeli öyrənib öz ölkələrində tətbiq edirlər. Bu siyahıda Əfqanıstan, Avstraliya, Cənubi Koreya, Qərbi Sahara, Gürcüstan, Hindistan, İsrail, İsveç, Kanada, Kuba, Meksika, Polşa, Qətər və digər ölkələrin adları var. Hətta bu model dünya üzrə bir çox yeni startapların yaradılmasına və inkişafına təkan verir. Bəzi ölkələr isə bu modeli qismən dəyişdirib özlərinə uyğun hala salırlar. Sinqapur, İsveç və bəzi ərəb ölkələri startapları dəstəkləmək üçün müxtəlif proqramlar və vergi tənzimləmələrini ABŞ modelinə uyğun təqdim edirlər.

Şəkil 4. Qlobal Startap Ekosistemi İndeksi: Top 10-luqda olan ölkələr



Regionlarla müqayisədə qlobal startap reytinginin top minliyinə Şimali Amerikadan 291 startap daxil olub. Bunlardan da 252-si ABŞ-ın, 39-u isə Kanadanın payına düşür. Ümumilikdə Şimali Amerikada startap sarıdan inkişaf etmiş ən yaxşı 10 şəhərdən doqquzu ABŞ-da yerləşir və ilk dörd şəhər (San-Fransisko, Nyu-York, Los-Anceles və Boston) aşağı reytingli şəhərlərdən böyük xal fərqi ilə seçilir.

6.2. Texnoloji inqilab, innovasiya və startaplar: Yaponiya modeli

İnnovasiya və startapların yaranması, bazarda formalaşan tələb və qarşıya çıxan çətinliklər

Yaponiyanın texnoloji inqilaba, innovasiyalara və startaplara yanaşması mədəni, iqtisadi və tarixi faktorların məcmusuna əsaslanır. Ölkənin texnoloji innovasiyalar sahəsində uğur qazanmasını təmin edən əsas amillərdən biri onun tədqiqat sahəsinin inkişafına böyük diqqət yetirməsidir. Hökumət elm və texnologiyaya böyük həcmdə sərmayə qoyur, ölkənin bir çox aparıcı şirkətlərinin öz tədqiqat laboratoriyaları və texnologiya mərkəzləri var. Bundan əlavə, Yaponiyada əhalinin böyük əksəriyyəti elm, texnologiya, mühəndislik və riyaziyyat (STEM) təhsilinə böyük diqqət yetirir.

Ölkədə startapların inkişafına dövlət tərəfindən dəstək göstərilir, biotexnologiya, enerji və ətraf mühit daxil olmaqla, bir sıra sahələrdə tədqiqatları dəstəkləyən Yaponiya Elm və Texnologiya Agentliyi kimi innovasiyaları təşviq edən bir sıra qurumlar var. İqtisadiyyat, Ticarət və Sənaye Nazirliyinin də innovasiya və sahibkarlığın təşviqinə yönəlmiş bir sıra proqramları mövcuddur.

Dövlətin təşviqi ilə yanaşı, özəl sektor da startapların inkişafına dəstək göstərir. Belə ki, bir çox Yaponiya şirkətlərinin universitet və digər tədqiqat institutlarının yaxınlığında yerləşən tədqiqat mərkəzləri var. Məsələn, "Sony" korporasiyasının Kanaqava prefekturasının Atsugi şəhərində 5000-dən çox tədqiqatçının çalışdığı tədqiqat mərkəzi, "Toyota Motors" korporasiyasının isə Aiçi prefekturasında öz tədqiqat mərkəzi var.

Digər mühüm amil isə Yaponiyanın əməkdaşlıq ənənəsidir. Yapon

şirkətlərinin uzun müddət birlikdə işləmək ənənəsi var. Məsələn, Yaponiyada yarımkeçirici sənayesində “Toshiba”, “Fujitsu” və “Renesas” kimi bir neçə böyük şirkət yeni texnologiyaların inkişafı və istehsal sahələrinin bölüşdürülməsi üçün sıx əməkdaşlıq edir.

Bu əməkdaşlıq mədəniyyəti startap ekosisteminə də şamil edilir. Yaponiyada yeni yaranan şirkətlərə dəstək verən bir sıra inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri var ki, bunlar da öz növbələrində startaplar arasında şəbəkələşmə və əməkdaşlığa güclü təsir edirlər. Bunlara “Techstars Tokyo” və “Rakuten Accelerator”un adlarını nümunə çəkə bilərik. “Startup Weekend Tokyo” və “Slush Tokyo” konfransları kimi ölkənin hər yerindən sahibkarları və investorları bir araya gətirən tədbirlərlə startaplar arasında şəbəkələşmə və əməkdaşlığa da böyük diqqət yetirilir.

Yapon startap ekosisteminin unikal cəhətlərindən biri **“*ruhlu vençur kapitalistləri*”** anlayışıdır. Bunlar tək-cə pul qazanmağa deyil, cəmiyyətə müsbət təsir göstərən şirkətləri dəstəkləməyə yönəlmiş investorlardır. Bu yanaşma Yaponiya startapları arasında sosial məsuliyyət hissini güclü inkişaf etdirməyə kömək edir.

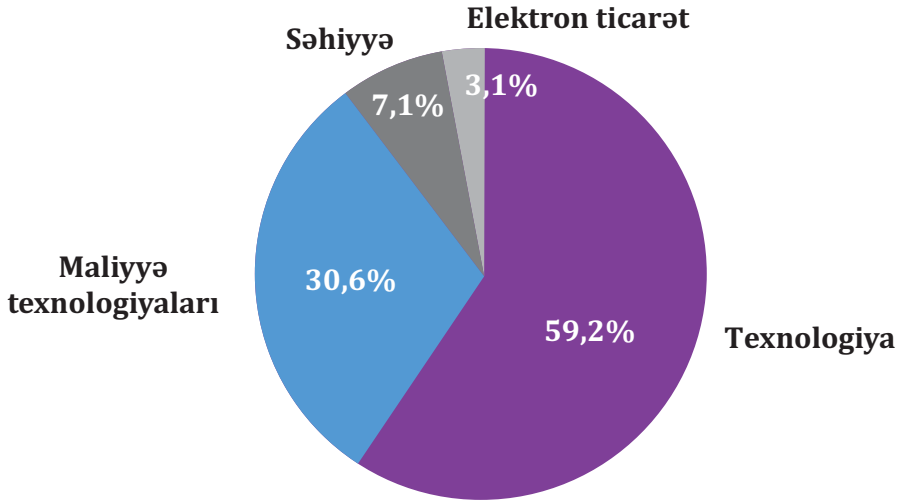
Bundan əlavə, Yaponiya hökuməti yeni başlayanlar üçün bir sıra dəstək proqramları, o cümlədən inkubasiya proqramları qəbul edir, eləcə də vergi güzəştləri və qrantlar ayırır. Hökumət həmçinin ənənəvi yapon korporativ mədəniyyəti ilə daha çevik startap mədəniyyəti arasındakı uçurumu aradan qaldırmağa kömək edən və iri korporasiyalar arasında əməkdaşlığı təşviq edən səyləri dəstəkləyir.

Bununla belə, Yaponiyada da startapçılar bəzi çətinliklərlə üzləşirlər. Burada yüksək səviyyədə tənzimlənən biznes mühiti xüsusilə səhiyyə və maliyyə texnologiyaları kimi sahələrdə startaplar üçün əlavə çətinliklər yaradır.

Yaponiyada startapların üzləşdiyi problemlərdən biri də maliyyə mənbələrinə çıxışla bağlıdır. Yaponiyada vençur kapitalının maliyyələşdirilməsi ənənəvi olaraq az olub və banklar kiçik və bazarda özünü təsdiqləməmiş şirkətlərə kredit verməkdən çəkinir. Bununla belə, son illərdə ilkin mərhələdə olan şirkətlərə investisiya qoymaq istəyən mələk investorların və vençur kapitalistlərinin sayı artmaqdadır.

Digər bir məsələ Yaponiyada fərdi təşəbbüs və risk götürməkdən daha çox staj və sədaqətə dəyər verən ənənəvi korporativ mədəniyyətin mövcud olmasıdır. Bu, startapçılara mentorlar və ya əməkdaşlar tapmaqda çətinlik yarada bilər.

Şəkil 5. Yaponiya startaplarının fəaliyyət sahələri üzrə göstəriciləri



Mənbə: <https://startups.watch/>

Bu problemləri həll etmək üçün Yaponiya hökuməti innovasiyaları və sahibkarlığı təşviq edən müxtəlif tədbirlər həyata keçirir. Belə təşəbbüslərdən biri də yapon mədəniyyətini və texnologiyasını qlobal miqyasda tanıtmaya və yaradıcı sənayelərin böyüməsini təşviq etmək missiyasını daşıyan “Cool Japan” kampaniyasıdır.

Bu çətinliklərə baxmayaraq, Yaponiyanın texnoloji inqilab, innovasiya və startaplara bənzərsiz yanaşması elektronika və avtomobillərdən tutmuş robot texnikası və süni intellektə qədər bir sıra sahələrdə lider olaraq qalmağa kömək edir. Ümumilikdə, innovasiya və sahibkarlığın Yaponiya modeli ənənəvi olaraq problemlərlə üzləşsə də, hökumətin son səyləri və artan vençur kapitalistləri və mələk investorları Yaponiyada startaplar üçün daha əlverişli mühit yaratmağa kömək edir, ölkənin unikal ekosistemi innovativ startaplar üçün münbit zəmin olduğunu sübut edir.

Texnoloji inqilab haqqında

Yaponiyadakı texnoloji inqilab tez-tez iqtisadi inkişafın **Yaponiya modeli** adlandırılır. Bu model ixracyönümlü sənayelərə fokuslanma, dövlətin sənayenin inkişafına güclü dəstək göstərməsi və sənaye-hökumət əməkdaşlığı ilə xarakterizə olunur.

Yaponiya modelinin əsas xüsusiyyətlərindən biri biznesin təşkili forması kimi ümumi məqsədlərə nail olmaq üçün şirkətlərin çarpaz səhmdarlıq yolu ilə sıx əməkdaşlıq etdiyi “Keiretsu” sisteminin inkişaf etməsidir. Keiretsu sistemi Yaponiya şirkətlərinə təchizatçılar, müştərilər və digər tərəfdaşlarla möhkəm əlaqələr qurmağa imkan verir ki, bu da onlara qlobal bazarlarda uğurla rəqabət aparmağa kömək edir.

Yaponiya modelinin digər mühüm cəhəti “Kaizen” kimi tanınan davamlı təkmilləşmə vərdişlərinin mövcudluğudur. Bu fəlsəfə zaman keçdikcə proseslərdə və məhsullarda innovasiya və səmərəliliyin artmasına kömək edir.

Bundan əlavə, Yaponiya hökuməti proteksionist ticarəti dəstəkləmə, tədqiqat və inkişafa investisiyalar qoyma və infrastrukturunu inkişaf etdirmə kimi siyasətlər vasitəsilə sənayelərin inkişafını dəstəkləməkdə mühüm rol oynayır.

Yaponiyanın innovasiyalara və startaplara yanaşması son illərdə inkişaf edir və hökumət bu sahəni təşviq etmək üçün səylər göstərir. Bununla belə, Yaponiyada ənənəvi korporativ mədəniyyətin innovasiyaları boğduğu və startapların inkişafını çətinləşdirdiyi məlumdur.

Yaponiyanın çox və qocalmış əhalisi var ki, bu da səhiyyə, yaşlılara qulluq və mobillik kimi sahələrdə startaplar üçün imkanlar yaradır. Bununla belə, Yaponiyada yerli şirkətlərə xarici və ya bazara yeni daxil olanlara nisbətdə üstünlük vermək tendensiyası mövcuddur ki, bu da bu ölkənin daxili bazarını təcrid vəziyyətinə sala bilər.

Bu problemləri həll etmək və innovasiyaları təşviq etmək üçün Yaponiya hökuməti addımlar atır. Məsələn, hökumət daha davamlı və səmərəli cəmiyyət yaratmaq üçün süni intellekt, robototexnika və əşyaların interneti kimi texnologiyalardan istifadə etmək məqsədi daşıyan “Cəmiyyət 5.0” təşəbbüsünü irəli sürüb. Bundan əlavə, hökumət vençur kapitalının investisiyaları

dəstəkləməsi üçün siyasət yeridir və yeni şirkətlərin fəaliyyətə başlamasına kömək etmək üçün bir sıra inkubatorlar və akseleratorlar vardır.

İnnovasiyalar və startaplar: inkışaf mərhələləri, dövlət və özəl sektora dəstək

Yaponiya innovasiya və startap modeli son illərdə xüsusilə inkışaf edir, nəzərəçarpan sayda yeni bizneslər yaranır və daha peşəkar sahibkarlıq mədəniyyətinə doğru irəliləyir. Yaponiya ənənəvi olaraq "Toyota" və "Sony" kimi böyük korporasiyaları ilə tanınsa da, indi maliyyə və sağlamlıq texnologiyaları, eləcə də robototexnika kimi sahələrdə startap ekosistemi durmadan genişlənir.

Yaponiyada həm hökumət, həm də özəl sektor innovasiyaların və startapların inkışafını dəstəkləmək üçün bir sıra siyasət və təşəbbüslər həyata keçirir, həmçinin özünün Yaponiyanın İnnovasiya Şəbəkəsi Korporasiyası və Yeni Enerji və Sənaye Texnologiyalarının İnkışafı Təşkilatı vasitəsilə maliyyə və konsultasiya dəstəyi təklif edir. Ümumiyyətlə, Yaponiya hökumətinin startaplara dəstəyinə aşağıdakılar daxildir:

Pre-toxum mərhələsi: Yaponiyada startaplar üçün toxum sərmayəsinə qədərki mərhələdə özəl sektor dəstəyinə inkubatorlar və akseleratorlar, həmçinin mələk investor şəbəkələri daxildir.

Toxum mərhələsi: Yaponiya hökuməti yeni başlayanlar üçün bir sıra qrantlar, kreditlər və vergi güzəştləri təklif edir.

Böyümə mərhələsi: Yaponiya hökuməti həmçinin ayrı-ayrı prefekturalarda böyümə mərhələsində olan startapları dəstəkləmək və biznesin inkışafını dəstəkləmək məqsədi daşıyan "Regional Canlandırma Fondu" kimi bir sıra təşəbbüslər irəli sürür.

Çıxış mərhələsi: Yaponiyada yerli startapları əldə etməkdə və ya onlara sərmayə qoymaqda maraqlı olan yerli və beynəlxalq investorların sayı getdikcə artır və hökumət, o cümlədən "Tokio Fond Birjasının Anaları" proqramı bu məsələdə bir sıra dəstəklər təklif edir.

Məşhur startaplar özləri də Yaponiyada innovasiya və sahibkarlığın böyüməsinə kömək edir. Ölkə hələ də kapitalla və istedadla çıxış baxımından çətinliklərlə üzləşsə də, Yaponiya hökuməti və özəl sektoru vergi güzəştləri,

maliyyələşmə proqramları və beynəlxalq bazara çıxışa dəstək kimi təşəbbüslərlə startaplar üçün daha dəstəkləyici mühit yaratmağa çalışır.

Cədvəl 3. Yaponiyanın ən məşhur startaplarından bir neçə nümunə

Nö	Startapın adı	Yaranma tarixi	Fəaliyyət növü
1.	Mercari	2013	İkinci əl məhsulların onlayn satışı
2.	Preferred Networks	2014	Süni intellekt
3.	SmartHR	2015	Biznes idarəetmə alətləri satışı
4.	Terra Motors	2010	Elektrikli nəqliyyat vasitəsi istehsalı
5.	Freee	2012	Maliyyə idarəetmə alətləri satışı
6.	Playco	2020	Videooyunlar
7.	Smartnews	2012	Xəbər portalı
8.	Spiber	2007	Sintetik polimer istehsalı
9.	Aperza	2016	İstehsalçılar üçün internet bazarı və media platforması
10.	Floodia	2011	Optimallaşdırılmış sxem istehsalı

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

“**Mercari**” - İstifadə olunmuş mallar üçün bu onlayn bazar 2013-cü ildə yaradılıb və o vaxtdan etibarən 8 milyard dollardan çox bazar kapitallaşması ilə Yaponiyanın ən uğurlu startaplarından birinə çevrilib. “Mercari” Yaponiyadan kənar ABŞ və Böyük Britaniyaya qədər genişlənilib və hazırda dünyanın ən böyük mobil bazarlarından biridir.

“**Preferred Networks**” - 2014-cü ildə əsası qoyulmuş bu startap dərin öyrənmə və digər süni intellekt texnologiyaları üzərində işləyir və Yaponiyanın böyük korporasiyalarından əhəmiyyətli investisiyalar cəlb edir. “Preferred Networks” şirkəti özünü idarə edən avtomobillərin inkişafı üçün “Toyota”, “Mitsubishi Electric” və “NEC” şirkətləri ilə əməkdaşlıq edir.

“SmartHR” - Bu texnologiya kiçik və orta biznes üçün bulud əsaslı HR idarəetmə alətləri təqdim edir. 2015-ci ildə əsası qoyulan “Smart HR” 8000-dən çox korporativ müştərisi və təxminən 1 milyard dollar dəyəri ilə Yaponiyanın ən sürətlə böyüyən startaplarından birinə çevrilib.

“Terra Motors” - Bu elektrik skuter startapı 2010-cu ildə yaradılıb və o vaxtdan elektrik motosiklləri və skuterləri sektorunda qlobal bazarda liderlərdən birinə çevrilib. “Terra Motors” 30-dan çox ölkədə 30 000-dən çox elektrik avtomobili satıb və böyük yapon investorlarından maliyyə vəsaiti toplayıb.

“Freee” - Bu bulud əsaslı mühasibat startapı kiçik və orta biznes üçün maliyyə idarəetmə alətləri təqdim edir. 2012-ci ildə qurulan “Freee” sürətlə böyüyür və bu yaxınlarda digər Asiya bazarlarına doğru genişlənmə planlarını açıqlayıb.

“Playco” - Dünyanın ilk oyun şirkəti olaraq milyardlarla insanın birlikdə oynaya biləcəyi proqramdır. İnsanların birlikdə oynaya biləcəyi ən yaxşı oyunları qurmaq üçün “Facebook”, “SNAP”, “LINE”, “Viber” və s. kimi platformalarla sıx əməkdaşlıq edilir.

“Smartnews” - 150-dən çox ölkədə 50 milyondan artıq oxucu tərəfindən yüklənmiş və mükafat qazanmış xəbər proqramıdır. Hazırda dünya miqyasında baş verən ən vacib xəbərləri insanlara çatdırmaq üçün hər gün milyonlarla məqaləni təhlil edir. “SmartNews” yüksək keyfiyyətli xəbərləri ən etibarlı mənbələrindən - “NBC News”, MSNBC, “USA Today”, “Time”, “The Huffington Post”, “Bleacher” və s.dən təqdim edir.

Yaponiya modelinin digər ölkələrdə tətbiqi

İnnovasiya və startap sahəsində Yaponiya modelində başqa ölkələrdə də tətbiq oluna biləcək çoxlu nümunələr var. Məsələn, dövlət-özəl tərəfdaşlığı və hökumət təşəbbüsləri vasitəsilə innovasiya və sahibkarlığın təşviqinə dair Yaponiya yanaşması öz startap ekosistemlərini inkişaf etdirmək istəyən digər ölkələrdə tətbiq oluna bilər.

Bundan əlavə, Yaponiya modeli risk götürməyi və həvəsləndirmə mühitinin yaradılmasını, eləcə də yaradıcılıq və innovasiyaya dəyər verən güclü sahibkarlıq mədəniyyətinin inkişaf etdirilməsini vacib sayır. Bu, güclü

sahibkarlıq tarixi olmayan, lakin öz startap ekosistemlərini inkişaf etdirmək istəyən ölkələr üçün xüsusilə aktual ola bilər.

Ümumilikdə, Yaponiya modeli bir ölkənin startap ekosistemini necə inkişaf etdirə biləcəyinə əvəzsiz nümunədir. Hər bir ölkənin özünəməxsus şərtləri və çətinlikləri olsa da, Yaponiya modeli yeni bizneslərin böyüməsini təşviq etmək və iqtisadi inkişafa təkan vermək məqsədilə yerli şəraitə uyğunlaşdırıla və digər kontekstlərə tətbiq oluna bilən çərçivə təqdim edir. Son illərdə Yaponiyanın dünya miqyasında əldə etdiyi inkişaf yoluna nəzər yetirsək, yapon modelinin nə qədər effektiv olduğunu daha aydın müşahidə edə bilərik.

Yaponiya biznes reytinginə görə qlobal miqyasda 17-ci yerdədir ki, bu da startaplar üçün əlverişli biznes mühitinin olduğunu göstərir. Yaponiyanın Tokio və Yokohama şəhərləri dünyanın ilk 15-liyində, üç şəhəri (**Osaka, Kyoto və Fukuoka**) ilk 200-lükdə, yeddi şəhəri ilk 500-lükdə və 11 şəhəri isə ilk 1000-lükdə yer alır. Son illərdə Yaponiya Danimarka və Hindistanı keçərək müsbət impulsunu sürətləndirməyə davam edir.

Cədvəl 4. Yaponiyada startap ekosistemində baxış

Nö	Şəhər	Qlobal reyting və dəyişiklik	Ümumi bal
1	Tokio-Yokohama	14	44,07
2	Osaka	128	5,54
3	Kyoto	172	3,63
4	Fukuoka	214	2,45
5	Naqoya	320	1,18
6	Sapporo	476	0,55
7	Senday	490	0,52
8	Xirosima	694	0,26
9	Tsukuba	729	0,24
10	Okayama	847	0,17

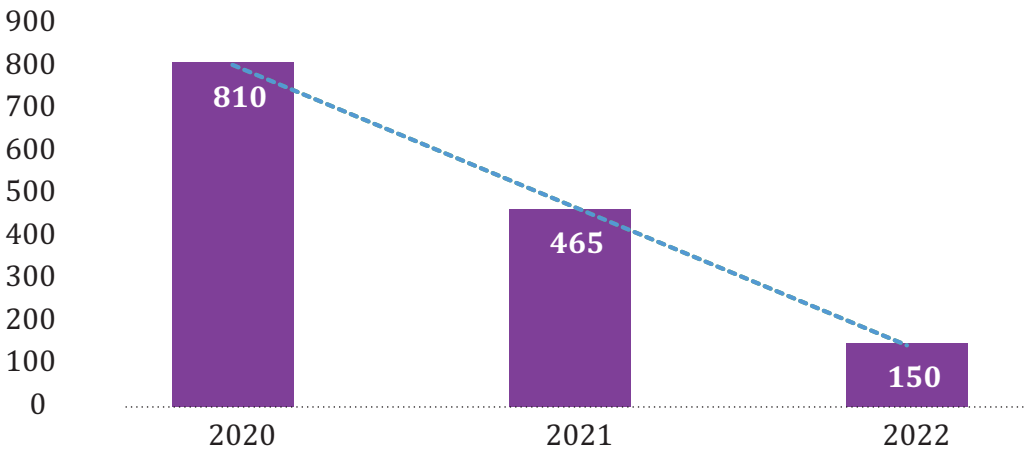
Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Son üç il ərzində Yaponiya startap ekosistemində əhəmiyyətli dərəcədə artım yaşanıb. İnnovativ startaplar uğurlu, genişlənən və dayanıqlı bizneslərin yüksəlməsinə gətirib çıxaran iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilib. Şibuya Startap Dəstəyi hökumət tərəfindən dəstəklənən təşəbbüsdür. Şibuya Şəhər Ofisi startapların Yaponiya bazarına rahat daxil olmalarına kömək etmək üçün “yumşaq eniş” dəstəyi, startap vizası proqramı və biznes uyğunluğu kimi xidmətlər təklif edir.

Startap ekosistemində ümumi baxış

Yaponiyada unikonların sayının az olması startap ekosistemində sərmayə qoyuluşunun məhdud olması ilə izah edilə bilər. Lakin maraqlı cəhət ondan ibarətdir ki, cəsarətli və inqilabi vençur kapitalı fondu məhz Yaponiyada yerləşir. Masayoşi Sonun rəhbərlik etdiyi “Softbank” eniş dövrünü yaşasa da, qlobal investisiya mənzərəsinə böyük təsir göstərmişdir. Son üç ildə Yaponiyada sövdələşmələrin sayında kəskin azalma müşahidə edilir. Belə ki, 2020-ci ildə bu rəqəm 810 olduğu halda, 2022-ci ildə 150-yə qədər azalıb.

Şəkil 6. 2020-2023 Yaponiyada illər üzrə sövdələşmələrin sayı



Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Hökumətin dəstəyi ilə “J-Startup” proqramı yapon startaplarını qlobal bazara tanımaq və 2023-cü ilə qədər 20 unikon yaratmağa kömək etmək məqsədi daşıyır. Ancaq cari bazar şərtləri nəzərə alındıqda bu hədəfə çatmaq

çətin olacaq. Yaponiya zəngin dəstək təşkilatları şəbəkəsinə malikdir. Onlardan biri “Startap Şəhər Akselerasiya Proqramı” vasitəsilə startapların qloballaşmasına kömək edən Yaponiya Xarici Ticarət Təşkilatıdır.

Bundan əlavə, Tokio şəhər rəhbərliyi, “Startup Fukuoka City”, “Startup City Sapporo” və “Shibuya Startup Support” şirkətləri startap ekosistemini təkmilləşdirməyə sadıqdırlar. Yaponiyanın rəqabətqabiliyyətli startap ekosisteminin yaradılması üzrə aydın strategiyası ölkənin düzgün istiqamətdə getdiyini göstərir. Yaponiyanın Startap Vizası artıq Fukuoka və Kobe Siti kimi bir sıra yerlərdə tətbiq olunur.

Yaponiya hökuməti startaplar üçün dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən proqramlara əlavə olaraq, Tokio, Yokohama, Fukuoka, Kyoto və Kansai kimi aparıcı şəhərləri Yaponiyanın startap ekosisteminin inkişafında fəallıq göstərir.

Üstəlik, Yaponiyanın ABŞ ilə güclü əlaqələri sayəsində ölkənin startap gücünü artırma biləcək tərəfdaşlıq yaradıb. Yaponiyada maliyyə və səhiyyə texnologiyalarına sərmayə qoyuluşu ölkənin startap ekosisteminin daha çox qlobal miqyasda tanınmasına təsir göstərir.

Nəticə olaraq qeyd edək ki, Yaponiyanın innovasiya və startap modeli son illərdə inkişaf edir, nəzərəçarpacaq sayda yeni bizneslər yaranır və daha çox sahibkarlıq mədəniyyətinə doğru irəliləyir.

6.3 Qloballaşma, innovasiya və startaplar: Qərbi Avropa ölkələrinin timsalında

Qərbi Avropa ölkələrində innovasiya və startapların yaranması, bazarda formalaşan tələb və təklif, qarşıya çıxan çətinliklər

Avropa İnnovasiya Hesabatı 2022-ci il üçün Qərbi Avropa və region ölkələrində innovasiya performansının müqayisəli təhlilini təqdim edir. Hesabat ölkələrə milli innovasiya sistemlərinin güclü və zəif tərəflərini qiymətləndirməyə və həll etməli olduqları problemləri müəyyən etməyə imkan verir. Əldə etdikləri ballara əsasən, Avropa İttifaqı ölkələri dörd performans qrupuna bölünür:

- **İnnovasiya liderləri**

- **Güclü yenilikçilər**
- **Orta yenilikçilər**
- **İnkişaf etməkdə olan yenilikçilər**

Innovasiya layihələri ümumiyyətlə üç mərhələdən keçir: **dizayn, sınaq və miqyas**.

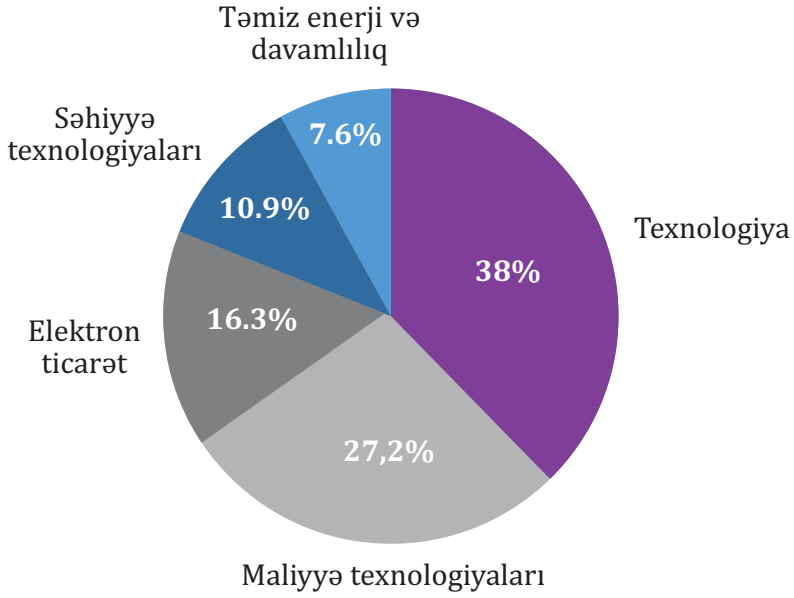
1. Dizayn mərhələsi: Öncə hər hansı məhsul və ya xidmət üzrə innovasiyalara əsaslanan yeni bir iş modelinin təsəvvürü yaradılır. Daha sonra bu modelin minimum həyat qabiliyyətli prototipi hazırlanır. Bu prototip investorları cəlb etmək üçün kifayət qədər xüsusiyyətlərə malik olmalıdır.

2. Sınaq mərhələsi: Bu, yeniliyin müxtəlif versiyalarının mümkün olan ən qısa vaxtda sınaqdan keçirilmə mərhələsidir. Valkoviakın sözlərinə görə, “ideyanızı potensial istifadəçilər və müştərilərlə nə qədər tez sınaqdan keçirərsəniz, nəyin yaxşı olub-olmadığını bir o qədər tez öyrənəcəksiniz. Bu, çox uzağa getmədən problemin həllini vaxtında tənzimləməyə imkanı verərək risklərin azaldılması strategiyasıdır”.

3. Miqyas mərhələsi: Dizayn və sınaq mərhələlərində innovasiyanın real problemi necə həll edə biləcəyini göstərdikdən sonra əsas hədəf miqyası genişləndirməkdir. Təcrübədə bu, sübutlara əsaslanan təfərrüatlı biznes planı hazırlamaq, məhsul və ya xidməti daha çox insan üçün əlçatan etmək və xüsusi marketing strategiyasına başlamaq deməkdir.

Qərbi Avropa texnologiyaya əsaslanan startapların yaradılması və böyüməsinin stimullaşdırılması yolu ilə iqtisadi artıma nail olaraq ekosistemin mərkəzinə çevrilib. Baxmayaraq ki, Qərbi Avropada startapların təxminən üçdə biri fəaliyyətlərinin ikinci ilində sağ qalmır, bu riskləri kompensasiya etmək üçün Avropa hökumətləri startaplara inkubasiya mərkəzləri vasitəsilə getdikcə daha çox dəstək verirlər.

Şəkil 1. Qərbi Avropa ölkələrində yaranan startapların istiqamətlər üzrə bölgüsü



Mənbə: <https://startups.watch/>

Hazırda 1000-dən çox Avropa inkubatorunun olduğu təxmin edilir. Onların 85%-i Qərbi Avropa ölkələrində yerləşir və sayı 2007-2013-cü illər arasında beş dəfə artıb. Qərbi Avropa siyasətçilərinin inkubatorlar vasitəsilə startapları dəstəkləmək səyləri qlobal tendensiyaya çevrilir. Nəticədə inkubatorların sayı bütün dünyada sürətlə artır, bu da inkubatorların müxtəlif qlobal startapları dəstəkləmələrinə səbəb olur. Bu, bütün dünyada inkubatorlara bir-birindən öyrənmək və özlərini təkmilləşdirmək üçün böyük imkanlar verir. Bununla belə, Qərbi Avropada startap fəaliyyəti hələ də iqtisadiyyatın digər sahələrindən geri qalır.

Avropada *sahibkarlıq ekosistemi* isə startapdan kənarında mövcud olan və startapın uğuruna töhfə verən bir-birindən asılı komponentlər toplusundan ibarətdir. Sahibkarlıq ekosistemindəki komponentlər zəif inkişaf edərsə, bu, startapların böyüməsini məhdudlaşdıran problemə çevrilə bilər. Qərbi Avropa bir əsr əvvəl qlobal innovasiya mərkəzi olub, lakin hazırda o, öz üstünlüyünü

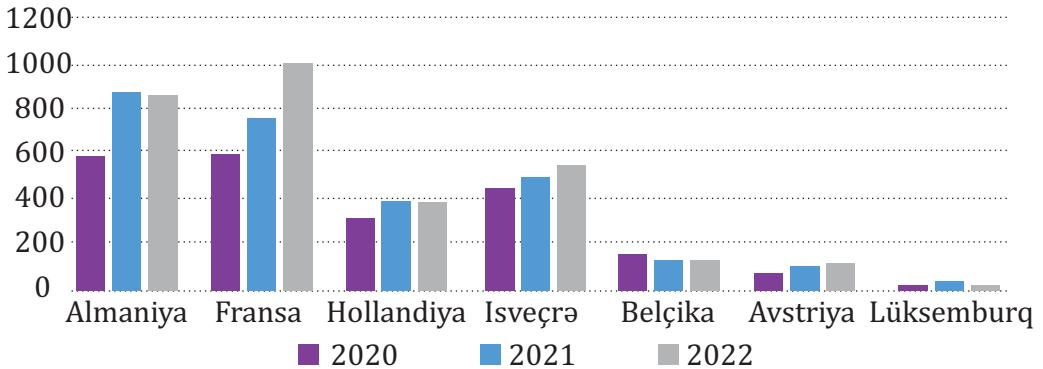
xeyli itirib. Bununla belə, bu gün bəzi nəzərəçarpan istisnalara baxmayaraq, Şərqi Avropada innovasiya və innovativ şirkətlərin əksəriyyətinə rast gəlinir.

Cədvəl 1. Qərbi Avropanın startap ekosisteminə baxış: top yüzlükdə olan ölkələr

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Qərbi Avropa ölkələrində startap ekosisteminə nəzər salsaq görərik ki, Almaniya (25.939), Fransa (22.916) və Hollandiya (21.423) bal hesabı ilə 7, 8 və 10-cu yerlərdə qərarlaşaraq qlobal top 10-luğa daxil ola biliblər.

Şəkil 2. Qərbi Avropa ölkələrində startap sövdələşmələri



Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Son on ildə böyümə sürətini bərpa etmək üçün mübarizə aparan Avropa iqtisadiyyatında texnologiyaların məhsuldarlıq və innovativ inkişafına ehtiyac var. Rəqəmsallaşma texnologiyalarının 2030-cu ilə qədər potensial inkişafı Qərbi Avropa iqtisadiyyatına əlavə 2,7 trilyon dollar gəlir gətirə bilər.

Qərbi Avropa ölkələrinin ən aparıcı və tanınmış startapları

Qərbi Avropa çoxsaylı innovativ və iddialı startaplar üçün mərkəz hesab olunur. 2019-cu ildə Qərbi Avropa startapları 38,8 milyard avro, yəni 2018-ci ildəkindən (27,2 milyard avro) 42,6% çox risk maliyyələşdirməsi toplayıb.

Almaniya maliyyə texnologiyaları üzrə aparıcı Avropa ölkələrindən biridir. Burada startaplar tez-tez yeni məhsul və xidmətlər təklif edərək innovasiyaların lokomotivi rolunda şıxış edirlər.

Fransada startapların 54,1%-i Parisin payına düşür. Berlin Almaniyada ən yüksək startap faizinə malikdir (17,7%), lakin onların sayı Parisdən qat-qat azdır.

Hollandiya **Booking.com** və **Adyen** də daxil olmaqla, qlobal oyunçulara çevrilmiş çoxsaylı nüfuzlu startaplara ev sahibliyi edir. Hollandiyalı sahibkarlar kompüter çiplərinin istehsalında istifadə olunan maşınları istehsal edən və yarımkeçirici sənayesində ən böyük təchizatçılardan biri olan “Qabaqcıl Yarımkeçirici Materiallar Litoqrafiyasını” yaratmağı bacarıblar. 2023-cü ilə qədər şirkət 270 milyard ABŞ dolları dəyərində dəyər qazanaraq Avropanın ən dəyərli texnologiya biznesi seçilib.

Hollandiya həm yerli sahibkarlar, həm də immiqrasiya edən istedadlar üçün yüksək səviyyəli şəhər innovasiyası və həyat keyfiyyəti ilə tanınır. Hollandiya hökuməti 75 milyon avroluq büdcə ilə İddialı Sahibkarlıq Fəaliyyət Planı hazırlayıb. Plan sahibkarları maliyyələşdirmək və dəstəkləmək məqsədilə bir çox strateji tədbirləri, məsələn, Avropa İttifaqı ölkələrinin vətəndaşı olmayanlar üçün startap vizalarının verilməsini əhatə edir. Bundan əlavə, Hollandiyanın strateji mövqeyi və bir çox qlobal mərkəzlərlə əlaqəsi ölkəyə “Avropa qapısı” adını qazandırır. Aparıcı qlobal startap platformalarından biri *Dealroom* da Hollandiyada yerləşir.

Ölkənin qlobal düşünmə qabiliyyəti, həmçinin ABŞ və Asiyadakı

tərəfdaşları ilə əməkdaşlıq istəyi ekosistemin qarşısındakı illərdə də uğuru üçün əsas amil olacaq.

Avstriyanın startap fəaliyyəti informasiya texnologiyaları, media və insan sağlamlığı ilə bağlı elm sahələrinə, eləcə də yaradıcı sənayelərə yönəlib. Ölkə Avropanın güclü startap mərkəzi olmaq potensialına malikdir. Avstriya sahibkarlara investisiya üçün əlverişli vergi sistemi və maliyyə vəsaiti əldə etmək üçün dəstək şəbəkəsi təklif edir. Bu ölkədə **Avstriya Startapları, Avstriya İnvestorlar Assosiasiyası, Avstriya Müəssisə Kapitalı və Şəxsi Səhmdarlıq Təşkilatı** kimi investorlar, vençurlar, inkubasiya və akselerasiya mərkəzlərindən ibarət geniş dəstək şəbəkəsi var. Avropanın ən aktiv vençurlarından biri olan **“Speedinvest”**in baş ofisi Avstriyanın paytaxtında yerləşir. Avstriyada ən mühüm maliyyə mənbələrini birləşdirən **Avstriya Tədqiqatların Təşviqi Agentliyi** tərəfindən startapçılara geri qaytarılmayan qrantlar, zəmanətlər və subsidiyalaşdırılmış kreditlər təklif edilir.

Qərbi Avropadakı startaplar COVID-19-un ilk bir neçə ayı ərzində ağır zərbə aldı. 2020-ci ilin iyun ayına qədər avropalı sahibkarların demək olar ki, yarısı (49 faizi) hökumət tərəfindən dəstəklənən kreditlər üçün banklara müraciət etməli olub. Bununla belə, hətta pandemiya zamanı da inkişafa nail olan aparıcı startaplar yaranıb:

Cədvəl 2. Qərbi Avropada COVID-19 pandemiyası zamanı inkişafa nail olan startaplar

	Startupların adları	Yarandığı ili	Büdcəsi (mln.ABŞ dolları)	Fəaliyyət istiqaməti	Baş qərargahı
1.	Delivery Hero	2011		E-ticarət	Berlin
2.	Brainly		150	Təhsil	Nyu-York
3.	Monzo	2015		Texnologiya	London

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

- 1. Delivery Hero** - Avropanın beynəlxalq onlayn yemək xidmətidir. Biznes qlobal səviyyədə - Avropa, Asiya, Latın Amerikasası və Yaxın Şərqdə 40-dan çox ölkədə 500 000-dən çox restoranla işləyir. “Delivery Hero” dünyanın ən böyük yerli təchizat şəbəkəsidir. Bu startap 20 dəqiqədən az müddətdə ərzaq və ev məhsullarını istehlakçılara çatdırmağa yönəlmiş yeni sürətli e-ticarət dalğasıdır. Müəssisənin Almaniyanın Berlin şəhərində 27 000-dən çox işçisi və baş ofisi var.
- 2. Brainly** – dünyanın ayrı-ayrı ölkələrində yaşayan tələbələr veb-sayt platforması üzərindən müxtəlif ev tapşırıqları və suallarla bağlı əlaqələndirilir və onlara köməklik göstərilir. Bu platforma tələbələrə suallarını rahatlıqla soruşmaq, başqalarına dəstək olmaq və onları ayda 350 milyondan çox istifadəçisi olan onlayn mühitdə öyrənməyə təşviq etmək üçün nadir imkanlar təklif edir. “Brainly” 35 ölkədə əlçatandır.
- 3. Monzo** - tətbiqə əsaslanan ağıllı bank seçimidir. Bu, standart cari hesab kimi işləyən “MasterCard” üçün debit kartına malikdir. Yeganə fərq hamısının onlayn işləməsidir. “Monzo Bank” ilk dəfə fəaliyyətə başladığı gün dəqiqələr ərzində bir milyon dollar toplayan ən sürətlə genişlənən startaplardan biri kimi tanınıb. Bu gün “Monzo” bankçılığın yeni formasını (hesabın smartfon vasitəsilə idarə olunması) təqdim edir.

Qərbi Avropada ən böyük inkubasiya mərkəzləri

Qərbi Avropanın aparıcı inkubasiya mərkəzlərinə Eyndhovendə (Hollandiya) yerləşən “HighTechXL” və “Lumo Labs”, Parisdə (Fransa) yerləşən “Foundary”, Stokholmda (İsveç) yerləşən “KI innovations” və “Sting” inkubasiya mərkəzlərini aid etmək olar.

HIGHTECHXL - “HighTechXL” inkubasiya mərkəzi CERN, Avropa Kosmik Agentlikləri, TNO və “Philips” də daxil olmaqla, dünyanın bir sıra şirkətləri və tədqiqat mərkəzlərinin ən yaxşı texnologiyalarını idarə edir və bu texnologiyalar ətrafında komandalar qurur.

“HighTechXL” startapların 20 faiz səhm payını alır. Komandalar proqramı tamamladıqdan və bütün tələblərə cavab verdikdən sonra 30 000 avro investisiya almaq hüququ qazanırlar. Startaplar Hollandiyanın ən böyük startap

kompleksinin bir hissəsi olan “High Tech Campus Eindhoven”də yer alırlar. Onlar həmçinin ən yaxşı texnologiya mütəxəssislərindən mentorluq və biznes quruculuğundan tutmuş təqdimata qədər bir çox vacib sahələr üzrə təlimlər alırlar.

Qərbi Avropada hər il orta hesabla 260 000 startap qeydiyyatdan keçir. Avropanın startap ekosistemi uzun müddətdir ki, **Deliveroo, FlixBus və Revolut Personio, Sendder, UiPath, Klarna, KONUX, Forto** kimi startapların uğurları ilə tanınır. Son illərdə bu startapların əksəriyyəti 1 milyard dollar dəyərində maliyyə əldə edib və bir neçəsi hətta arzu edilən 10 milyard dollarlıq statusa çatıb. Bu, Avropadakı sahibkarlıq səhnəsini investorlar üçün daha rəqabətli və cəlbedici edən yüksək performanslı startapların güclü və böyüyən dalğasının sadəcə görünən hissəsidir.

Rəqəmsal infrastruktura böyük sərmayə qoyulmasına baxmayaraq, Şərqi Avropa şəhərləri bu gün startaplar üçün Avropanın ən yaxşı şəhərlərinin reytingi sayılan *Avropa Rəqəmsal Şəhər İndeksində* hələ də Qərbi Avropadakı rəqiblərindən geri qalır. İrlandiyanın Kork şəhərində keçirilən **Startap Millətlər Sammitində** təqdim edilən indeks sübut edir ki, Şərqi Avropa şəhərləri rəqəmsal infrastruktura görə ilk onluğa düşümlər. Buna həm zəif sahibkarlıq mədəniyyəti, həm də yerli bazarın kiçik olması təsir edir. Bu indeksə əsasən, Tallin startaplar üzrə Budapeşt (33) və Praqanı (37) 3 xal ilə qabaqlayır və 18-ci yerdədir.

6.4 Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələri

Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrində innovasiya və startapların yaranması, bazarda formalaşan tələb və təklif, ortaya çıxan çətinliklər

Şərqi Asiyanın iqtisadiyyatı altı müxtəlif ölkədə (Çin, Tayvan, Yaponiya, Koreya Xalq Demokratik Respublikası, Koreya Respublikası və Monqolustan) yaşayan 1,6 milyard insanı (dünya əhalisinin 20%-ni) əhatə edir. Bölgəyə dünyanın ən böyük və dayanıqlı iqtisadiyyatlarından, həmçinin dünyanın iqtisadi cəhətdən ən dinamik ölkələrindən bir neçəsi daxildir.

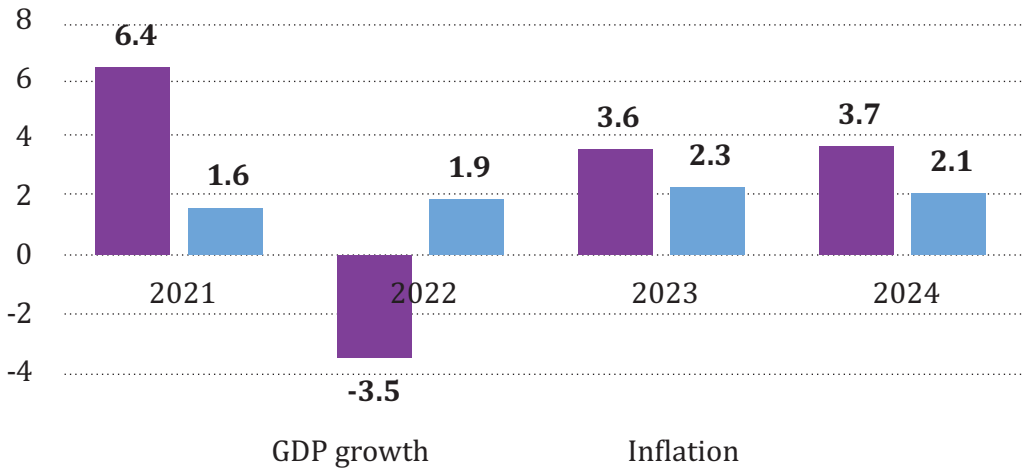
Çin 2001-ci ildə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına daxil olduqdan sonra ortaya qoyduğu davamlı iqtisadi inkişaf sayəsində Şərqi Asiya iqtisadiyyatına əhəmiyyətli töhfə verən ölkəyə çevrildi və dünya iqtisadiyyatında əsas oyunçu

kimi tanınmağa başladı. Bundan əlavə, Cənubi Koreya və Tayvan qlobal miqyasda istehlak texnologiyalarının ən böyük istehsalçıları arasındadır, Honq-Konq isə dünya miqyasında aparıcı maliyyə mərkəzi kimi tanınır.

Cənub-Şərqi Asiya regionunun iqtisadiyyatı 2022-ci ildə dayanıqlılıq nümayiş etdirdi. İndoneziya iqtisadiyyatı 2022-ci ildə 5,31% böyüyərək 9 ilin ən yüksək səviyyəsinə çatdı. Malayziyada isə 2021-ci ilə nisbətən 8,7% artım qeydə alındı ki, bu da son 22 ilin ən yüksək göstəricisidir.

Bu iqtisadi artım fonunda bölgənin bütün kapital maliyyələşdirməsinin 86%-i iki ölkənin payına düşür. Startap sahəsində isə maliyyə texnologiyaları, e-ticarət və oyun kateqoriyaları regionda maliyyələşdirilən ilk üç sektordür.

Şəkil 1. Ümum daxili məhsulun (ÜDM) və inflyasiyanın %-lə göstəriciləri



GDP=ÜDM (Ümum daxili məhsul)

İnflation (İnflyasiya)

Mənbə: Statistika idarəsi; Asiya İnkişaf Bankı

Cənub-Şərqi Asiya ölkələrində startapların yaranması

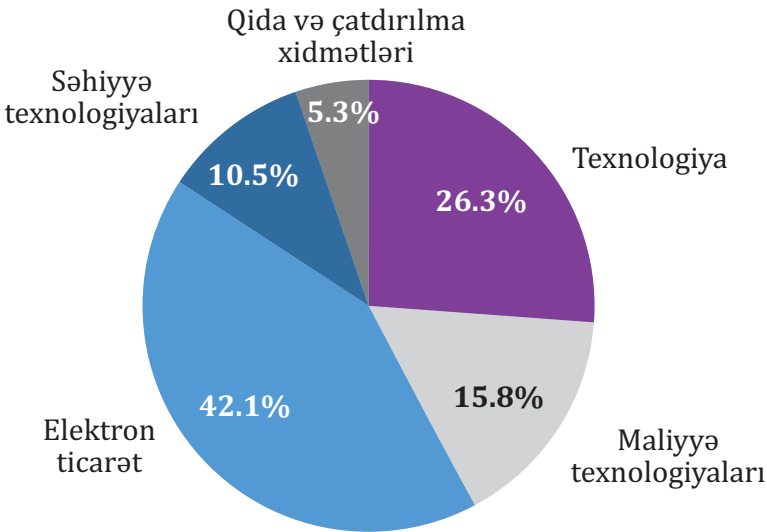
Vençur fondlarından 9,79 milyard ABŞ dolları alan Sinqapur startapları regionda ən çox gəlir əldə edərək birinci, 3,77 milyard ABŞ dolları alan İndoneziya startapları isə ikinci yerdə durur.

2021-ci ildə yalnız səkkiz Cənub-Şərqi Asiya startapı “unicorn” klubuna

daxil olub. Bu startapların ikisi (hər biri 3 milyard dollar olmaqla) Sinqapur və İndoneziyanın, qalanları isə Filippin və Taylandın payına düşür.

Qlobal fintek mərkəzinə çevrildikdən sonra Sinqapur yaşıl texnologiyanın regional mərkəzi kimi yüksəlməyi hədəfləyir. Bu şəhər-dövlət 2050-ci ilə qədər sıfır karbon emissiyası hədəfinə çatmaq üçün texnoloji ekosistemə ümid bəsləyir. İnvestorlar da Sinqapurda iqlim texnologiyasına əsaslanan startaplara daha çox həvəs göstərirlər.

Şəkil 2. Cənub-Şərqi Asiyada yaranan startapların fəaliyyət sahələri üzrə bölgüsü



Mənbə: <https://startups.watch/>

2022-ci ilin ilk 11 ayında Cənub-Şərqi Asiyada startaplar 2021-ci ildə 607 milyon ABŞ dolları və 2018-ci ildə 54 milyon ABŞ dolları ilə müqayisədə 1,1 milyard ABŞ dolları maliyyə toplayıblar. Sinqapur şirkətləri ekologiya sahəsi üzrə vençur kapitalı (Venture Capital) maliyyələşməsinin 80,4%-ni cəlb edib.

Cədvəl 1. Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrindətop 100-də olan ölkələr

Nö	Ölkələr	Sıralama	Topladığı bal
1.	Sinqapur	6	26.571
2.	Çin	12	20.491
3.	Yaponiya	18	13.871
4.	Cənubi Koreya	20	12.150
5.	Tayvan	24	10.591
6.	İndoneziya	41	5.411
7.	Malayziya	43	5.144
8.	Tayland	52	3.428
9.	Vyetnam	58	2.521
10.	Filippin	59	2.469

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Qeyd edək ki, İndoneziya keçən il regionda aqrotexniki sövdələşmələrin təxminən 70%-ni əldə edib. “Agroteck” startaplarından başqa, investorlar getdikcə İndoneziyanın daha çox logistika startaplarını dəstəkləməyə meyl göstərirlər.

Maliyyə texnologiyaları (fintek) Cənub-Şərqi Asiyada daha da inkişaf edir. Birincisi, fintek regionun ən çox maliyyələşdirilən sektoru olub, startaplar 2022-ci ildə 233 sövdələşmədə 5,01 milyard ABŞ dolları toplayıb ki, bu da regionun ümumi kapital maliyyələşdirməsinin üçdə birini təşkil edir. İkincisi, 2022-ci ildə “Unicorn” klubuna daxil olan səkkiz yeni Cənub-Şərqi Asiya startapından beşi fintek firmaları olub.

Sinqapurda yerləşən fintek startapları 2021-ci ildə 66 sövdələşmə üzrə 2,04 milyard dollar məbləğində vençur kapitalı əldə ediblər. Asiya İnkişaf Bankının açıqladığı “Asiya İnkişaf Mənzərəsi - 2022”yə əsasən, Cənubi Asiya və Şərqi Asiya da daxil olmaqla bir sıra subregionların pandemiyadan əvvəl yaşadıkları iqtisadi artım tempinə qayıtması gözlənilir. Bölgədəki inflyasiya

idarə edilə bilən olaraq qalır, lakin 2023-cü ildə **3,1%-ə** qədər azalmadan əvvəl bu il **3,7%-ə** yüksələcəyi proqnozlaşdırılır.

2024-cü ilə kimi əsas hədəflər:

- Minimum 1 milyon kiçik sahibkara, o cümlədən 250 000 qadın startapçıya hədəflərinə çatmalarında dəstək;
- Fermerlərə su və enerji səmərəliliyini artırmaqla yanaşı, qida istehsalının artırılmasına kömək etmək;
- İnnovatorlara investisiya qoyuluşunu ən azı 20 milyon dollar artırmaq;
- Təbliğət və bacarıqların artırılması yolu ilə innovasiyalar üçün əlverişli mühiti gücləndirmək.

Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrində startap ekosisteminə ümumi baxış və startapların müasir vəziyyəti

Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrində startap ekosistemi son on ildə əhəmiyyətli dərəcədə dəyişib. Hökumətin dəstəyi və çoxşaxəli istedad fondları startap təsisçilərinə bazarlarda rəqabət aparmaq imkanı verir. Bölgələrdəki ən diqqətəlayiq unikornlara **Grab, Go-Jek və Eatigo** daxildir ki, bunlarda Asiya üzrə fəaliyyətlərini genişləndiriblər.

Regionda startaplar üçün əsas üstünlüklərdən biri irimiqyaslı fürsətlər təmin edən Honq-Konq və Çin kimi qlobal maliyyə və sənaye mərkəzlərinə çıxış imkanlarının olmasıdır.

Çinin aşağı texnologiyalı inkişaf etməkdə olan ölkədən qabaqcıl texnoloji gücə çevrilməsi ilhamvericidir. Ölkə strateji məqsəd kimi texnologiyanın inkişafına üstünlük verir və hökumət ən müasir texnoloji mərkəzlərə malik dünya lideri olmaq üçün böyük sərmayələr yatırır. Çinin ən görkəmli unikornları *Shenzhen startap ekosistemində* güclü avtomatlaşdırma və süni intellekt sahələrinə yönəlib.

Bununla belə, Çin öz ekosisteminə dünya startaplarına açmamaq barədə qərar verib. Çinin startaplarının əksəriyyəti yalnız Çin iqtisadiyyatına yönəlib və buna görə də məhdud fəaliyyət sahəsi var.

Alibaba, Xiaomi, Huawei və Tencent kimi bir çox Çin şirkəti qlobal

istehlak bazarında özlərini təsdiqləmiş uğurlu startaplardır. Populyar B2C tətbiqi olan “TikTok” da dünyada milyonlarla insan tərəfindən istifadə olunur, baxmayaraq ki, Qərb iqtisadiyyatları tərəfindən bu texnologiya nəhənglərindən bəzilərinə məhdudiyətlər tətbiq olunur və bu yolla onların böyümələrinə maneçiliklər törədilir. Bu baxımdan çinli sahibkarların niyə qlobal startap ekosisteminə açılmamaları başa düşüləndir.

Sinqapur innovasiyalar üçün startapların kütləvi şəkildə fəaliyyət göstərdiyi nisbətən kiçik ölkə nümunəsidir. Ölkə maliyyə sabitliyi, işgüzar yanaşma və vergi siyasətlərinə görə Asiyada fəaliyyət göstərən startapların birləşdirilməsi üçün əsas məkana çevrilib. Sinqapurun kiçik bir bazarı və az əhalisi olduğu üçün onun ekosisteminin böyüməsi xaricdə genişlənmədən asılıdır. Bu aspekt ekosistemə unikal regional perspektiv verir.

“**Grab**” kimi şirkətlər Sinqapurun aparıcı regional startaplar üçün fəaliyyət mərkəzinə çevrilməsinin gözəl nümunəsidir. Sinqapur ekosistemi artan sayda inkubasiya və akselerasiya şəbəkələrinə malikdir. Məsələn, **Enterprise Singapore** erkən mərhələdə olan startaplara maliyyə yardımı və biznes kreditləri əldə etməyə imkan verən sürətləndirici proqramlara malikdir.

Ölkə həm də güclü rəqəmsal infrastruktura və çoxlu investisiya mənbələrinə malikdir. Bundan əlavə, ölkənin universitetləri təkcə tədqiqat sektoru üçün yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi hazırlamaqla məşğul deyil, həm də proqramları startaplarla əlaqələndirmək və kampuslarda sahibkarlığı təşviq etməklə startap səhnəsində iştirak edirlər. Sinqapurun dövlət sektoru startap ekosisteminə yüksək dəstək verir (lakin ölkə bu dəstəyi asılılığa çevirməmək üçün diqqətli olmalıdır. Bundan əlavə, istedadların cəlb edilməsi və qlobal miqyasda rəqabət qabiliyyətinin qorunması da diqqət mərkəzində saxlanmalıdır).

İndoneziya Cənub-Şərqi Asiyada ən böyük bazar payına və gənc, istedadlı, internetdən istifadə edən işçi qüvvəsinə malikdir. Son illərdə startap sektorunun inkişafı dövlətin diqqət mərkəzində dayanan əsas məsələlərdən birinə çevrilib. Ölkədə startap ekosisteminə və rəqəmsal sənayeni gücləndirmək məqsədi daşıyan hökumət tərəfindən idarə olunan proqramlar qəbul olunur, investisiyaların cəlb edilməsi, biznesin qurulması üçün maneələr azaldılır və

bürokratik problemlərin həlli üçün səylər göstərilir.

Son 40 il ərzində Tayland çoxsaylı islahatlar və sosial innovasiyalar vasitəsilə iqtisadi cəhətdən daha inkişaf etmiş ölkəyə çevrilib. Əsasən COVID-19-un ortaya çıxması ilə dövlət ölkənin gələcək iqtisadi artımını təmin etmək üçün mühüm addım kimi startap ekosisteminin inkişafına üstünlük verməyə başladı. Bu cəhdlər Taylandın Sinqapur və ya Malayziya ilə müqayisədə kifayət qədər diqqət mərkəzinə oturmasına gətirib çıxarmasa da, lakin Tayland ekosisteminin öz potensialını həyata keçirə bilməsini təmin etmək üçün yaxşı başlanğıcdır.

Tayland təkcə turistləri deyil, həm də əsasən Chiang Mai və Banqkokda olan startapları da özündə birləşdirir. Öz yaradıcı siyasəti ilə Tayland bu böyük bilik və istedad bazasından istifadə edə bilər.

Məqsəd yerli və əcnəbi sahibkarların Taylandın istedadlı insanları ilə əlaqələrini genişləndirmək, real layihələrin birgə həyata keçirilməsinə şərait yaratmaqdır.

Cədvəl 2. Cənub-Şərqi Asiyada 10 ən məşhur startap

	Startap	Yarandığı il	Fəaliyyət növü
1	GRAB	2012	Taksi sifariş xidməti
2	MATAHARIMALL	2015	Elektron ticarət
3	TOKOPEDIA	2009	Satış xidməti
4	PROPERTYGURU	2006	Əmlak portalı
5	ICARCLUB	2012	Avtomobil icarəsi xidməti
6	M-DAQ	2010	Konvertasiya platforması
7	MOMO	2007	Maliyyə xidməti
8	GO-JEK	2010	Logistika xidməti
9	BOOKDOC	2015	Onlayn tibbi xidmət
10	KITTY LIVE	2016	Video/canlı yayım platforması

1. **Grab - Sinqapur**

“Grab Holding” mərkəzi ofisi Sinqapur və İndoneziyada yerləşən texnologiya şirkətidir. O, mobil cihazlar vasitəsilə nəqliyyat, qida çatdırılması və rəqəmsal ödəniş xidmətləri üçün əlverişli platformadır.

2. **MatahariMall - İndoneziya**

“MatahariMall” İndoneziya mərkəzli onlayn elektron ticarət platformasıdır. Sürətlə böyüyən “MatahariMall” şirkəti “Lazada” və “Tokopedia”nın daxil olduğu e-ticarət sektorunda rəqabət aparır.

3. **Tokopedia - İndoneziya**

“Tokopedia” İndoneziyada fəaliyyət göstərən kiçik pərakəndə satıcılara və böyük brendlərə, həmçinin yerli istehlakçılara satış imkanı verən onlayn bir bazardır. “Tokopedia” o qədər uğur qazanıb ki, bu ilin sentyabr ayında “Alibaba” qrupundan 1,1 milyard dollarlıq F seriyası kapital cəlb edib.

4. **Propertyguru - Sinqapur**

“PropertyGuru” 1,3 milyondan çox əmlakın onlayn satışa çıxarıldığı Sinqapurun ən böyük əmlak portalıdır. Portal istər əhatə etdiyi məlumatlar, istərsə də gəlirlər baxımından regionun ən böyük startapıdır.

5. **Icarsclub - Sinqapur**

Regiondakı digər startaplardan fərqli olaraq, “iCarsClub” heç bir avtomobilə sahib deyil və ya təmin etmir. Sinqapurda avtomobil sahibi olmaq olduqca bahadır və nəticədə sinqapurluların yalnız 15 faizinin avtomobili var. Bu, “iCarsClub”a bazarda özünü təsdiqləmək üçün böyük bir fürsət verib.

6. **M-daQ - Sinqapur**

“M-DAQ” şirkəti “icra edilə bilən” FX dərəcələrini səhmlər və fyuçers məhsullarına qarışdırmaqla hər hansı birjada satılan məhsulların qiymətini və ticarətini birdən çox valyutada həyata keçirmək üçün unikal platformadır.

7. Momo - Vyetnam

“Momo” ənənəvi bank hesabı olmayanlar üçün iki əsas xidmət, mobil/ödəniz proqramı və “filiatsız” bank xidməti təklif edən maliyyə texnologiyaları şirkətidir. “Momo”nun 2,5 milyondan çox müştərisinin bir milyonu onun elektron pul kisəsindən istifadə edir.

8. Go-jek - İndoneziya

“GO-JEK”in 200 000-dən çox motosiklet, avtomobil və yük maşınlarından ibarət parkı var. İndi İndoneziyanın 25 şəhərində insanlar “GO-JEK” vasitəsilə səyahət edə bilirlər.

9. BOOKDOC – MALAYZİYA

“Bookdoc” istifadəçilərə həkimləri axtarmağa və birbaşa mobil telefonlarından görüş təyin etməyə imkan verən Malayziya startapıdır. Digər tərəfdən, şirkətlər işçilərinin sağlamlıqlarını nəzarət altında saxlamaq üçün bu proqramdan istifadə edə bilirlər.

10. Kitty Live – Tayland

“Kitty Live” startapı Cənub-Şərqi Asiyada fəaliyyət göstərən əyləncəli canlı videoyayım platformasıdır. 2016-cı ilin iyul ayında qurulan “Kitty Live” yerli əyləncə sahəsinin məşhur şəxsləri ilə tərəfdaşlıq edir və mobil proqram on milyondan çox yüklənməyə malikdir.

6.5 Rəqabətqabiliyyətlilik, innovasiya və startaplar:

Mərkəzi Asiya ölkələri

İnnovasiya və startapların inkişafı

Mərkəzi Asiya innovasiyalar və startap ekosisteminin inkişafının aktiv müşahidə olunduğu regiondur. Startaplar həm regional, həm də beynəlxalq investorlardan investisiya cəlb edirlər. Bölgədə sahibkarlığın populyarlığı sürətlə artır. Lakin elə ölkələr var ki, insanları innovativ sahibkarlıq və biznes arasındakı fərqi hələ də aydın başa düşmür. Bu ölkələrdə yerli bazara yönəlmiş çoxlu sayda startaplar yaradılır və ya ideya regionda mövcud startap layihələrindən kopyalanır.

Mərkəzi Asiya ölkələrinə xas olan müsbət məqamlardan biri startap ekosisteminin inkişafına cavabdeh olan ixtisaslaşmış dövlət qurumlarının mövcud olmasıdır. Müxtəlif statuslara malik bu dövlət qurumları innovativ müəssisələrin inkişafı üçün müvafiq dəstək proqramları, innovasiya infrastrukturuna çıxış, maliyyə və digər xidmətlər təqdim edirlər.

Təəssüf ki, Mərkəzi Asiya ölkələrində bəzi dövlət qurumları bir-birini təkrarlayır və bir istiqamətin inkişafı ilə məşğul olurlar. Qazaxıstan nümunəsində müsbət tendensiya nəzərə çarpır, lakin burda da innovasiyalar və startaplar sahəsində vahid siyasət aparmaq üçün **“Astana HUB”** texnoparkına bir-birini təkrarlayan agentliklər birləşdirilib.

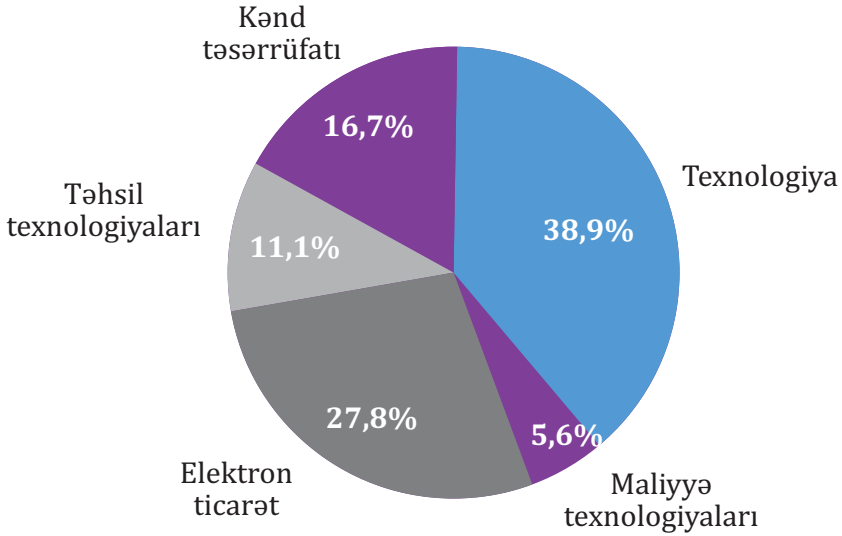
Regional əməkdaşlıq aspektində qeyd etmək vacibdir ki, ölkələr Mərkəzi Asiyanın bütün subyektləri üçün faydalı ola biləcək elementlərə malikdirlər. Astana Beynəlxalq Maliyyə Mərkəzi həm Qazaxıstanda, həm də regionda startap ekosisteminin inkişafını təşviq etmək üçün effektiv vasitədir.

Asiya Beynəlxalq Maliyyə Mərkəzi həm regional, həm də beynəlxalq şirkətlər tərəfindən istifadə oluna bilən vençur fondlarının qeydiyyatı üçün səmərəli sistemə malikdir. Mərkəzi Asiyada vençur sənayesi başlanğıc mərhələsindədir, lakin onun inkişafı üçün aktiv proseslər gedir. Vençur fondları həm fondun potensial tərəfdaşları, həm də investorlar üçün treninqlər keçirməklə vençur bazarının inkişafında fəal iştirak edirlər.

Startap ekosistemindəki problemlər, bazarda formalaşan tələb və təkliflər

Regiondakı problemlərə gəlincə, bütün ölkələr yüksək ixtisaslı İT kadrlarına və startapların inkişafı üçün zəruri olan səriştələrə ehtiyac olduğunu vurğulayırlar. Bütün maraqlı tərəflər innovativ layihələri dəstəkləyəcək tələbə startapları üçün universitet infrastrukturunun inkişafının vacibliyini qeyd edirlər.

Şəkil 2. Cənub-Şərqi Asiyada yaranan startapların fəaliyyət istiqamətləri üzrə bölgüsü



Mənbə: <https://startups.watch/>

Regionda vençurların maliyyələşdirilməsi, startapların beynəlxalq bazarlara çıxışına dəstək və ekosistemlər arasında əməkdaşlıq sahəsində qanunvericilik problemləri də mövcuddur. Bütövlükdə, ekosistemlərin fəal əməkdaşlığı, mövcud resursların bölüşdürülməsi, startap ekosisteminin inkişafına cavabdeh olan dövlət qurumlarının optimallaşdırılması, qlobal bazara inteqrasiya və potensialın artırılması şəraitində regionun inkişafı və yerli sənayenin məhsuldarlığı üçün böyük potensial var.

Qazaxıstanda startap ekosisteminin müasir vəziyyəti: ən tanınmış startaplar

Bir çox startaplar vergi güzəştlərini nəzərə alaraq Qazaxıstanı Mərkəzi Asiya bazarına giriş nöqtəsi kimi görürlər. Dövlət tərəfindən startap ekosisteminin inkişafı üçün əsas giriş qapısı "Astana Hub" hesab olunur. "Astana Hub" Qazaxıstan hökumətinin 16 oktyabr 2018-ci il tarixli 644 nömrəli qərarı ilə İT startaplarının beynəlxalq texnoparkı kimi yaradılıb. Rəsmi olaraq 6 noyabr 2018-ci ildə fəaliyyətə başlayıb.

“Astana Hub”ın hədəfi innovativ mədəniyyətin inkişaf etdirilməsi və startaplara akselerasiya xidmətlərinin göstərilməsi, texnoloji biznes inkubasiyası, konsaltinq, informasiya, analitik, təhsil və marketinq dəstəyinin verilməsi və ümumilikdə startap ekosisteminin təkmilləşdirilməsidir.

“Astana Hub”ın və ümumilikdə Qazaxıstanın startap ekosisteminin inkişafında mühüm mərhələ funksiyaların təkrarlanması ilə məşğul olan bir neçə dövlət qurumunun ləğvi və onların “Astana Hub”ın idarəçiliyinə verilməsidir.

“Astana Hub”ın ekspertlərinin qeyd etdiyi kimi, ölkə bazarın özünü inkişaf etdirməyə başladığı, ekosistemin və startapların böyüməsinin daha üzvi şəkildə baş verdiyi nöqtəyə yaxınlaşır. “Astana Hub”ın inkişafının ilkin mərhələlərində vençur investorlarının dərsləri keçirilib. Kurslar beynəlxalq ekspertlərin iştirakı ilə təşkil olunub. Hazırda bazarda vəziyyət dəyişib və vençur fondları artıq bu cür təlimləri özləri keçirirlər, investor klubları yaradırlar və startap layihələrinə investisiya cəlb etmək üçün yerli və regional forumlar keçirirlər.

“Astana Hub” startapları yerli bazarla məhdudlaşdırmır, əksinə startapların qlobal istehlakçılara daxil olmasını asanlaşdırır və ABŞ, Cənub-Şərqi Asiya ekosisteminə daxil olmağa kömək edir. Bu proses “Unicorn Startap”ın Qazaxıstanda yaranması üçün daha çox imkanlar yaradır. “Astana Hub”ın xidmətlərinə ekspertlər, mentorlar, beynəlxalq agentlər və səfirliklərə çıxış da daxildir. “Astana Hub” startapların qlobal bazara çıxmalarına və istənilən kanallarla investisiya cəlb etmələrinə kömək etməyə hazırdır.

2022-ci ildə “Astana Hub”da “Google for Startups” ilə birgə “Silkway Accelerator” istifadəyə verilib. “Google for Startups” 2011-ci ildə “Google” Korporasiyası tərəfindən yaradılmış startap proqramıdır. 2022-ci ildə “Astana Hub” proqramın Mərkəzi Asiyada 7 ilk tərəfdaşından biri olub.

“Astana Hub” Qazaxıstandakı “Plug” and “Play” nümayəndəliyi ilə əməkdaşlıq edir və korporativ akselerasiya proqramı çərçivəsində qarşılıqlı işlər görür. Layihə “Transtelecom SC”nin iştirakı ilə həyata keçirilir. Akselerasiya proqramı çərçivəsində telekommunikasiya texnologiyaları, 5G və bulud həlləri, kibertəhlükəsizlik, blokçeyn texnologiyaları, süni intellekt və biznes proseslərinin avtomatlaşdırılması sahələri prioritet startaplar hesab olunur.

“Astana Hub” həmçinin unikal İT təlim proqramlarına malikdir. Məsələn, “TechOrda” İT sahəsində təlim keçmək üçün özəl məktəblərə hər bir tələbəyə görə 600 000 tengeyə (1 USD=470 tenge) qədər maliyyə vəsaiti ayıran proqramdır. Proqram ölkənin bütün regionlarında yeni İT məktəblərinin açılmasına təkan verir, həmçinin layihə ixtisaslı mütəxəssislərin yetişməsinə yönəlib.

İT sənayesinin gücləndirilməsi sayəsində Qazaxıstanın seçilmiş məktəbləri 2023-cü ildə 3000-ə yaxın İT mütəxəssisi hazırlamağa başlayacaq. “Astana Hub” həmçinin startap layihələrinə bütün mərhələlərdə fasiləsiz dəstək verən “Techpreneurs” proqramına malikdir.

“Skalerator” – “Astana Hub”ın təlim proqramı Şimali və Cənubi Amerika, Avropa bazarlarına daxil olmaq üçün səriştələrin artırılmasına yönəlib. O, marketinq, PR, satış, dizayn, maliyyə, pitchinq, hüquq, vergilər, əqli mülkiyyət və digər sahələri əhatə edir, bu istiqamətlərdə fərdi məsləhətlər verir. Bundan əlavə, dərslər zamanı startapçılar biznes tərəfdaşlarını effektiv şəkildə axtarmağı, müştəriləri cəlb etməyi və məhsulu bazarda fəal şəkildə tanıtmayı öyrənirlər.

2021-ci ildəki proqram dövründə iştirakçılar 886 000 ABŞ dolları dəyərində müqavilələr imzalayıblar və 300 000 ABŞ dollarından çox investisiya cəlb ediblər.

2022-ci ilin payızında Qazaxıstandan olan **Remofirst** startapı rekord məbləğdə (14 milyon dollar) investisiya cəlb edib. Ümumiyyətlə, Qazaxıstandan olan startaplar tibb, maliyyə, HR, nəqliyyat, pərakəndə satış və musiqi sənayesi sahələrinə fəal şəkildə sərmayə qoyurlar.

“MyVentures” şirkəti süni intellektə əsaslanan **Solai** startapına 275 000 dollar sərmayə qoyub. Ümumilikdə, “MyVentures” artıq dəyəri 1,5 milyon dollardan çox olan 6-dan çox startapa investisiya yatırıb. “MyVentures” ağıllı maliyyələşdirmənin inkişafı prosesi üzərində fəal işləyir, burada investisiyalardan əlavə, startaplara konkret sahələr üzrə səriştənin artırılması üçün xidmətlər göstəriləcək, həmçinin beynəlxalq bazarlara çıxışa kömək ediləcək.

Qazaxıstan Universitet Biznes İnkubatorları və Akseleratorları Assosiasiyasının (Assosiasiya Biznes-İnkubator) müsbət rolunu qeyd etmək vacibdir ki, bu da innovasiya və texnologiya ekosisteminin inkişafı, təhsil müəssisələrinin əlaqələrinin inteqrasiyası üçün universitetlər və vençur fondlarından 18 üzvü birləşdirib. Qeyd edək ki, Qazaxıstanın iki universiteti Asiyanın ən yaxşı 100 universiteti siyahısına daxil olub (Quacquarelli Symonds tərəfindən tərtib edilən “Dünya Universitetlərinin Sıralamasına” əsasən).

Startap və innovasiya: modelin başqa ölkələrdə tətbiqi

Qırğızıstanın startap ekosistemi öz formalaşmasının ilkin mərhələsindədir. Bazar 2011-ci ildən inkişaf etsə də, əsasən autsorsinq, autstaffinq və ixrac vektoruna malikdir. Bu ölkədə startapların və potensial startap təsisçilərinin əksəriyyəti (52%) qlobal bazara yönəlib, təsisçilərin 48%-i regiona və qonşu ölkələrə genişlənməyi planlaşdırır.

“Qırğızıstanpatent” həmçinin startapları dəstəkləyən, onlara müxtəlif xidmətlər, təlimlər, innovativ məhsulların prototipləşdirilməsi və sınaqdan keçirilməsi üçün alətlərə çıxışı təmin edən ilk çoxfunksiyalı innovasiya mərkəzini yaradıb. İnnovasiya mərkəzinə “FabLab” istehsal və innovasiya laboratoriyası, “Youth-iLab” uşaq texniki laboratoriyası, “Coworking” miniofisləri olan iş sahəsi, müasir avadanlıqla təchiz olunmuş çoxfunksiyalı konfrans zalı, “Front Desk” - mentorlar və məlumat bazası olan innovatorlar üçün vahid pəncərə daxildir.

Tacikistanda startap ekosisteminin aktiv inkişafı ölkənin bir çox regionlarında filialları olan Tacikistan Biznes İnkubatoru tərəfindən həyata keçirilir. Tacikistanın Biznes İnkubatoru Gürcüstanın təcrübəsindən istifadə edərək, analoji layihəni həyata keçirmək üçün ölkədə innovasiya və startapların istiqamətləndirilməsi məqsədilə uzunmüddətli dəstək layihəsinin yaradılması üçün Dünya Bankı ilə fəal işləyir.

Tacikistanda bir sıra startap müsabiqələri fəaliyyət göstərir. Məsələn, “StartUP Choikhona” regional və regionlararası universitet müsabiqələridir. Bu müsabiqələr inkubasiya və akselerasiya dəstəyindən tutmuş innovativ biznes ideyaları olan istedadlı gəncləri üzə çıxarmağa qədər, bir çox sahələri ehtiva edir. “StartUp Choikhona” proqramında 1056-dan çox insan iştirak edib, 32 qalib

layihə BMT-nin İnkişaf Proqramı tərəfindən dəstəklənib. Kənd təsərrüfatı, istehsalat, xidmət və İT sahələrində layihələr həyata keçirilir.

“StartUP-Talks” uğurlu sahibkarların gənclər və biznes sahibi olmaq istəyənlər üçün ustad dərsləri keçirdikləri platformadır (hər 2 həftədən bir keçirilir). “StartUP-Cup” yaşından və sosial mənsubiyyətindən asılı olmayaraq, Tacikistan Respublikası ərazisində yaşayan hər kəsə öz biznes ideyası ilə bu proqramın inkubasiya, akselerasiya və tətbiq mərhələlərində iştirak etmək imkanı verən bir müsabiqədir.

“IT Park” Özbəkistanın startap ekosisteminin inkişaf etdirmək mandatu olan hökumət təşkilatıdır. Bu qurum perspektivli İT startap layihələrinin bazara çıxarılmasını və tətbiqini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuş azad iqtisadi zonadır. Bu kompleks İT sektorunda fəal və istedadlı insanlara dəstək olmaqla onlara öz ideyalarını real biznes layihələrinə çevirmək üçün ən yaxşı imkanı olan məkandır.

Özbəkistanın “IT Park”ından başqa, startap ekosisteminin inkişafı ilə Özbəkistan Respublikasının İnnovativ İnkişaf Nazirliyi məşğul olur. Nazirliyin fəaliyyət istiqamətləri aşağıdakılardır:

1. İnnovasiya ekosisteminin yaradılması və gücləndirilməsi;
2. İnsan kapitalının inkişafı;
3. İnnovasiyalar üçün infrastrukturun yaradılması;
4. Gənclər proqramlarının, gənc alimlər üçün müsabiqələrin dəstəklənməsi və inkişafı.

Özbəkistanda startaplar əsasən daxili və regional bazarlara yönəlib. Özbəkistan startaplarının əksəriyyəti (62%) hazırda öz məhsullarını Özbəkistan bazarı üçün inkişaf etdirir, təsisçilərin cəmi 21%-i regional bazara, digər hissəsi isə beynəlxalq bazarlara çıxmağı planlaşdırır.

Kadr ehtiyatının inkişafı üçün “One Million Uzbek Coders” layihəsi həyata keçirilir. Burada 2022-ci ilin iyun ayına olan məlumata görə, proqram üçün qeydiyyatdan keçmiş ərizəçilərin sayı 2 503 060 nəfər təşkil edib və onların 47%-i proqramı uğurla başa vurması haqqında sertifikat alıb.

Ölkədə Özbəkistan Respublikasının İnformasiya Texnologiyalarının və Rabitəsinin İnkişafı Nazirliyinin dəstəyi ilə Səmərqənddə “İCT WEEK UZBEKISTAN 2022” kimi Mərkəzi Avrasiyanın hər yerindən çoxlu sayda maraqlı tərəfləri bir araya toplayan irimiqyaslı forumlar keçirilir. “Avantage Event Agency” adlı bu forum çərçivəsində 7776 iştirakçının iştirak etdiyi 22 tədbir təşkil olunub. Ümumi dəyəri 200 milyon dollara yaxınlaşan 10 sənəd (investisiya müqavilələri də daxil olmaqla) imzalanıb.

Özbəkistandakı startaplar həm ölkə daxilində, həm də xarici fondlardan aktiv şəkildə investisiya cəlb edir. Məsələn, Özbəkistandan olan **BILLZ** startapı “Sturgeon Capital” xarici fondundan 150 min dollar alıb.

Qeyd edək ki, 2020-ci ilin yanvarında qeyri-dövlət və qeyri-kommersiya birliyi kimi yaradılmış Özbəkistan Müəssisə İnvestisiya Assosiasiyasının əsas məqsədi Özbəkistanda vençur ekosisteminin formalaşmasına və inkişafına kömək etmək, bilik, texnologiya və kapitalın hərəkətini asanlaşdırmaq üçün beynəlxalq sistemlərlə “körpü” yaratmaqla xarici vençur kapitalını yerli startap ekosisteminə cəlb etməkdir. Özbəkistan Müəssisə İnvestisiya Assosiasiyasının nümayəndələri ölkənin inkişaf potensialından danışaraq vurğulayırlar ki, Özbəkistan bazarı potensial investorlar üçün çox cəlbedicidir.

Özbəkistanda “İT Parkı”nın əsas binası ilə yanaşı, regional filialları, gənclər üçün texnoparkları və bir çox İT Mərkəzləri də açılır ki, bu da bütövlükdə regionlar üzrə ölkədə infrastrukturun yüksək inkişaf səviyyəsini nümayiş etdirir.

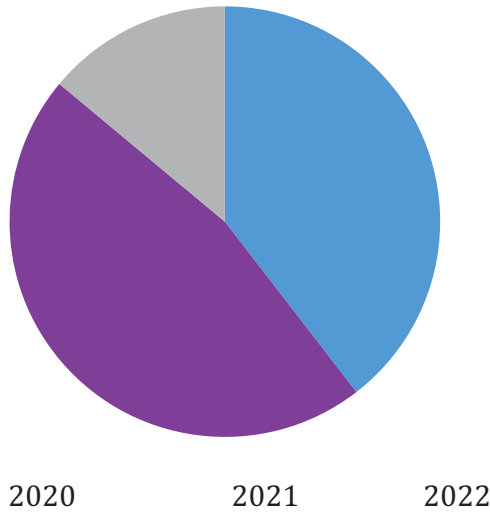
Cədvəl 1. Mərkəzi Asiya şəhərlərinin qlobal reytingdə sıralaması

	Ş h r	Qlobal sıralama	Topladığı bal
1	Astana	75 ²	1.20
2	Almatı	874	0.72
3	Bişkek	968	0.46

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Qazaxıstan ardıcıl üçüncü ildir ki, müsbət dinamikasını qoruyub saxlayaraq qlobal reytingdə 1 pillə yüksəlib. Ölkə artıq üçüncü ildir ki, CAREC (Mərkəzi Asiya Regional İqtisadi Əməkdaşlıq Proqramı) biznes regionunda 3-cü yeri qoruyur. Qazaxıstanın hələ də iki reytingli şəhəri var və hər ikisi müsbət impuls nümayiş etdirir. Astana qlobal miqyasda 25 pillə irəliləyərək 318-ci yerə yüksəlib və ilk 300-lüyə daxil olub. Almatı həm də 203 pillə irəliləyərək dünya üzrə 430-cu yerə yüksəlib və bu, şəhərin indiyə qədər qazandığı ən yaxşı reytingi olub. Almatı CAREC regionunda 11 pillə irəliləyərək 30-cu, Çinin şəhərlərinin daxil edilmədiyi reyting sıralamasında isə 7-ci yerdə qərarlaşıb. Beləliklə, CAREC regionunda ən yaxşı reytingə malik yeddi (Çinin şəhərlərinin daxil edilmədiyi reytingdə) şəhərdən ikisi Qazaxıstandadır.

Şəkil 2. Qazaxıstan startap ekosistemində sövdələşmələrin %-lə miqdarı



Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Qazaxıstanın startap ekosistemi hələ inkişafın ilkin mərhələsindədir. Bu inkişafı davam etdirmək və ölkənin Mərkəzi Asiyanın mərkəzi kimi mövqeyini möhkəmləndirməsi üçün hələ görüləsi çox işlər var. Ölkə iqtisadiyyatı əsasən neft-qaz sənayesi hesabına təmin edilir və ölkə biliyə əsaslanan rəqəmsal iqtisadiyyata keçidi hədəfləyir. İnnovasiyanı dəstəkləyə biləcək təşəbbüsləri

inkışaf etdirmək üçün çoxlu potensial maliyyə imkanları var. Hökumət innovasiya texnologiyaları parkları, mərkəzlər və akselerasiya proqramları yaratmaqla startapları cəlb etmək istiqamətində inamlı addımlar atır. Bu təşəbbüslər sayəsində Qazaxıstan startapları inkışafının ilkin mərhələsində kapitala çıxış əldə edir.

Bundan əlavə, hökumət şəhərin maliyyə mərkəzinə çevrilməsinə kömək etmək üçün Astanaya, həmçinin yerli və xarici texnologiya şirkətlərinin inkışafında mühüm rol oynayan "Astana Hub"a sərmayə qoyub. Bundan başqa, 2021-2025-ci illər üçün Sahibkarlığın İnkişafı Milli Layihəsi çərçivəsində sahibkarlara dövlət tərəfindən maliyyə vəsaiti ayrılır. Hökumətin digər təşəbbüsü şəhər, qəsəbə və kənd yaşayış məntəqələrində, eləcə də prioritet sənaye mərkəzlərində yeni biznes təşəbbüslərini dəstəkləmək məqsədi daşıyan "Biznes Yol Xəritəsi - 2025"dir.

Cədvəl 2. Mərkəzi Asiyada top 100-də olan ölkələr

	Ölkələr	Sıralama	Topladığı bal
1	Qazaxıstan	17	0,914
2	Qırğızıstan	33	0,295

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Yerli startap ekosistemini aktiv şəkildə dəstəkləyə bilən güclü iqtisadiyyatdan başqa, Qazaxıstanın digər üstünlüyü universitetlərin startap sektorunda nümayiş etdirdiyi aktivlikdir. Məsələn, Nazarbayev Universiteti yüksək texnologiyalar üçün resurslar, təlim və investisiya təklif edən İnnovasiya Klasterini (NURIS) qurub.

Qırğızıstan keçən il İndeksə daxil olduqdan sonra 1 pillə yüksələrək global miqyasda 99-cu yeri tutub. O, Mərkəzi Asiyada 2-ci, Mərkəzi Asiya Regional İqtisadi Əməkdaşlıq Proqramı (CAREC) biznes regionunda 7-ci mövqeyini qoruyub saxlayıb. Bişkek global miqyasda 208 pillə irəliləyərək 524-cü yerə yüksəlib və bu göstərici ilə ilk 500 şəhər siyahısına girməyə yaxınlaşıb. Bişkekin Mərkəzi Asiyada 3-cü mövqeyi sabit qalıb, lakin CAREC-də 8 pillə yüksələrək Çinin Dalian, Şenyan və Quiyang kimi şəhərlərini keçərək 37-ci olub.

Yekun modelin başqa ölkələrdə tətbiqi

Qırğızıstanın startap ekosistemləri əhəmiyyətli potensiala malikdir. Qırğızıstan həm Avrasiya İqtisadi İttifaqı bazarına, həm də Çinin iddialı “Bir kəmə-r-bir yol” təşəbbüsünə çıxışı olan strateji bir yerə malikdir. Milli innovasiyalara dəstək sistemi müəyyən irəliləyiş əldə edib, lakin daha çox təşəbbüs tələb edir. Qırğızıstan hökuməti ümumi biznes mühitini yaxşılaşdıraraq, biliyə əsaslanan iqtisadiyyata malik açıq və şəffaf ölkə qurmağı hədəfləyən “Sanarip Qırğızıstan” (Rəqəmsal Qırğızıstan) adlı proqram həyata keçirir.

Üstəlik, ekosistemdə beynəlxalq təşkilatlar da fəaldır. Məsələn, Böyük Britaniya hökuməti tərəfindən maliyyələşdirilən PEAK Biznes İnnovasiya Mərkəzləri Qırğızıstan və Tacikistanda özəl sektoru dəstəkləyir. Eynilə, biznes akseleratoru “Accelerate Prosperity”, akselerasiya proqramı “KG LABS” (Mərkəzi Asiyada startap inkişafı üçün ictimai fond) və Yüksək Texnologiyalar Parkı startapların böyüməsi üçün xüsusi mühitin yaradılması üzərində işləyir. Həmçinin, bütün ölkə üzrə sahibkarlığa kömək mərkəzləri vasitəsilə sahibkarlara hüquqi və biznes məsləhətləri verir, eləcə də təlimlər keçir.

Elmi və akademik tədqiqatları təkmilləşdirmək üçün diqqətəlayiq qanunvericilik cəhdləri olsa da, ali təhsil, tədqiqat və inkişaf institutlarını korporativ sektorla əməkdaşlığa həvəsləndirmək üçün daha çox iş görülməlidir. Siyasətçilər milli innovasiya sisteminin təkmilləşdirilməsinə, startap ekosisteminin müxtəlif elementləri arasında əlaqələrin gücləndirilməsinə və Qırğızıstanın innovasiyaya əsaslanan davamlı inkişaf potensialını tam reallaşdırmaq üçün texnologiyaların mənimsənilməsi və uyğunlaşdırılması üzrə müəssisələrin bacarıqlarının gücləndirilməsinə diqqət yetirməlidirlər.

6.6 İqtisadi inkişaf tempi, innovasiya və startaplar – Türkiyə

Türkiyə iqtisadiyyatına, əhalisinin və ölkəyə gələn turistlərin sayına görə Cənub-Şərqi Avropa və Yaxın Şərqi ən yaxşı inkişaf etmiş ölkələri sırasındadır. Hazırda Türkiyə dünyanın sənayeləşmiş ölkələri sırasına aiddir.

“The World Factbook”a görə, Türkiyə yüksək inkişaf etmiş bir iqtisadiyyata malikdir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının, tekstil, motorlu

nəqliyyat vasitələri, gəmilər və digər nəqliyyat avadanlıqları, tikinti materialları, istehlakçı elektronika kimi sektorlarda dünyanın aparıcı ölkələri arasındadır. Dövlətin sənaye, bankçılıq, nəqliyyat və rabitə sektorlarında hələ də əhəmiyyətli bir öhdəlik götürməsinə baxmayaraq, son illərdə digər sektorlarda da sürətli bir inkişaf təmin olunub.

Türkiyənin son dövrlərdə sürətli inkişafı, xarici siyasət, təhlükəsizlik və digər sahələrdə qazandığı uğurlar ölkəni ciddi regional gücə çevirib. Xüsusilə də müdafiə sənayesi və texnologiyalar sahəsində Türkiyə böyük nailiyyətlər əldə edib. Bütün bunlara baxmayaraq, 2022-ci ilin birinci rübündən etibarən türk lirəsinin əhəmiyyətli dərəcədə devalvasiyası yerli investorlar arasında narahatlıq yaratdı. Bu da ölkənin startap ekosisteminə yatırılacaq investisiyaların gələcəyi ilə bağlı qeyri-müəyyənliklərə səbəb oldu. Üstəlik, 2023-cü ilin birinci rübündə Türkiyə və Suriya ərazilərində baş verən on minlərlə insanın həyatına son qoyan faciəvi zəlzələdən Türkiyə kütləvi şəkildə təsirləndi və bu hadisə 100 milyard ABŞ dollarından çox yenidənqurma xərclərinin yaranmasına səbəb oldu.

Bütün bunlara baxmayaraq, Türkiyə iqtisadiyyatı startap ekosisteminin çox fəal və güclü dəstəkçisidir, ölkədə startapların yaradılması və inkişafını təmin etmək üçün proqramlar təklif edilir. 2012-ci ildən dövlət təşkilatları yerli startap mentorlarının, akselerasiya proqramlarının, vençur kapitalı fondlarının və kraudfandinq platformalarının inkişafına dəstək verir.

Türkiyə Şərqi Avropanın startap qurmaq üçün ən yaxşı ölkələrindən biri hesab olunur. Türkiyənin startap ekosistemi əhəmiyyətli potensiala malikdir və bu ekosistemdə beynəlxalq təşkilatlar da fəaldır. Türkiyənin geostrateji mövqeyinin üstün və zəif cəhətləri mövcuddur. Üstünlüklər ondan ibarətdir ki, Asiya, Afrika və Avropanın kəsişməsində yerləşən; Aralıq, Qara və Egey dənizləri ilə əhatə olunan; Bosfor və Dardanel boğazlarına sahib olan Türkiyə strateji cəhətdən əlverişli mövqeyə malikdir. Ölkə müttəfiqləri ilə iqtisadi, mədəni, hərbi, təhsil, siyasi və digər mövzularda sıx əməkdaşlıq edir.

Türkiyə xarici siyasətinin əsas prinsiplərindən biri Qərbə inteqrasiyadır. Strateji cəhətdən əlverişli mövqedə yerləşən Türkiyə bir sıra mühüm məsələlərdə ABŞ üçün əhəmiyyət kəsb edir. Türkiyə dünya iqtisadiyyatında 15-

ci yeri tutmaqla qonşu ölkələrlə, həmçinin, Afrika və Uzaq Şərq ölkələri ilə iqtisadi əlaqələrini gücləndirir və onlara investisiya yatırır.

Həmçinin Türkiyənin Qırğızıstan, Özbəkistan, Türkmənistan, Rusiya və Azərbaycanla uzun illərdir ki, inkişaf etməkdə olan ticarət əlaqələri mövcuddur.

Türkiyədə innovasiya və startapların inkişafı

2010-cu ilə qədər Türkiyənin innovasiya və startap ekosistemi gündəmdə deyildi, lakin o vaxtdan bəri ekosistem ölçüsü və əhəmiyyəti baxımından böyüyərək sürətlə əsas regional startap mərkəzinə çevrildi.

2010-cu illərin birinci yarısında yeni vençur kapitalı fondlarının və ilk mələk investorların böyüməyə başlaması sayəsində Türkiyənin startap ekosisteminin illik həcmi 100 milyon ABŞ dollarına çatdı.

Türkiyədə startap ekosistemi önümüzdəki illərdə xüsusilə yeni yaradılmış fondlar vasitəsilə daha çox xarici investisiya əldə edəcək. Xüsusilə, oyun sənayesi son dövrdə yerli oyun şirkəti “Peak”in unikorn kimi yüksəlişi və “Rollic”in “Zynga” tərəfindən satın alınması ilə daha da güclənib. Türkiyənin startap ekosistemində qarşıdakı dövrdə daha çox oyun şirkətləri görəcəyik.

Elmi və Texnoloji Tədqiqatlar Şurası 2012-ci ildən bəri **Tübitak Bigg** Proqramı çərçivəsində startaplara qrantlar verir. 2021-ci ildə 268 ideya startapının hər biri 200 000 türk lirəsi, 2022-ci ildə 178 belə startap hər biri 450 000 türk lirəsi qrant alıb. Kiçik və Orta Sənayenin İnkişafı Təşkilatı da uzun illərdir araşdırma və inkişafı bağlı müsabiqələr də daxil olmaqla, bir çox innovativ sahələrə qrantlar verir.

Türkiyədə startap ekosistemi qlobal startapların sayının artdığı yeni dövrə qədəm qoyub və topladığı təcrübə ilə inkişaf etməkdə olan bazarlar arasında yer tutmağa başlayıb.

2010-cu illərin əvvəllərində istifadəyə verilmiş startaplar artıq investisiya almağa başlayıblar, yerli çempionlar meydana çıxıb və yeni qurulan yerli vençur fondları ilk dəfə investisiya qoymağa başlayıblar. Türk startap ekosisteminin yeni dövrü **öyrənmə dövrü** kimi tanınır. Bu yaxınlarda bir-birinin ardınca inkubasiya mərkəzləri, akselerasiya proqramları və kovörkinq məkanları açıldı. Akselerasiya mərkəzlərinin sayı 2010-cu ildən 2016-cı ilə

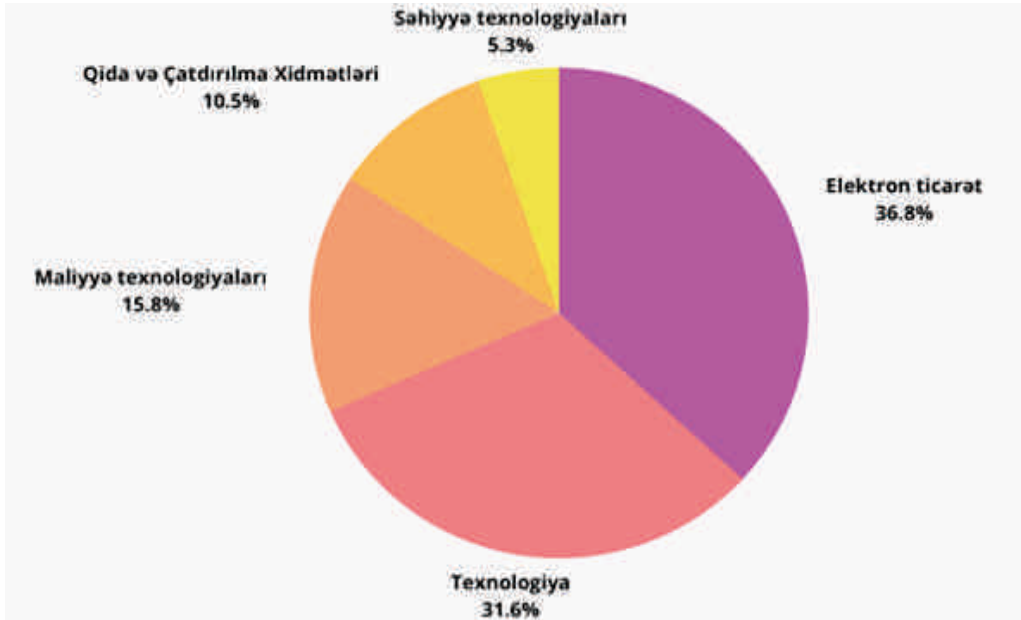
qədər təxminən 4 dəfə artaraq 29-a, inkubasiya mərkəzlərinin sayı 51-ə, kovorkinqlərin sayı 11 dəfə artaraq 23-ə çatıb.

Türkiyənin startap ekosistemindəki problemlər, bazarda formalaşan tələb və təkliflər

2000-ci illərə qədər Türkiyədə investisiya və sahibkarlıq üçün bir çox ideyalar investisiyaya çevrilməkdə ciddi çətinliklərlə üzləşirdi və bir çoxları məhz ideya kimi də qalırdı. İndi isə kapitalla çıxışın çətin olduğu dövrlərlə müqayisədə maliyyə mənbələri boldur, amma ideyası olan sahibkar tapmaq çətinidir.

İdeya mərhələsində və ya sonrakı mərhələlərdə müxtəlif çətinliklərlə mübarizə aparmağa çalışan startaplar çox vaxt bu mərhələlərin yükü altında əzilərək sahibkarlıq ideyasından əl çəkirlər. Startapların xarici bazarlara inteqrasiya olunmasında yarananlar çətinliklərin aradan qaldırılması üçün kifayət qədər dövlət dəstəyinin olmaması və bu kimi digər səbəblər ucbatından bir çox startaplar uğurlu olmur.

Şəkil 1. Türkiyədə hazırlanan startapların istiqamətlər üzrə bölgüsü



Mənbə: <https://startups.watch/>

Startap ekosisteminin müasir vəziyyəti, ən tanınmış startaplar

2023-cü ilin statistikasına görə, Türkiyənin startap ekosistemi qlobal reytingdə bir pillə irəliləyərək ölkələr arasında 45-ci yerə yüksəlib. Bu ölkənin potensialı imkan verir ki, Türkiyə dünyanın ilk 50-liyindəki mövqeyini möhkəmləndirəcək.

Regional olaraq Türkiyə Avropada 27-ci, Şərqi Avropada isə 10-cu yerdə sabit qalıb. İzmir istisna olmaqla, Türkiyənin 4 şəhəri yüksəliş nümayiş etdirərək, qlobal reytingin 1000-liyində yerlərini qoruyub saxlayıb.

Türkiyə ekosisteminin milli reytingi 2020-ci ildən bəri dəyişməz qalır. İstanbul Türkiyənin ikinci ekosistemi olan Ankaradan 7,6 dəfə yüksək nəticə ilə Türkiyənin əsas startap mərkəzidir.

Cədvəl 1. Qlobal startap ekosisteminin indeksi

	Şəhərlər	Sıralama	Topladığı bal
1	<i>İstanbul</i>	53	12.32
2	<i>Ankara</i>	276	1.60
3	<i>İzmir</i>	441	0.68
4	<i>Antalya</i>	668	0.31

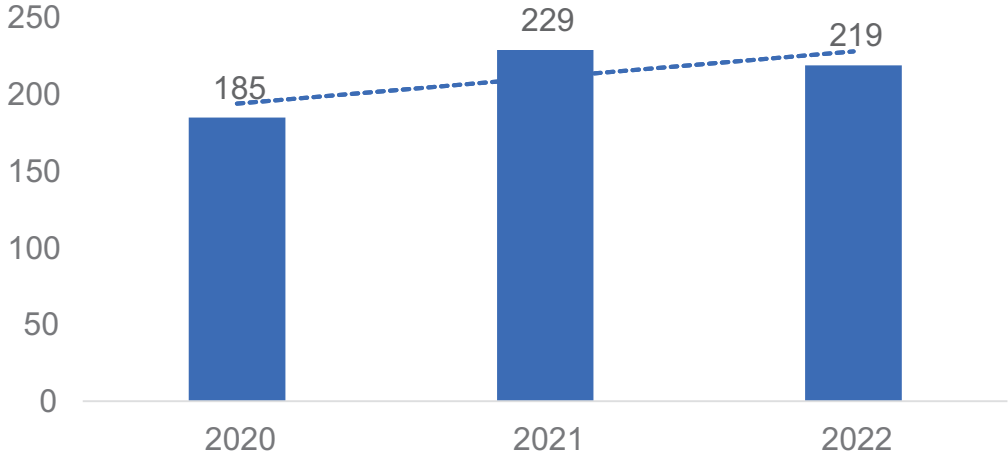
Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

İstanbul qlobal reytingdə 13 pillə irəliləyərək dünyada 53-cü, Avropada isə 6 pillə irəliləyərək 12-ci olub. Qlobal 60-lıqda bu əhəmiyyətli irəliləyiş ölkənin startap ekosistemində olan irəliləyişi göstərir. İstanbul Şərqi Avropada Moskvadan sonra 2-ci böyük ekosistemdir. *Elektron ticarət və pərakəndə satış* İstanbulun ən güclü sənayesidir və bu sahədə 2 pillə irəliləyərək qlobal miqyasda 29-cu yerdədir. Ankara isə qlobal miqyasda dörd pillə irəliləyərək 276-cı yerə yüksəlib.

StartupBlink.com saytının verdiyi məlumatla əsasən, Türkiyədə startaplarla bağlı sövdələşmələrin sayında 2020 və 2022-ci illər arasında müəyyən fərq müşahidə olunub. Beləliklə, 2020-ci ildə 185 sövdələşmə olduğu halda, 2021-ci ildə bu rəqəm 229-a yüksəlib. 2022-ci ildə isə 10 vahid azalaraq 219-a düşüb.

İstanbul startaplar üçün əsas mərkəzə çevrilib və hazırda onların tərəqqisini təmin edən dəstəkləyici ekosistem inkişaf etdirilir. İnnovasiyaları və sahibkarlığı təşviq etmək üçün görülən işlər nəzərəcarpacaq nəticələr verir və Türkiyənin global miqyasda tanınmasına öz töhfəsini verir.

Şəkil 2. Türkiyədə 2020-2022-ci illər ərzində qeydə alınmış startap sövdələşmələrinin sayı



Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

“StartupBlink”in 2023-cü il hesabatına görə, İstanbulun startap ekosistemi yüksəlişdədir. Bu da davamlı səylərin sübutudur.

Cədvəl 2. Türkiyənin tanınmış startapları

	Startap	Yarandığı il	Fəaliyyət növü
1	Trendyol	2010	E-ticarət
2	Hepsiburada	1998	Onlayn ticarət
3	Getir	2015	Çatdırılma xidmətləri
4	Dream Games	2019	Mobil oyun
5	İnsider	2012	Rəqəmsal təcrübə platforması

Mənbə: <https://www.invest.gov.tr/en/pages/home-page.aspx>

Türkiyədə elektron ticarət və pərakəndə satış istiqamətində olan startaplar üstünlük təşkil edir. Bu sahədə 243 startap ilə Türkiyə dünya reytingində 23-cü yerdə qərarlaşıb. Türkiyə startap ekosistemində 657 texnologiya şirkəti ilə təmsil olunur.

Dekakorn (dəyəri 10 milyard dolları aşan startaplar) olan **“Trendyol”** şirkəti ilə yanaşı, unikorn olan **“Hepsiburada”, “Getir”, “Insider” “Dream Games”** və **“Peak Games”** şirkətləri Türkiyə startap ekosisteminin ən məşhur nümunələridir.

Trendyol - Türkiyənin nəhəng e-ticarət saytıdır və bütün dünyada tanınan müxtəlif geyim markalarının məhsullarının satışı ilə məşğuldur. 300 min ABŞ dolları ilkin kapitalla işə başlayan, 700 nəfərlik heyət ilə çalışan “Trendyol” qurulduqdan altı ay sonra investisiya şirkəti olan “Tiger Global”dan investisiya alıb. Bundan əlavə, “Google”, “Amazon”, “Groupon”, “Zynga” və “Twitter” kimi şirkətlərə sərmayə qoyan “Kleiner Perkins” və Avropa İnkişaf Bankı da “Trendyol”a investisiya qoyub. “Trendyol” öz veb-saytında 128 bit şifrələmə ilə təhlükəsizliyi təmin edir və “Facebook”da bir e-mağazası var. Şirkət qarşıdakı 5 il ərzində Avropa, Dubay və Riyadda məhsul satmaq istəyir. Hədəf yeni məkanlarda öz platformalarını yaratmaq və yerli istehsal məhsullarını Türkiyədən xaricə daşımaqdır. Bu gün “Trendyol” platformasında yüzlərlə rəsmi mağazalar var. Həmin mağazalar rəsmi saytları ilə yanaşı, “Trendyol” üzərindən də satış aparırlar.

2021-ci ilin avqust ayında Türkiyənin ilk unikorn startapı olan “Trendyol” şirkəti 16,5 milyard ABŞ dolları dəyərində qiymətləndirilərək, dekakorn kateqoriyasına yüksəlib.

Hepsiburada - Bu saytda yüzlərlə brendin müxtəlif məhsulları sərfəli, eləcə də endirimli qiymətlərlə satılır. Platformanın çox sevilməsində satılan məhsulların mütəmadi olaraq endirim kampaniyaları ilə real qiymətindən çox aşağı qiymətə müştərilərə təklif olunmasının rolu böyükdür. “Hepsiburada” 30-dan çox kateqoriyada 200 milyondan çox məhsul çeşidini bir araya gətirir.

20 ildən artıqdır ki, on minlərlə müəssisəni bir araya gətirən şirkət müştəri yönümlü bazar modeli, bölgənin ən böyük smart əməliyyatlar platforması, nəhəng tədqiqat və inkişaf mərkəzi olmaqla, Türkiyədə e-ticarət sektorunun inkişafı və rəqəmsal transformasiyasına rəhbərlik edir.

Şirkət investisiyaları ilə “HepsiJet”, “HepsiLojistik”, “HepsiPay”, “HepsiAd”, “HepsiGlobal”, “Hepsiburada Market”, “Hepsiburada Seyahat” kimi yeni markalar yaradıb və bunların hər biri öz sahəsinə innovativ yanaşma gətirir.

Bu gün “Hepsiburada” NASDAQ-da (Nyu-York Fond Birjası) 3,9 milyard ABŞ dolları dəyərində qiymətləndirilən və təmsil olunan yeganə türk şirkətidir.

Getir - 2015-ci ildə qurulmuş bir şirkətdir. Mobil tətbiq vasitəsilə o, restoran yeməklərinin və ərzaq məhsullarının çatdırılması xidməti təklif edir. Şirkət Türkiyə başda olmaqla, müxtəlif Avropa ölkələrində xidmət göstərir. Şirkət 9 iyul 2015-ci ildə türkiyəli sahibkar Nazım Salur tərəfindən təsis edilib. 2019-cu ilin ikinci yarısında “Getir” sifarişlərini iki dəfə artıraraq, həmin ilin dekabrında demək olar ki, 1,5 milyon sifarişə çatıb. Şirkət 2019-cu ildə satışdan 120 milyon ABŞ dolları gəlir əldə edib. “Cumhuriyyet.com” saytının verdiyi məlumata görə, “Getir” yeni investisiya turunda 500 milyon dollar sərmayə alıb. İnvestisiyanın ümumi məbləği 2,5 milyard dollardır. Qlobal bazarlarda faiz dərəcələrinin yüksəldiyi və startaplara ayrılan investisiyaların azaldığı bir vaxtda “Getir” yeni investisiya raundunu yekunlaşdırması müsbət hal kimi qiymətləndirilir.

Dream Games - 2019-cu ildə əsası qoyulmuş aparıcı mobil oyun şirkətidir. Onun məqsədi illər boyu oynanacaq yüksək keyfiyyətli mobil oyunlar hazırlamaq və inkişaf etdirmək üçün texnologiya və yaradıcılığı birləşdirməkdir. Nərkəzi İstanbulda yerləşən “Dream Games” yeni maliyyələşdirmə mərhələsində 255 milyon ABŞ dolları toplayıb. İnvestorlar hazırda şirkəti 2,75 milyard dollar dəyərində qiymətləndirirlər.

Insider - müəssisə marketoloqlarına kanallar və sistemlər üzərindən müştəri məlumatlarını birləşdirməyə, süni intellekt mühərriki ilə gələcək davranışlarını proqnozlaşdırmağa və müştəri təcrübələrini fərdiləşdirməyə imkan verir. Marketoloqlar veb, veb-push, e-poçt, SMS və mesajlaşma tətbiqləri (“WhatsApp”, “Facebook Messenger”, RCS) kimi kanallarda satışlar edə bilmələri üçün “Insider” platformasından istifadə edirlər.

“Insider” proqram təminatı (SaaS) startapı olmaqla, ilk maliyyələşdirmə turunda təxminən 105 milyon ABŞ dolları cəlb edərək, dəyərini təxminən 2 milyard dollara çatdırıb.

“Insider” dünyada qadınlar tərəfindən qurulan və qadınların rəhbərlik etdiyi bir neçə B2B proqram təminatı unikonlarından biridir.

Peak Games- mobil oyun şirkəti 2010-cu ilin oktyabrında Sidar Şahin tərəfindən təsis edilib. Şirkət “Android” və “iOS” platformaları üçün təsadüfi tapmaca oyunları dizayn edən və inkişaf etdirən mobil texnologiya şirkəti kimi tanınıb.

Harvard Biznes Məktəbinin araşdırmasına görə, “Peak Games” 2018-ci ildə dünya üzrə 350 milyondan çox istifadəçi auditoriyası ilə Avropanın üçüncü ən böyük gəlirli onlayn oyun şirkəti olub.

Şirkət ümumi maliyyələşdirməsi 18 milyon dollar olan vençur kapitalı ilə təmin edilib. O, 2020-ci ilin iyun ayında amerikalı oyun tərtibatçısı “Zynga” tərəfindən 1,8 milyard dollar dəyərində nağd pul və səhm müqaviləsi ilə satın alınıb. Alındıqdan sonra “Peak Games” 100 işçisi ilə müstəqil fəaliyyət göstərir.

Türkiyənin startap və innovasiya modelinin başqa ölkələrdə tətbiqi

Türkiyədə yerli startap ekosistemlərini inkişaf etdirmək üçün bir sıra proqramlar mövcuddur. **“Turcorn”** 1 milyard ABŞ dolları dəyərində artım potensialı olan startapları erkən mərhələdən dəstəkləyən dövlət proqramıdır. Proqram mentorluq, maliyyə, milli və qlobal akselerasiya dəstəyi göstərməklə yanaşı, ekosistemdə maraqlı tərəflərin şəbəkəsinə çıxış təmin edir.

Türkiyənin startap ekosistemi sahibkarlara Avropa, Asiya və Yaxın Şərqdə yer təklif edir, eyni zamanda sahibkarlığa və startapları genişləndirməyə yönəlmiş istedadlı əhaliyə çıxış imkanı verir. Türkiyəli sahibkarlar yüksək bacarıqlıdırlar, proaktiv yaşamağa üstünlük verirlər və yerli startap ekosisteminin böyüməsinə kömək etmək üçün həqiqi maraq nümayiş etdirirlər.

Əgər dövlət sektoru texnoloji ekosistemə ehtiyac duyduğu sabitliyi və lazım olan dəstəyi verərsə, Türkiyə böyük potensialını həyata keçirməyə daha da yaxınlaşacaq. Konkret olaraq, İstanbulun beynəlxalq ekosistemi regional **MENA** startap mərkəzinə çevrilə bilər.

Türkiyə hökuməti Türkiyədə startap ekosisteminin çox fəal və güclü dəstəkçisidir, startapların yaradılması və böyüməsini və xarici tərəfdaşlarla əlaqəni təmin etmək üçün müxtəlif proqramlar və siyasətlər təklif edir. 2012-ci

ildən başlayaraq dövlət qurumları yerli startap mentorlarının, akselerator proqramlarının, mələk şəbəkələrinin, biznesin beynəlmilləşdirilməsi proqramlarının, vençur kapitalı fondlarının və kraudfanding platformalarının inkişafına imkan verir və onlara dəstək göstərir.

Kraudfanding - sahibkarların maliyyə ehtiyacı olduqda müraciət edə biləcəkləri yeni maliyyə qaynağı olan kraudfanding xidmətindən Türkiyədə 2021-ci ildə istifadə olunmağa başlayıb. İndiyə qədər 8 platformanın fəaliyyət göstərməsinə icazə verilibvə indiyədək 3 aktiv platformada 48 maliyyələşdirmə mərhələsi başa çatıb. 2022-ci ilin ilk 9 ayında bu platformalarda 30 startap orta hesabla 186 000 ABŞ dolları sərmayə toplayıb.

Türkiyə Avropada İngiltərədən sonra ən çox oyun studiyasına sahib olan ölkədir və son 2 ildə Türkiyədə 266 oyun studiyası yaradılıb. 2022-ci ilin ilk 9 ayında Türkiyədə ümumi sövdələşmələrin sayı azalsa da, investisiya məbləği baxımından rekord qıran 342 milyon dollar rəqəmi oyun sektoruna olan marağı açıq şəkildə göstərir.

6.7 Texnoloji inqilab, innovasiya və startaplar: İsrail

Startap ekosisteminə baxış

İsrail dünyanın ən qabaqcıl innovasiya və texnologiya mərkəzlərindən biri hesab olunur. 6000-dən çox aktiv startap, yüksək sənaye texnologiyası və sahibkarlığın üstünlük təşkil etdiyi iqtisadiyyatla İsrail, "Startup Nation" ləqəbini qazanıb. İnnovasiyalar müxtəlif sənaye sahələrində, kiçik və orta biznes sahəsində yeni çağırışlar və imkanlar yaradır. Ənənəvi biznes modelləri eyni sürətlə inkişaf edir və bu da İsrailin unikal ekosistemindən xəbər verir. Müasir iqtisadiyyat və cəmiyyət hazırda rəqəmsal transformasiya mərhələsindədir. Cari texnoloji inqilablar internetin, axtarış mühərriklərinin və rəqəmsal platformaların texniki dayacağı olan kompüterlərdən asılıdır.

İsrail qabaqcıl texnologiyalar, sərfəli biznes imkanları və yüksək investisiya gəlirləri üçün qaynar nöqtə və təşəbbüskar güc mərkəzi hesab olunur. Bu səbəblərə görə dünyanın aparıcı transmilli şirkətlərinin əksəriyyətinin İsraili seçməsi təəccüblü deyil. *Microsoft, Motorola, Google, Apple,*

Facebook, Berkshire-Hathaway, Intel, HP, Siemens, GE, IBM kimi yüksək reytingli şirkətlər İsrailin ideal investisiya mərkəzi olduğunu başa düşürlər. Bundan əlavə, *Tata, Kodak, Citi Bank* və bir çox transmilli korporasiyalar İsraildə innovasiya mərkəzləri yaradıblar.

İsrail müxtəlif sektorlarda texnologiyanın zirvəsində qalmağı necə bacarır?

İsrailin unikal cəmiyyəti və mədəniyyəti, güclü iqtisadiyyatı, hökumət dəstəyi və bazar yanaşması onun innovasiya ekosistemini dünyada ən uğurlulardan birinə çevirən amillərdəndir. Təkcə 2016-cı ildə İsrail startapları investordlardan rekord məbləğdə - 4,8 milyard dollar toplayıb, yüksək texnologiyalı startap şirkətləri isə satınalmalar və ya IPO (Initial Public Offering) vasitəsilə 10,02 milyard dollara satılıb. İsrail həm də adambaşına düşən mühəndislərin sayına görə dünyada birinci yerdədir və ÜDM-nin (4,3%) faizinə görə dünyada 2-ci ən yüksək R&D xərclərinə malikdir.

İsrail ekosisteminin özünəməxsusluqlarına aşağıdakılar daxildir:

Yüksək innovasiya imkanları - İsrail dünyada "startap ölkəsi" kimi tanınır və adambaşına düşən startapların sayına görə dünya lideridir – son on ildə 2000 startap, daha 3000 kiçik və orta startap və yüksək texnoloji şirkətlər, 30 böyümə şirkəti, 50 böyük texnologiya şirkəti və 300 çoxmillətli korporasiyası olan ölkə hesab olunur. İsrailin mənfəətə əsaslanan innovasiyalar bazarında disk texnologiyası, IP telefonu, ZIP sıxılma və başqa ilkərin uzun siyahısı daxildir.

Güclü R&D (Research and Development – Tədqiqat və İnkişaf) imkanları - İsrail adambaşına düşən R&D xərclərinə görə dünyada ikinci yerdədir. İsrail ÜDM-nin təxminən 4,1%-ni R&D-ə sərf edir.

Təhsilli və bacarıqlı işçi qüvvəsi - İsrail dünyada adambaşına düşən elm adamlarının, universitet dərəcələri və akademik nəşrlərin sayına görə ən yüksək göstəriciyə malik ölkələrdəndir. İsrail yüksək keyfiyyətli təhsil sistemi ilə dünyanın ən savadlı cəmiyyətləri sırasındadır. Məcburi hərbi xidmətlə əlaqədar gənclər hərbi xidmət müddətində texniki biliklərini gücləndirmək məqsədilə əlavə təhsil alır, yüksək məsuliyyət hissi qazanırlar. Üstəlik, İsrail

dünyanın hər yerindən axışan akademiklərin bir neçə immiqrasiya dalğasını yaşayıb. Yaradıcı, bacarıqlı və iddialı işçi qüvvəsi və aparıcı rəhbər şəxslərin bizneslə məşğul olmaq üçün bu ölkəyə üz tutması da təsadüfi deyil. Nəticədə, İsrail texnologiyalar və innovasiyalar sahəsində yüksək təhsilli, təşəbbüskar və çoxmədəniyyətli işçi qüvvəsinə malikdir.

Hökumət dəstəyi - İsrail hökuməti 1990-cı illərin əvvəllərində "Texnologiya inkubator"u proqramını qəbul edib. Bu gün ölkədə ümumilikdə 25-dən çox inkubasiya mərkəzi var və onların hamısı özəlləşdirilib. Inkubatorlar iki il müddətində ilkin mərhələdə layihə xərclərinin 85%-ə qədərini dövlətin maliyyələşdirməsini təklif edirlər. Onlar şirkətləri toxumdan erkən mərhələyə qədər yetişdirir, beləliklə, investor üçün riski minimuma endirirlər. İndiyədək 1100-dən çox layihə inkubatorları bitirib, onların 45%-dən çoxu müxtəlif investorlardan əlavə investisiyaları uğurla cəlb edib.

Bundan əlavə, İsrail İnnovasiya İdarəsi illik təxminən 400 milyon dollar büdcə ilə startaplara müxtəlif dəstək proqramları təqdim edir. "Uber" taksi sifarişi şirkəti İsraildə fəaliyyət göstərmir və ictimai nəqliyyat sistemi çox səmərəsizdir, lakin "**Moovit**" və "**Mobileye**" kimi sərnişindəşımaya startapları çox sərfəli qiymətlərlə xidmətlər təklif edirlər.

İsrail İnnovasiya Təşkilatı

Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, İsrail İnnovasiya Təşkilatı bu ölkənin dövlət sektorunda uğur nümunəsidir. Təşkilatın proqramları və təşəbbüsləri qlobal miqyasda bir çox digər ekosistemlər üçün model kimi istifadə olunur.

İsrail təcrübəsi ilk baxışdan adi görünən startapların yüksək effektivliyə malik biznesə çevrilə bilməsinin nümunəsinə göstərir. Bu ölkənin startap ekosistemində "Waze", "Wix", "Fiverr" və "Viber" kimi yüksəkəgərlirli şirkətlər qurulub və dünyada özünəməxsus izlər qoyub. Məsələn, "Mobileye" startapı "Intel"-ə 15 milyard ABŞ dollarına satılıb.

Avtonom sürücülük (Mobileye, Waze), reklam (Taboola) və xidmətlər (Fiverr) daxil olmaqla, İsrailin üstün olduğu bir çox sahə var. İsrailin uğur qazandığı sahələrdən bir də **kibertəhlükəsizlikdir**.

Bütün bunlarla yanaşı, Təl-Əvivdə yaşayışın yüksək qiyməti və “**Microsoft**”, “**Intel**” və “**Google**” kimi qlobal şirkətlərin mövcudluğu startapların layihəyə münasib əməkhaqqı əsasında istedadlı işçilər cəlb etməsini çətinləşdirir. Bu da İsrail startapları üçün real problemlər yaradır. Bununla belə, İsrail kənardan kadr cəlb etməyə maraq göstərmir. Əslində isə İsrail öz ekosistemini San-Fransisko və London kimi beynəlxalq mərkəzlərin səviyyəsinə qaldırmaq istəyirsə, yalnız yerli təsisçilərə arxalana bilməz.

StartupBlink.com saytının məlumatına görə, İsrail ardıcıl 4-cü ildir ki, qlobal miqyasda 3-cü yerdə sabit qalır. 2022-ci ildə 4,33 dəfə gerida qaldığı ABŞ ilə fərq nisbətini 4,25 dəfəyə salaraq, reyting sıralamasında mövqeyini möhkəmləndirib. Ölkə Yaxın Şərq və Afrikada isə 1-ci yerdədir.).

Cədvəl 1. İsrail şəhərlərində startap ekosisteminə baxış

	Şəhər	Sıralama	Topladığı bal
1	Təl Əviv	10	56.77
2	Yerusəlim	79	17.746
3	Haifa	133	45.778
4	Yokneam	295	14.246
5	Biir Şeva	324	42.370
6	Kaesarea Or Akiva	378	0.91
7	Nazaret	484	0.52
8	Moddin-Makkabim-Reut	499	0.50
9	Aşdod	543	0.43
10	Eilat	617	0.34

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

Şəhərlərin startap ekosistemini ölçən reytingdə Təl-Əviv 2019-cu ildən başlayaraq hər il 1 pillə geriləyir və hazırda Parislə yer dəyişdirərək qlobal

miqyasda 10-cu yerdədir. Bu, İsrail üçün narahatedici tendensiyadır və belə davam edərsə, “Startup Nation”ın ilk 10-luqda heç bir şəhəri qalmayacaq. Haifa şəhəri üçüncü səviyyəli ekosistem kimi mövqeyini möhkəmləndirib və 11 pillə yüksələrək 133-cü sətıra yüksəlib. Yokneam 13 pillə irəliləyərək 295-ci yeri tutduqdan sonra dünyanın ən yaxşı 300 şəhəri sırasına adını yazdırıa bilib. Bir zamanlar İsrailin kiberpaytaxtı sayılan Biir Şeva şəhəri enişini davam etdirir və 13 pillə geriləyərək 324-cü yerdə qərarlaşib. Nazaret (484-cü yer) və Modiin-Makkabim-Reut (499-cu) müvafiq olaraq 30 pillə və 12 pillə irəliləyərək qlobal 500-lüyə daxil olublar. Keçən il qlobal top 1000-liyə 990-cı yer ilə qoşulan Bet Şemeş 42 pillə yüksələrək 955-ci olub.

Startapların yaranması

İsrailin ekosistemində böyüyən 85 unikorn ölkə xaricinə çıxıa bilib. İsrailin son uğurlarına 2022-ci ildə unikorn statusu almış “Optibus”, “Capitolis” və “Placer.ai” də daxildir.

2022-ci ildə bütün dünyada qlobal texnoloji ekosistemlər davam edən iqtisadi böhranlara görə əhəmiyyətli problemlərlə üzləşdi və İsrail də bu mənada istisna olmadı. Buna baxmayaraq, İsrailin startap ekosisteminin dayanıqlı olması üçün bir çox səbəb var. Maliyyələşmənin azalmasına baxmayaraq, ötən il ölkədə toxum maliyyələşdirməsi 22% artaraq 1,6 milyard dollara çatıb və bu, bütün dünyada startap investisiyalarının azalması tendensiyasını pozub.

Təl-Əviv bu yaxınlarda bütün EMEA regionunda ikinci ən yaxşı startap ekosisteminə sahib şəhər kimi ortaya çıxdı və İsrailin startap ekosistemi 2018-2022-ci illər arasında 350% sürətlə böyüyərək hətta Nyu-York, London və Körfəz bölgəsini də geridə qoydu. Kibertəhlükəsizlik baxımından Təl-Əviv dünya miqyasında üçüncü yerdədir, yalnız Nyu-York və San-Fransiskodan geri qalır.

İsrailin startap ekosistemindəki problemlər, bazarda formalaşan tələb və təklif

Sahibkar, investor və vençur kapitalı fondlarının yüksək sıxlığı ilə İsrail dünyanın hər yerindən diqqəti cəlb edən startap ekosistemi yarada bilib.

Bununla belə, İsrail startap təsisçiləri uğura gedən yolu çətinləşdirə biləcək müəyyən problemlərlə üzləşirlər:

İstedad çatışmazlığı - İsraili startap qurucularını narahat edən əsas məsələlərdən biri istedad çatışmazlığıdır. İsraildə yüksək təhsilli və bacarıqlı işçi qüvvəsi çox olsa da, uğurlu texnoloji startap qurmaq üçün vacib olan mühəndis və proqramçı çatışmazlığı yaşanır. Ölkədə istedadlar uğrunda şiddətli rəqabət gedir, "Google", "Microsoft" və "Intel" kimi çoxmillətli şirkətlər də eyni istedad fondu üçün yarışır. Bu istedad çatışmazlığı yüksək maaşlara səbəb olub və bu, ilkin mərhələdə startapların yüksək istedadlı insanları layihələrə cəlb etməsini çətinləşdirir.

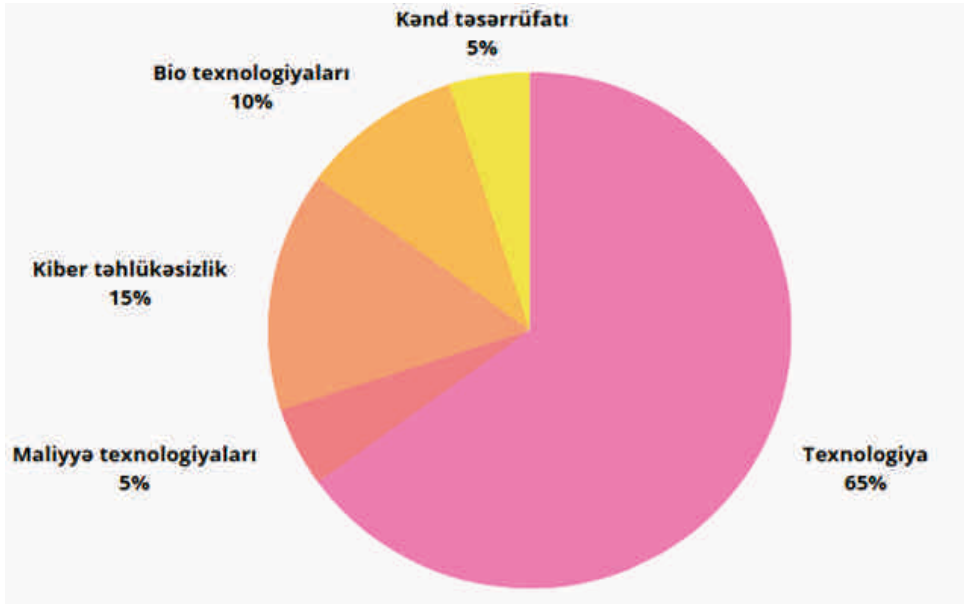
Maliyyə - İsraili startap təsisçilərinin üzləşdikləri digər problem yerli maliyyə imkanlarının olmamasıdır. İsraildə mələk investorları, vençur kapitalistləri və özəl kapital şirkətlərinin möhkəm ekosistemi olsa da, yerli institusional investorlar azdır. Bu o deməkdir ki, İsrail startapları tez-tez xaricdəki investorlardan maliyyə axtarmalı olurlar ki, bu da mədəni fərqlərə və ünsiyyət problemlərinə səbəb ola bilər. Bundan əlavə, xaricdən kapitalın artırılması startapın yerli sahibliyini azalda bilər, bu da İsraili sahibkarların şirkətlərinə nəzarəti saxlamasını çətinləşdirir.

Siyasi qeyri-sabitlik - bölgədəki siyasi qeyri-sabitlik israili startap təsisçilərini də narahat edir. Ətraf ölkələrlə davam edən münaqişə qeyri-sabit mühitə gətirib çıxarıb ki, bu da investorlar üçün maneə ola bilər və biznes əməliyyatlarına təsir göstərə bilər. Bundan əlavə, bütün İsrail vətəndaşları üçün hərbi xidmətin icbariliyi o deməkdir ki, startaplar uzun müddətə dəyərli komanda üzvlərini itirə, əməliyyatları poza və məhsulun hazırlanmasında gecikmələrə səbəb ola bilər.

Yerli bazar - İsraili startap təsisçilərinin üzləşdiyi digər problem yerli bazarın kiçik olmasıdır. İsrailin təxminən 9 milyon əhalisi var, bu, o deməkdir ki, startaplar əlavə meydan qazanmaq üçün beynəlxalq bazarlara üz tutmalıdırlar. Bu, çətin ola bilər, çünki fərqli mədəniyyətlər, dillər və qaydalar haqqında anlayış tələb edir. Bundan əlavə, beynəlxalq müştərilərə satış yerli müştərilərə satmaqdan daha çətin ola bilər, çünki istehlakçı davranışında və seçimlərində fərqlər ola bilər.

2021-ci ildə İsrail adambaşına düşən vençur kapitalına görə dünyada liderlik edir. Təəssüf ki, 2022-ci ilin son statistikasına göstərir ki, orada vençur kapitalına investisiya və ilkin kütləvi təkliflər kəskin şəkildə azalıb.

Şəkil 2. İsraildə hazırlanan startapların fəaliyyət istiqamətləri üzrə göstəriciləri



Mənbə: <https://startups.watch/>

Startapların xarici bazara çıxışları keçən il pik həddə çatıb. 2021-ci ildə 57 İsrail şirkəti birjaya çıxaraq 4 milyard dollar toplayıb. Startapların 2022-ci ildə topladığı vəsait 43 faiz azalaraq 15,5 milyard dollara düşüb, bu ən böyük uğursuzluqlardan hesab olunur. Ümumi investisiya dövriyyəsi 2022-ci ildə təxminən üçdə bir faiz azalaraq 826-ya düşüb.

Cədvəl 3. İsrailin ilk 10 məşhur startapı

	Startap	Yarandığı il	Fəaliyyət növü
1	Sentra	2021	Kibertəhlükəsizlik
2	Groundcover	2021	Monitoring fəaliyyəti
3	Armo	2018	Kibertəhlükəsizlik
4	Agora	2019	Əmlak investisiya platforması
5	Aligned	2021	Satış platforması
6	Piiano	2021	Kibertəhlükəsizlik
7	Metis Data	2021	Kod app
8	Mesh Payments	2018	Onlayn nəzarət
9	Eleos Health	2019	Onlayn tibbi xidmət
10	Dazz	2021	Kibertəhlükəsizlik

Mənbə: <https://startupstash.com/israeli-startups/>

1. Sentra - Tel-Əvivdə yerləşən şirkət bulud təhlükəsizliyini səmərəli idarə etməyə imkan verən kibertəhlükəsizlik platforması təqdim edir. Yarandığı gündən iki il ərzində "Sentra" komandası startap maliyyələşdirməsində çox uğurlu olub və bir neçə dövr ərzində 53 milyon dollar büdcə ilə öz rəqiblərini geridə qoyub.

2. Groundcover - şirkət K8-də qurulmuş proqramlar üçün monitoring sahəsində ixtisaslaşan proqram həllini təklif edir. "Groundcover"-in monitoring həlli "Lemonade", "SafeBreach" və "Dazz" kimi dünya üzrə bir çox nüfuzlu şirkətlər arasında üstünlük təşkil edir. Onun ən son maliyyələşdirmə raundu olan A seriyası 2022-ci ilin sentyabrında keçirilib və bu, şirkətə 20 milyon dollar cəlb etməyə imkan verib.

3. Armo - şirkət platformanın təşkilatlar arasında effektivliyini artırmaq üçün proqram təminatını "Slack", "AWS", "GitHub" və digərləri də daxil olmaqla

geniş çeşidli “DevOps” alətləri ilə inteqrasiya etmiş 50 000-dən çox istifadəçiyə malikdir. “Armo” dörd investora dəstəyi sayəsində bu günə qədər cəmi 34,5 milyon ABŞ dolları cəlb edərək, startapın maliyyələşdirilməsində yüksək uğur qazanıb.

4. Agora - daşınmaz əmlak sahəsində investisiya idarəçiliyi platformasıdır. “Agora” bütün investisiya və maliyyə məlumatlarının təhlükəsiz olmasını təmin etmək üçün şəffaflıq və təhlükəsizliyə üstünlük verir. Şirkətin ən təsirli maliyyələşdirmə raundu 2022-ci ilin avqustunda, üç investordan 20 milyon dollar topladığı zaman baş verib. Bu vəsait onlara işçilərin sayını artırmağa və proqram platformasının keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa kömək edib.

5. Aligned - şirkətin “bir pəncərə” platforması satış sövdələşmələrini bağlamaq üçün bütün lazımi materialları təmin edir və sənəd qarışıqlığı problemini aradan qaldırır və müştərilərin işini asanlaşdırır. “Aligned” işə başlama və sövdələşmə müddətini 45% azaldır. Yarandığı gündən etibarən “Aligned” dörd investora köməyi ilə bir maliyyələşdirmə raundunda 5,8 milyon ABŞ dolları məbləğində startap maliyyəsini uğurla toplayıb.

6. Piiانو - Təl-Əvivdən kənarında yerləşən başqa bir İsrail startapıdır. Şirkət kibertəhlükəsizlik sənayesində işləyir, müştərilərin şəxsi məlumatlarının qorunmasında bizneslərə kömək edir. Şirkət həmçinin əməliyyat səmərəliliyini artırmaq üçün öz funksiyalarını “AWS”, “Google Cloud”, “Heroku”, “Data Dog” və “Sentry” ilə inteqrasiya edib. Startap maliyyələşdirməsinin bir raundundan sonra şirkət təklifini daha da inkişaf etdirmək üçün “YL Ventures” başda olmaqla səkkiz investordan 9 milyon dollar toplayıb.

7. Metis Data - ABŞ-ın Palo Alto şəhərində yerləşən İsrail startapıdır. Şirkət müştərilərinə dəstək olmaq üçün yüksək keyfiyyətli “DevOps” həlli təqdim edir. “Metis” ilə işə başlamaq cəmi 60 saniyə çəkir. Bundan əlavə, məhsul üçüncü tərəf proqram təminatının geniş çeşidi ilə problemsiz şəkildə inteqrasiya edir. “Metis” komandası startapın maliyyələşdirilməsində inanılmaz uğur nümayiş etdirib və hazırda büdcəsi 4 milyon dollar təşkil edir.

8. Mesh Payments - hazırda Nyu-Yorkda yerləşir. Təkrarlanan iş axınlarını avtomatlaşdıraraq, maliyyə qruplarının şirkət miqyasında həyata keçirilən əməliyyatlarda görünməsini yaxşılaşdırır. “Monday.com”, “Papaya Global” və

“Synk” kimi bəzi nəhəng şirkətlərin diqqətini çəkərək istifadəçilər həmçinin ödənişləri idarə edə və biznesin xüsusi qolları üçün büdcə təmin edə bilirlər. “Mesh Payments” qurulduğu gündən bəri böyük bir startap maliyyəsi əldə edib, on investora dəstəyi ilə büdcəsi 126 milyon ABŞ dollarına çatıb. Şirkətin ən əhəmiyyətli maliyyələşməsi 2022-ci ilin sentyabr ayında baş tutub və bu müddət ərzində əməliyyatlarını genişləndirməyə davam etmək üçün büdcəsinə əlavə 60 milyon dollar da qatıb.

9. Eleos Health - ABŞ-ın Kembric şəhərində yerləşən İsrail startapıdır. Şirkət bütün davranış baxımının iş prosesini avtomatlaşdırır, onu bir platformaya inteqrasiya edir, tibb işçilərinə həddindən artıq inzibati iş yükündən uzaqlaşmaq və diqqətlərini xəstələrinə layiq olduqları qayğı ilə təmin etməyə imkan verir. İstifadəçilər inzibati iş yükünün 50% azaldığını bildiriblər ki, bu da böyük vaxta qənaət edən həll yoludur. Yarandığı müddətdən şirkət indiyədək dörd illik fəaliyyətində cəmi 11 investordan 28 milyon dollar startap maliyyəsi əldə edib.

10. Dazz - ABŞ-ın Palo Alto şəhərində yerləşən İsrail startapıdır. Şirkət kibertəhlükəsizlik bazarında fəaliyyət göstərir, tətbiqlərin zəifliklərini tam görmə imkanı verən platforma və prioritet olaraq həll edilməli olan hər hansı məsələlər barədə avtomatik bildirişlər verir, risk pəncərəsini həftələrdən saatlara qədər azaldır. Qlobal biznesin tanınmış liderləri olan Intel, Wiz, Flex və Takeda kimi şirkətlər təhlükəsizlik ehtiyacları üçün onun proqram həllərindən istifadə edirlər. Dazz beş investora cəlb olunduğu maliyyələşmədə 60 Milyon ABŞ dolları ilə vəsait toplayıblar.

6.8 Ölkələrin qlobal startap ekosisteminə çıxış imkanları

Statistika göstərir ki, dünyadakı startapların 90%-i uğursuzluqla yekunlaşır. 2023-cü ildə startap uğursuzluqlarının əsas səbəbi kimi yeni məhsula tələbin olmaması qeyd olunub. Startapların qazanc əldə etməsi üçün orta hesabla 2-3 il vaxt lazımdır. Startapların 61%-i B2B (Business-to-Business) həllər təklif etdiyi halda, yalnız 39%-i qlobal miqyasda B2C (Business-to-Consumer) həllər təklif edir.

Unikornların sayına görə Şimali Amerika ilk sıralardadır, sonrakı yerləri isə Asiya və Avropa tutur. 2023-cü ilə qədər olan statistikaya görə, startapların

ən çox olduğu ölkə ABŞ-dır. ABŞ əhalisinin 15,4%-i startaplarla məşğuldur. Dünyada məşhur olan bəzi startaplar haqqında məlumatlara nəzər salaq.

Çin şirkəti olan “ByteDance” 2023-cü ilin yanvar ayına olan məlumata görə, 275 milyard dollarlıq dəyəri ilə dünyanın ən yüksək qiymətləndirilən startapıdır. Hindistan da qlobal miqyasda üçüncü ən böyük startap ekosisteminə malikdir. Hindistanın startapı **“Byju's”** dünyanın ən yaxşı 15 unikornu arasındadır. *Blokçeyn, e-ticarət, süni intellekt və maliyyə texnologiyaları (fintek)* ətrafında olan startaplar 2023-cü ildən etibarən sürətlə böyüyür. Burada xüsusilə blokçeyn sahəsi vurğulanmalıdır. Çünki *blokçeyn* dataların qorunması və sistemin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi baxımından ən etibarlı texnologiyadır.

2022-ci ilin sonu, 2023-cü ilin təhlillərinə əsasən, ABŞ-da 72 560 startap fəaliyyət göstərdiyi halda, Braziliyada bu rəqəm 1165-dir (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. Ən çox startapı olan 10 ölkə

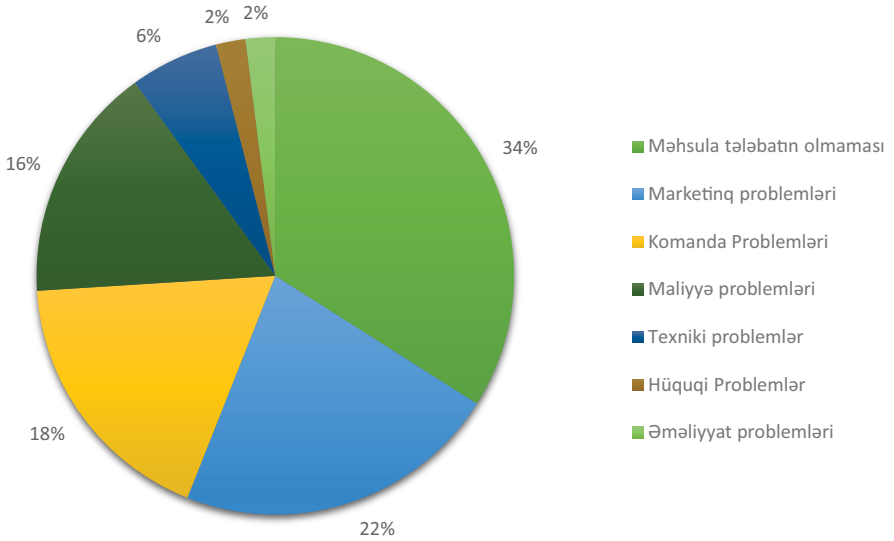
	Ölkə	Startapların sayı
1	ABŞ	72,560
2	Hindistan	13,905
3	Böyük Britaniya	6,396
4	Kanada	3,446
5	Avstraliya	2,399
6	İndoneziya	2,391
7	Almaniya	2,32
8	Fransa	1,579
9	İspaniya	1,411
10	Braziliya	1,165

Mənbə: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

Qlobal e-ticarət unikorn bazarının həcmi 114 milyard dollardır. Maliyyə və sığorta sektorundakı unikorn startapları 526 milyard dollar dəyərində ən böyük bazar qiymətləndirməsinə sahib olublar. Kiçik bizneslər ABŞ bizneslərinin

99,9%-ni təşkil edir. ABŞ təkcə 2020-ci ildə startaplar vasitəsilə 3 milyondan artıq yeni iş yeri yaradıb. Hindistanda startaplar sayəsində bu günə qədər 600 000 iş yeri açılıb. ABŞ sahibkarlarının isə 43%-i startapların uğursuzluğundan narahatdır. Ona görə də bu gün startapların üzləşdiyi ən böyük problemi aşkarlamaq olduqca çətindir.

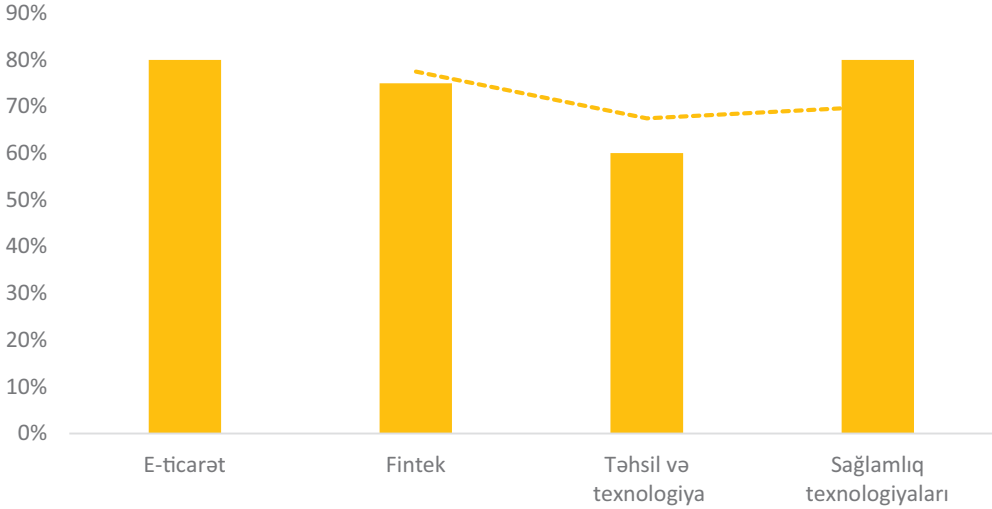
Şəkil 1. Uğursuz startapların səbəblərinin % göstəriciləri



Mənbə: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

Startapların uğursuz olmalarının kökündə bir çox səbəblər dayanır. Bu faktorlar arasında məhsula tələbatın olmaması faiz etibarilə ilk sıralardadır. Marketing, komandada işləmə bacarıqlarının olmaması da uğura gedən yolda maneə yaradan problemlərdən biridir. Əvvəllər uğursuzluğa düşmüş sahibkarların uğur qazanma ehtimalı 20%-dir, biznesə ilk dəfə cəhd edən sahibkarların uğur qazanma ehtimalı isə 18%-dir. "Quibi Holdings MMC" 1,75 milyard dollar maliyyə vəsaiti ilə ən bahalı uğursuz startap olub.

Şəkil 2. Sahələrə görə startapların uğursuzluq nisbətləri



Mənbə: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

E-ticarət startaplarının 80%-i uğursuzluğa düşər olur. Uğur qazanan 20% isə çox yaxşı gəlir gətirir. Maliyyə texnologiyaları (fintek) startaplarının 75%-i, təhsil və texnologiya startaplarının 60%-i uğursuz olur. Səhiyyə texnologiyası üzrə startapların isə 80%-i uğursuzluqla sonlanır. Oyun sənayesində startaplar 50% müvəffəqiyyət nisbətində malikdir. ABŞ-da startapların 80%-i uğurlu, yalnız 20%-i uğursuz hesab olunur.

Cədvəl 2. Ölkələr üzrə qlobal startap indeksi

	Ölkələr	Topladığı bal
1	ABŞ	198.080
2	Birləşmiş Krallıq	51.218
3	İsrail	46.573
4	Kanada	34.490
5	İsveç	27.074
6	Sinqapur	26.571
7	Almaniya	25.939
8	Fransa	22.916
9	Avstraliya	21.503
10	Hollandiya	21.423

Mənbə: <https://www.startupblink.com/>

“Startup Genome Report” bu günə qədər dünya üzrə 3200-dən çox startapın məlumatlarını təhlil edərək, qlobal startap ekosisteminin ən əhatəli araşdırmasını aparıb. Hesabatda göstərilir ki, korporativ vençur kapitalı firmalarının sayı son beş ildə əhəmiyyətli dərəcədə artıb, onlar daha erkən mərhələdə startaplara sərmayə qoyur və ekosistemdə daha aktiv rol oynayırlar. Getdikcə mürəkkəbləşən qlobal startap ekosistemində son beş ildə startapların sayı iki dəfə artıb və ABŞ startap ekosisteminin lideri olmaqda davam edir.

Cədvəl 3. Ölkələr üzrə uğurlu və uğursuz startapların % göstəriciləri

	Ölkə	Uğurlu startaplar	Uğursuz startaplar
1	ABŞ	80%	20%
2	Kanada	80%	20%
3	Böyük Britaniya	70%	30%
4	Fransa	80%	20%
5	Almaniya	75%	25%
6	İsveçrə	65%	35%
7	Estoniya	75%	25%
8	Cənubi Afrika	86%	14%
9	Honq Konq	70%	30%
10	Sinqapur	70%	30%
11	Avstraliya	75%	25%

Mənbə: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

Şimali Amerikada “Unikorn Qiymətləndirmə”si 929 milyard ABŞ dolları olub, bu da kapitalın maliyyələşdirilməsində 35,4% pay tutur. Nəqliyyat və logistika unikornları kapitalın 25,58%-ni təşkil edir. 2023-cü ilə qədər olan hesablara əsasən, dünyada 1100-dən çox unikorn var. Hindistanda hazırda 103 unikorn qeydə alındığı halda, bu say ABŞ-da 607-yə bərabərdir. Avropaya gəldikdə 2022-ci ilə qədər 130 unikorn rəsmi olaraq qeydiyyatda alınıb.

Dünya miqyasında **Alibaba** ən böyük unikorn startapı hesab olunur. **Meta, Apple, Google, Amazon, Canva, Byjus** və bunlar kimi meqakorporasiyaların əksəriyyəti bir insan və bir ideya ilə başlayıb. Bu gün minlərlə şirkət oyun, kriptovalyuta, səhiyyə, moda və bankçılıq kimi müxtəlif sahələrdə bunu etməyə çalışır.

Dünyada yeni startapların yaranması ilə bağlı maraqlı tendensiya müşahidə olunur. Belə ki, Asiya və Latın Amerikasında yeni startap mərkəzlərinin sayı artdığı halda, Şimali Amerika və Avropada bu rəqəm azalır. Bu dəyişiklik inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda biznesə başlama xərclərinin artmasından, inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda isə startap ekosistemində yeni bazarların və istedadlı kadrların mövcud olmasından irəli gəlir.

2022-ci ildə qlobal startap ekosisteminin mənzərəsində qitələr arasında həm dayanıqlığın, həm də transformasiyanın şahidi olduq. Avropada makroiqtisadi qeyri-müəyyənliklərə baxmayaraq, London, Berlin və Amsterdam regionda uzunmüddətli artımını nümayiş etdirərək ən yüksək göstəriciləri ilə seçildi. Bu arada, Kopenhagen, Barselona və Dublin innovasiya mərkəzləri şaxələndirilmiş inkişaf edən ekosistemlər kimi meydana çıxdı.

Yaxın Şərq və Şimali Afrika (MENA) öz inkişaf sürətini qorudu və hazırda bu sahədə regionun liderləri Təl-Əviv və Dubaydır.

Asiyada Pekin və Sinqapur parlağa davam edərkən, Honq-Konq və Cakarta dəyişən iqtisadi mənzərələrə uyğunlaşaraq dinamik ekosistemlər kimi meydana çıxdılar.

Okeaniya 2022-ci ildə müvəqqəti geriləmə yaşadı, Sidney və Melburn tənəzzüllə üzləşdi, lakin Avstraliyanın Sahibkarlar Proqramı kimi təşəbbüslərlə vurğulanan regionun ümumi trayektoriyası müsbət olaraq qalır.

San-Paulu və Mexiko şəhərinin rəhbərlik etdiyi Latın Amerikasını 2022-ci ildə çətinlikləri aradan qaldıraraq, özünün güclü uzunmüddətli böyüməsini təmin etdi.

Şimali Amerikada Silikon Vadisi və Nyu-York şəhəri ümumi sövdələşmə fəaliyyətinin azalmasına baxmayaraq, üstünlüklərini qoruyub saxladı.

Regional dəyişikliklərə baxmayaraq, qlobal startap ekosistemi

uyğunlaşma qabiliyyəti, innovasiya və strateji siyasət təşəbbüsləri sayəsində inkişaf etməyə davam etdi (şəkil 2).

Şəkil 2. Regionlar üzrə startap ekosistemi ən çox inkişaf edən şəhərlər



Mənbə: <https://startupgenome.com>

Asiya və Latin Amerikasında yeni startap mərkəzlərinin davamlı yüksəlişi, bunun əksinə olaraq Şimali Amerika və Avropada startap fəaliyyətinin davamlı azalması qlobal startap ekosisteminin regionlararası inteqrasiyasını zəruri edir. Bu, startapların qlobal miqyasda genişlənməsi və investorların müxtəlif sövdələşmələrə çıxışı üçün yeni imkanlar yaradacaq. Bununla belə, bu tendensiya həm startaplar, həm də investorlar üçün yeni problemlər yaradacaq, çünki bazar getdikcə daha rəqabətli və mürəkkəb olur.

2022-ci ilin qlobal startap mənzərəsinə nəzər yetirdikdə aydın olur ki, hər bir region özünəməxsus problemlərlə üzləşsə də, ümumi gedişat davamlıdır. Avropa və Şimali Amerikanın sağlam startap mərkəzlərindən Asiya, Latin Amerikasını və Afrikadakı inkişaf edən ekosistemlərə qədər, startap icması iqtisadi qeyri-müəyyənlikləri və tənzimləyici dəyişiklikləri idarə etmək qabiliyyətini nümayiş etdirir. Hökumət tərəfindən dəstəklənən proqramlar, tənzimləyici islahatlar və beynəlxalq əməkdaşlıqlar kimi təşəbbüslər qlobal miqyasda innovasiyaları təşviq edir. Gələcəyə baxsaq, geosiyasi dinamika, tənzimləyici çərçivələr və texnoloji irəliləyişlər arasında mövcud olan qarşılıqlı əlaqə qlobal startap mənzərəsini formalaşdırmaqda davam edəcək.

FƏSİL VII.

AZƏRBAYCANDA STARTAP EKOSİSTEMİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏRİ

Dosent İsa Qasımov

7.1 Azərbaycan startap ekosisteminin formalaşmasının institusional məsələləri haqqında

Sənaye dövründən sonrakı informasiya dövründə bilik və ya biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi yanaşması bütün dünyada prioritet məsələyə çevrilib. Qloballaşma prosesi və dünya iqtisadiyyatında rəqabətin güclənməsi bilik iqtisadiyyatının inkişafını daha da vacib edir. Bu prosesdə sənaye cəmiyyəti öz yerini informasiya cəmiyyətinə verib. Xüsusilə də, dünya iqtisadiyyatında xüsusi çəkiyə malik olan inkişaf etmiş ölkələrdə bu proses daha sürətli hal alıb. Başqa sözlə, inkişaf etmiş ölkələrin dünya bazarlarında daha böyük paya sahib olmaq istəyi həmin ölkələrdə biliyə əsaslanan sahələrə kapital qoyuluşunun həcmnin kəskin artırılmasına səbəb olub. Reallıq odur ki, dünya iqtisadiyyatında rəqabət əvvəlkilərdən daha geniş vüsət alıb. Artan rəqabətə cavab verən iqtisadi nəticələr əldə etməyin ən təsirli üsullardan biri isə innovasiya istehsal etməkdir. Ona görə də, innovasiyaların formalaşmasına səbəb olan tədqiqat və inkişaf prosesləri bilik iqtisadiyyatının lokomotivi rolunu oynayır.

Ənənəvi iqtisadiyyatlarda “mümkünsüz” hesab edilən yenilikçi iqtisadiyyatlar yüksək texnologiyaların tətbiqi sayəsində “mümkün”ə çevrilə bilər. Bu isə qloballaşmanın da təsiri ilə, cəmiyyətləri və biznesləri şiddətli rəqabətlə iqtisadi yarışa sürükləyir. Ona görə də, müəssisələr uzunmüddətli perspektivdə mövcudluğunu qorumaq və davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üçün innovativ rəqabət strategiyasına malik olmalıdırlar.

İnnovasiya iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində işlərin asanlaşmasını və daha əlçatan olmasını, o cümlədən fərdi və ictimai ehtiyacların (sağlamlıq, istirahət, iş, nəqliyyat və s.) daha yaxşı səviyyədə ödənilməsinə təmin edir. İnnovasiya həm də sahibkarlıq ruhu üçün vacibdir. Axı, hər bir təşəbbüs müəyyən bir yeniliyin gətirilməsi məqsədi daşıyır. Bundan əlavə, bütün

müəssisələr rəqabətə davamlı olmaq üçün daim yeniliyə ehtiyac duyurlar. Bu, təkcə şirkətlər üçün deyil, həm də ölkələr üçün də belədir. İqtisadi inkişafı, rəqabət qabiliyyətini və məşğulluq imkanlarını qorumaq üçün ölkələr nəinki yeni ideya və ya texnologiyalar formalaşdırmalı, həm də onları ən uyğun zaman çərçivəsində texnoloji transformasiyasını təmin edərək, kommersionlaşdırılmasına nail olmalıdırlar.

Azərbaycanda sosial-iqtisadi inkişaf strategiyaları bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun olaraq hazırlanır və inkişaf etdirilir. Bu, həm də dünyanın sosial-iqtisadi həyatında cərəyan edən proseslərin tələbindən irəli gəlir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində insanların bacarıq və resurslarla təmin edilməsi sahəsində fərqlər meydana çıxır. Yəni gəlirlərin ədalətli bölgüsü təmin edilmir. Məhz bu baxımdan gəlirlərin yenidən bölgüsündə dövlətin müstəsna rolu var. Yenidən bölgünün genişləndirilməsinin tərəfdarları olan iqtisadçılar iddia edirlər ki, bu sahədə dövlətin rolu sərvətin və iqtisadi hökmranlığın ayrı-ayrı ailələrin əlində toplanmasını məhdudlaşdırmaqdan ibarətdir. Yenidən bölgü proqramlarının əleyhdarları isə yüksək gəliri olan ailələrə əlavə vergilərin qoyulması nəticəsində bu qrupun işə həvəsinin, qənaət və investisiyalara olan marağının azalacağını, bundan isə bütün cəmiyyətə ziyan dəyəcəyini əsas göstərirlər.

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində dövlət gəlirlərin ədalətli bölgüsü və əhalinin sosial təminatı sahəsində xeyli iş görür. Yəni işsizlərə müavinət verilməsində, yoxsulların müalicə edilməsində, qocaların təqaüdlə təmin olunmasında, gəlirlərin indeksləşdirilməsində, o cümlədən sosial təminatlar, əhalinin hüquqları və istehlakçıların müdafiəsində yaxından iştirak edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ədalətli, davamlı və dayanıqlı iqtisadiyyatın formalaşdırılmasının başlıca yollarından biri özünüməşğulluğun təmin edilməsi, başqa sözlə, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsidir. Nəzərə alsaq ki, istər yerli, istərsə də global bazarlarda rəqabət kəskin artıb və bu proses davam etməkdədir. Ona görə də dövlət tənzimləmələri də baş verən prosesləri nəzərə alaraq həyata keçirilməlidir. Belə ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində təkcə iqtisadi baxımdan deyil, həm də sosial-iqtisadi baxımdan rəqabətə davamlı sistemlər

qurmağı zəruri edir. Məhz bunun sayəsində cəmiyyətin, eləcə də iqtisadiyyatın davamlılığı və inkişafı təmin ediləcəkdir. Bu cür iqtisadi sistemlərin formalaşdırılmasında tətbiq edilən ən uyğun yollardan biri cəmiyyətdə sahibkarlıq, o cümlədən sosial sahibkarlıq mühitinin inkişaf etdirilməsidir. İnformasiya cəmiyyəti dövründə isə bu prosesin rentabelli olması bilikdən istifadənin əlçatanlığının təmin olunmasından çox asılıdır. Dünya təcrübəsində bilikdən istifadənin əlçatanlığının təmin olunmasında sahibkarlıq mühitinin inkişaf etdirilməsi ən aktual məqamlardan hesab olunur. Əhali arasında biznes təşəbbüskarlığının inkişaf etdirilməsi, eləcə də müəssisədaxili təşəbbüskarlıq ruhunun formalaşdırılması bütün sahələrdə zəruri hal alıb. Şübhəsiz, bu, təkəcə maarifləndirmə işləri ilə deyil, həm də dəstəkləyici və tənzimləyici hüquqi bazanın formalaşdırılması və ədalətli tətbiqi ilə mümkün olacaq.

Azərbaycanda hələ də resurslara əsaslanan iqtisadi göstəricilər kifayət qədər yüksəkdir. Bilikdən istifadənin aktual olduğu informasiya cəmiyyəti şəraitində resurslara əsaslanan iqtisadiyyatlar həm də özünəməxsus risk daşıyırlar. Bununla belə, düzgün və strateji yanaşmaların davamlılığı resurslardan səmərəli istifadəni təmin edə və daha rentabelli nəticələrə səbəb ola bilər.

Azərbaycanda bilik iqtisadiyyatının formalaşdırılması, o cümlədən neft kapitalının intellektual kapitalla çevrilməsi dövlətin gündəliyində dayanan başlıca məsələlərdəndir. Hazırda Azərbaycanda sözügedən proseslərin tənzimlənməsində təsir imkanlarına malik olan “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər” bütövlükdə bilik iqtisadiyyatının aktuallığını ortaya qoyur. Bu nəhəng Dövlət Proqramı çərçivəsində növbəti onillikdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına dair aşağıdakı beş Milli Prioritet reallaşdırılmalıdır:

1. dayanıqlı artan rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyat;
2. dinamik, inklüziv və sosial ədalətə əsaslanan cəmiyyət;
3. rəqabətli insan kapitalı və müasir innovasiyalar məkanı;
4. işğaldan azad olunmuş ərazilərə böyük qayıdış;
5. təmiz ətraf mühit və “yaşıl artım” ölkəsi.

Qeyd edilən Milli Prioritetlər, eyni zamanda, Birləşmiş Millətlər Təşkilatının “Dünyamızın transformasiyası: 2030-cu ilədək dayanıqlı inkişaf sahəsində Gündəlik”dən irəli gələn öhdəliklərin icrası istiqamətində də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanda bilik iqtisadiyyatının formalaşmasının institusional məsələlərini təmin etmək, o cümlədən innovasiya və onun tərkib hissəsi olan startap ekosisteminin inkişafı ilə bağlı aşağıdakı qərarlar mühüm rol oynayıb:

1. “Təhsil haqqında” Qanunun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 5 sentyabr 2009-cu il;
2. “Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 21 dekabr 2011-ci il;
3. “Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
4. “Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
5. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasının təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
6. Azərbaycan Respublikasında Təhsilin İnkişafı üzrə Dövlət Strategiyası;
7. Azərbaycan Respublikasında İnformasiya Cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya;
8. “Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə”nin təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
9. “Elm haqqında” Qanun;
10. “Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası (AMEA) Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı;
11. “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol

xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;

12. “Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə” Dövlət Proqramı;
13. “Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
14. “Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
15. Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun Nizamnaməsi;
16. “Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı;
17. “Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində “Dördüncü Sənaye İnqilabının Təhlili və Koordinasiya Mərkəzi” publik hüquqi şəxsin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
18. “Sənaye parklarının, sənaye məhəllələrinin və aqroparkların idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
19. “Startapın müəyyən olunması meyarları”nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı;
20. “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”in təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı;
21. Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin tabeliyində “Texnologiyaların Kommersiyalaşdırılması və Transferi Mərkəzi”nin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
22. “Azərbaycan Respublikasında rəqəmsallaşma, innovasiya, yüksək texnologiyalar və rabitə sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;

23. “Aqroparklar haqqında Nümunəvi Əsasnamə”nin təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
24. “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası”nın təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı;
25. “Azərbaycan Respublikasında elm və təhsil sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
26. “Azərbaycan Elm Fondu” publik hüquqi şəxsin yaradılması və “Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondunun Nizamnaməsi”nin təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2010-cu il 19 fevral tarixli 223 nömrəli Fərmanının ləğv edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
27. İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin yaradılması haqqında” 2018-ci il 6 noyabr tarixli 325 nömrəli, “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” 2019-cu il 22 fevral tarixli 545 nömrəli fərmanlarında dəyişiklik edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı;
28. Azərbaycanın ilk Vençur Kapital Fondu – “Caucasus Ventures” yaradılması;
29. Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyi yanında Elm və Ali Təhsil üzrə Dövlət Agentliyinin Əsasnaməsi.

Göründüyü kimi, Azərbaycanda innovasiya ekosistemi, o cümlədən startap mühitinin formalaşdırılması ilə bağlı, kifayət qədər qərarlar qəbul olunub, layihələr həyata keçirilib və bu proses davam etməkdədir. Bununla belə, sərbəst iqtisadi şəraitin formalaşmasında mövcud olan bəzi lokal, regional və global problemlərin Azərbaycanda startap mühitinin inkişafını ləngitdiyini də

qeyd etmək olar. Cəmiyyətdə biznes təşəbbüskarlığı mədəniyyətinin formalaşmasına təsir edən yaxın keçmişin iqtisadi (xalq təsərrüfatı iqtisadiyyatı) yanaşmalarından irəli gələn amillərin təsiri də bu prosesdə əhəmiyyətli məqam kimi öyrənilə bilər.

Qlobal bazarın çevik və rəqabətçil davranışları ilə yarışda yerli ekosistemin formalaşmasını təmin etmək üçün atılan addımlar yetərli olmadıqda, dövlətin sosial yanaşmalarının düzgün qiymətləndirilməməsindən irəli gələn amillər də bu prosesə özünəməxsus şəkildə təsir edə bilər. Xüsusilə, resurs iqtisadiyyatına bağlı qalan ənənəvi yanaşmalar iqtisadiyyatda maddi kapitalın intellektual kapitalla nisbətən üstünlüyünü qoruyub saxlamasına şərait yaradır ki, bu da nəticədə startap ekosisteminin inkişafını ləngidən amillər kimi özünü göstərir.

Neft-qaz ölkəsi kimi tanınan Azərbaycan eyni zamanda kənd təsərrüfatı potensialına malikdir. Dünyada karbohidrogen ehtiyatların mənimsənilməsinə olan böyük ehtiyac Azərbaycanın da bu sahədə mövcud potensialının geniş istifadəsinə təkan verib. Bununla belə, Azərbaycanda kənd təsərrüfatı sahəsində hələ də ciddi problemlər mövcuddur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bunun başlıca səbəbləri kimi kəndlinin ona aid olan torpaq sahəsinə biznes deyil, miras kimi baxması və regional idarəetmədə ənənəvi yanaşmanın hələ də üstünlük təşkil etməsi göstərilə bilər.

7.2. Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksi hesabatlarında

Kornell Universiteti (AbŞ), INSEAD Biznes Məktəbi (Fransa) və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının (ÜƏMT) birgə nəşri olan və 132 ölkəni əhatə edən “Qlobal İnnovasiya İndeksi-2021” (Qİİ-2021) reytingi innovasiya fəaliyyətinin potensialı, məhsuldarlığı və çərçivə şərtlərini əhatə edən 81 indikator əsasında tərtib olunub. Qİİ-nin dərc olunmasında əsas məqsəd innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması mexanizmlərinin qiymətləndirilməsi imkanlarının yaradılmasıdır. 2021-ci ilə aid hesabatda Azərbaycan 2020-ci ilə (82-ci yer) nisbətən reytingini yaxşılaşdıraraq 80-ci yerə qalxıb. Ölkəmizin bu subindeks üzrə ən yaxşı nəticəsi “Daxili bazarın inkişafı” blokunda qeydə alınıb – 36-cı yer. Azərbaycan bu blokda “Kredit” istiqamətində 33-cü yeri tutub, həmin istiqamətə daxil olan “Kredit almağın asanlıığı” indikatoru üzrə 1-ci yerdə,

“Mikromaliyyətləşdirmə kreditləri” indikatoru üzrə isə 13-cü yerdə qərarlaşıb. “İnstitutlar” blokunun “Biznes-mühit” istiqaməti üzrə Azərbaycan 33-cü yeri, “Biznesin başlanmasının asanlıığı” indikatoru üzrə isə 9-cu yeri tutub. “İnnovasiya nəticələri” altindeksi üzrə “Yaradıcı fəaliyyətin nəticələri” bloku üzrə Azərbaycan Gürcüstan (74), Belarus (93), Tacikistan (107), Qazaxıstan (110), Özbəkistan (113) və Qırğızıstanı (120) qabaqlayaraq, reytingdə 67-ci yeri tutub. Bu subindeksdə əsasən əqli mülkiyyət obyektləri ilə müəyyənləşən “Qeyri-maddi aktivlər”in mühüm inteqral göstəricisi diqqəti cəlb edir. Bu göstərici üzrə Azərbaycan 2020-ci ildəki nəticəni (56-cı yer) 2 pillə yaxşılaşdıraraq 54-cü yeri tutub. Bu inteqral göstəricisində yüksək yerləri əqli fəaliyyət istiqamətləri tutub. Məsələn, sənaye nümunələri və ticarət markaları üzrə Azərbaycan reytingdə 18-ci pillədən 11-ci pilləyə qalxıb.

2022-ci ilin Qİİ hesabatına görə, postsovet məkanı ölkələri arasında ən yaxşı göstəricilər Estoniya (18-ci yer), Litva (39-cu yer) və Latviyadadır (41-ci yer). Rusiya 47-ci, Azərbaycan isə 93-cü yerdə qərarlaşıb. Qİİ-ni tərtibatçı-ekspertləri Azərbaycanın güclü tərəfləri kimi aşağıdakı indikatorları göstərir: “Siyasi və operativ sabitlik” (53-cü yer), “Biznesin aparılması siyasəti” (21-ci yer), “Şagird-müəllim nisbəti” (9-cu yer), “Elm və texnika üzrə məzunlar” (42-ci yer), “Tədqiqatçılar” (43-cü yer), “Elmi dərəcəsi olan qadınların işlə təmin olunması” (57-ci yer), “Elmi-texniki və təcrübə-konstruktor işləri sahəsində universitetlər və sənaye arasında əməkdaşlıq” (23-cü yer), “Klaster inkişafı” (25-ci yer). “İnnovativ resurslar” altindeksi üzrə Azərbaycan reytingdə MDB çərçivəsində Ermənistan (82), Qırğızıstan (85), Belarus (86) və Tacikistanı (104) qabaqlayaraq, 79-cu yerdə qərarlaşıb.

Bu altindeksdə ölkəmiz ən yaxşı nəticəni “Təsisatlar” blokunda tutub: 46-cı yer. Ötən illə müqayisədə (58-ci yer) ölkə öz reytingini 12 pillə yaxşılaşdıraraq, MDB ölkələrini qabaqlayıb: Qazaxıstan (52), Ermənistan (55), Özbəkistan (63), Rusiya (89), Tacikistan (91), Ukrayna (97), Moldova (98), Qırğızıstan (113). “Təsisatlar” blokunda “biznes mühiti” istiqaməti üzrə Azərbaycan 19-cu yeri tutub.

“İnsan kapitalı və elm” blokunda Azərbaycan “Tədqiqat və inkişaf” inteqral göstəricisində mövqeyini yaxşılaşdıraraq 2021-ci ildəki 104-cü yerdən

2022-ci ildə 76-cı yerə yüksəlib.

“Biznesin inkişafı” blokunda “Əqli əmək işçiləri” istiqaməti üzrə Azərbaycan ötən illə (75-ci yer) müqayisədə mövqeyini 10 pillə yaxşılaşdıraraq, 65-ci yerdə qərarlaşıb. Bu istiqamətdə ölkə “Təlimlər keçirən şirkətlər” göstəricisi üzrə 47-ci yeri tutub. “İnnovasiya əlaqələri” istiqaməti üzrə Azərbaycan 56-cı yerdə qərarlaşıb və ötən illə müqayisədə (66-cı yer) ölkə öz reytingini 10 pillə yaxşılaşdıraraq, MDB ölkələrini qabaqlayıb: Özbəkistan (59), Gürcüstan (68), Rusiya (70), Ukrayna (78), Ermənistan (112), Moldova (116), Tacikistan (117), Qazaxıstan (123), Qırğızıstan (125), Belarus (129). “İnnovativ əlaqələr” istiqamətində “Patent ailələri” indikatoru üzrə Azərbaycan 66-cı yerdə qərarlaşıb və ötən illə müqayisədə bu göstəricini 15 pillə yaxşılaşdırıb.

“İnnovativ nəticələr” altindeksi öz növbəsində böyük əhəmiyyətə malikdir. Əgər “İnnovativ resurslar” altindeksi innovasiyalar üçün əlverişlilik səviyyəsini əks etdirirsə, “İnnovativ nəticələr” altindeksi bu sahədə əldə edilmiş nailiyyətləri əks etdirir. Bu altindeks nə qədər yüksək olarsa, innovativ imkanlar bir o qədər rəşional istifadə olunur. Azərbaycan yekunlaşdırıcı “İnnovativ nəticələr” altindeksi üzrə 110-cu yeri tutub.

Bununla yanaşı, daha yüksək yerlər üzrə bəzi göstəricilər diqqəti cəlb edir. Belə ki, bu altindeksdə əsasən “Əqli mülkiyyət obyektləri ilə müəyyən edilən qeyri-maddi aktivlərin göstəriciləri üzrə ixtiralar” indikatoru üzrə 71-ci və “Faydalı modellər” indikatoru üzrə 49-cu yeri tutur.

Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, bütün göstəriciləri əhatə edən iki altindeks - “İnnovativ resurslar” və “İnnovativ nəticələr” çox mühüm əhəmiyyət daşıyır. “İnnovativ nəticələr” altindeksi “İnnovativ resurslar” altindeksindən asılı olmalıdır. Ona görə ki, innovativ nəticələr resursların maddi, maliyyə, əqli, təşkilati baxımdan düzgün qoyuluşu ilə əldə edilə bilər. Azərbaycanda müasir institutlar yaradıb, insan kapitalı, elmi və təhsil potensialı inkişaf etdirilir, səmərəli biznes modelləri tətbiq olunur, yəni ölkənin inkişafına əhəmiyyətli resurslar yönləndirilir. Lakin bu yatırımların konkret nəticələri olmalıdır. Yalnız bu sayədə Qİİ üzrə göstəricilərimiz daha da yaxşılaşa bilər. Amma Qİİ-nin tərtibatçı-ekspertlərinin də qeyd etdikləri kimi, “Azərbaycan innovativ yatırımlar sahəsində onların nəticələri ilə müqayisədə daha yüksək göstəricilər

nümayiş etdirir”.

7.3. Elm-təhsil-biznes əməkdaşlığının startap mühitinin inkişafında rolu

Cəmiyyətlər tarixin müxtəlif dövrlərində müxtəlif inkişaf imkanları formalaşdırıblar. Hər bir sosial-iqtisadi quruluş özünəməxsus tələb, təklif, imkan, ehtiyac, problem və fürsətləri ilə fərqlənib. Orta əsrlər və ondan əvvəlki dövrlərdə insanlar ehtiyaclarını daha çox torpağın və ya yerüstü təbii ehtiyatların mənimsənilməsi ilə həll ediblər. XVIII əsrdən etibarən isə bəşəriyyətöz inkişafının sənaye cəmiyyəti mərhələsinə qədəm qoymağa başlayıb. O sənaye cəmiyyəti ki, biz inkişafın bu mərhələsini öyrənərkən onu da öz növbəsində I, II, III və IV sənaye inqilabları mərhələlərinə bölürük.

Aqrar cəmiyyətdə əkilən becərməyə torpağı olan güclü hesab edilirdisə, sənaye cəmiyyətində sənayesi inkişaf etmiş cəmiyyətlər daha güclü idi. Hazırda IV Sənaye İnqilabı adlandırdığımız dövr bir çox hallarda informasiya cəmiyyəti kimi də qələmə verilir. Bu dövrdə geniş torpaq ərazilərinə və ya inkişaf etmiş sənaye potensialına malik olmaq rəqabətə davam gətirmək üçün kifayət deyil. Belə ki, informasiya cəmiyyətində rəqabətə davam gətirmək, eləcə də dövrün ehtiyaclarına effektiv həll yolları gətirə bilmək üçün yetərli informasiyaya sahib olmaq başlıca şərtlərdəndir. Bununla belə, əldə edilən informasiyanın səmərəli idarə olunması, eləcə də ondan əlavə dəyərə malik məhsul və ya xidmətlərin ərsəyə gətirilməsi analitik bilik və bacarıqlar tələb edir. İnformasiya dövründə ön plana çıxan yüksək texnologiya istehsalı, eləcə də onun səmərəli istehlakı ən aktual məsələlərdən hesab olunur. Buna nümunə olaraq, Vətən müharibəsində xalqımızın igid və cəsur hərbcilərinə yeni imkanlar açan, eləcə də dövlətimiz üçün qalibiyyət tarixini yaxınlaşdıran, həmçinin itkilərimizin az olmasına ciddi şəkildə səbəb olan yeni nəsil insansız döyüş alətlərinin səmərəli istifadəsini göstərə bilərik.

Qabaqcıl dünya təcrübəsində yüksək texnologiya istehsal və ixrac edən iqtisadiyyatların uğurunun əsasını özü-özünü inkişaf etdirən innovasiya, o cümlədən startap ekosisteminin qurulması təşkil edir. Bu ekosistem tamamilə bilik əsaslı yanaşmalarla əhatə olunur. Qeyd etməliyik ki, bilik əsaslı yanaşmalar maliyyə və zaman tutumluluğu ilə seçilən, bununla belə insan kapitalının davamlı inkişaf etdirilməsinə hesablanmış iqtisadiyyatın formalaşdırılmasını

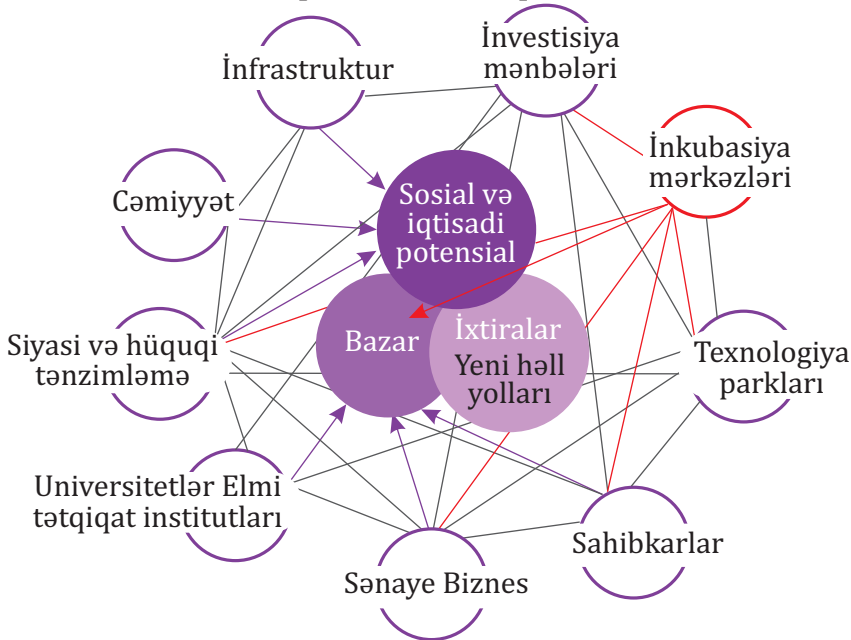
tələb edir. Məsələn, 2018-ci il üzrə dünya iqtisadiyyatında ən böyük bazar payına malik 4 ölkə (ABŞ - 23,9%, Çin - 15,86%, Yaponiya - 5,79% və Almaniya - 4,65%) həm də tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinə ən çox investisiya qoyan ölkələr (ABŞ – 476,5 mlrd. dollar; Çin - 370,6 mlrd. dollar, Yaponiya – 170,5 mlrd. dollar, Almaniya - 109,8 mlrd. dollar) olub. Bu tendensiyanı digər illərdə də müşahidə edə bilərik.

Müstəqillik illərində ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı istiqamətində böyük layihə və proqramlar həyata keçirilib və proses hazırda da müxtəlif istiqamətlərdə davam edir. Təkcə son 15 ildə ölkə iqtisadiyyatına 250 milyard manat investisiya qoyulub. Hazırda Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın və cəmiyyətin inkişafını tənzimləyən ən genişmiqyaslı Dövlət Proqramı “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”dir. Sözügedən Dövlət Proqramından irəli gələn məqsədlərin reallaşdırılması dayanıqlı makroiqtisadi sabitliyə xidmət edən effektiv makroiqtisadi siyasət çərçivəsinin formalaşdırılmasını, iqtisadi inkişafın ortamüddətli və uzunmüddətli “hərəkətverici qüvvələri”nin möhkəmləndirilməsini - insan kapitalının müasirləşdirilməsini, rəqəmsal iqtisadiyyatın genişləndirilməsini və iqtisadi suverenliyin tam təmin olunmasını tələb edir. Sənəddə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına dair qeyd olunan beş Milli Prioritetin reallaşdırılması da bütövlükdə bilik əsaslı iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsinə hesablanıb. Qabaqcıl dünya təcrübəsinə görə, bilik əsaslı iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi isə insan kapitalının inkişafına hesablanmış innovasiya ekosisteminin formalaşdırılmasıdır ki, bu da effektivliyi ilə seçilən elm-təhsil-biznes əməkdaşlığı ilə mümkün ola bilər.

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq, innovasiya ekosistemi, eləcə də effektiv startap mühiti anlayışlarını izah edərkən aşağıdakı yanaşmaların əhəmiyyətini müşahidə edə bilərik. Belə ki, müxtəlif mənbələrə nəzər yetirdikdə görürük ki, effektiv startap ekosistemi bazarın ehtiyac və tələblərinə uyğun olaraq, ideyanın formalaşdırılması və inkişafı ilə əlavə dəyərin ərsəyə gətirilməsinə zəmin və şərait yaradan, eləcə də təşviq edən, lazım gəldikdə katalizator rolunu oynayan amilləri ilə seçilən iqtisadi fəaliyyətlər mühitidir. İnnovasiya ekosistemi iqtisadiyyatın rəqabətçil böyüməsinin davamlılığı naminə insan kapitalını inkişaf etdirən, həmçinin fərdi və komanda işində əlavə dəyər ifadə edən təşəbbüsləri bütün təfərrüatları ilə dəstəkləyən iqtisadi mühitdir.

İnnovasiya, o cümlədən startap ekosistemi hazırda dünyanın ən qabaqcıl iqtisadiyyatlarının əsas gətirdüyü inkişaf modelidir. Bu iqtisadi inkişaf modelinin məqsədi maraqlı tərəflər arasında kommunikasiya və münasibətləri (məhsuldarlıq baxımından) tənzimləyir, asanlaşdırır və daha əlçatan olmasını dəstəkləməklə yanaşı, həm də təşviq edir. Bu məzmununda innovasiya ekosisteminin infrastruktur elementləri (tərəfləri) fondlar, avadanlıqlar, qurğular və kommunikasiya alətləri olduğu halda, əsas oyunçuları insan kapitalı (tələbələr, professor-müəllim heyəti, biznes və sənayenin təşəbbüskar və tədqiqatçı baxışlı nümayəndələri, investorlar və s.) rolunu oynayanlardır. İnnovasiya ekosisteminin institusional tərəfləri isə universitetlər, tədqiqat institutları, biznes və mühəndislik məktəbləri, tədqiqatçı firmalar, ventur kapitalistlər (VC), investisiya fondları, maliyyə agentlikləri və digər təşkilatlardır. Ümumiyyətlə, qanunvericiliklə tənzimlənməsinə baxmayaraq, təşəbbüskarlığı və intellektual vəziyyəti ilə seçilən cəmiyyətin həyat tərzinin nəticəsi kimi də qiymətləndirilə bilən innovasiya ekosistemi mürəkkəb quruluşa malik olsa da, burada proseslər özü-özünü tənzimləyən xarakterə malikdir.

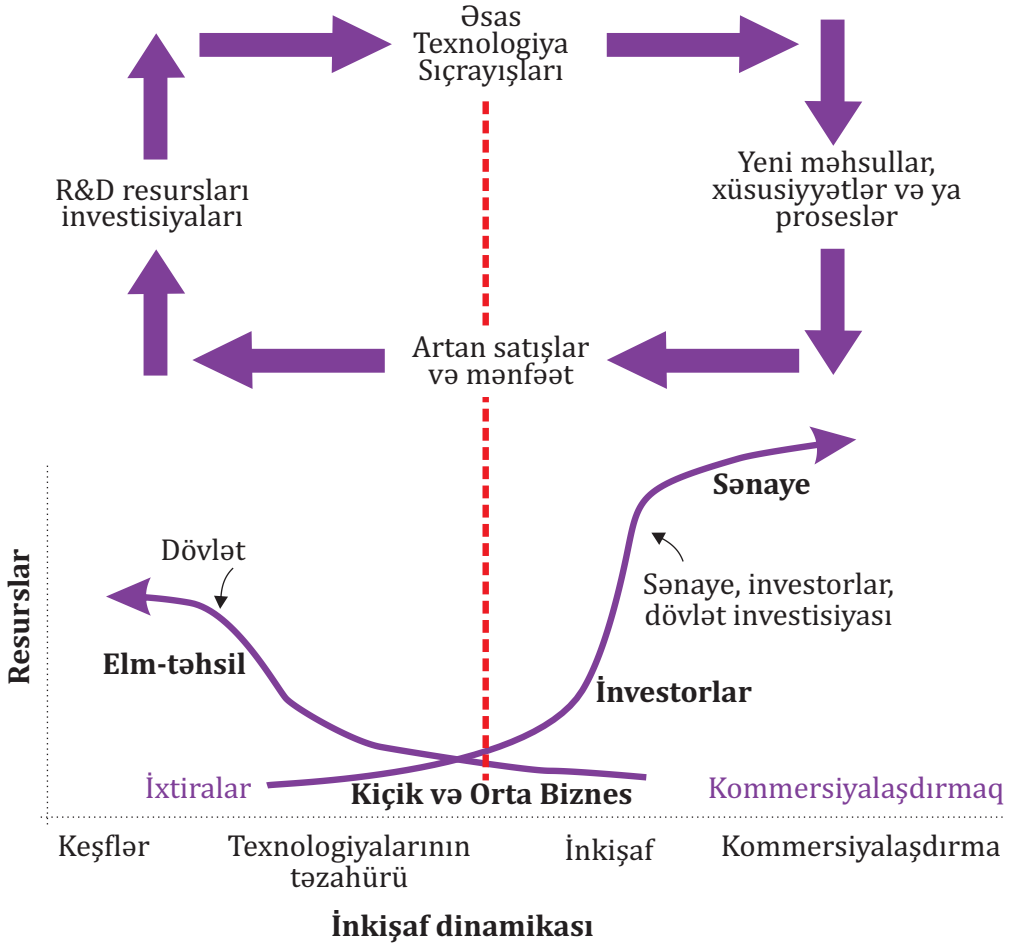
Şəkil 1. İnnovasiya və sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi üçün ekosistemdə proseslərin əlaqələndirilməsi sxemi



Mənbə: İ.Qasımov, F. Cəbiyev, *İnnovasiya Sahibkarlığı və Texnoparklar*, s. 69

Dünyanın qabaqcıl ekosistemlərinin iqtisadiyyatın inkişafında yeri və rolunu aşağıdakı sxem ilə təsvir etmək olar:

Şəkil 2. İnnovasiya ekosistemində bilik əsaslı yanaşmaların iqtisadiyyatda rolu və təsirlərini əks etdirən sxem



Mənbə: Deborah J. Jackson, *What is an Innovation Ecosystem?* National Science Foundation.

İnnovasiya ekosistemində universitet-sənaye əməkdaşlığı dedikdə əsasən universitetlərdəki bilik, təlim keçmiş işçi qüvvəsi və tədqiqat potensialını sənayenin təcrübəsi və maliyyə gücü ilə birləşdirərək həyata keçirilən institusional fəaliyyətlər başa düşülür. Universitetlər bir tərəfdən innovativ

texnologiyaların inkişafına rəhbərlik edir, digər tərəfdən isə elmi biliklərin formalaşmasında fəal rol oynayır. Universitet-sənaye əməkdaşlığında mövcud olan qarşılıqlı fayda prinsipi əsasında bu əməkdaşlığın müxtəlif motivləri meydana çıxır ki, bunlar universitetin təhsil və tədqiqat işləri üçün maliyyə dəstəyinin tapılması, sənaye ilə əməkdaşlığı ilkin şərt hesab edən dövlət fondlarının imkanlarından yararlanılması, ictimai maraqlara xidmət missiyasının yerinə yetirilməsi, tələbələr və alimlər üçün sənaye təcrübə sahələrinin açılması, tədqiqat tezisləri üçün aktual problemlərin müəyyən edilməsi, regional iqtisadi inkişafa töhfə verilməsi və məzunlar üçün iş yerlərinin yaradılmasıdır. Sənaye üçün üstünlüklər isə universitetin tədqiqat infrastrukturuna, o cümlədən laboratoriya qurğularından istifadə imkanlarına və insan resurslarına çıxış əldə etmək, universitetlər tərəfindən təmin edilən davamlı təhsil fəaliyyətlərindən faydalanmaq, şirkətlərin reputasiyasını və imicini yüksəltmək, texnologiyaların genişləndirilməsi və innovasiyaları təmin etmək, öz tədqiqat potensialını artırmaqla rəqabətə davamlı olmaq, region və ölkə qarşısında sosial məsuliyyət borcunu yerinə yetirməkdən ibarətdir. Bu transformasiya ilə universitetlər təkcə tədqiqat, inkişaf və innovasiya fəaliyyətləri ilə sənayenin problemlərinə innovativ həllər təklif etməzlər, həm də ölkənin global səviyyədə texnologiya rəqabətində lider olmasını təmin edəcək texnologiyaların inkişafında mühüm rol oynayırlar.

Sənaye cəmiyyətindən informasiya cəmiyyətinə keçidlə birlikdə ali təhsilin insanlar, iqtisadiyyat, bütövlükdə cəmiyyət üçün əhəmiyyətinin artması ali təhsil müəssisələrinə olan gözləntiləri də artırıb və tələbləri şaxələndirib. İnformasiya cəmiyyətində universitetlər qarşısında iş dünyası ilə əməkdaşlığın artırılması, üstün keyfiyyətlərə malik mütəxəssislərin hazırlanması, elm tutumlu fəaliyyətlərin artırılması və istehsal olunan biliyin iqtisadiyyatda tətbiq edilməsi kimi müxtəlif tələblər qoyulur.

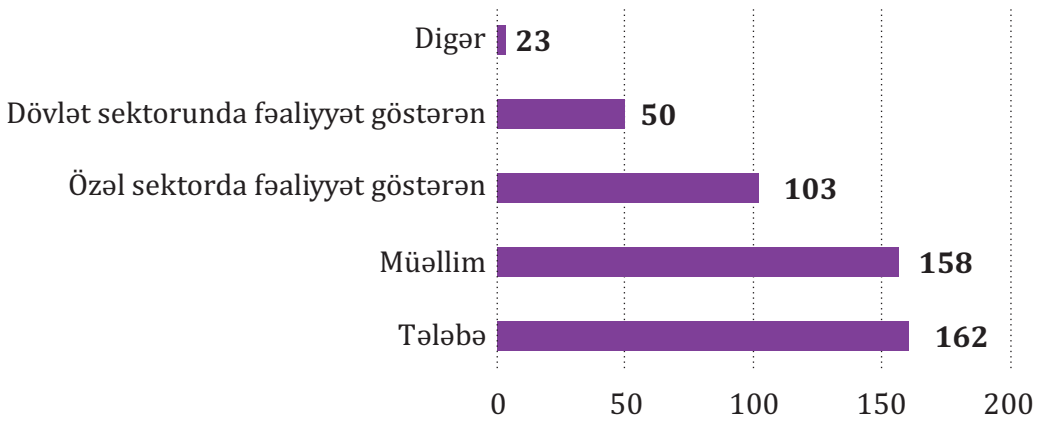
7.4 Azərbaycanda startap mühitinin inkişafında universitetlərin rolu və gözləntilərin təhlili anket nəticələrində

Üçüncü nəsil universitetlərin məqsədlərində təhsil və tədqiqat ilə yanaşı, bilikdən istifadə amili də əsas meyar kimi götürülür. Bu mənada deyə bilərik ki, təhsil informasiyanın öyrənilməsi və tədqiq edilməsi yolu ilə biliyin

formalaşdırılması prosesidir. Deməli, üçüncü nəsil universitetlərin fəaliyyətlərində əsas hədəf də bilikdən istifadə olmalıdır. Nəzərə alınmalıdır ki, innovasiya ekosisteminin formalaşdırılmasında təhsil və tədqiqat prosesləri üçün əsasını təşkil edir. Bu mənada Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin formalaşdırılması mexanizmlərinin təməlinə innovativliyi, təşəbbüskarlığı və çevikliyi ilə seçilən, eləcə də lokal iqtisadi potensialların regional və global bazarları da nəzərə alaraq inkişaf etdirilməsinə hesablanmış hədəfləri olan universitetlərin inkişaf etdirilməsi ən mühim amillərdən biri kimi dayanır.

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq, Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin formalaşması və inkişafına təsir edən başlıca faktorlardan hesab olunan elm-təhsil-biznes əməkdaşlığı və ona təsir edən amillərin təhlil edilməsi məqsədilə (2020-21-ci illərdə) apardığımız sorğunun nəticələri aşağıdakı kimidir. Qeyd edək ki, tələbə, müəllim, dövlət və özəl sektorun nümayəndələri, və digərlərinin qatıldığı anketdə cəmi 496 respondent iştirak edib.

Anketdə iştirak edənlər (cəmi 496 nəfər)

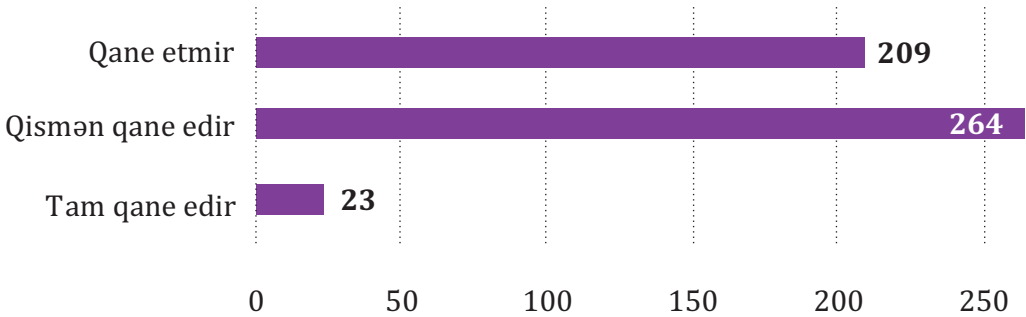


Sxemdən göründüyü kimi, respondentlərin 162 nəfəri (33%) tələbələr, 158 nəfəri (32%) müəllimlər, 103 nəfəri (21%) özəl sektorun nümayəndələri, 50 nəfəri (10%) dövlət sektorunun nümayəndələri, 23 nəfəri (4%) isə digər şəxslər olub.

Sorğu nəticələrini təhlil edərkən aydın olur ki, iştirakçıların əksəriyyəti innovasiya ekosisteminin inkişafında maraqlı olsa da, bu sahənin

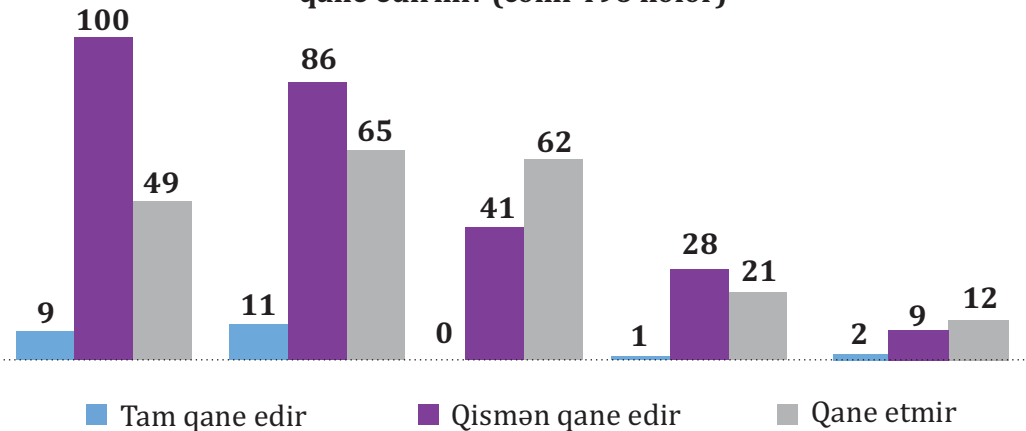
formalaşmasında əhəmiyyətli faktorlardan olan elm və təşkil sahəsində mövcud vəziyyət qənaətbəxş deyil. Məsələn, **“Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlərdə tədris prosesi sizi qane edirmi?”** sualına cavab verənlərin cəmi 23 nəfəri “tam qane edir” cavabını seçib. Doğrudur, iştirakçılardan 264 nəfər “qismən qane edir” cavabını versə də, 209 nəfər “qane etmir” cavabını seçib.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlərdə tədris prosesi sizi qane edirmi? (cəmi 496 nəfər)

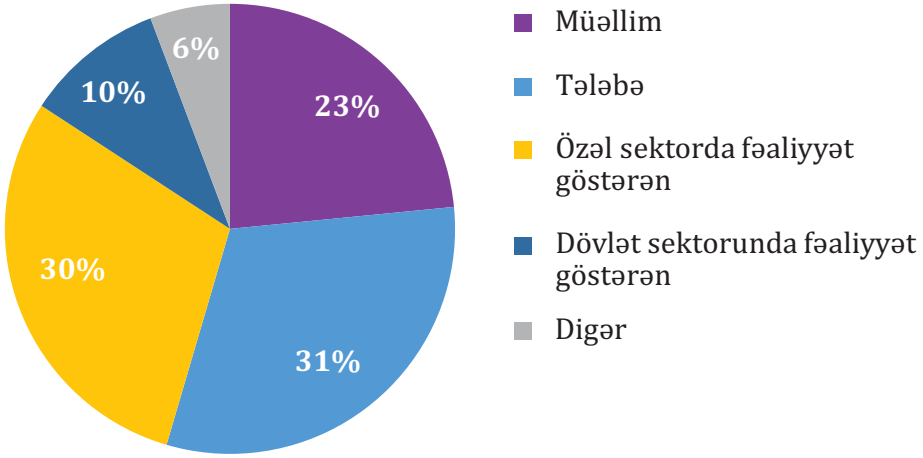


Bununla belə, bu suala cavab verənlərin statuslarına nəzər salarkən daha maraqlı məqamlar ilə rastlaşırıq. Belə ki, Şəkil 5 və 6-da görürük ki, “qane etmir” deyənlərin 31%-i tələbələr, 23%-i müəllimlər, 30%-i özəl sektorun nümayəndələri, 10%-i dövlət sektorunun nümayəndələri, 6%-i isə digər iştirakçılar olub.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlərdə tədris prosesi sizi qane edirmi? (cəmi 496 nəfər)

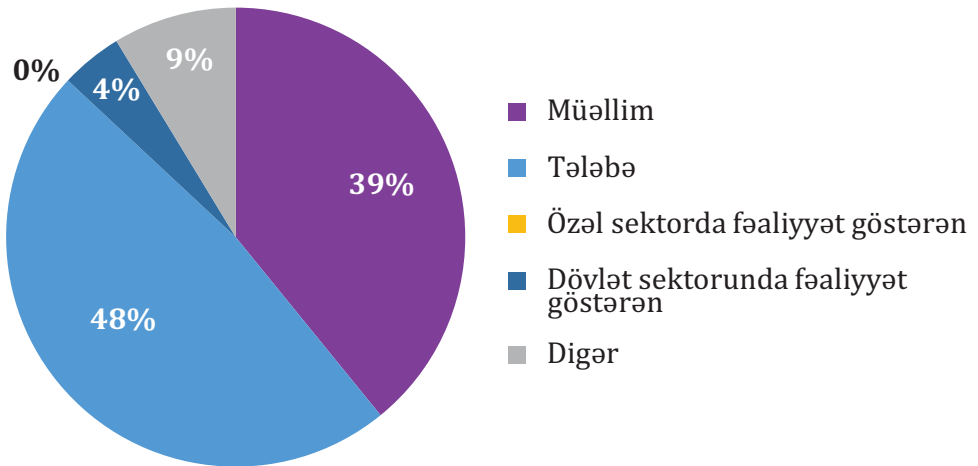


Qane etmir



Maraqlı məqamlardan biri odur ki, "Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlərdə tədris prosesi sizi qane edirmi?" sualına "tam qane edir" cavabını seçənlər arasında özəl sektorun nümayəndələri heç yoxdur. (Şəkil 7.) Halbuki bu suala cavab verən respondentlərin 103 nəfəri özəl sektorun nümayəndələri olub. Nəzərə alsaq ki, innovasiya ekosistemində, o cümlədən elm-təhsil-biznes əməkdaşlığında özəl sektorun rolu kifayət qədər əhəmiyyətlidir, onda burdakı vəziyyətin ciddiliyini bir daha təsəvvür edə bilərik.

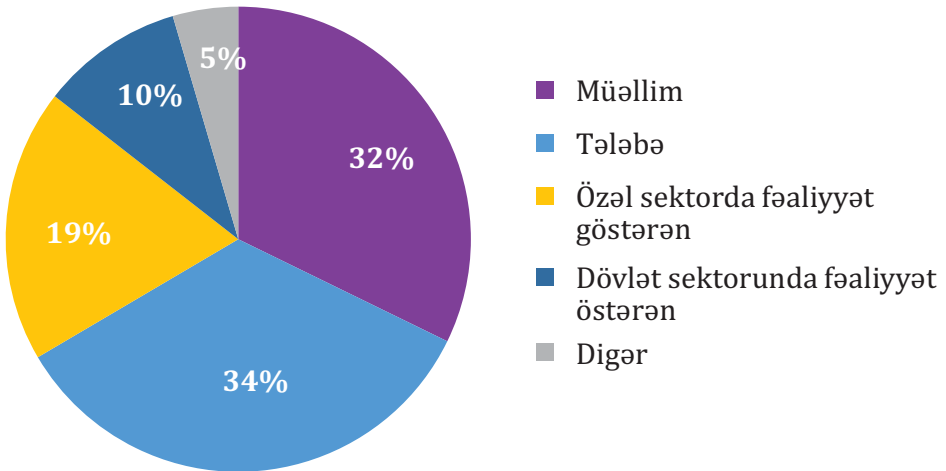
Tam qane edir



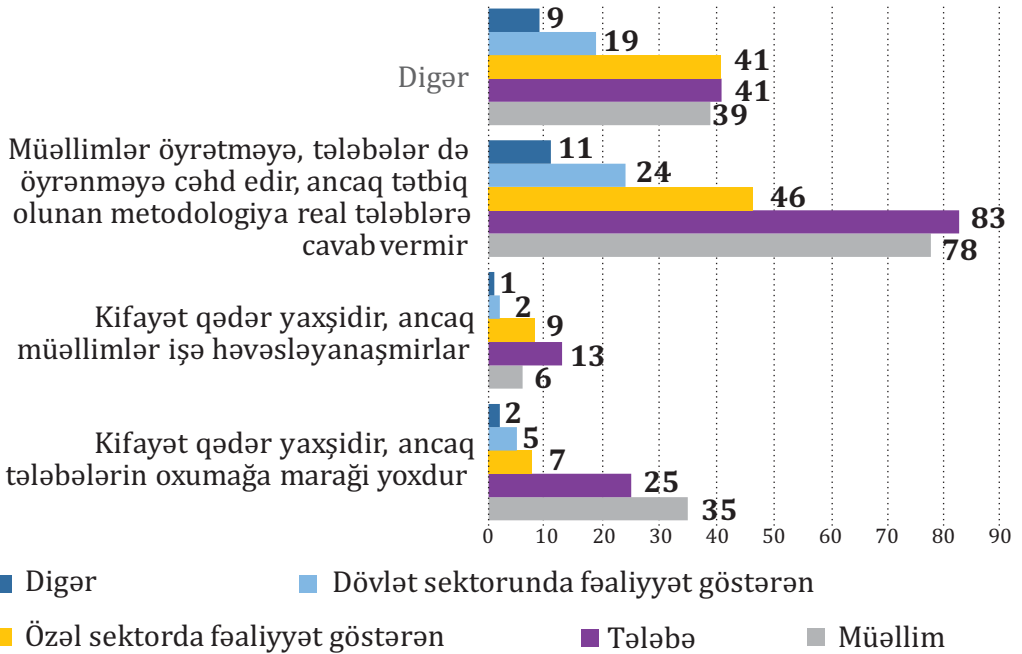
Fikrimizcə, burada müşahidə olunan arzuolunmaz vəziyyətin gələcəkdə aradan qaldırılması üçün ali təhsil müəssisələrinin tədris və tədqiqat fəaliyyətlərinə olan inam və etibarın artırılması istiqamətində ciddi və kütləvi işlər görülməlidir. Elm və təhsil müəssisələrində şəffaf mühitin formalaşdırılması fonunda akademik müstəqilliyin təmin olunması, bu məqsədlə elmi-pedaqoji heyətin innovasiya ekosisteminin formalaşdırılması proseslərinə aktiv cəlb olunması vacib amillərdəndir.

“Ali təhsil prosesində tətbiq olunan mövcud mexanizmlər”lə bağlı qoyulmuş suallara müxtəlif statusa malik insanlar tərəfindən verilmiş cavablar da maraq doğurmaqla yanaşı, mövcud vəziyyətin dəyərləndirilməsində spesifik əhəmiyyətə malikdir. Suala cavab verənlərin 242 nəfəri (cəmi 496 nəfərdən) bildirir ki, “müəllimlər öyrətməyə, tələbələr də öyrənməyə cəhd edir, ancaq tətbiq olunan metodologiya real tələblərə cavab vermir”. Əslində bu vəziyyət bir yandan problemin ciddiliyini nümayiş etdirsə də, digər tərəfdən çevik dəyişikliklərin əldə olunması üçün fürsətlərin mövcudluğundan xəbər verir.

Müəllimlər öyrətməyə, tələbələr də öyrənməyə cəhd edir, ancaq tətbiq olunan metodologiya real tələblərə cavab vermir

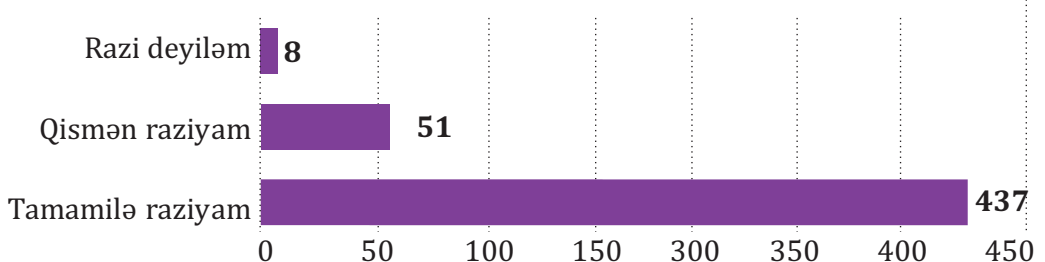


Ali təhsil prosesində tətbiq olunan mövcud mexanizmlər (cəmi 496 nəfər)

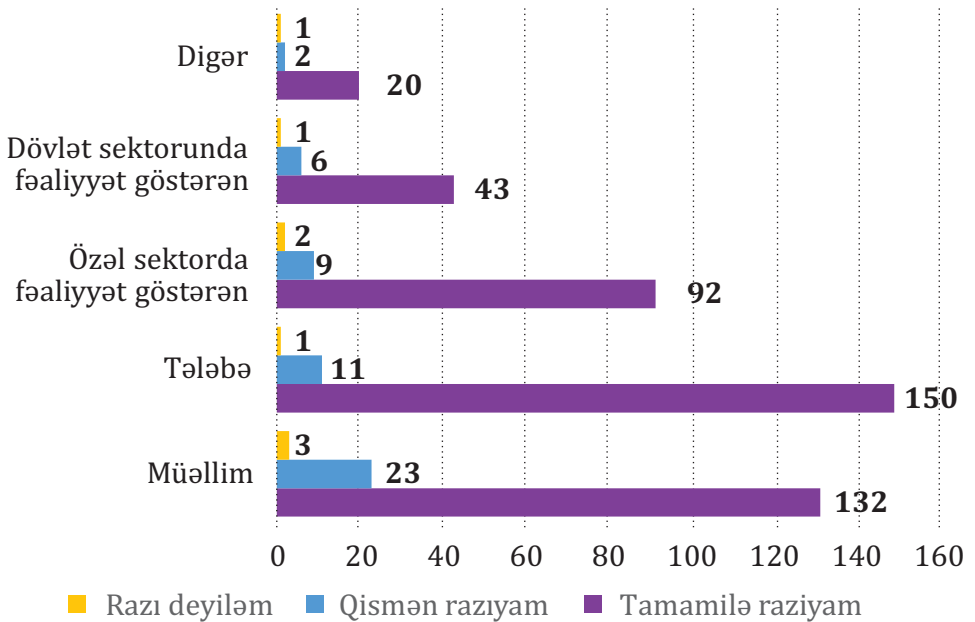


496 nəfər respondentin 98%-i (88% tam, 10% qismən) **“Tədris prosesində iş dünyasının ehtiyac və tələblərinə cavab verən yeni mexanizmlərin tətbiqi zəruridir”** fikri ilə razılaştıqlarını bildirib. Maraqlıdır ki, 2% (cəmi 8 nəfər) olsa belə, bu fikir ilə razılaşmayan iştirakçılar da qeydə alınıb. Onların 3 nəfəri müəllim, 1 nəfəri tələbə, 2 nəfəri özəl sektorda fəaliyyət göstərən, 1 nəfər dövlət sektorunda fəaliyyət göstərən, 2 nəfər isə digər sahələrin nümayəndələri olub.

Tədris prosesində iş dünyasının ehtiyac və tələblərinə cavab verən yeni mexanizmlərin tətbiqi zəruridir (cəmi 496 nəfər)

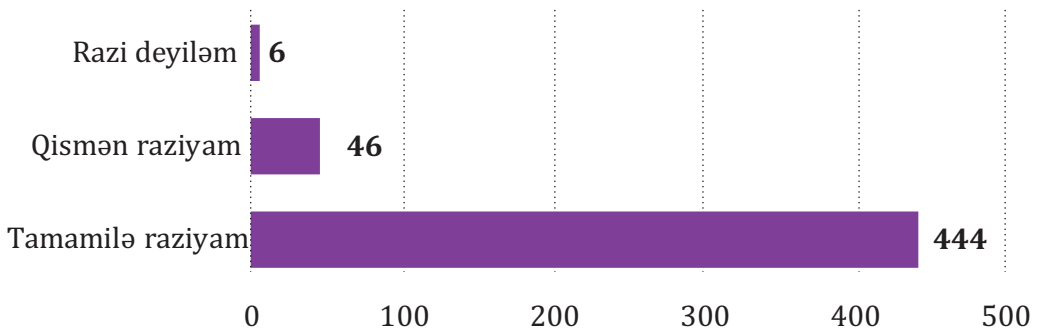


Tədris prosesində iş dünyasının ehtiyac və tələblərinə cavab verən yeni mexanizmlərin tətbiqi zəruridir (cəmi 496 nəfər)

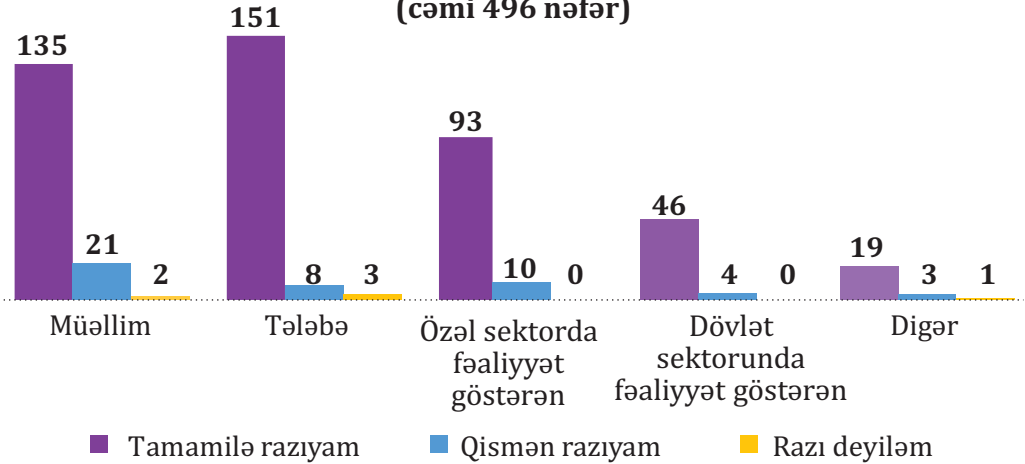


“Təhsil sisteminin bazarın tələb və ehtiyaclarına cavab verməsi üçün universitetlər iş dünyası ilə əməkdaşlıq etməlidir” fikri ilə iştirakçıların 99%-i razılaşıb. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, anket iştirakçılarından özəl və dövlət sektorlarının nümayəndələrinin hamısı bu fikir ilə razı olduqlarını qeyd ediblər.

Təhsil sisteminin bazarın ehtiyac və tələblərinə cavab verməsi üçün universitetlər iş dünyası ilə əməkdaşlıq etməlidir (cəmi 496 nəfər)



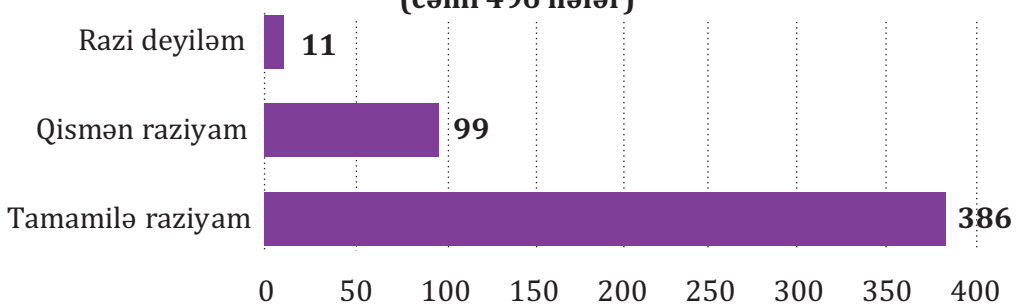
Təhsil sisteminin bazarın ehtiyac və tələblərinə cavab verməsi üçün universitetlər iş dünyası ilə əməkdaşlıq etməlidir.
(cəmi 496 nəfər)



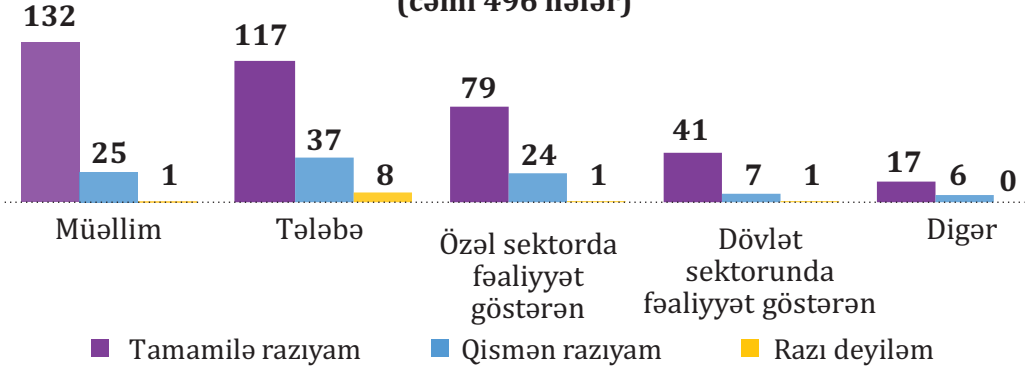
Bu nəticələrə əsasən deyə bilərik ki, Azərbaycanda ali təhsil sistemində yeni və mütərəqqi yanaşmaların tətbiqinin zəruriliyini bütün tərəflər başa düşür və qəbul edir. Deməli, yeni mexanizmlərin tətbiqini təmin etmək üçün müvafiq qərar və sərəncamlarla yanaşı, infrastruktur və metodologiyani bilən intellektual kapital imkanları da zəruridir.

“Təmsil etdiyiniz müəssisənin (və ya sizin) maraqlarına uyğun təklif gələrsə, universitet-sənaye əməkdaşlığına maraq göstərərəm” fikri ilə razılaşanlar da çoxluq təşkil edib. Belə ki, iştirakçıların 78%-i bu fikirlə tam, 20 %-i isə qismən razı olduqlarını bildiriblər.

Təmsil etdiyiniz müəssisənin (və ya sizin) maraqlarına uyğun təklif gələrsə universitet-sənaye əməkdaşlığına maraq göstərərəm
(cəmi 496 nəfər)

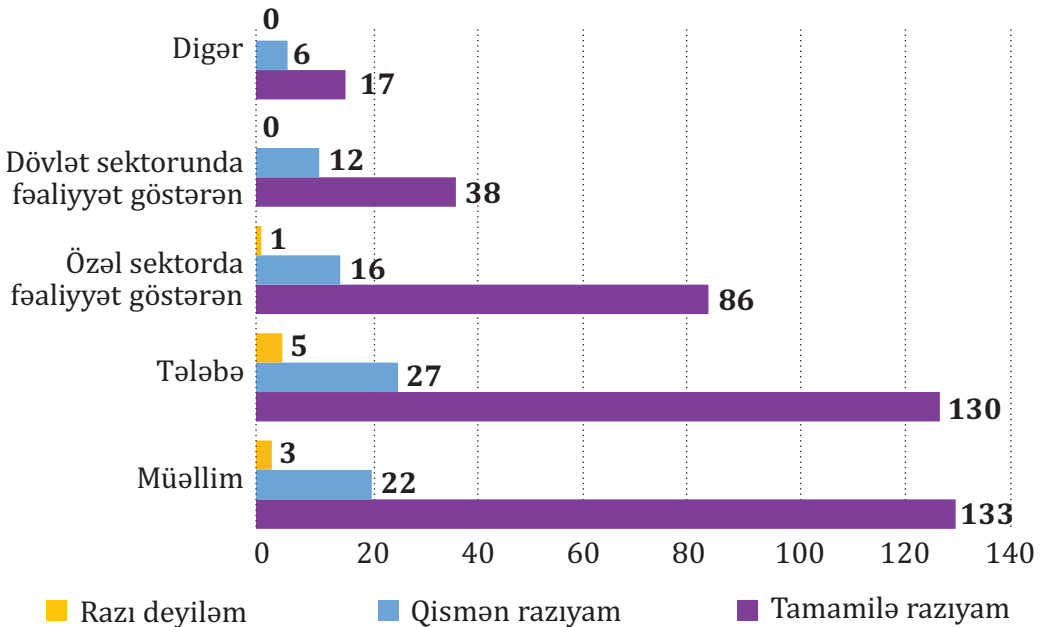


Təmsil etdiyiniz müəssisənin (və ya sizin) maraqlarına uyğun təklif gələrsə universitet-sənaye əməkdaşlığına maraq göstərərəm (cəmi 496 nəfər)



Anket iştirakçıları ali təhsil sistemində təşəbbüskarlıq məsələlərinin tədrisi və təbliğini də əksəriyyət olaraq dəstəkləyirlər.

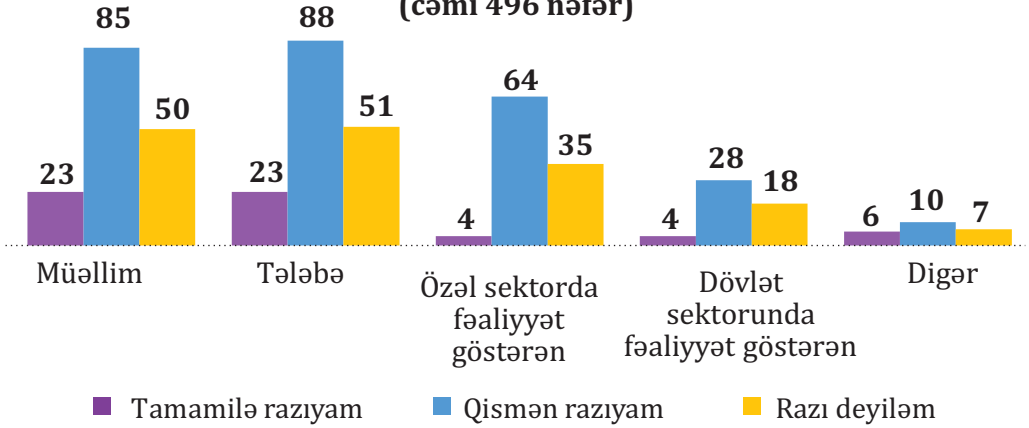
Sürətlə dəyişən bazarın tələblərinə uyğunlaşa bilmək üçün təşəbbüskarlığın (sahibkarlığın), o cümlədən təşəbbüskarlıq yanaşmalarını dəstəkləyən metodların tədrisi əhəmiyyətlidir (cəmi 496 nəfər)



Anket iştirakçılarının Azərbaycanda universitet-sənaye əməkdaşlığı haqqında fikirləri isə aşağıdakı kimi olub:

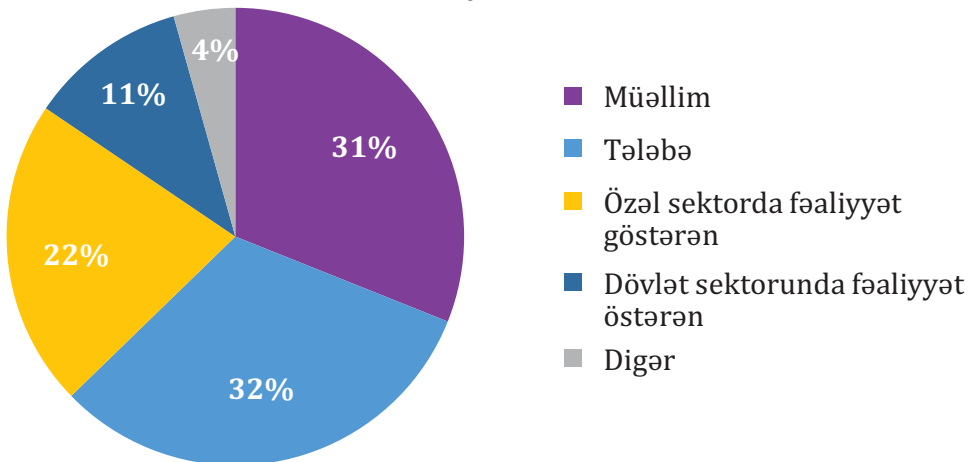
Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlər iş dünyasının maraqlarına cavab verən kadrlar hazırlaya bilirlər

(cəmi 496 nəfər)



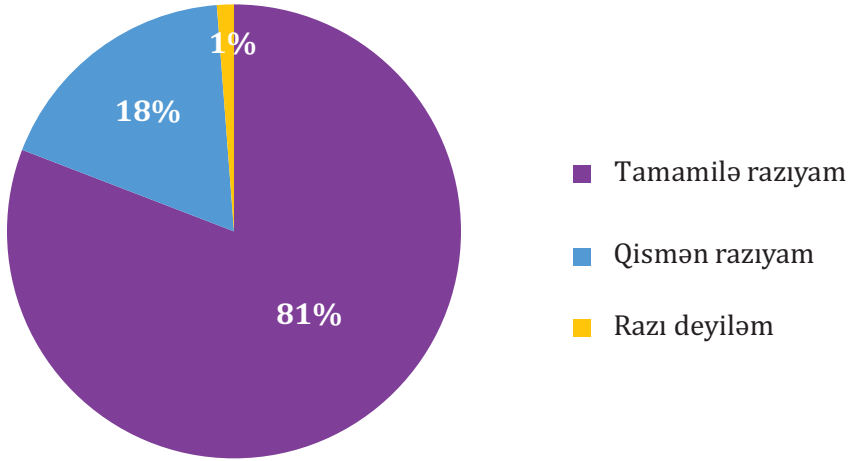
Göründüyü kimi, "Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlər iş dünyasının maraqlarına cavab verən kadrlar hazırlaya bilirlər" fikrinə respondentlərin münasibəti (bütün statuslar üzrə) əvvəlki suallara verilən cavabları təsdiqləyib. İştirakçıların çoxu bu fikirlə qismən razı olsa da, bu fikir ilə razı olmayanlar da kifayət qədər çoxluq təşkil edib. Maraqlı məqamlardan biri də odur ki, bu fikir ilə razı olmayanların əksəriyyəti tələbə, müəllim və özəl sektorun nümayəndələri olub. Başqa sözlə, ali təhsil sisteminin başlıca maraqlı tərəfləri bildirirlər ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən universitetlər iş dünyasının maraqlarına cavab verən kadrlar hazırlaya bilmirlər.

Razı deyiləm



Anket iştirakçılarının böyük əksəriyyəti qeyd edir ki, universitet-sənaye əməkdaşlığı bu prosədə rol alan bütün tərəflərə yeni dəyər və imkanlar qazandıracaq.

Universitet-sənaye əməkdaşlığı bu əməkdaşlıqda rol alan bütün tərəflər üçün əlavə imkanlar formalaşdıracaq (100% = 496 nəfər)



Verilən məlumatlarla yanaşı, qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda startap mühitinin inkişafında elm və təhsil müəssislərinin rolu danılmazdır. Doğrudur, fəaliyyət göstərən bütün elm və təhsil müəssisələrində vəziyyət arzuolunan deyil. Bununla belə, aparılan islahatlar öz töhfəsini verməklə bərabər, yeni nəslin tələb və ehtiyacları, həmçinin qlobal təsirlərin də rolu ilə, xüsusilə bir neçə ali təhsil müəssisəsinin fəaliyyəti startapların inkişafı üçün yaxşı imkanlar verə bilər.

Elm və təhsil müəssisələrində startap ekosisteminin inkişaf etdirilməsi məqsədilə aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:

1. Təşəbbüskar (sahibkar və ya startap) yanaşmalarını dəstəkləyən mühitin inkişaf etdirilməsi məqsədilə:
 - a) təşəbbüskar yanaşmanın formalaşma prosesini ümumtəhsil məktəblərinin təlim-tərbiyə işində nəzərə almaq;

- b) aidiyyəti üzrə sahibkarlıq dərslərinin tədrisi proqramlarına əlavə etmək və bu sahədə peşəkarlığı artırmaq;
- c) sahibkarlıq dərslərini iş dünyasının təcrübəli mütəxəssislərinin iştirakı ilə təşkil etmək;
- d) startap mühiti formalaşdırılarkən iş dünyası ilə sıx əməkdaşlıq etmək;
- e) dərslər proqramlarını hazırlanarkən iş dünyasının tələblərini nəzərə almaq;
- f) təşəbbüskar gənclərin startap fəaliyyətlərini təşviq etmək və dəstəkləmək.

2. Universitetlərdə Texnoloji Transfer Ofislərinin (TTO) formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi məqsədilə:

- a) texnoloji Transfer Ofislərinin formalaşdırılması üçün universitetlərə maliyyə dəstəyi göstərmək;
- b) ayrılan maliyyə vəsaitinin monitorinqini təmin etmək, əldə edilən səmərəli nəticələrin müqabilində həvəsləndirici addımlar atmaq;
- c) universitetlərdə kafedraların nəzdində mövcud olan laboratoriya imkanlarını inkişaf etdirmək və burada aparılan elmi tədqiqatların nəticələrinin TTO-lar vasitəsilə kommersiyalaşdırılmasını dəstəkləmək;
- d) ölkədə fəaliyyət göstərən iri şirkətlər və sənaye parkları ilə sıx əməkdaşlığı tənzimləmək;
- e) TTO-ların fəaliyyəti ilə universitetin professor-müəllim heyətinin sənayenin inkişafında rolunu tənzimləmək;
- f) professor-müəllim heyətini layihələrə aktiv cəlb etmək, eləcə də onların şirkət qurmaq kimi fəaliyyətlərini təşviq etmək;
- g) magistr və ya doktorantların dissertasiya mövzularını iş dünyasının real problemlərinə, eləcə də ölkənin başlıca strateji inkişaf problemlərinin həllinə yönəltmək.

7.5. Azərbaycanda biznes inkubasiya və akselerasiya xidməti verən bəzi mərkəzlər haqqında

Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişafı əsasən 2012-ci ildən sonrakı dövrü əhatə edir. Bu dövr ümumiyyətlə, Azərbaycanda innovativ fəaliyyətlərin formalaşması və inkişafı baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Yuxarıda ekosistemin institusional məsələləri haqqında informasiyalar ilə tanış olarkən də biz bunu müşahidə etdik. Əlbəttə, bu dövrdən əvvəl həyata keçirilən islahatlar, eləcə də iqtisadi artım potensialı da buna zəmin hazırlayıb.

Sözgedən dövr ərzində Azərbaycanda yüzlərlə startap formalaşmış, bunlardan onlarla startap nəinki Azərbaycanda, eləcə də qlobal bazarda xeyli uğurlara imza atıb. Sevindirici haldır ki, son illər Azərbaycanda özəl sektorun iri şirkətləri də bu sahəyə investisiya qoymağa marağ göstərir və bunun getdikcə artdığı müşahidə olunur. Dünya təcrübəsindən bilinir ki, startap ekosisteminin inkişafında özəl sektorun rolu əvəzənməzdir. Dövlət bu prosesdə nə qədər əhəmiyyətli rola malik olsa da, özəl sektorun bu sahəyə investisiyası, sözün həqiqi mənasında, özü-özünü tənzimləyən və inkişaf etdirən bilən ekosistemin formalaşmasına şərait yaradır. Özəl sektorun innovativ fəaliyyətlərə maraqlı olması və problemlərin həllində, eləcə də rəqabətdə yüksək keyfiyyətə nail ola bilmək üçün yeni həll yollarını startap fəaliyyətlərində axtarması çox əhəmiyyətli məqamdır. Məhz belə şəraitdə startap fəaliyyətinin kütləviləşməsi və davamlılığı təmin olunur ki, bu da iqtisadiyyatın sərbəst bazar şərtləri ilə inkişafını tələb edir. Başqa sözlə, sərbəst bazar şərtləri formalaşmadığı halda özəl sektorun startaplara olan marağının davamlılığı və kütləviləşməsi ciddi risklərlə qarşılaşa bilər.

Ümumiyyətlə, startap ekosisteminin ən uğurlu olduğu Silikon Vadisi nümunəsində bunu daha aydın müşahidə etmək mümkündür. Burada formalaşdırılmış əlverişli mühit özü-özünü tənzimləyən ekosistemlər arasında spesifikliyi ilə də seçilir. Burada nəinki sərbəst bazar şərtləri mövcuddur, sistem hətta dini, siyasi və digər ideoloji yanaşmalardan da uzaq dayanır. Məsələn, ABŞ hökumətinin “soyuq müharibə” şəraitində olduğu ölkələrin, o cümlədən bu ölkələrin vətəndaşlarının belə buradakı innovativ iqtisadiyyatın oyunçuları olması üçün heç bir maneə yoxdur. Əksinə, ABŞ bu sahənin daha sürətli inkişafı

üçün daha əlçatan viza yanaşmaları və s. tətbiq edir.

Azərbaycanda dövlət və özəl sektorun inkubasiya və akselerasiya fəaliyyətlərinə olan marağı bu sahənin inkişafına verilən önəmin bariz nümunəsi kimi qiymətləndirilə bilər. Düzdür, burada global iqtisadi inkişaf istiqamətlərinin də təsiri danılmazdır. Ancaq çox da geniş bazar imkanlarına malik olmayan Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin inkişafını dövlətin apardığı iqtisadi islahatların nəticəsi kimi qiymətləndirə bilərik.

Qeyd etməliyik ki, Azərbaycanda innovasiya, o cümlədən startap ekosisteminin inkişafında müxtəlif tərəflərin, o cümlədən inkubasiya və akselerasiya xidmətləri göstərən qurumların sayının artması müşahidə olunur. Bu isə öz növbəsində yeni ehtiyaclar, o cümlədən bu sahədə eyni platformalarda müxtəlif tərəflər haqqında informasiyaların verilməsi, həmçinin onlar arasında effektiv kommunikasiyaların formalaşdırılması kimi tələblər meydana çıxarıb.

Bu cür xidmətlər göstərən qurumlara “EnterpriseAzerbaijan.com”, “ttcp.az” və “startap.az” kimi platformaları nümunə göstərmək olar.

Enterprise Azerbaijan - İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin operatoru olduğu “www.enterpriseazerbaijan.gov.az” portalı Prezident İlham Əliyevin 19 sentyabr 2018-ci il tarixli “Qeyri-neft sektorunda rəqabətqabiliyyətli daxili istehsalın dəstəklənməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Sərəncamına əsasən təsis olunub.

“Enterprise Azerbaijan” portalının məqsədi ölkənin investisiya cəlbediciliyini yüksəltmək və iqtisadiyyatının inkişafı üçün alternativ maliyyələşmə mənbələrindən istifadə imkanlarını artırmaqdır.

Portalın missiyası Azərbaycan Respublikasının hüquqi və fiziki şəxsləri tərəfindən hazırlanan investisiya layihələri, aktivlər və investisiya imkanları haqqında məlumatların xarici və yerli investora təqdim edilməsi və bu layihələrin maliyyələşməsi üçün əlverişli platformanın yaradılmasıdır.

Portalın əsas hədəfi potensial investor axtarışında olan layihə təşəbbüskarları (promoterləri) ilə investisiya imkanları axtarışında olan investorları mütəmadi yenilənən, istifadəyə rahat, əlçatan, təhlükəsiz, sürətli və əlverişli məkanda bir araya gətirməklə “Ağıllı ekosistem” yaratmaqdır.

TTCP (Texnologiyanın Transferi və Elmin Kommersiyalaşdırılması Platforması) - texnologiyanın transferi və elmin kommersiyalaşdırılmasını təşviq edən və dəstəkləyən, həmçinin Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin global tələblər və yerli ehtiyaclar kontekstində inkişaf etdirən platformadır.

TTCP Koreya Respublikasının maliyyə dəstəyi ilə, Koreya Elm və Texnologiya Siyasəti İnstitutunun (STEPI) Azərbaycanın Elm və Təhsil Nazirliyinin tabeliyində Yüksək Texnologiyalar Parkı ilə birgə icra etdiyi “Azərbaycanda Yüksək Texnologiyalar Parkının istismar proqramı: tətbiq və potensialın artırılması” layihəsi çərçivəsində qurulub.

TTCP investorlar, o cümlədən biznes və sənaye müəssisələri; texnoparqlar, texnoloji transfer mərkəzləri və biznes-inkubatorlar; təhsil və tədqiqat müəssisələri; aidiyyəti dövlət qurumları, eləcə də digər maraqlı tərəflər arasında effektiv əməkdaşlığın təmin edilməsinə xidmət edir. Əlçatanlığın təmin olunması məqsədilə xidmətlər həm onlayn, həm də ənənəvi formada təmin olunur. Belə ki, məhsuldarlığı onlayn formada artırma ilə xidmətlər (bəzi təlim, mentorluq, hüquq, patent, innovativ metodlar, qayda və resurslara əlçatanlıq, ideya müəllifləri və investorlar ilə əlaqə və ya şəbəkələşmə imkanları və s.) platforma üzərindən təmin edilir. İstifadəçilər TTCP-dən faydalanmaqla (maraqlarına uyğun olaraq) innovativ həll yollarının inkişaf etirilməsinin iştirakçıları ola bilər, həmçinin tədqiqat və inkişaf proseslərindən yararlanırlar. Beləliklə, TTCP irəli sürülən innovativ həll yollarının effektiv inkişafını təmin edir. İnnovativ həll yollarının kütləviləş-dirilməsi və biznesdə (sənayedə) tətbiq edilməsi məqsədilə investorlara çıxış kimi imkanlar da TTCP vasitəsilə daha əlçatandır. TTCP bazarın və istifadəçilərin ehtiyac və tələblərinə uyğun olaraq davamlı təkmilləşdirilir.

Startup.az - Azərbaycanda startap ekosistemi barədə məlumatları vahid bir portal üzərindən təqdim edən platformadır. “Startup.az” həm yerli, həm də global miqyasda Azərbaycanda startap ekosistemi ilə bağlı görülən işlər barədə məlumatlar verir.

“Startup Azərbaycan” təşkilatı tərəfindən yaradılan platformada bazarda olan startaplar, investorlar, maliyyə fondları, startapa dəstək məqsədi ilə yaradılan inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri barədə ətraflı məlumatlar yer

alır. Platformaya əlavə edilən kontentlər sektorun inkişafına uyğun olaraq daim yenilənir.

Platforma startapçılara öz layihələrini geniş ictimaiyyətə təqdim edib maliyyə dəstəyi əldə etməyə, həmçinin komandlarına mütəxəssis cəlb etməyə dəstək olur. Saytda “Startap kadr” bölümü startap komandasında çalışmaq istəyən bacarıqlı şəxslərə iş imkanı da yaradır.

Platformanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, bu sahə ilə maraqlanan şəxslər öz profillərinə uyğun olaraq saytda hesab yaradaraq layihələri barədə ətraflı məlumatları rahatlıqla auditoriya ilə bölüşə bilirlər.

Hazırda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən inkubasiya və akselerasiya mərkəzlərinin bəziləri haqqında məlumatlar bunlardır:

1. “İnnoland” İnkubasiya və Akselerasiya Mərkəzi

Mərkəz Azərbaycanda və onun hüdudlarından kənarında özəl sektorun inkişaf etdirilməsi, innovasiyanın təşviqi və startap hərəkətinin genişləndirilməsi üçün təsis olunub. “İnnoland” kovörkinq, inkubasiya, 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. “İnnoland”də fəaliyyət göstərən kovörkinq mərkəzi həftənin 7 günü 24 saat giriş imkanına, yüksək sürətli internetə, vahid məlumat köşkünə və mentor dəstəyinə malikdir.

2. “Yeni Fikir” İnkubasiya Mərkəzi

Startap müsabiqələrinin təşkili və inkubasiya xidmətlərinin verilməsi ilə 2013-cü ildən etibarən fəaliyyət göstərir. Mərkəz biznes təşəbbüskarlığı fəaliyyətində innovasiyaların formalaşdırılması və tətbiqini, o cümlədən müəssisədaxili sahibkarlığın formalaşdırılması və inkişafı, eləcə də innovativ sahibkarlığın (biznes təşəbbüskarlığının, startapların və ya texnosahibkarlığın) inkişafını təşviq edən və dəstəkləyən inkubasiya xidmətləri göstərir.

Startapların formalaşdırılması və inkişafı istiqamətində yerinə yetirilən müsabiqələrin təşkili və inkubasiya xidmətləri “Yeni Fikir”in peşəkar təcrübəsində daha geniş yer alır. Belə ki, Azərbaycanda həyata keçirilən ən

böyük startap proqramı olan "Yeni Fikir" startap müsabiqəsi 2013-cü ildən etibarən keçirilir. İndiyə kimi 6 dəfə həyata keçirilən müsabiqəyə 977 startap layihəsi cəlb olunub ki, onlardan seçilən ən perspektivli 40 startap layihəsinin inkişafı inkubasiya xidmətləri, o cümlədən toxum investisiya imkanları ilə dəstəklənib. 100-dən çox startapa isə inkubasiya xidmətləri göstərib.

3. "SUP" Akselerator

SUP startapların ilkin mərhələsində təhsil, təcrübə paylaşımı, maliyyələşmə, texniki və marketinq dəstəyi kimi bir sıra xidmətlər təqdim edir. SUP Azərbaycanda startapların fəaliyyətini sürətləndirmək məqsədi ilə həyata keçirilən akselerator proqramıdır. 2015-ci ildə fəaliyyətə başlayan proqramın əsas məqsədi startapların həm ölkə, həm də ölkə xaricində böyüməsinə təkan verməkdir.

SUP özünü daha çox beynəlxalq startap ekosisteminə yaxşı bələd olması və integrasiya olması ilə fərqləndirməyə çalışır. Proqram zamanı beynəlxalq mentorlarla yanaşı, yerli uğurlu sahibkar və biznesmenlər də öz təcrübə və tövsiyələrini startapçılarla paylaşır.

3 aylıq proqram ərzində startaplardan öz məhsullarını işlək vəziyyətə gətirib, kiçik də olsa, müəyyən dövriyyəni əldə etmələri tələb olunur. 3 ayın sonunda startaplar və potensial investorlarla görüşün təşkil edildiyi "Demo Day" keçirilir. SUP yerli startaplar üçün bir növ qaynayan qazan, təcrübə, bilik və ideyaların məcazi mənada bərabər bişdiyi və qaynadığı bir məkandır.

4. Baku Business Factory (BBF)

BBF-nin əsas məqsədi gənclərin biznes təşəbbüslərinin dəstəklənməsidir. Müxtəlif sahələrə aid biznes ideyaları olan gənclər BBF-də öz ideyalarını biznesə çevirmək imkanı və BBF-dən ofis, mentor və maddi dəstək almaq, həmçinin davamlı olaraq müxtəlif təlimlərdə iştirak etmək hüququ əldə edirlər.

BBF-nin fəaliyyət göstərdiyi digər sahə isə sərbəst işləyən insanları işləmək üçün hər cür şəraitə malik ofislə təmin etməkdir. Onlar heç bir ödəniş etmədən ofisin bütün imkanlarından - iş stolu, görüş otaqları, istirahət otağı, internet, printer, skayner, resepsn, çay, kofe və s., istifadə edə bilirlər. Onlar həmçinin, BBF tərəfindən təşkil olunacaq təlimlərdə də iştirak edirlər.

5. "Next Step" İnnovasiya Mərkəzi

Mərkəzi innovativ startap layihələrini dəstəkləmək məqsədilə 15 may 2015-ci il tarixində təsis edilib.

"Next Step" in qurulmasında əsas məqsəd ölkəmizdə olan istedadlı, yenilik etmək, texnoloji sahədə bir ilkə imza atmaq istəyən gənclərin ortaya çıxarılması, onların layihələrinə maddi və mənəvi dəstəyin verilməsindən ibarətdir. Mərkəzin missiyası layihələrin ölkəmizin hüdudlarından kənarında təqdim olunmasına, qlobal bazara çıxarılmasına və Azərbaycanın milli məhsulu olaraq tanıtılmasına xidmət etməkdir. Mərkəz gənclərin biznes haqqında məlumatlarını artırmaq və öz bizneslərini yaratmalarında dəstək olmaq üçün universitetlərdə də biznes yönümlü təlimlər təşkil edir.

6. "Youth Inc." Gənclərin Sahibkarlıq Proqramı

"Youth Inc." Gənclərin Sahibkarlıq Proqramı gənclərə öz bizneslərini qurmaları üçün dəstək olan xidmətlər təklif edir. Azərbaycanda 2013-cü ilin yanvar ayından uğurla həyata keçirilən "Youth Inc." Gənclərin Sahibkarlıq Proqramı Azərbaycan Respublikası Gənclər və İdman Nazirliyi, "Azerbaijan Coca-Cola Bottlers" şirkəti və Vətəndaş Cəmiyyətində Debat İctimai Birliyinin (DVC) dəstəklədiyi uzunmüddətli gənclər proqramıdır.

Proqramın məqsədi Azərbaycanda "Gənc sahibkarlıq" anlayışının inkişafı, gənclərin biznes haqqında məlumatlarının artırılması və gənclərə öz bizneslərini yaratmaqda dəstək olmaqdır.

Proqramın vizyonu gənc sahibkarlığı inkişaf etdirmək və dəstək vermək üçün effektiv platforma yaratmaq, gəncliyin sosial və iqtisadi problemlərini həll etmək, kiçik və orta sahibkarlığın formalaşdırılması və orta gəlirli sinfin gənc sahibkarlığa dəstək verməsini təmin etməkdir.

Buna görə "Youth Inc." öz vaxtını, təcrübəsini və resurslarını gənclərin biznes bacarıqlarının və biliklərinin artırılmasına, bununla da Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün gənc nəsli formalaşdırmağa yönəldib.

7. "Social Innovation Lab"

"Social Innovation Lab" startaplara və təşkilatlara öz ideyalarını biznesə

çevirməyə dəstək olur. Şirkət startaplara dəstək olmaqla, onları yerli və qlobal bazarda uğur qazanmaları üçün innovativ xidmətlər təklif edir. "Social Innovation Lab" Azərbaycanda yaradılan ilk "unicorn" startap kimi tanınır.

8. "ABB Tech" Akademiyası

"ABB Tech" Akademiyası proqramlaşdırmanın əsas istiqamətləri üzrə intensiv "bootcamp" proqramları təşkil edir. Bu proqram çərçivəsində namizədlər Akademiyaya 4 seçim mərhələsini keçməklə qəbul olunur, burada IT sahəsində bilik və bacarıqlar qazanırlar.

Akademiyanın missiyası Azərbaycanın informasiya texnologiyaları bazarının beynəlxalq standartlara və gələcəyin texnoloji çağırışlarına uyğunlaşmaq və yeni nəsil peşəkarlara bu perspektivli əmək bazarında yeni imkanların yaradılmasına dəstək verməkdir.

9. "SABAH.HUB"

"SABAH.HUB" müxtəlif sahələrdə yeni şirkətlərin qurulması və inkişafına fokuslanan innovasiya mərkəzidir. Azərbaycan Respublikası Təhsil İnstitutunu nəzdində Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyinin təşəbbüsü və dəstəyi ilə fəaliyyət göstərir. Aşağıdakı proqramları təklif edir:

■ **Akademiya**

Proqram Azərbaycanı biznes dünyasında daha dayanıqlı dövlətə çevirməyi qarşısına məqsəd qoyan unikal bir təhsil platformasıdır. Ən mürəkkəb sahibkarlıq prosesləri ilə bağlı biliklər tələbələr və sahibkarlar üçün əlçatan olur.

■ **İnkubasiya**

Proqram ideyası olan startap komandalarına və fərdi şəxslərə öz ideyalarını inkişaf etdirməkdə dəstək olmaqla yanaşı, onu layihələndirir və akselerasiyaya hazır vəziyyətə gətirir.

■ **Akselerasiya**

Proqram artıq öz minimal mümkün məhsulu (**Minimum Viable Product - MVP**) olan startapları inkişaf etdirib investisiyaya hazır vəziyyətə gətirir.

10. Bakı Mühəndislik Universitetinin (BMU) Texnoparkı

BMU Texnoparkının məqsədi universiteti beynəlxalq aləmdə rəqabətədavamlı ali təhsil müəssisəsi kimi tanımaq, həmçinin universitet-sənaye əməkdaşlığı vasitəsilə müvafiq şirkətlərə, tədqiqatçılara və akademik heyətə müasir infrastruktur və tədqiqat aparmaq imkanları təqdim edə biləcək ekosistem qurmaqdır. BMU Texnoparkının vəzifələrinə aşağıdakılar daxildir:

- İş dünyası ilə universitetin professor-müəllim və tələbə heyəti arasında əlaqələrin və ortaq elmi-tədqiqat işlərinin təşkili, həmçinin effektiv koordinasiya üçün BMU-nun əlaqələndirici struktur bölməsi kimi fəaliyyət göstərmək;
- Universitetin tədris və araşdırma fəaliyyətlərini dəyərləndirərək, iş dünyasının peşəkarları ilə birlikdə səmərəli nəticələr əldə edilməsi üçün əlverişli mühiti (ekosistemi) formalaşdırmaq və uyğun şirkətlərin rezident kimi BMU-ya cəlb olunmasına çalışmaq;
- Universitetin maddi-texniki bazasını və elmi təchizat imkanlarını, həmçinin faydalı iş əmsalını artırmaq, eləcə də professor-müəllim və tələbə heyətini real və kommersiyalaşdırıla bilən araşdırma işlərinə cəlb etmək və dəstəkləmək;
- Professor-müəllim heyətini və tələbələrini sahibkarlıq fəaliyyətinə təşviq etmək və bu istiqamətdə onları dəstəkləmək, həmçinin təşəbbüskarlıq mədəniyyətinin inkişafı üçün işlər görmək;
- Əlavə dəyər yaradan, eyni zamanda yüksək texnoloji əhəmiyyətli xidmət və ya məhsulların istehsalını və daha səmərəli həll yollarının tapılması üçün "Tədqiqat və İnkişaf (Research and Development - R&D)" fəaliyyətinin təşkilinə, koordinasiyasına dəstək olmaq;
- Ölkəmizdə iqtisadiyyatın, o cümlədən qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafına müxtəlif innovativ proqramlar və layihələr hazırlayaraq icra edilməsinə dəstək olmaq;
- Dünyada sürətlə inkişaf edən yüksək texnoloji yeniliklərin Mənimsənilməsi və ölkəmizin sənaye müəssisələrində tətbiqi üçün texnologiyaların

(bilik və təcrübələrin) transferi və müxtəlif işçi qrupların formalaşdırılması yolu ilə proseslərdə fəal iştirak etmək;

- Xarici ölkələrin təcrübələri əsasında “Startap” və “Sosial sahibkarlıq” proqramlarının icrasının ölkəmizdə təşkili və təşviqi üçün proqramlar, layihələr hazırlamaq;
- “Universitet-sənaye əməkdaşlığı” və “Dövlət-özəl əməkdaşlığı” çərçivəsində fərqli biznes və grant layihələri hazırlamaq və onların uğurlu icrasını təmin etmək;
- Ölkəmizin və müxtəlif xarici ölkələrin texnoparkları (Elm (Bilik), sənaye parkları və sənaye məhəllələri), Texnoloji Transfer Ofisləri (TTO), inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri ilə əməkdaşlıq edib, startap və innovasiya yönümlü ideyalarının dəstəklənməsinə çalışmaq;
- BMU-nun xarici tərəfdaşlarının sayını beynəlxalq təşkilatlar, səfirliklər və Transmilli Korporasiyaların (TMK) vasitəsilə artırmaq, həmçinin ortaq grant və biznes layihələr çərçivəsində inkişaf etdirilməsinə dəstək olmaq;
- BMT-nin 17 Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə (DİM) uyğun müxtəlif maarifləndirici tədbirləri və layihələrin hazırlanması və BMU-nun fakültə, kafedra, uyğun şöbələri ilə birlikdə icrasını təşkil etmək;
- Qanunvericiliyin icazə verdiyi və universitetin inkişafına faydalı olacaq fəaliyyətlərin görülməsi üçün rəhbərliyə təkliflər hazırlamaq.

11. İnnovativ Biznes İnkubasiya Mərkəzi

Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin İnnovativ Biznes İnkubasiya Mərkəzi müəllim və tələbə heyətinə müxtəlif xidmətlər təqdim etməklə startapların inkişafını dəstəkləyən bir qurumdur. Mərkəz əlverişli məkan və xidmətlər, startap mövzusunda “bootcamp”lar, marketinq dəstəyi, maliyyələşdirmə və ya fərqli növ qrantlara çıxış əldə edir. Mərkəz aşağıda göstərilən xidmətləri yerinə yetirir: mentorluq, beynəlxalq şəbəkə, maliyyə dəstəyinə çıxış, biznes planlaşdırma, brend yaratma, sertifikatlaşdırma və s.

12. İnnovativ Biznes-İnkubator (İBİ) Mərkəzi

İnnovativ Biznes-İnkubator (İBİ) Mərkəzi Azərbaycan Dövlət İqtisad

Universitetində (UNEC) fəaliyyət göstərir. Mərkəz 2014-cü ildə mayın 20-də təsis olunub. Mərkəz tərəfindən müxtəlif təlimlər master-klaslar, seminarlar, konsaltinq xidməti, startap proqramları təklif edilir.

İBİ Mərkəzi əsasən 3 istiqamətdə fəaliyyət göstərir:

- Təlim mərkəzi (müxtəlif təlimlər, master-klaslar, seminarlar və s.),
- Konsaltinq xidmətləri (korporativ müştərilər və startaplara biznesin müxtəlif sahələrində konsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi),
- Startap inkişaf proqramı (startap layihələrinin seçilməsi və inkişafı).

5. "Eazi Start" startap mərkəzi

"Eazi Start" startap mərkəzi 2015-ci ildə Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universitetində təsis olunub. Mərkəz özündə startap məktəbini, kovörkinq məkanını və laboratoriyanı əhatə edir.

Mərkəz İqor Peer ("Be Next" IT biznes inkubatoru, İsrail) və İna Malyukova ("Sikorsky Challenge" startap məktəbi və biznes inkubatoru, Ukrayna) kimi beynəlxalq təcrübəyə malik tərəfdaşlar və mentorlar vasitəsilə gənc sahibkarlar yetişdirir.

7.6. Startapların işinə mane olan amillər və Azərbaycan startaplarının inkişaf problemləri haqqında

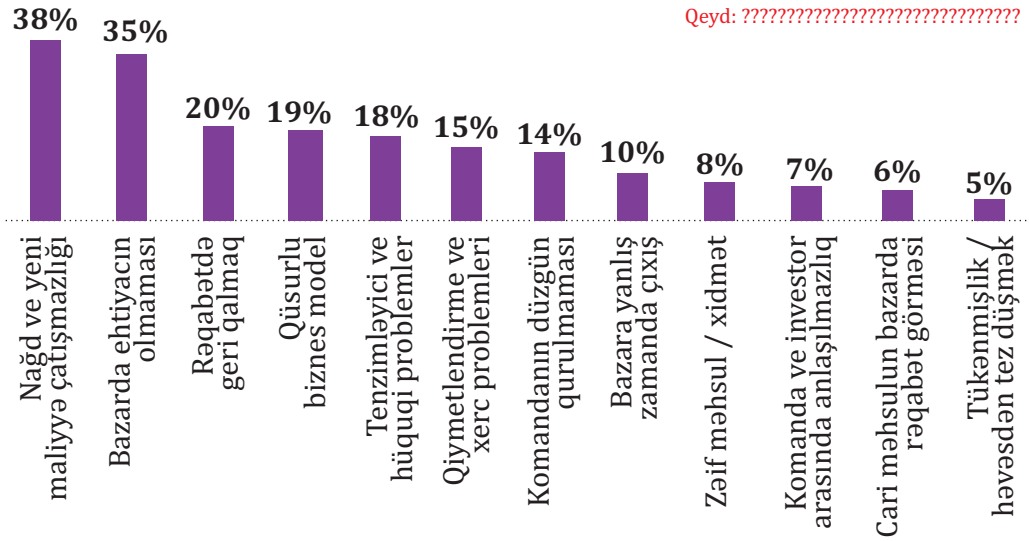
Müxtəlif bazarlarda ayrı-ayrı amillərin təsirləri həmişə eyni olmasa da, dünya təcrübəsində startapların uğursuzluğuna gətirib çıxaran başlıca səbəblər bir çox hallarda bənzər olur. ABŞ Əmək Statistikası Bürosunun məlumatlarına görə, yeni qurulan bizneslərin təxminən 20%-i illərlərində uğursuzluğa düçar olur.

Sahibkarlıq sahəsində məsləhət və tədqiqat xidmətləri ilə tanınmış Tom Huddleston Jr. 500-ə yaxın təsisçi arasında aparılan sorğuya əsasən, 2022-ci ildə startapların uğursuz olmasının 3 ən böyük səbəbi kimi aşağıdakıları qeyd edir:

- Maliyyə və ya investorların yetərli olmaması;
- Bazarda nağd pulun tükənməsi;
- COVID-19 pandemiyasının təsirləri.

“Cbinsights” tədqiqatlara əsaslanan hesabatında startapların uğursuzluğuna səbəb olan 12 əsas amili sıralayıb və onların izahını verib. Sözügedən tədqiqat 110-dan çox startap komandası üzərində aparılan araşdırmaların təhlillərinə əsasən hazırlanıb. Aşağıda həmin 12 səbəb və onların təsir dərəcələri (faizlə) verilib:

Şəkil 3. Startapların uğursuz olmasının əsas səbəbləri



Mənbə: CBINSIGHTS, *The Top 12 Reasons Startups Fail*

Göründüyü kimi, startapların uğursuzluğunda ən başlıca amil kimi nağd pulun çatışmazlığı və ya tükənməsi; təklif edilən xidmət və ya məhsula bazarda tələbatın olmaması, bazarın tələb və gözləntilərindən geri qalmaq; biznes modelin qüsurlu olması və s. amillərdir. Bu amillərin yüksək göstərici ilə özünü əks etdirməsi bir yandan gözlənilən hal kimi qiymətləndirilsə də, digər tərəfdən həlli mümkün olan məqamları da özündə əks etdirir. Belə ki, startap fəaliyyəti əlavə dəyər formalaşdırmağa hesablanmış olsa da, göründüyü kimi komandalər həmişə bu yanaşmaya sadıq ola bilmirlər. Bu həm də təhsil və tədqiqat fəaliyyətlərinin bazarın dəyişən şərtləri ilə həmişə ayaqlaşma bilməməsindən qaynaqlanıb.

- Aşağıda Azərbaycanda müşahidə olunan və startap ekosistemi, o cümlədən ayrı-ayrı startap fəaliyyətlərinə mane olan bəzi amillər qeyd olunub:

- Cəmiyyətdə innovativ təşəbbüskarlığın inkişafını təşviq edən və dəstəkləyən mühitin zəif olması (və ya təşəbbüskar davranışlara mane olan yanaşmaların çoxluğu);
- Təşviqedicici və dəstəkləyici qanunvericiliyin kompleks formada olmaması;
- Tədqiqat və təhsil proseslərində əsas qiymətləndirmə metodlarının ənənəvi qalması və akademik müstəqilliyin zəif olması;
- Yetərli bilik, bacarıq və qabiliyyətlərə malik gənclərin az olması;
- İnsanlar arasında komanda çalışması yanaşmasının zəifliyi və ortaq iş qərəzli yanaşmanın mövcudluğu;
- Biznes ortaqlığı yanaşmasının zəif inkişafı;
- Daxili bazarın kiçik olması;
- İnvestisiya mühitinin ənənəvi metodlara üstünlük verməsi;
- Əlavə dəyər gətirən sektorların zəif inkişafı;
- Əlavə dəyər gətirən sahələrin qeyri-aktual olması;
- Biznesin idarə olunmasında qeyri-professional yanaşmaya üstünlük verilməsi;
- İstehsal müəssisələrində kütləvi istehsal marağının aşağı olması;
- Biznesdə dərininə inkişafa olan marağın zəif olması səbəbindən innovasiyaya olan ehtiyacın az olması;
- Böyük bizneslərdə uzunmüddətli strateji yanaşmalara əhəmiyyət verilməməsi;
- İxrac potensialı məhsul istehsalının inkişafını dəstəkləyən mühitin yetərli olmaması;
- Startapların ən vacib stimulu sayılan və dünyanın sürətlə dəyişməsinə səbəb olan yüksək texnologiyaların sürətli inkişafı fonunda ölkə vətəndaşlarının dünyanın informasiya dinamikasına kütləvi şəkildə inteqrasiyasının yetərinə olmaması;

- potensial ehtiyatların istifadəsində elmi əsası olan strateji yanaşmaların zəifliyi;
- mütəxəssis idarəçiliyinə az əhəmiyyət verilməsi;
- dəbdəbə hərisliyi, maddi mülkiyyətə çox əhəmiyyət verilməsi və s.

Burada verilmiş amillər yerli bazarın sosial-iqtisadi, mədəni, hüquqi və ictimai xüsusiyyətlərindən irəli gələn səbəblər olsa da, yuxarıda startapların uğursuzluğuna səbəb kimi göstərilmiş 12 əsas faktı xatırladır. Bunu belə izah edə bilərik ki, fərqli bazarlarda olsa belə, startap fəaliyyətinin fəlsəfəsi əlavə dəyər formalaşdırmağa hesablanıb. Təbii ki, bu da öz növbəsində hər bir bazarı formalaşdıran cəmiyyətin göstəriciləri ilə birbaşa bağlıdır.

7.7. Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişafında potensial perspektivlər

Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişafını müəyyən və təmin edən amilləri təhlil etməzdən əvvəl bu sahənin dünyadakı uğurlu nümunələrinə baxmaq faydalı ola bilər. Belə ki, dünyada cərəyan edən yeni iqtisadi yanaşmaların başlıca katalizatorlarından hesab olunan TRİZ nəzəriyyəsi Genrih Saulovich Altshuller tərəfindən ortaya atılsa da, bu sahənin inkişaf etdirilməsi Azərbaycanda 21-ci əsrdə mümkün olub. Doğrudur, keçən əsrin ikinci yarısında dünyada baş verən və elmi-texniki tərəqqi Azərbaycanda da (o zamanlar Azərbaycan SSR) öz təsirlərini göstərmişdir. Lakin qeyd edə bilərik ki, bilik iqtisadiyyatının, o cümlədən startap ekosisteminin formalaşdırılması ilə bağlı başlıca addımlar Azərbaycanda son 15 il ərzində həyata keçirilir. Bu isə o deməkdir ki, Azərbaycanda startap ekosisteminin uğur hekayəsi hazırda formalaşmaqdadır. Əlbəttə, biz Azərbaycanda sahibkarlıq mühitinin və baxışının formalaşmasını tədqiq edərkən, XX-si əsrin əvvəllərində Azərbaycanda, xüsusilə Abşeronda formalaşmış təşəbbüskar mühiti öyrənməliyik. Ancaq nəzərə alınmalıdır ki, həmin dövrün təşəbbüskarlıq və ya sahibkarlıq fəaliyyətləri ənənəvi yanaşmalar idi. Startap fəaliyyətləri isə tamamilə mütərəqqi və innovativ sahibkarlıq baxışları ilə formalaşan və inkişaf edən sahədir. Ona görə də biz Azərbaycanın startap ekosisteminin gələcəyini müəyyən edən potensialları araşdırarkən, bu sahənin dünyada mövcud olan uğurlu nəticələrini öyrənməli və təhlil etməliyik.

Məlumdur ki, dünyada ilk innovasiya, o cümlədən startap ekosistemi Silikon vadisində formalaşmış. Bəs Silikon vadisinin uğurlu olmasının səbəbləri nələrdir? Hansı amillər Silikon vadisinin üstünlüklər qazana bilməsinə və bu prosesin davamlılığına səbəb olub? Silikon vadisində startap ekosisteminin güclü və təsirli olmasının başlıca səbəblərindən biri burada risk almaq üçün maneələrin olmaması və ya çox az olmasıdır. Başqa sözlə, burada insanlar risk almağı həyat təzi kimi baxa bilirlər. Şübhəsiz ki, sahibkarlıq fəaliyyətində risk almaq ən vacib amillərdən hesab olunur. Bu cür cəmiyyətdə risk alan biri uğursuzluqla qarşılaşdıqda belə, bu vəziyyətə görə öz məqsədlərindən geri çəkilmir, əksinə, buna işgüzarlıq təcrübəsinin artması kimi baxa bilər. Təbii ki, bu kimi hallar, eləcə də sahibkarlıq ekosisteminin gətirdiyi həyat təzləri və hüquqi bazanın verdiyi biznes imkanları da insanları iş qurmağa və dəyər formalaşdırmağa təşviq edir. Beləliklə, bu cür şəraitdə səhv etmək ayıb sayılmır və hətta ekosistem bunu təşviq edə bilər. Çünki səhv etmədən öyrənə bilməzsən. Ona görə də bu cür hallar özü-özünü tənzimləyən ekosistemlərdə təcrübə kimi qəbul edilir. Təbii ki, uğursuzluq qorxusunu aradan qaldırmış ekosistemdə əlavə dəyər formalaşdırmaq məqsədilə innovativ davranışlar sürətlə inkişaf edə bilər. Digər tərəfdən, əlavə dəyər formalaşdırmağa fokuslanmış cəmiyyətdə dini, siyasi, etnik və sair bu kimi amillər ekosistemə zərər verə biləcək həddə qalxa bilmir. Bu da öz növbəsində iş dünyasının daha dayanıqlı inkişafına rəvac verir.

Sahibkarlıq fəaliyyətlərinin inkişafına təsir edən amillər kimi yerli şəraiti müəyyən edən milli, mədəni, sosial, iqtisadi, ictimai və siyasi xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır. Bəzi hallarda, gənclərin startap fəaliyyətləri ailələri tərəfindən dəstəklənmir, hətta yaxınları tərəfindən maneələrlə qarşılaşılır. Əlbəttə bu cür hallar getdikcə azalır və ailələr övladlarının uğurlu gələcəyində startap fəaliyyətinin əhəmiyyətini başa düşür və bunu daha çox dəstəkləməyə başlayırlar. Ümumiyyətlə, startap fəaliyyətinin olmazsa olmazlarından hesab olunan tədqiqat və ya araşdırma, eləcə də bu prosesdə biliyin kommersiyalaşdırılması mərhələsi intellektual kapitalla az əhəmiyyət verilən cəmiyyətlərdə kifayət qədər ciddi cətinlik və ya maneələrlə rastlaşa bilər. Hətta, bu mərhələ bəzi mentorlar tərəfindən “ölüm vadisi” kimi də dəyərləndirilir.

Azərbaycanda əhalinin sahibkarlıq fəaliyyətinə yanaşmaları haqqında

qeyd edə bilərik ki, azərbaycanlılar kifayət qədər təşəbbüskar və “girişkən” xarakterə malikdirlər. Bu xüsusiyyətlərin startap ekosistemi üçün yaxşı perspektivlər vəd etməsi ölkədə intellektual kapitalla verilən əhəmiyyətin artmasından, o cümlədən bu prosesi tənzimləyən təhsil və tədqiqatın mütərəqqi inkişafından asılıdır. Yetərli təhsili və mədəni inkişafı olmayan təşəbbüskarlar innovativlikdən uzaq qalmaqla yanaşı, daha çox “girişkən”liyi ilə özlərini ifadə edə bilirlər ki, bu da arzu edilən startap, o cümlədən sosial sahibkarlıq mühitinin inkişafına mane olan amil kimi qiymətləndirilə bilər.

Müşahidə və tədqiqatlara əsasən qeyd edə bilərik ki, Azərbaycanda iş dünyası mütərəqqi inkişaf yolundadır. Başqa sözlə, Azərbaycanda iş dünyası bir vaxtlar çox işlətdiyi “pul tutmaq” ifadəsini artıq unudaraq, əvəzində “pul qazanmaq” və “dəyər formalaşdırmaq” kimi ifadələrə daha çox yer verməyə başlayıb. Deməli, iş dünyası keyfiyyət amilinin uzunmüddətli biznes yarışında rəqabətə davam gətirmək üçün vacib olduğunu başa düşür və bu məqsədlə intellektual yanaşmaları daha çox öyrənməyə əhəmiyyət verir. Bu da startap ekosistemi üçün nikbin perspektivlər vəd edir.

Azərbaycanda startap ekosisteminin nikbin perspektivlərini müəyyən edən və daha çox təsirə malik amillər kimi aşağıdakıları nəzərə almaq olar:

1. Təhsil prosesində sahibkarlıq anlayışlarının tədrisi, eləcə də kreativ yanaşmaya verilən əhəmiyyətin artırılması

Bu sahədə dünyanın qabaqcıl təcrübələrində də müşahidə olunduğu kimi, sahibkarlıq haqqında bilik və bacarıqlar təhsilalanlara erkən yaşlarda tədris edilməlidir. İbtidai, orta, lisey və ali təhsil səviyyələrində təhsil alanlara sahibkarlıq anlayışları və bacarıqlarını qazandırmaq onların yaradıcılıq və innovativ düşünmək qabiliyyətlərini inkişaf etdirir.

Ümumiyyətlə, sahibkarlığın tədrisi aşağıdakı yollar ilə təşkil edilə bilər:

- Tədris proqramları və kurslar: Məktəblərdə şagirdlərə biznesin qurulması prosesləri, biznes planının hazırlanması, maliyyə savadlılığı, marketing və satış bacarıqları kimi sahibkarlıqla bağlı mövzuları öyrətmək üçün sahibkarlıq kursları və ya təlim proqramları təşkil edilə bilər. Ümumtəhsil məktəblərinin tədris proqramlarında yer alan “Həyat

bilgisi” fənnində bu tip məlumatlara qismən yer verilir. Hazırda ümumtəhsil məktəblərinin tədris proqramlarına əlavə edilmiş “Təbiət” fənninin qarşısına qoyulan məqsədlər də bu sahədə əhəmiyyət kəsb edə bilər. Peşə və ali təhsil səviyyəsində tədris proqramlarına salınmış “Sahibkarlığın əsasları” fənni də çox əhəmiyyətlidir. Burada başlıca məqamlardan biri də qeyd olunan fənlərin bacarıqlı və peşəkar müəllimlər tərəfindən tədris olunmasıdır. Nəzərə alınmalıdır ki, Azərbaycanda bazar iqtisadiyyatı, o cümlədən sahibkarlıq geniş tarixə malik deyil və daxili bazarın uğur hekayələri hələ də lazım olan səviyyədə öyrənilməyib. Bu da yuxarıda qeyd olunan fənlərin tədrisində peşəkarlığın zəif olması ehtimalını artıran amillərdən biridir. Tədris planlarında sahibkarlığın tədrisinin nəzərə alınması hələ bu problemin arzuolunan həlli demək deyil. Şübhəsiz ki, tədris proqramlarında qarşıya qoyulan hədəflərin Azərbaycanın ümumi inkişaf strategiyalarına uyğun qurulması və təmin olunması da vacibdir.

- Mentorluq və məsləhət: Sahibkarlıq təcrübəsi olan biznes peşəkarları və ya uğurlu sahibkarlar şagird və tələbələrə mentorluq etməklə real təcrübələrini ötürə bilərlər.
- Praktiki layihələr və fəaliyyətlər: Təhsil müəssisələrində daxili və ya kənar fəaliyyətlərlə şagird və tələbələrə öz ideyalarını inkişaf etdirmək, onu həyata keçirmək imkanı verilə bilər. Sahibkarlıq və yaradıcı müsabiqələrinin təşkili şagird və tələbələrə öz sahibkarlıq bacarıqlarını nümayiş etdirməyə kömək edə bilər. “Sabahın Alimləri” respublika müsabiqəsi, “Yeni Fikir” startap müsabiqəsi və digərləri bu baxımdan faydalı və əhəmiyyətli təşəbbüslərdir. Bu cür fəaliyyətlərin özəl sektor tərəfindən təşkilinə geniş imkanların açılması ekosistemi gücləndirə bilər. Dünyanın qabaqcıl təhsil sistemlərində tətbiq olunan “problem əsaslı öyrənmə” və “layihə əsaslı dərs” metodlarının tətbiqi bu sahədə çox faydalı ola bilər.
- Biznes və ya sənaye müəssisələrinə turlar: Şagird və tələbələr üçün iş yerlərinə turların təşkili onlara iş dünyasının həqiqi üzünü və fəaliyyətini görməyə kömək edə bilər. İş yerlərini ziyarət etmək, bazarın real

fəaliyyətlərini müşahidə etmək, uğur hekayələri ilə yerində tanış olmaq, həmçinin sahibkarlar ilə ünsiyyət qurmaq onların bu sahəyə marağını da artırabilir.

- Sahibkarlıq fəaliyyətində nümunəvi şəxsiyyətləri tanımaq və öyrənmək (rol model): Uğurlu sahibkarlar öz hekayələrini danışa, məktəblərdə və ya tədbirlərdə çıxış edərək təhsilalanları ruhlandırabilir.
- Yenilikçi və yaradıcı yanaşma: Yaradıcı düşünmə bacarıqları və yeniliyin əhəmiyyəti təhsilalanlara aşılana bilər. Yaradıcılığı təşviq edən fəaliyyət və layihələrlə, təhsilalanların innovativ ideyalarının inkişaf etdirilməsi mümkündür.

Sahibkarlığın tədrisi təhsilalanları biznesə başlama prosesini öyrətməklə yanaşı, həm də onların komandada işləmək, liderlik, problem həll etmək və qərar qəbul etmək kimi XXI əsrin mühüm bacarıqlarını inkişaf etdirir. Bu yolla tələbələr gələcək iş və şəxsi həyatlarında uğur şanslarını artırabilir.

2. STEAM Mərkəzləri

Birinci vitse-prezident Mehriban Əliyevanın təşəbbüsü və Elm və Təhsil Nazirliyinin Təhsil İnstitutunun dəstəyi ilə "STEAM Azərbaycan" layihəsi 2019-2020-ci tədris ilindən start götürüb. STEAM təhsil metodu 5 əsas sahənin bir araya gətirilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Burada proses elm (Science), texnologiya (Technology), mühəndislik (Engineering), incəsənət (Art), riyaziyyatın (Math) birgə və inteqrasiya olunmuş şəkildə tədris etmək ideyası üzərində qurulub. STEAM layihəsinin əsas məqsədi respublikanın ümumtəhsil məktəblərində təhsil alan şagirdlərdə XXI əsr bacarıqlarını – kreativlik, tənqidi düşünmə, əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi, praktik məşğələlər vasitəsilə elmi, texniki biliklərin gündəlik həyatda tətbiqini şagirdlərə göstərməklə yanaşı, onlara mühəndislik sərəfələri öyrətmək, müxtəlif proqramlaşdırma dillərini tətbiq etməklə müasir İKT avadanlıqlarından istifadə edə bilmə qabiliyyətlərini inkişaf etdirməkdir.

Layihə 6-cı siniflərdən başlayaraq, STEAM tətbiq olunan məktəblərdə tədris olunur.

STEAM dərsləri "3D çap", "Mikrobitlə proqramlaşdırma", "Elektrik

mühəndisliyi”, “Biotexnologiya”, “Nanotexnologiya”, “Robototexnika”, “Gen mühəndisliyi”, “CNC lazer kəsiciləri”, “Pilotsuz uçuş aparatları (tədris dronları)” üçün hazırlanmış kurikulum üzrə təşkil olunur.

2021-2022-ci tədris ilindən etibarən, respublika üzrə STEAM layihəsinin əhatə edəcəyi şagird sayının 302 ümumtəhsil məktəbində 50–100 min nəfər arasında olması nəzərdə tutulur. Əhatə dairəsinin genişləndirilməsi çərçivəsində ölkə üzrə 15 STEAM Mərkəzinin yaradılması planlaşdırılıb.

3. Universitetlərə qəbul imtahanlarına informatika fənninin əlavə edilməsi

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2017-ci il 8 fevral tarixli 39 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının ali təhsil müəssisələrinə tələbə qəbulu Qaydaları”nda dəyişiklik edilməsi haqqında 12 mart 2022-ci il tarixli Qərarına əsasən, 2023-cü ildə I ixtisas qrupu üzrə riyaziyyat-informatika (Rİ) altqrupuna daxil olan ixtisasların müsabiqəsində iştirak etmək istəyən abituriyentlər II mərhələdə fizika və riyaziyyat fənləri ilə yanaşı, informatika fənnindən də imtahan verməlidirlər.

Məlumat üçün bildiririk ki, Dövlət İmtahan Mərkəzi (DİM) tərəfindən informatika fənni imtahanının proqramı və imtahan modelinin hazırlanmasına ötən ildən başlanıb. Materialların hazırlanması üçün işçi qrup yaradılıb. İşçi qrupa orta və ali təhsil müəssisələrinin müəllimləri, AMEA-nın müvafiq sahə üzrə mütəxəssisləri və dərslik müəllifləri daxildir. Hər həftənin birinci günü işçi qrupun iclası keçirilir, müzakirələr aparılır. İşçi qrup tərəfindən informatika fənni üzrə kurikulumun təlim nəticələrinə uyğun qəbul proqramı hazırlanıb. Proqrama ümumtəhsil müəssisələrinin V-XI sinif dərsliklərində məzmun standartlarının tələblərinin reallaşdırılması üçün verilmiş mövzular daxil edilib.

Nəzərə alsaq ki, startapların formalaşması və inkişafında rəqəmsal bacarıqların əhəmiyyəti çox böyükdür, onda bu qərarın da startap ekosisteminin inkişafında mühüm rol oynaya biləcəyini qeyd etmək olar.

4. İKT sektoruna vergi və sosial sığorta üzrə güzəştlərin verilməsi

Rəqəbətli insan kapitalı və müasir innovasiyalar məkanı “Azərbaycan

2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”in beş əsas istiqamətindən biri kimi müəyyən edilib. Eyni zamanda, “2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası”nda informasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT) sahəsinin inkişafı ayrıca hədəf kimi göstərilib.

İKT sahəsinin inkişaf etdirilməsi, bu sahədə hüquqi və fiziki şəxslərin fəaliyyətlərinin dəstəklənməsi və stimullaşdırılması, ölkədə rəqəmsal inkişafın təşviq olunması, xarici investisiyaların cəlb edilməsi, yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin və kadrların cəlb olunması məqsədilə Vergi Məcəlləsində və “Sosial sığorta haqqında” Qanunda 2023-cü il yanvarın 1-dən qüvvəyə minmiş dəyişikliklər edilib.

Vergi Məcəlləsinə edilmiş dəyişikliklərə əsasən, texnologiyalar parkının rezidenti kimi sistem inteqrasiyası, proqram təminatının hazırlanması və inkişaf etdirilməsi fəaliyyətini həyata keçirən şəxslər qeydiyyatı alındıqları hesabat ilindən başlayaraq 10 il müddətinə - gəlir (mənfəət), əmlak və torpaq vergiləri, dividendlər, texnikanın, texnoloji avadanlıqların və qurğuların idxalına münasibətdə ƏDV-dən azad edilib. Adıçəkilən şəxslərə vergi güzəştləri onların həm texnopark, həm də texnoparkdan kənar fəaliyyətinə şamil edilir.

5. İKT bacarıqlarını və tətbiqini öyrədən fəaliyyətlərin artması

İstər dövlət, istərsə də özəl sektorda İKT mütəxəssislərinə olan tələbatın artması bu sahədə xidmət göstərən təşkilatlara da geniş imkan və məsuliyyətlər verir. Ona görə də, müxtəlif təhsil səviyyələrində (peşə və ali təhsil, təşkilatdaxili və s.) bu sahədə mütəxəssislərin hazırlanmasını, eləcə də bacarıq və peşəkarlıqlarının inkişafını təmin edən fəaliyyətlər artmaqdadır. Dövlət tənzimlənməsi ilə fəaliyyət göstərən ali və peşə məktəblərində bu sahədə kadr hazırlığında imkanlar genişləndirilməklə yanaşı, ayrı-ayrı təşkilatların daxilində fəaliyyət göstərən təlim-tədris mərkəzləri üçün də bu sahə kifayət qədər aktuallaşıb. Özəl sektorda bu sahədə fəaliyyət göstərən "Code Academy", "Coders Azerbaijan", "Tech Academy", "STEP IT Academy" və digər təşkilatları qeyd etmək olar.

6. İnkubasiya və akselerasiya mərkəzlərinin fəaliyyətləri

Azərbaycanda inkubasiya və akselerasiya xidmətləri göstərən qurumların

fəaliyyətləri startap ekosistemi, o cümlədən ayrı-ayrı startapların inkişafı və ümumiyyətlə texnologiya sahibkarlığının inkişafı üçün əhəmiyyətli bir rol oynayır. Bu cür fəaliyyətlər gənc startaplar və yaradıcı fikir sahibi olanlar üçün, həmçinin iş dünyasında uğurlu olmaq məqsədilə yeni və effektiv həll yolları axtaranlar üçün texniki, maliyyə, hətta bəzi hallarda onlara dinləyərək əlverişli yollar göstərməklə mənəvi dəstək təklif edən platformalardır. Ona görə də, Azərbaycanda genişlənməkdə olan inkubasiya və akselerasiya fəaliyyətlərini startap ekosisteminin inkişafında ən vacib amillərdən biri kimi qiymətləndirmək olar.

7. Qlobal və yerli donorların prioritetlərində dayanıqlı və mütərəq-qiliyi ilə seçilən məsələlərin önə çəkilməsi

Azərbaycan Respublikasında inkişaf və dayanıqlılığı təmin edən və hüquqi cəhətdən bunu tənzimləyən “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”, “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası” və digər bu kimi dövlət sənədləri ölkənin hazırkı və gələcək prioritetlərini müəyyən edir. Bu sənədlərdə qarşıya qoyulan hədəflər ümumilikdə startap ekosistemi üçün nikbin imkanlar vəd edir. Şübhəsiz ki, Azərbaycan hökumətinin prioritetləri Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yerli və qlobal donorların buradakı prioritetlərini də müəyyən edir. Əlbəttə, Azərbaycan mütərəqqi inkişaf yolu tutan, həmçinin dünyaya inteqrasiya etməkdə maraqlı olan ölkə kimi də qarşısına qoyduğu inkişaf strategiyaları dünyanın qlobal prioritetləri ilə uyğunluq təşkil edir. Dünya iqtisadiyyatında qlobal investisiyanın startap ekosistemlərinə dinamik inteqrasiyası müstəvisində Azərbaycanın bu sahəyə marağı da nikbin və perspektivli hesab oluna bilər.

8. Sosial-iqtisadi yanaşmalara yeni baxış

Azərbaycan hökuməti bazar iqtisadiyyatı şəraitində sosial dövlət olmaq istiqamətində addımlarını həmişə aktual tutur. Dünya təcrübəsində bunun ən effektiv yollarından biri sahibkarlığın (başqa sözlə, özünüməşğulluğun) inkişaf etdirilməsidir. Əlbəttə, nəzərə alınmalıdır ki, bilik iqtisadiyyatı və ya informasiya cəmiyyəti dövründə rəqabətə davamlı sahibkarlıq fəaliyyəti startap yanaşması ilə daha effektiv ola bilər. Qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda hazırkı və planlaşdırılan sosial-iqtisadi fəaliyyətlər özünüməşğulluğun inkişafına

hesablanıb. Bu sahədə dövlətin həyata keçirdiyi bir sıra irihəcmli strategiyalar da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi, İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi, Dövlət Məşğulluq Agentliyi kimi dövlət təşkilatları, o cümlədən digər bir sıra publik hüquqi şəxslər qarşısında qoyulan hədəf və öhdəliklər də bu istiqamətdə nikbin baxışları formalaşdırı bilər. Ümumiyyətlə, Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı iqtisadi problemlərin həllində başlıca amillərdən biri hesab olunur. Ümumiyyətlə dünyada da iqtisadi problemlərin, o cümlədən işsizliyin və yoxsulluğun azaldılmasında sahibkarlığın inkişafı ən vacib metodlardan biri kimi qəbul edilir.

Qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda özəl sektorun inkişafını təmin etmək və yerli sahibkarlığı dəstəkləmək məqsədi ilə müəyyənləşdirilən özünüməşğulluq siyasəti qlobal iqtisadi proseslərə uyğun olaraq həyata keçirilir. Bu siyasətin əsas məqsədlərindən bəzilərini belə sıralamaq olar:

Özünə yeterlilik və diversifikasiya: Özünüməşğulluq siyasəti ölkənin neft və qaz sektorundan asılılığını azaltmağa və digər sahələrdə də özünəyeterli və müstəqil olmağa nail olmağı hədəfləyir. Bu, ölkənin iqtisadiyyatının daha da stabilləşməsinə və dəyişən dünya iqtisadiyyatına uyğunlaşmasını təmin etməyə kömək edə bilər.

Yerli sahibkarlığı dəstəkləmək: Özünüməşğulluq siyasəti ilə dövlət yerli sahibkarlığı və şirkətləri dəstəkləmək üçün müxtəlif fürsətlər təklif edir. Yerli sahibkarlığın inkişafı ölkənin sosial-iqtisadi inkişafında əhəmiyyətli rola sahibdir.

Regionlarda özünüməşğulluğun inkişafı: Dövlət regionlarda sahibkarlığın inkişafını təşviq etmək və onların inkişafı üçün müxtəlif dəstəklər, o cümlədən təlim və maliyyə dəstəkləri verir. Bu kimi imkanlar regionlarda iş sahiblərinin daha müstəqil və uğurlu olmalarına imkan verir. Xüsusilə, müxtəlif dövlət proqramları və donörlərin dəstəyi ilə Bakı şəhəri ilə yanaşı, regionlarda başlanılan startap və inkubasiya layihələri nikbin perspektivlər vəd edən amillərdəndir. Məsələn, 2023-cü ildə İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyinin dəstəyi ilə Quba-Xamaz və Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonlarında həyata keçirilən “Dördü bir arada startap və inkubasiya proqramı” maraqlı nümunələrdən hesab oluna bilər.

İnvestisiya təminatı: Özünüməşğulluq siyasəti çərçivəsində dövlət ölkədəki yerli və xarici investisiyaların cəlb olunmasını təmin etməyə çalışır. Bu cür yatırımlar yerli sahibkarlığın inkişafına və sahibkarlığın maliyyələşdirilməsinə kömək edir.

İdarəetmə təminatı: Özünüməşğulluq siyasəti çərçivəsində dövlət yerli sahibkarlığın idarəetmədə peşəkarlıq bacarıqlarının artırılması və səmərəliliyin yüksəldilməsi üçün intellektual və maliyyə dəstəyini təmin etmək istiqamətində cəhdlər edir.

Yuxarıda bəhs edilən 8 amil ilə yanaşı, bəzi məqamlar da var ki, informasiya cəmiyyətində əhali arasında istər dövlət tənzimlənməsinin, istərsə də qloballaşmanın təsirləri ilə formalaşır. Bunlar da özü-özlüyündə sahibkarlıq fəaliyyətində kreativliyi təşviq edir. Məsələn, informasiya cəmiyyətinin, həmçinin qlobal iqtisadi davranışların da təsirləri ilə əhali arasında ağıllı cihazlardan və yeni sosial media imkanlarından kütləvi istifadə özü də dəyişiklikləri zəruri edir. Bundan başqa, bazarda şəffaflığın artması ilə müşahidə olunan dinamika rəqabətə davam gətirmək üçün keyfiyyətin yüksəldilməsini və bununla da peşəkarlara, eləcə də təşəbbüskarığa üstünlük verilməsini aktuallaşdırır. Bu cür nümunələrə bazar iqtisadiyyatı şəraitində ailə bizneslərinin artması və bu ailələrdə dünyaya gələn və yetişən yeni nəslin nümayəndələrinin sahibkarlıq haqqında anlayış və baxışlarının inkişafını da göstərmək düzgün olar.

Beləliklə, istər Azərbaycanda həyata keçirilən iqtisadi islahatlar və cərəyan edən davranışlar, istərsə də qlobal iqtisadi tendensiyalar startap ekosisteminin gələcəyi üçün əsasən nikbin perspektivlər vəd edir. Vurğulandığı kimi, startap yanaşması dünyanın iqtisadi problemlərinin həllində olmazsa olmazlardan hesab olunan yanaşma kimi qəbul edilir. Bilik iqtisadiyyatı isə bunu əvəzedilməz bir amilə çevirib. Digər tərəfdən, dünya iqtisadiyyatının inkişaf istiqamətlərini müəyyən edən və yönləndirən qlobal investisiyanın dinamikası da startapların xeyrinə dəyişir. Bu müstəvidə nəzərə alınmalı ki, Azərbaycan dünya iqtisadiyyatının imkanlarından çox təsirlənə bilən potensiala malikdir. Azərbaycanda cari və perspektiv dövrlər üçün həyata keçirilən islahatlar həm də startap ekosisteminin inkişafına hesablanıb. Digər tərəfdən, dörüdüncü

sənaye inqilabının gətirdiyi artan rəqabət və sürətlə dəyişən iqtisadi şərtlər də startap yanaşmasını zəruri edir. Yaxın gələcəkdə əmək bazarının tələbatına cavab verən bacarıqlar da startap yanaşması ilə daha çox effektivlik qazanacaq.

7.8. Azərbaycanda startap ekosisteminin inkişaf istiqamətləri: nəticə və təkliflər

Dünya iqtisadiyyatının inkişaf tarixi və dinamikasını öyrənərkən, müxtəlif dövrlərdə insanların (ehtiyaclarının təmin olunması istiqamətində) formalaşdırdığı dəyərlərin necə dəyişdiyini müşahidə edə bilirik. Maraqlıdır ki, rəqabətliliyi və həcmnin genişliyi ilə seçilən indiki dövrdə əlavə dəyər yaratmağa daha çox hesablanmış yanaşmalar tələb olunur. “Dəyər yaratma tarixi” adlı məqalədə “startap dövrü” kimi adlandırılan müasir iqtisadi proseslərdə startap yanaşmasının həm yeni şirkətlərin qurulması, həm də mövcud şirkətlərin davamlılığı baxımından əhəmiyyətli olduğu vurğulanır.

Dünya İqtisadi Formunun veb-səhifəsində yayımlanan məqalədə qeyd olunur ki, (Jeremy Jurgens, Managing Director, World Economic Forum) startaplar sosial dəyişikliyə nail olmaq, eləcə də iqtisadi dirçəliş və davamlı iqtisadi böyüməyə təkan vermək üçün çox vacibdir. Startaplar həm qlobal, həm də yerli miqyasda iqtisadi artımın katalizatorudur. Startapların yaratdığı əlavə dəyər G7 iqtisadiyyatının ÜDM-si ilə demək olar ki, bərabərdir və 2021-ci ildə startap maliyyələşdirməsinin məbləği 600 milyard dolları keçərək, maliyyə rekordlarını yeniləyib. Mənbədə həmçinin qeyd olunur ki, (Mişel Lonqmır, Medable həmtəsisçisi və baş icraçı direktoru) startaplar və iqtisadi böyümələr yalnız bazarda var olan ehtiyacı qarşılıqları təqdirdə uğurlu olurlar. İqtisadiyyatın bərpası və davamlılığına təkan verməklə yanaşı, startaplar və böyüməyə hazır şirkətlər (scale-ups) öz texnologiyalarını və ideyalarını mənimsəmək üçün bazarda tələb olunan zehniyyət dəyişikliklərini də həyata keçirməlidirlər.

Qeyd olunduğu kimi dünya iqtisadiyyatında startapların rolu sürətlə artır. Əlbəttə, belə vəziyyət bu sahəyə qoyulan investisiyanın da miqdarının artmasına səbəb olur. Beləliklə, startaplar yeni bizneslərin yaranmasına səbəb olduğu kimi, eyni zamanda texnologiyanın da yenilənməsinə və inkişafına

zəmin hazırlayır. Hər iki istiqamət dünya iqtisadiyyatında, o cümlədən Azərbaycanda da kifayət qədər əhəmiyyət kəsb edən amillərdəndir.

Azərbaycanda bilik iqtisadiyyatının formalaşdırılması məqsədilə intellektual kapitalın inkişafı istiqamətində həyata keçirilən iri həcmli dövlət proqramları bu sahəyə olan nikbinliyə əsas verir. Bununla belə, sürətlə dəyişən və inkişaf edən iqtisadiyyatlar ilə rəqabət apara bilmək, eləcə də innovasiya ekosistemində istehlakçı vəziyyətindən çıxaraq, istehsalçı kimi rol almaq vacib məsələlərdən hesab olunur. Nəzərə alınmalıdır ki, elm tutumlu sahə kimi bilinən startap ekosistemi həm də zaman və maliyyə tutumluluğu ilə fərqlənən iqtisadi sahədir.

Azərbaycanda startap ekosisteminin mövcud vəziyyətini tədqiq edərkən qarşılaşdığımız məqamları, eləcə də problemləri və perspektivləri yuxarıdakı paraqraflarda izah etməyə və ya sizinlə paylaşmağa çalışdıq. Təhlillərimizə əsaslanaraq, gəldiyimiz nəticə və təkliflər haqqında fikirlərimizi də sizinlə paylaşırıq. Əlbəttə, nəticə və təkliflərdə qeyd olunan məqamlar Azərbaycanda startap ekosisteminin bütün məsələlərini əks etdirməyə bilər. Bununla belə, startap ekosisteminin inkişafı və davamlılığının təmin edilməsi üçün (hazırkı dövrdə) ən əhəmiyyətli hesab etdiyimiz məqamları qeyd etməyə çalışdıq.

Nəticə

Azərbaycanda bilik iqtisadiyyatının və innovasiya ekosisteminin formalaşdırılması istiqamətində xeyli miqdarda qərarlar (qanun, fərman, sərəncam, akt və s.) qəbul edilib. Bununla belə, bu istiqamətdə mövcud olan kompleks qanunvericilik bazası və işlək mexanizmlər formalaşma mərhələsini yaşamaqda davam edir.

1. Azərbaycanda innovasiya ekosistemində bilavasitə mühüm rol oynayan təşkilati infrastruktur (ali təhsil müəssisələri, tədqiqat institutları, texnoparklar, aqroparklar, biznes və sənaye müəssisələri, biznes inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri, laboratoriyalar və s.) mövcuddur. Qeyd etməliyik ki, sözügedən infrastrukturun imkanları elmin kommersiyalaşdırılması və texnologiyanın transferi ilə bağlı mövcud və perspektiv gözləntilərə tam cavab vermir. Bununla belə, intellektual

kapitalın inkişaf etdirilməsi məqsədilə həyata keçirilən fəaliyyətlər (bütün sahələrdə) hər gün daha da aktuallaşır ki, bu da Azərbaycanın innovasiya ekosistemi haqqında nikbin proqnozlar verməyə imkan verir.

2. Azərbaycanda innovasiya ekosisteminin bütün tərəfləri (elmi-pedaqoji, idarəetmə, bazar, təhsil verənlər və təhsil alanlar və s.) yenilikçi yanaşmalara rəğbətlə yanaşır. Amma burada əsas problem yeniliklərin dəyər kimi formalaşması prosesinə dayanıqlı, davamlı və dözümlü yanaşmanın kütləvi xarakter almamasıdır. Ekosistemin formalaşması mərhələsində bu və ya buna bənzər hallarla qarşılaşılması dünya təcrübəsində də mövcuddur.
3. Azərbaycanda startap ekosisteminin formalaşması və inkişafında beynəlxalq və yerli donorların dəstəkləri (maliyyə və intellektual) mövcuddur.
4. Sözügedən dəstək proqramları və layihələrinin nəticələri Azərbaycanda startap ekosisteminin formalaşmasında mühüm rol oynaya bilər.

Təkliflər

1. Azərbaycan bilik iqtisadiyyatının, o cümlədən startap ekosisteminin formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi üçün qəbul edilmiş qərarların uğurlu nəticələrini təmin etmək məqsədilə aşağıdakı məqamların təşkilində gecikməməlidir:
 - Real sektorlarda innovasiyaları təşviq edən və dəstəkləyən kompleks mexanizmin hazırlanması və tətbiqi;
 - Vençur maliyyələşmənin inkişaf etdirilməsi;
 - Sənaye əhəmiyyətli elmi fəaliyyətlərin maliyyə resurslarına əlçatanlığının təmin olunması;
 - Sərbəst bazar mühitinin inkişafının dəstəklənməsi;
 - İntellektual kapitalın kütləvi formada təşviq olunması və dəstəklənməsi;
 - Formlaşdırılmış infrastrukturun məhsuldar istifadəsi üçün qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi və tətbiqi;

- İnnovasiya ekosisteminin beynəlxalq resurslara əlçatanlığının müxtəlif istiqamətlərdə aktualaşdırılması, təşviq edilməsi və dəstəklənməsi;
 - Təhsil və tədqiqat sahələrində modernləşmənin sürətləndirilməsi və kütləviləşdirilməsi, eləcə də bu sahələrə ayrılan maliyyə resurslarının ÜDM-də payının bir neçə dəfə artırılması; təhsil və tədqiqat sahələrində akademik müstəqilliyin təmin edilməsi;
 - İdarəetmə və icra proseslərində mütəxəssis yanaşmasına üstünlük verilməsi.
2. Aidiyyəti qurumların, donorların və digər təşkilatlarının dəstəkləri ilə Azərbaycanın iqtisadiyyatına, xüsusilə startap ekosisteminə verilən töhfələrin davamlılığı daha uğurlu nəticələr verə bilər. Bu məqsədlə aşağıdakıların nəzərə alınmasını təklif edirik:
- Həyata keçirilən fəaliyyətlərin Azərbaycandakı aidiyyəti yerli mütəxəssislərlə davamlılığını təmin etmək;
 - Verilən xidmətlərin hədəf kütləsinin düzgün müəyyənləşdirilməsi prosesində effektivliyi artırmaq;
 - Xidmət alanların müəyyənləşdirilməsi proseslərinə dövlət sektoru ilə yanaşı, özəl və ictimai sektorun da cəlb edilməsini təmin etmək;
 - Praktiki və sahəvi işlərə daha çox əhəmiyyət vermək;
 - Azərbaycanın regionlarında xidmət verilənlərin sayını artırmaq;
 - Məlumatlara əlçatanlığı təmin etmək məqsədilə, yerli bazar kontekstinə uyğun kütləvi iştirakçıların qatıla biləcəyi müsabiqələr təşkil etmək;
 - Azərbaycanda intellektual kapitalın inkişafında qabaqcıl qlobal təcrübənin praktiki və real rolunu, eləcə də iqtisadi əlaqələrini inkişaf etdirmək və s.
3. Texnoloji Tansfer Ofislərinin fəaliyyətini təşkil etmək.

Texnoloji Transfer Ofisləri (TTO) akademik tədqiqat nəticələrinin səmərəli və sürətli kommersiyalaşdırılmasını təşkil edən və bununla bağlı fəaliyyətləri həyata keçirən qurumdur. Belə ofislər çox hallarda universitetlərin və texnoparkların tərkibində, eləcə də tədqiqat və inkişaf (Research&Development) fəaliyyətlərinə əhəmiyyət verən iri müəssisələrdə formalaşdırılır. Bilik

iqtisadiyyatında TTO-ların aktuallığı daha da artır. TTO-lar universitet və tədqiqat mərkəzləri ilə sənaye (biznes) arasında, o cümlədən tədqiqatçılar, sahibkarlar, investorlar, sənayeçilər və digər maraqlı tərəflər arasında səmərəli əməkdaşlığı təşkil edərək, bilikdən səmərəli istifadəni təmin etməklə əlavə dəyər formalaşdırılmasına təkan verir.

TTO-ların əsas məqsədlərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Tədqiqatçıların qarşılaşdıqları və ya qarşılaşa biləcəkləri riskləri azaldan strategiyalar formalaşdırmaq;
- İnvestorların, o cümlədən iş dünyasının tədqiqatçılarla əməkdaşlığını təşkil etmək və biznesə əlavə dəyər qazandırılmasını təmin etmək;
- Sahibkarlıq, innovasiya, startap, R&D və əqli mülkiyyət hüquqları üzrə təbliğat işləri və təlimləri təşkil etmək;
- Tədqiqatçılara, startaplara və sahibkarlara həm ölkə daxilində, həm də xaricdə qüvvədə olan patent sənədlərinin alınmasında köməklik göstərmək;
- Peşəkar mütəxəssislər ilə şirkətlər və startaplar arasında əlaqəni formalaşdırmaq;
- Patent, əqli mülkiyyət hüquqları, lisenziyalaşdırma, akademik əsaslı yeni şirkətlərin yaradılması üçün təşviqlər etmək, bu məqsədlə bazar araşdırması, təsis kapitalı və ya toxum investisiyasının tapılması, eləcə də layihənin maliyyələşdirilməsi üzərində iş apararaq, sənaye və universitetləri ehtiyaclara uyğun istiqamətləndirmək.

TTO-larda işin səmərəli təşkili və məqsədlərə nail olmaq üçün fəaliyyətlər 5 modulda həyata keçirilir. Hər bir modul üzrə nəzərdə tutulan fəaliyyət istiqamətləri isə aşağıdakı kimidir:

Modul 1. Fərqi ndəlik, təqdimat, maarifləndirmə və təhsil xidmətləri

- maarifləndirmə və təbliğat tədbirlərini təşkil etmək;
- tədqiqat və inkişaf sahəsində qazanılmış uğur hekayələrinin paylaşılması
- məqsədlilə vebinar, seminar, panel, forum və konfranslar təşkil etmək;

- Müxtəlif proqram və layihələr haqqında məlumatlandırmanı təşkil etmək;
- Müvafiq jurnal, bülleten, broşür, kataloq və bu kimi materialları hazırlamaq və yaymaq;
- Layihə dəstək fondları, əqli mülkiyyət hüquqları, patent və lisenziyalaşdırma, startap, innovasiya və sahibkarlıq mövzularında təlim və mentorluq xidmətlərini təşkil etmək.

Modul 2. Dəstək proqramlarından faydalanmağa yönəlmiş xidmətlər

- Milli və beynəlxalq layihə və qrant çağırışlarını tədqiqatçıların elektron ünvanlarına göndərmək;
- Veb-səhifə, sosial media və digər vasitələrdən istifadə etməklə maraqlı tərəfləri davamlı məlumatlandırmaq;
- Milli və beynəlxalq çağırışlara müraciət etmək məqsədilə tədqiqatçılara və firmalara akademik və texniki-inzibati dəstək vermək;
- Milli və beynəlxalq qrant dəstək proqramlarına müraciət etmək üçün layihənin hazırlanması və yazılmasına dəstək vermək;
- Əlavə dəstək mexanizmlərinin işlənməsi və tapılması istiqamətində məsləhət xidmətlərini təşkil etmək, eləcə də yeni cəhdlər etmək.

Modul 3. Elm-təhsil biznes əməkdaşlığı

- Biznes və ya sənayenin gözlənti və ehtiyaclarını təyin etmək üçün tədqiqatlar aparmaq, həmçinin müzakirə, konfrans və digər tədbirlər təşkil etmək;
- Universitet-sənaye əməkdaşlığını təşviq və təşkil etmək;
universitet-sənaye əməkdaşlığının inkişaf etdirilməsi məqsədilə tələb və ehtiyaclara uyğun təşkilatlanma işlərini təşkil etmək;
- Bazarın dəstəyi ilə tədqiqat və inkişafa dair proqram və layihələri təşkil etmək;
- Sənaye əhəmiyyətli tədqiqat və inkişafa dair proqram və layihələri dəstəkləmək;

- Biznes ideyaları və innovasiya layihələrinin sənayeçilərə təqdim edilməsi məqsədilə müxtəlif tədbirlər təşkil etmək.

Modul 4. Əqli mülkiyyət və lisenziyalaşdırma xidmətləri

- Patent və faydalı modelin yazılması, əqli mülkiyyətin təmin edilməsi məqsədilə müraciətin edilməsi istiqamətində maarifləndirmə və təbliğat işlərinə dəstək vermək;
- Elm-təhsil müəssisələri, patent təşkilatları, texnoparklar, akselerasiya və inkubasiya mərkəzləri ilə tərəfdaşlıq etmək və ehtiyaclara uyğun dəstək mexanizmlərini təşkil etmək;
- Tərəfdaşların patent və lisenziyalaşdırma əməliyyatlarına dəstək vermək məqsədilə milli və beynəlxalq təşkilatlarla görüşlər keçirmək, bununla bağlı müvafiq təqdimatlar etmək;
- Əqli mülkiyyət və lisenziyalaşdırma işlərində tərəfdaşlara akademik və texniki-inzibati dəstəklər təşkil etmək.

Modul 5. Şirkətləşmə və sahibkarlıq xidmətləri

- İnkubasiya və akselerasiya xidmətləri təşkil etmək;
- İdeya və layihə müəllifləri ilə investorların əməkdaşlığını təşviq və təşkil etmək;
- Tədqiqatçıların və tələbələrin şirkət qurmaq fəaliyyətlərini asanlaşdırılması üçün mexanizmlər qurmaq və təklif etmək;
- Tədqiqat və inkişafa əsaslanan firmaların sayını artırmaq və bu firmaların davamlılığını təmin edən tədbirlər təşkil etmək;
- Tədqiqat və inkişafa əsaslanan firmaların əməkdaşlığını təmin etmək;
- Lisenziya və hissə satışı edərək, tədqiqatçılara gəlir təmin etmək;
- Biznes təşəbbüskarı və startap mədəniyyətini inkişaf etdirmək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində ədəbiyyat siyahısı

1. "Aqrroparklar haqqında Nümunəvi Əsasnamə"nin təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 21 dekabr 2021, <https://president.az/az/articles/view/54706>
2. "Ali təhsil pilləsinin dövlət standartı və proqramı" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 23 aprel tarixli, 75 nömrəli Qərarı.
3. A.Ş. Şəkərəliyev, Dövlətin iqtisadi siyasəti: Reallıqlar və perspektivlər, ADİU, Bakı 2009 s.18.
4. "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasının təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 29 dekabr 2012, <https://president.az/az/articles/view/7022>
5. "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər", Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 2 fevral 2021, <https://president.az/az/articles/view/50474>
6. "Azərbaycan Elm Fondu" publik hüquqi şəxsin yaradılması və "Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondunun Nizamnaməsi"nin təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 15 oktyabr 2022, <https://president.az/az/articles/view/57577>
7. "Azərbaycan gəncliyi 2017-2021-ci illərdə" Dövlət Proqram, 15 sentyabr 2017, <https://president.az/az/articles/view/25237/print>
8. "Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası (AMEA) Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 08 noyabr 2016, <https://president.az/az/articles/view/21637>
9. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində "Dördüncü Sənaye İnqilabının Təhlili və Koordinasiya Mərkəzi" publik hüquqi şəxsin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin

- Fərmanı, 06 yanvar 2021, <https://president.az/az/articles/view/49932>
10. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı”nın təsdiq edilməsi haqqında Sərəncamı, 26 sentyabr 2018, <https://e-qanun.az/framework/40164>
 11. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nın icrasının yekunlarına həsr olunan konfransın materialları, <https://president.az/articles/31679>
 12. Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun Nizamnaməsi, 01 avqust 2018, <https://president.az/az/articles/view/29609>
 13. Azərbaycan Respublikasında elm və təhsil sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 28 iyul 2022, <https://president.az/az/articles/view/56763>
 14. “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya”, 02 aprel 2014, <https://president.az/az/articles/view/11312>
 15. “Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 10 yanvar 2019, <https://president.az/az/articles/view/31491>
 16. “Azərbaycan Respublikasında rəqəmsallaşma, innovasiya, yüksək texnologiyalar və rabitə sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 11 oktyabr 2021, <https://president.az/az/articles/view/53407>
 17. “Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası”, 24 oktyabr 2013, <https://president.az/az/articles/view/9779>
 18. “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 22 iyul 2022,

<https://president.az/az/articles/view/56723>

19. Azərbaycan Respublikasının Elm və Təhsil Nazirliyi yanında Elm və Ali Təhsil üzrə Dövlət Agentliyinin Əsasnaməsi, 24 iyul 2023, <https://president.az/az/articles/view/60575>
20. "Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 30 iyul 2018, <https://president.az/az/articles/view/29593>
21. "Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin tabeliyində Texnologiyaların Kommersiyalaşdırılması və Transferi Mərkəzinin yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 06 aprel 2021, <https://president.az/az/articles/view/51024>
22. "Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 26 iyun 2018, <https://president.az/az/articles/view/29169>
23. Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi, Startap Şəhadətnaməsi [Internet Resursu] // <https://smb.gov.az/az/nav/startap-sehadetnamesi>
24. "Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 05 sentyabr 2012, <https://president.az/az/articles/view/5717>
25. "Azərbaycan Respublikasında ümumi təhsilin dövlət standartları" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2020-ci il 29 sentyabr tarixli 361 nömrəli Qərarı
26. "Təhsil haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 2009-cu il
27. "Azərbaycan Respublikasında Ali Təhsil Sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə 2019-2023-cü illər üçün Dövlət Proqramı"

28. "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası", Bakı, 2022.
29. "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi", Bakı, 2016;
30. Azərbaycanın ilk Vençur Kapital Fondu – "Caucasus Ventures" yaradılması,
<https://mincom.gov.az/az/view/news/1699/azerbaycanin-ilk-vencur-kapital-fondu-caucasus-ventures-yaradildi> , 28.07.2023
31. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. Qlobal İnnovasiya İndeksi 2020-ci il Hesabatı.
32. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. Qlobal İnnovasiya İndeksi 2021-ci il Hesabatı. <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2021-report#>
33. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. Qlobal İnnovasiya İndeksi 2022-ci il hesabatı.
34. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. Qlobal İnnovasiya İndeksi 2023-cü il hesabatı.
35. Bünyamin Seyidov, "Universitet-sənaye əməkdaşlığı və texnoparklar", Elm və Təhsil Nazirliyinin Yüksək Texnologiyalar Parkı, Bakı, 2023, <https://ameaytp.az/index.php/component/content/article/113-neshrler/1208-universitet-s-naye-m-kdasl-g-v-texnoparklar?Itemid=539> , 28.07.2023
36. Cəbrayıl Vəliyev, Ömər Hüseynli. "Startup şirkətlərinin beynəlxalq bazara çıxışı zamanı seçdiyi strategiyanın təhlili". Proceedings of Azerbaijan High Technical Educational Institutions, cild 27, buraxılış 04.2023. s.293-294.
37. "Elm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 09 avqust 2016, <https://president.az/az/articles/view/20785>
38. Gəray Musayev, "Üçüncü nəsil" universitetlərdə maliyyələşmə məsələləri, Azərbaycanın "Vergi" jurnalı, Bakı, 2018.

39. Günay Quliyeva: "Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksində mövqeyini 2 pillə yaxşılaşdırıb", 21 sentyabr 2021, <https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/gunay-quliyeva-azerbaycan-qlobal-innovasiya-indeksinde-movqeyini-2-pille-yaxsilasdirib-280>
40. İ.Qasimov, F.Cəbiyev, İnnovasiya Sahibkarlığı və Texnoparklar, Bakı Mühəndislik Universiteti, Bakı, s.69
41. İ.Qasimov, F.Cəbiyev, İnnovasiya Sahibkarlığı və Texnoparklar, Bakı Mühəndislik Universiteti, 2017, s.82, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4500874
42. İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 21 oktyabr 2022, <https://president.az/az/articles/view/57664>
43. Klaus Şvab, Dördüncü Sənaye İnqilabı, 2016, Dünya İqtisadi Forumu (tərcümə edən elmi redaktoru, i.e.d. prof. Ədalət Muradov, UNEC, 2020), <https://unec.edu.az/application/uploads/2020/07/IV-Senaye-Inqilabi-UNEC.pdf>
44. Qasımlı Vüsal, "İqtisadi artım", Bakı, 2021, 214 səh.
45. Qasımlı Vüsal, "İqtisadi Modernizasiya", Bakı, 2014, 311 səh.
46. _ "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 06 dekabr 2016, <https://president.az/az/articles/view/21953>
47. "Rəqəmsal İqtisadiyyat", prof. Vüsal Qasımlının elmi redaktorluğu ilə. Bakı 2023, 262 səh.
48. "Sənaye parklarının, sənaye məhəllələrinin və aqroparkların idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 22 yanvar 2021,

<https://president.az/az/articles/view/50330>

49. "Startapın müəyyən olunması meyarları"nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarı, 29 yanvar 2021, <https://e-qanun.az/framework/46782>, <https://smb.gov.az/az/nav/startap-sehadetnamesi>
50. "Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 21 dekabr 2011, <https://president.az/az/articles/view/3833/print>
51. "Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə"nin təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 15 may 2014, <https://president.az/az/articles/view/11749>
52. "Təhsil haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 5 sentyabr 2009, <https://edu.gov.az/az/esas-senedler/tehsil-haqqinda-azerbaycan-respublikasinin-qanunu>
53. Vüqar Gülməmmədov. "İnnovativ kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin vergi tənzimlənməsində ünvanlılığın təmin edilməsinin nəzəri məsələləri". Azərbaycanın "Vergi" jurnalı 2019, № 1 (138). s. 58.
54. "Yaşıl İqtisadiyyat", prof. Vüsal Qasımlının elmi redaktorluğu ilə. Bakı, 2022, 280 səh.
55. "Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, noyabr 2012, <https://president.az/az/articles/view/6544>

İngilis dilində ədəbiyyat siyahısı

56. Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Rodoplu, D. pg. 409-438.
57. An Entrepreneur's Guide to Surviving the "Death Valley Curve", by Thomas Ritter and Carsten Lund Pedersen, Entrepreneurial Business Strategy, <https://hbr.org/2022/04/an-entrepreneurs-guide-to->

[surviving-the-death-valley-curve](#) , 07.08.2023

58. B. A. Nan Cenka and Z. A. Hasibuan, "Enhancing educational services using cloud technology," 2013 International Conference of Information and Communication Technology (ICoICT), Bandung, Indonesia, 2013, pp. 155-160, doi: 10.1109/ICoICT.2013.6574565.
59. Bajaj, A.. (2023). Impact of Virtual Reality (Vr) and Augmented Reality (Ar) in Education. Tuijin Jishu/Journal of Propulsion Technology. 44. 1310-1318. 10.52783/tjjpt.v44.i4.1014.
60. Baloff N. Startup Management //IEEE Transactions on Engineering Management. – 1970. – №. 4. – C. 132-141.
61. Budden, P., and Murray, F. (2018) "Innovation Ecosystems: A New Approach to Accelerating Corporate Innovation and Entrepreneurship." Lecture slides, MIT Sloan School of Management.
62. Budden, Phil, FionaMurrayandAnnaTurskaya. 2019. "A Systematic MIT Approach For Assessing 'Innovation-Driven Entrepreneurship' In Ecosystems." Accessed October 5, 2018.
<https://innovation.mit.edu/assets/Assessing-iEcosystems-V2-Final.pdf>.
63. Carayannis, G., Barth. D., Campbell D. (2012) The Quintuple Helixinnovation model: global warming as a challenge and driver forinnovation. J of Innovation and Entrepreneurship., 1(2):1-12.
64. CBINSIGHTS, The Top 12 Reasons Startups Fail, August 3, 2021,
<https://www.cbinsights.com/research/report/startup-failure-reasons-top/>
65. Colombo, Massimo G., Giovanni B. Dagnino, Erik E. Lehmann and MariPaz Salmador. 2019. "The Governance of Entrepreneurial Ecosystems," Small Business Economics, 52: 419-428.
66. Deborah J. Jackson, What is an Innovation Ecosystem? National Science Foundation, Arlington, VA,
[https://erc-assoc.org/sites/default/files/topics/policy_studies/DJackson Innovation%20Ecosystem 03-15-11.pdf](https://erc-assoc.org/sites/default/files/topics/policy_studies/DJackson%20Innovation%20Ecosystem%2003-15-11.pdf) 28.07.2023

67. DeSantola A. Tom Eisenmann. Why Startups Fail: A New Roadmap for Entrepreneurial Success, 2022.
68. Duke, N. K., & Halvorsen, A. (2017, June 20). New study shows the impact of PBL on student achievement. Edutopia.
69. Durst, S., Poutanen, P. (2013) Success factors of innovation ecosystems: Initial insights from a literature review. COCREATE2013: The Boundary-Crossing Conference on Co-Design in Innovation, Aalto University, 27-38.
70. Etzkowitz, Henry and Loet Leydesdorff. 1995. "The Triple Helix – University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development," EASST Review, 14 (1): 14-19.
71. Felin T. et al. Lean startup and the business model: Experimentation revisited //Forthcoming in Long Range Planning (Open Access). – 2019.
72. Giardino C. et al. What do we know about software development in startups? // Software. – 2014. – T. 31. – №. 5. – C. 28-32.
73. Global Entrepreneurship Development Institute. 04 July 2019. <https://thegedi.org/>.
74. Global Innovation Index (2018), 04 July 2019. <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4330>.
75. Harris, Tom, Mehmet S. Tosun, Jordan Hastings, Veronica Scavacini, Philip Bowers, and Ethan Olesinski (2022). "Southern Nevada Asset Map Report – Phase 1." July 31, 2022.
76. Harvard Business Review – Россия. 05 February 2019. <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/p23631/>
77. Hosler, A. What you should know about project-based learning. Education World (2013).
78. How startups drive economic recovery while growing responsibly. <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/how-startups-help-drive-economic-recovery-and-growth/>, 12.08.2023

79. Isa Gasimov and others. ["The importance of communication factors in the innovation process and the potential Turkey's example in Azerbaijan", News of ANAS. Economy Series, World Economy, Pages 291-298, 2018.](#)
80. Isenberg, Daniel. 2008. "The Global Entrepreneur," Harvard Business Review, December, 2008, <https://hbr.org/2008/12/the-global-entrepreneur>
81. Isenberg, Daniel. 2011. "Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Different Characteristics," Forbes, May 25, 2011. <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/?sh=282aa94e5fe8>
82. Isenberg, Daniel. 2014. "What an Entrepreneurship Ecosystem Actually is," Harvard Business Review, May 12, 2014. <https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is>
83. Jackson, D. (2011) What is an Innovation Ecosystem? National Science Foundation., 2011, pg.112.
84. Jeff Desjardins, The \$86 Trillion World Economy in One Chart, 2019, <https://www.visualcapitalist.com/the-86-trillion-world-economy-in-one-chart/>
85. Jeff Desjardins, Visualizing How Much Countries Spend on R&D Published, 2018, <https://www.visualcapitalist.com/money-country-puts-r-d/>
86. Kaya, H.D. Government Support, Entrepreneurial Activity and Firm Growth. Socio Economic Challenges, 3(2), 5-12. [https://doi.org/10.21272/sec.3\(3\).5-12.2019](https://doi.org/10.21272/sec.3(3).5-12.2019)
87. Kuckertz A. et al. Startups in times of crisis–A rapid response to the COVID-19 pandemic //Journal of Business Venturing Insights. – 2020. – T. 13. – C. e00169.

88. Lowe, Charles U. 1982. "The Triple Helix—NIH, Industry, and the Academic World." *Yale Journal of Biology and Medicine*, 55 (3-4):239-246.
89. Mason, Colin and Ross Brown. 2014. "Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship." Background Paper. OECD.
90. Mercan, B. and Göktü, D. (2011) Components of Innovation Ecosystems: A Cross-Country Study. In *International Research Journal of Finance and Economics*, (76):102-112.
91. Mercier-Laurent, E. (2011) *Innovation Ecosystems*. Wiley.
92. Moore, James F. 1993. "Predators and Prey – A New Ecology of Competition." *Harvard Business Review*, 71 (3): 75-86.
<https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition>
93. OECD (2010) *Innovation to strengthen growth and address global and social challenges*, <http://www.oecd.org/sti/45326349.pdf>
94. Olson, S., Dahlberg, M. (2013) *Trends in the Ecosystem: Can Past Successes Help Inform Future Strategies?* The National Academies Press. Washington D.C.
95. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). 2019. *Azerbaijan: Driving Diversification Through Strengthened Entrepreneurship*, OECD Publishing, Paris.
<https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Azerbaijan-Driving-Diversification-through-Strengthened-Entrepreneurship.pdf>
96. Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en#page7
97. R. Vrana, "The perspective of use of digital libraries in era of e-learning," 2017 40th International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO), Opatija, Croatia, 2017, pp. 926-931, doi: 10.23919/MIPRO.2017.7973555.

98. Raath, Russell. "When Innovation Fails." Forbes. June 28, 2012.
99. Rabelo R. J., Bernus P. (2015). A Holistic Model of Building Innovation Ecosystems IFAC, Elsevier.
100. Schumpeter, J. A. (2000). Entrepreneurship as innovation. University of Illinois at Urbana-Champaign'.
101. Schumpeter, Joseph A. 1934. "The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle," English Edition 1949. Cambridge, MA: Harvard University Press.
102. Serdyukov, P. (2017), "Innovation in education: what works, what doesn't, and what to do about it?", Journal of Research in Innovative Teaching & Learning, Vol. 10 No. 1, pp. 4-33.
<https://doi.org/10.1108/JRIT-10-2016-0007>
103. Shahverdiyeva, R. O. (2020). Evaluation of Innovative Projects on the Basis of Efficiency Indicators. Problems of Information Technology, 129-141.
104. Suh P. Nam On Innovation Strategies: an Asian Perspective. // University Research for Innovation. Luc E. Weber and James J. Duderstadt (eds.). Economica. Glion Colloquium Series. No.°6. London, Paris, Genève, 2010. P. 289–302
105. Suleymanov, E., Heyderova, A., & Dincer, M. (2014, May). Efficiency of Innovation Management Implementation in Azerbaijan. In Caucasus and Central Asia in Globalization Process IV International Congress (2-4 May 2014).
106. Suleymanov, E., & Ibrahimova, K. (2018). The Impact of Innovation on Economic Development in Keys of Azerbaijan. October 2018 Conference: The Sustainable Development of Economy and Administration: problems and perspectives International Conference Baku.
107. Survival of private sector establishments by opening year,
https://www.bls.gov/bdm/us_age_naics_00_table7.txt , 31.07.2023

108. Sutherland, J., 2014. Scrum: The Art of Doing Twice. The Work in Half The Time. Currency.
109. The History of Creating Value.
<https://www.weforum.org/agenda/2022/05/how-startups-help-drive-economic-recovery-and-growth/>, 12.08.2023
110. Thiel P, Masters B. Zero to one: Notes on startups, or how to build the future. – Currency, 2014.
111. Tom Huddleston Jr, The 3 biggest reasons startups failed in 2022, according to a poll of almost 500 founders, Jan. 20 2023,
<https://www.cnn.com/2023/01/20/top-reasons-why-startups-failed-in-2022-study.html>, 31.07.2023.
112. Tosun, Mehmet S. 2022. “Triple Helix Model of International Collaboration.” University of Nevada, Reno College of Business International Business Blog Series. September 22, 2022.
<https://www.unr.edu/business/international/blog/triple-helix-model>.
113. Tosun, Mehmet S., Pavel Yakovlev and Antony Davies. 2018. Principles of Microeconomics, Second Edition. San Diego, CA: Cognella Academic Publishing.
114. Weiss, Mitchell. 2021. We the Possibility: Harnessing Public Entrepreneurship to Solve Our Most Urgent Problems. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
115. Wu, H.-K., Lee, S. W.-Y., Chang, H.-Y., & Liang, J.-C. (2013). Current status, opportunities and challenges of augmented reality in Education. Computers & Education, 62, 41–49.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.024>
116. Yuen, S. C., Yaoyuneyong, G., & Johnson, E. (2011). Augmented Reality: An Overview and Five Directions for AR in Education. Journal of Educational Technology Development and Exchange (JETDE), 4(1).
<https://doi.org/10.18785/jetde.0401.10>
117. Prajapat, V., Taru, R. D., & Atikur, M. A. (2022). Comparative Study about Expansion of Digital Libraries in the Current Era and Existence of

Rus dilində ədəbiyyat siyahısı

118. Асадова, И. (2019) Инновациям быть: InnoFest в Баку подводит итоги <https://zerkalo.az/innovatsiyam-byt-innofest-v-baku-podvodit-itogi/>.
119. Д.В. Арутюнова. Инновационный менеджмент. Учебное пособиею – Ростов-на-ДонуЖ Изд-во ЮФУб 2014ю – 152
120. Корсаков М.Н. Экономика, организация и управление на предприятии : Учебник / Корсаков М.Н., Ребрин Ю.И., Федосова Т.В., Макареня Т.А., и др.; Под ред. М.А.Боровской, - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2008. - 440с.)
121. Панкрушев, Д. (2019) Инновационная культура в крупных корпорациях —vc.ru. <https://vc.ru/flood/37117-innovacionnaya-kultura-v-krupnyh-korporaciyah>.
122. Подрывные инновации: двадцать лет спустя | HarvardBusinessReview – Россия. 2018. Подрывные инновации: двадцать лет спустя | HarvardBusinessReview – Россия. <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/a17234>
123. Рабочий вопрос: кому нужны ваши инновации | HarvardBusinessReview – Россия. 2019. Рабочий вопрос: кому нужны ваши инновации |
124. Степин В.С. Наука/ Новая философская энциклопедия.М.2001 Т 3. С 23
125. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / под ред. А.Г. Милейковского. М.: Прогресс, 1982. 454 с.)

İnternet resursları

126. <http://bbf.az/>
127. <https://abbtech.az/>
128. https://az.wikipedia.org/wiki/Elmi-texniki_t%C9%99r%C9%99qqi
129. <https://azmiu.edu.az/az/pages/186>, <http://asoiu.edu.az/>
130. <https://beu.edu.az/az/page/tecnopark-30>
131. <https://dealroom.net/blog/top-venture-capital-firms>
132. <https://icnextstep.com/>
133. <https://sabahinalimleri.edu.az/>
134. <https://sil.vc/az/proqramlar/>
135. <https://sup.vc/#2>
136. https://tr.wikipedia.org/wiki/Silikon_Vadisi
137. <https://unec.edu.az/innovativ-biznes-inkubator/>
138. <https://www.dim.gov.az/news/8162/>
139. <https://www.facebook.com/eazistartstartupschool/>
140. <https://www.sabahhub.com/az>
141. <https://www.steam.edu.az/gallery/12>
142. <https://www.taxes.gov.az/az/post/2300>
143. <https://yenifikir.az/>
144. <https://yenifikir.az/az/pages/Layiheler-57.html>
145. <https://youthinc.az/>
146. http://projects.innovbusiness.ru/content/document_r_0534fb3f-84a2-4255-9689-1167a37e18e6.html)
147. https://bstudy.net/870010/ekonomika/suschnost_innovatsionnogo_protssesa_ekonomicheskie_osobennosti_innovatsionnoy_deyatelnosti
148. <https://core.ac.uk/download/pdf/287489087.pdf>

149. <https://corp.kaltura.com/blog/what-is-innovation-in-education/>
150. <https://eua.eu/downloads/publications/digihe%20desk%20research%20report.pdf>.
151. <https://futuclass.com/blog/benefits-of-virtual-reality/>
152. <https://futuclass.com/blog/benefits-of-virtual-reality/>
153. <https://futuclass.com/blog/benefits-of-virtual-reality/> (2)
154. <https://futuclass.com/blog/the-power-of-virtual-reality/>
155. https://futuclass.com/blog/VR_in_schools/
156. https://futuclass.com/blog/VR_in_schools/
157. <https://ippk.arkh-edu.ru/kpo/innovation/detail.php?ID=26713>
158. <https://kitaboo.com/top-innovations-in-k-12-education/>
159. <https://scienceforum.ru/2015/article/2015014212>"><https://scienceforum.ru/2015/article/2015014212>
160. <https://topref.ru/referat/90578/2.html>
161. <https://www.classcraft.com/blog/examples-of-educational-technology/>
162. <https://www.classvr.com/virtual-reality-in-education/>
163. <https://www.classvr.com/virtual-reality-in-education/>
164. https://www.educationworld.com/a_curr/project-based-learning-benefits-best-practices.shtml
165. <https://www.edutopia.org/article/new-study-shows-impact-pbl-student-achievement-nell-duke-anne-lise-halvorsen>
166. <https://www.victoryxr.com/>
167. [https://www.powerschool.com/blog/project-based-learning-benefits-examples-and-resources/#:~:text=Project%2Dbased%20learning%20\(PBL\),face%20in%20the%20real%20world.](https://www.powerschool.com/blog/project-based-learning-benefits-examples-and-resources/#:~:text=Project%2Dbased%20learning%20(PBL),face%20in%20the%20real%20world.)
168. <https://www.prizmah.org/blog/10-quotes-inspire-innovation-education> (1)

169. <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy>
170. https://en.wikipedia.org/wiki/Genrikh_Altshuller, 05.08.2023
171. <https://en.wikipedia.org/wiki/TRIZ>, 05.08.2023
172. <http://innoland.az/az>, 29.07.2023
173. <https://ameaytp.az/index.php>, 29.07.2023
174. <https://startup.az/menu/haqqimizda-154>, 29.07.2023
175. <https://startup.az/menu/startap-azerbaycan-128>, 29.07.2023
176. <https://www.stepi.re.kr/site/stepiko/main.do>, 29.07.2023
177. <https://www.ttcp.az/Home/About/General>, 29.07.2023
178. <https://yenifikir.az/>, 29.07.2023
179. https://audit.gov.az/Upload/Files/2019/Akif_Musayev_Rəqəmsal_iqtisadiyyat_və_şəffaflıq-konvertirovan.pdf
180. <https://copat.gov.az/az/news/global-innovasiya-indeksi-drc-olunub>
181. Constructing Problems that Matter - Accessed 25 July 2019.
https://www.youtube.com/watch?time_continue=65&v=EWu8EVd2ZN4.
182. Distribution of super startup companies offering B2B and B2C solutions worldwide in 2020] // <https://www.statista.com/statistics/1098800/super-start-ups-b2b-b2c-worldwide/>
183. Gathering of the world's largest investor network // <https://www.investorcapitalexpo.net/>
184. General Startup Statistics // <https://www.demandsage.com/startup-statistics//>
185. Technovate - SABAH Angels Club // <https://az.linkedin.com/company/technovate-sabah-angels>
186. <https://www.economist.com/graphic-detail/2018/07/12/arab-states-are-losing-the-race-for-technological-development>.

187. Unicorn Startup Statistics 2023 // <https://explodingtopics.com/blog/startup-stats>
188. <https://startupgenome.com/>
189. <https://www.startupblink.com/>
190. <https://startups.watch/>
191. <https://www.globalstartupecosystem.com/>

**MEHMET SERKAN TOSUN,
Biznesin idarə edilməsi üzrə ekspert**

Mehmet Serkan Tosun – ABŞ-da Nevada Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən Biznes Kolleci, Özmen Sahibkarlıq Mərkəzi və Beynəlxalq Biznes Proqramlarının direktoru, İqtisadiyyat Departamentinin və Biznes Kollecinin professorudur. Almaniya Bonn Əmək İqtisadiyyatı İnstitutunun, Ərəb ölkələri, İran və Türkiyə İqtisadi Araşdırmalar Forumunun elmi işçisi, Oksford Universitetinin tədqiqatçısıdır.

Mehmet Tosun ABŞ Qlobal Liderlik Koalisiyası Məşvərət Komitəsinin, Nevada Universiteti İqtisadiyyat Departamenti Aktual Məsləhət Şurasının, Yaxın Şərq İqtisadi Assosiasiyasının İdarə Heyətinin üzvüdür. Nevada ştatının BƏƏ, Türkiyə, Polşa, Sloveniya, Xorvatiya və İspaniya ticarət missiyalarının nümayəndəsidir.

Tələbə startap mükafatları və sahibkarlar üçün tələbə qruplarının təqdimat tədbirlərinin, “Startups Gone Global Workshop Series”, Koç Universiteti və Varşava İqtisadiyyat Məktəbi arasında birgə layihələrin təşkilatçısıdır.

Nevada Universitetinin “Beta Gamma Sigma - İlin Tədqiqatçısı”, “Qlobal Nişan”, Yaxın Şərq İqtisadi Assosiasiyası tərəfindən “İbn Xəldun İqtisadiyyat” mükafatlarına və Hacı Ömər Sabancı Vəqfi Təqaüdünə layiq görülüb.

**ELÇİN SÜLEYMANOV,
Təhsil eksperti**

Elçin Bəhman oğlu Süleymanov - Bakı Mühəndislik Universitetin elmi işlər üzrə prorektoru və Maliyyə kafedrasının dosentidir. Bir dərslük, 5 dərslük vəsaiti, 10 fənn proqramı və 16 monoqrafiyanın həmmüəllifidir. Müxtəlif beynəlxalq elmi jurnallarda və xarici ölkələrdə keçirilən beynəlxalq konfransların nəşrlərində 200-dən çox elmi məqalə və tezisləri çap edilib. 30-a yaxın beynəlxalq elmi jurnalların redaksiya heyətinin üzvüdür.

Elçin Süleymanov 100-ə yaxın elmi nəşrlərin yer aldığı dünyanın məşhur

elmi tədqiqat şəbəkələrində tədqiqatlarından ən çox istifadə edilən azərbaycanlı müəlliflərdən biridir. Təlim və tədqiqat məqsədi ilə Niderland Krallığının Groningen Universitetində, ABŞ-ın Merilənd Universitetində (College Park) təcrübə keçib.

“Web of Science və Scopus” sisteminə daxil edilən 30-a yaxın elmi jurnalın resenziyaçısı olaraq bir çox məqalənin rəyçisi olub.

2017-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondunun keçirdiyi "Ən Layiqli Alim – Ə.L.A." qrant müsabiqəsi çərçivəsində "2016-cı ilin alimi" müsabiqəsində humanitar və ictimai elmlər sahəsinin əsas nominasiya üzrə qalibi olub.

MƏTANƏT MUSAYEVA,

Layihələrin idarə edilməsi üzrə ekspert

Mətanət Ramazan qızı Musayeva – İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin operatoru olduğu “Enterprise Azerbaijan” portalının rəhbəri, iqtisadi coğrafiya üzrə fəlsəfə doktorudur.

Bakı Dövlət Universitetində Elmi Fəaliyyətin Təşkili və İnnovasiyalar Mərkəzinin Texnologiyaların ransferi və innovasiyalar şöbəsinin müdiri, Coğrafiya fakültəsində elmi işlər üzrə dekan müavini və İqtisadi və sosial coğrafiya kafedrasının dosenti, AMEA Coğrafiya İnstitutunun Azərbaycanın iqtisadi və siyasi coğrafiyası şöbəsində aparıcı elmi işçi vəzifələrində çalışıb. 50-dən artıq elmi əsərin, 2 monoqrafiyanın, 1 dərslinin və 15 dərslərinin müəllifidir.

ABŞ-ın Nevada Universitetində “İnnovasiya və Sahibkarlıq”, Fransanın Sarbon Universitetində “Dünyada İnnovasiya Təhsili”, BƏƏ-nin Sarbon Universitetində “Təhsildə İnnovativ Həllər”, İspaniyanın Xuan Karlos Universitetində “Təcrübə Mübadiləsi” proqramları üzrə təlimlər keçib.

Mentoru olduğu bir çox layihələr İngiltərə, Danimarka, Niderland, Macarıstan və Türkiyədə keçirilmiş beynəlxalq yarışlarda ölkəmizi layiqincə təmsil edib. 2017-ci ildə Birinci Respublika İnnovasiya Musabiqəsinin qalibi olub.

**URXAN SEYİDOV,
İnnovasiyalar üzrə ekspert**

Urxan Səməd oğlu Seyidov – Siyasi Psixologiya Mərkəzinin innovasiyalar və strateji kommunikasiyalar üzrə məsləhətçisi və elmi tədqiqatçısı, Harvard Kennedi Məktəbi məzunlarının Avrasiyadakı və Azərbaycandakı səfirdir.

Harvardın Kennedi məktəbinin “Dövlət siyasəti”, Stenford Universitetinin “Texnologiyalar və innovasiyalar”, Massaçusets Texnologiya Universitetinin “İnnovasiyalar və strategiya”, London İqtisadi Məktəbinin “Müasir kütləvi informasiya vasitələrinin idarə edilməsi və beynəlxalq jurnalistika” və dünyanın digər universitetlərinin müxtəlif proqramları üzrə hazırlıq keçib.

Beynəlxalq Valyuta Fondunun “Resursla zəngin ölkələrdə makroiqtisadi idarəetmə”, “Google”un “Rəqəmsal marketinqin əsasları”, Pensilvaniya Universitetinin “Problemin həlli üçün hesablama düşüncəsi”, Brown Universitetinin “Mühəndislik və dizayna giriş” sertifikatlarını qazanıb, Atlantik Şurada Minilliyin Liderlik Təqaüdçüsü olub.

“İnnovasiyalar” və “Yumşaq güc” monoqrafiyalarının, “Qloballaşma”, “İnformasiya texnologiyaları və strateji kommunikasiyalar” mövzularında 30-dan artıq elmi-kütləvi məqalələrin müəllifidir.

**MƏTANƏT RƏSULOVA,
İnsan resursları üzrə ekspert**

Mətanət Rəsul qızı Rəsulova - Bakı Dövlət Universitetinin Beynəlxalq münasibətlər və iqtisadiyyat fakültəsinin Maliyyə və menecment kafedrasının dosentidir.

İqtisadiyyat Nazirliyinin İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutunda kiçik elmi işçi vəzifəsindən direktor müavini vəzifəsinə qədər əmək fəaliyyəti ilə məşğul olub. BMT və Asiya İnkişaf Bankının təşkilatçılığı ilə beynəlxalq və bir sıra yerli elmi-tədqiqat layihələrində müvafiq olaraq Milli Qrup rəhbəri, böyük ekspert kimi iştirak edib.

Beynəlxalq Valyuta Fondunun və USAID-in təşkilatçılığı ilə beynəlxalq

təlimlərdə iştirak edib, bir sıra beynəlxalq və yerli konfranslara elmi məruzələr təqdim edib, bir neçə kitabın həmmüəllifi, 50-dən artıq elmi məqalə və tezis müəllifidir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2014-cü il 21 oktyabr tarixli 798 nömrəli Sərəncamı ilə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında xidmətlərinə görə "Tərəqqi" medalı ilə təltif edilib.

**İSA QASIMOV,
İnnovasiya sahibkarlığı üzrə ekspert**

İsa Hüseyn oğlu Qasimov - Bakı Mühəndislik Universitetinin Texnoparkının direktoru, həmçinin eyni universitetdə Sənaye mühəndisliyi kafedrasının dosentidir. "Yeni Fikir" MMC-nin təsisçisi, Texnologiyaların Transferi və Elmin Kommersiyalaşdırılması Platformasının həmtəsisçisidir.

"Azərbaycanda regional sahibkarlığın inkişafı üçün innovasiyaların stimullaşdırılması və texnoparkların yaradılması mexanizmlərinin işlənməsi" mövzusunda elmlər doktorluğu işi üzərində işləyir.

Stanford Universiteti Peşəkar İnkişaf Mərkəzinin "İdeyadan Biznesə İnnovasiya və Akselerasiya IX Proqramı", Koreya Respublikası Elm və Texnologiya Siyasəti İnstitutunun (STEPİ) "Yüksək səviyyəli elm-texnologiya-innovasiya siyasəti və strateji inkişafı", Hindistan Sahibkarlığın İnkişafı İnstitutunun "İnnovasiya və sahibkarlığın biznes inkubatorlarda inkişafı", ABŞ Dövlət Departamentinin "Ali təhsil və gələcək karyera proqramı" və digər qlobal təlim proqramlarının məzunudur.

"İnnovasiya sahibkarlığı və texnoparklar" dərs vəsiəti, 5 dərs proqramı, 40-dan çox elmi əsərin müəllifidir.

**FƏRİD İSMAYILZADƏ,
İnvestisiya üzrə ekspert**

Fərid Şahid oğlu İsmayılzadə - Türkiyənin Bilkənd Universitetində təhsilini başa vurduqdan sonra ABŞ-dakı Silikon Vadisinə köçərək San Xose Dövlət Universitetində təhsilini davam etdirib. O, Avropanın ən yaxşı məktəblərindən biri hesab edilən Maastrixt İdarəetmə Məktəbinin MBA dərəcəsinə malikdir.

Fərid İsmayılzadə Azərbaycanın ilk onlayn ödəniş xidməti təminatçısı olan “GoldenPay” şirkətini, həmçinin Azərbaycanda ən böyük onlayn xidmət platforması olan “hesab.az” saytını, “Bakcell” mobil şəbəkə operatoru üçün Azərbaycanda ən populyar “Ulduzum” loyallıq proqramını hazırlayan “eMobile” şirkətini, “Technovate” vençur studiyasını və erkən investisiya firmasını təsis edib.

O, “Azerconnect”də innovasiyalar üzrə Baş direktor vəzifəsində çalışıb, Amerika Ticarət Palatasının (AmCham) Azərbaycan İKT Komitəsinin sədr müavini və sədri, Direktorlar Şurasının üzvü, AZINNEX Konsorsiumunun Müşahidə Şurasının üzvü olub.

Fərid İsmayılzadə “İlin İnformasiya Texnologiyaları adamı” və “İlin EY Sahibkarı” kimi bir sıra mükafatların sahibidir.