

SAHİBKARLIĞIN MAHIYYƏTİ VƏ PROBLEMƏ MÜXTƏLİF SİYASİ YANAŞMALAR

Səkinə Babayeva

dissertant, Qərbi Kaspi Universiteti
sakinababayeva@gmail.com

Xülasə: Məqalədə müasir dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti, onun siyasi-iqtisadi yanaşmaları, metod və xüsusiyyətləri araşdırılmış, müxtəlif elmi tədqiqatlardan istinadlar verilmişdir. Həmçinin siyasi-iqtisadi yöndə təhlillər aparılaraq, siyasi sahibkarlıq fenomeninin mahiyyəti göstərilmiş, həm Qərb, həm Rus, həm də Azərbaycan müəlliflərinin baxışları tədqiq edilmişdir. Məqalədə sahibkar və siyasi sahibkarlığa siyasi-iqtisadi baxış və yanaşmalarda nəzərdən keçirilmişdir.

Açar sözlər: siyasi-iqtisadi yanaşma, siyasi sahibkarlıq fəaliyyəti, biznes, iqtisadi-siyasi metodlar, innovasiya.

Dünyanın yeni düzəninə inkişaf mərhələsi sahibkarlığa dair siyasi-iqtisadi-nəzəri biliklərin sistemləşdirilməsini zəruri etmiş, sahibkarlıq fəaliyyətinin özü isə müasir sahiblik sisteminin həm siyasi-iqtisadi, həm də yeni innovativ biznes münasibətlərində keyfiyyətli dəyişikliklərin edilməsinə zəmin yaratmışdır.

Hər bir sosial-siyasi və iqtisadi hadisənin nəzəri sistemləşdirilməsinin əsas əhəmiyyəti onun mahiyyətinin dərkidir. Bu yanaşmadan baxsaq görərik ki, elmi ədəbiyyatda və praktiki fəaliyyətdə “biznes”, “sahibkarlıq” anlayışları sinonim kimi işlədilir. Bəs sahibkar kimdir? Tədqiqatçılar A.Şəkərliyev və H.Vəliyev məsələyə belə yanaşırlar: “R.Kontdyona sahibkara vasitəçi kimi, A.Smit isə sahibkara – hər hansı bir kommertiya ideyasının reallaşması və mənfəət mənasına risk edən mülkiyyətçi kimi yanaşır. Y.Sumpeter sahibkara tək fiziki şəxs kimi deyil, həm də insan qrupu, mülkiyyətçi amili ilə bəhəm, maddəli menecer kimi yanaşır.”(1,111) Bu baxımdan sahibkarlığın mahiyyətinin müəyyən edilməsinə çoxpilləli yanaşmalar və bu konsepsiyanın bir çox kontekstlərdə siyasi-iqtisadi inkişaf, rəqabət, qiymətləndirmə, mənfəət, firma, istehsal amilləri və s. tətbiqi nəzəriyyələri ilə sahibkarlığın mahiyyətinin vahid və birmənalı tərifini formalaşdırmağa imkan vermir. Onun şərtlərinin əhəmiyyəti də sahibkarlıq əlamətlərinin genişliyi ilə şərtlənir. Bu bağlılığa aid A.Moskovtsev yazır: “İqtisadi nəzəriyyə, çətin ki, bu fenomenin birmənalı və ümumi şərhini işləyib hazırlaya bilsin” (2). İqtisadi, eləcə də siyasi elmdə sahibkarlığın bu cür şərhinə ehtiyac var və fikrimizcə, sahibkarlığın mahiyyətinin tərifini, onun əsas spesifik xüsusiyyətlərini vurğulamaqla və dörd əsas yanaşmadan istifadə olunmaqla əsaslandırıldığı təqdirdə açıqlamaq olar: 1) geniş və dar şəkildə yanaşma; 2) makro və mikroiqtisadi yanaşma; 3) tədqiqat proqramlarının xüsusiyyətlərinə əsaslanan bir yanaşma; 4) siyasi yanaşmalar.

Sahibkarlıq siyasətinin müəyyən edilməsini insan fəaliyyətinin prosesi kimi geniş şəkildə şərh edərək, Uerta de Soto Xesus göstərir ki; “geniş və ya ümumi mənada sahibkarlıq insan fəaliyyəti ilə eynidir. Bu məsələ ilə əlaqədar olaraq demək olar ki, bu gününü dəyişdirmək və gələcəkdə öz məqsədlərinə nail olmaq üçün fəaliyyət göstərən istənilən şəxs sahibkarlıqla məşğul olur”(3,47). Bu mənada sahibkarlıq ayrıca bir iqtisadi fəaliyyət növü kimi səciyyələnir. Əsas mahiyyət odur ki, bu fəaliyyət müstəqil təşəbbüsə, məsuliyyətə, innovasiya ideyasına əsaslanır və mənfəət əldə etmək məqsədi daşıyır.

Makroiqtisadi yanaşma çərçivəsində sahibkarlıq iqtisadiyyatın ümumi strukturunda alt sistem kimi müəyyən edilir. Sahibkarlıq təsərrüfat subyektinin fəaliyyətinə yardımçı olur və həm siyasi-iqtisadi, həm də ictimai-iqtisadi status funksiyası ilə çıxış edir. Bu tip alt sistem həm dövlət siyasəti, həm fərdi ev təsərrüfatının, həm də digər səviyyəli subyektlərin - regional və ya ərazi - təsərrüfat vahidinin, milli təsərrüfat subyektinin fəaliyyətlərində özünü göstərə bilər və hətta təsərrüfat subyektinin fəaliyyətində də milli səviyyədə mövcud olmaq hüququna malikdir.

Sahibkarlıq siyasəti mahiyyətə iqtisadiyyatın ümumi strukturunda alt sistem kimi institusional cəhətdən möhkəmlənir, ictimai-siyasi əhəmiyyətli təsərrüfat funksiyalarını yerinə yetirir və özünün inkişaf tendensiyasına malik olur.

Mikroiqtisadi yanaşma mövqeyindən sahibkarlığın mahiyyəti şəxsiyyətin, ayrı-ayrı müəssisənin, şirkətin təsərrüfat davranışının xüsusi növü kimi müəyyən edilir. Sahibkarlıq siyasəti fəaliyyətinin özəlliyi spesifik məqsədlərlə, spesifik xarakteristikalarda, spesifik motivasiyada (məsələn, şəxsiyyətin özünü reallaşdırmasında) özünü göstərir.

İqtisadi və siyasi fikrin neoklasik istiqamətinin ayrı-ayrı nümayəndələri sahibkarlığı xüsusi və nadir istehsal amili kimi şərh edirlər. Bununla əlaqədar olaraq, bu istiqamət çərçivəsində belə bir tərifi istifadə olunur: Sahibkarlıq siyasəti, fəaliyyət kimi, gəlirin əldə edilməsi məqsədilə risk yanaşması əsasında istehsal amillərinin səmərəli birləşməsində ifadə olunan fərdin xüsusi qabiliyyətlərinin həyata keçirilməsi formasıdır. V.Niftullayev bunu belə təhlil edir: “Sahibkarlıq dedikdə, xüsusi şəxslərin, müəssisə və təşkilatların istehsal, xidmət göstərilməsi, məhsulun satılması və digər məhsullarla mübadiləsi ilə bağlı həyata keçirdikləri fəaliyyət növü başa düşülür. Onun subyektivi ayrı-ayrı xüsusi şəxslər, müəssisələr və onların birlikləri də ola bilər. Bu fəaliyyətin formalaşması üçün müəyyən siyasi-iqtisadi, sosial və hüquqi şərtlərin yaradılması zəruridir. Sahibkarlıq növlərinə və formalarına görə fərqləndirilir. Sahibkarlıq fəaliyyəti istehsal, ticarət, vasitəçilik, məsləhət (konsultativ), maliyyə və digər növlərə ayrılır”.(4,11)

Sahibkarlığın innovasiya konsepsiyası onu innovasiya üsuluna, tətbiq sahəsinə və meyarlarına görə, ənənəvi əmək fəallığından fərqlənən xüsusi fəallıq növü kimi müəyyən edir. Qeyd edək ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin aşağıdakı təşkilati-hüquqi formaları inkişaf etmişdir: təsərrüfat yoldaşlıqları və cəmiyyətləri: istehsal kooperativləri; dövlət və bələdiyyə xarakterli unitar müəssisələr. “Təsərrüfat yoldaşlıqları tam yoldaşlıq və komandit yoldaşlığına bölünür, bununla belə, təsərrüfat yoldaşlıqları məhdud məsuliyyətli, əlavə məsuliyyətli cəmiyyətlər, həmçinin səhmdar cəmiyyətləri və asılı cəmiyyətlər formasında da yaradıla bilər”(4,32) – deyər V.Niftullayev vurğulayır.

Müasir sahibkarlıq siyasəti bir çox təzahür formaları, işgüzar fəaliyyət şəraiti və iqtisadi fəaliyyət parametrləri ilə səciyyələnir. Xüsusən iqtisadi cəhətdən sahibkarlığı istehsal amili, iqtisadi münasibət, təsərrüfatçılıq metodu, sosio-iqtisadi institut kimi qiymətləndirmək olar. Bu komponentlərin hər biri keyfiyyətli xüsusiyyətlərə malikdir. Bu isə o deməkdir ki, belə təriflərdən heç biri tam hesab edilə bilməz. Ancaq eyni zamanda bu komponentlər ümumi, spesifik əlamətlərlə xarakterizə olunur ki, bu da onun mahiyyətini müəyyən etməyə imkan verir.

Bu kontekstdən siyasi sahibkar anlamına diqqət edək. Belə ki, siyasi sahibkar fərdin siyasi kontekstdən kənarında hərəkət etməklə nail ola bilmədiyi şəxsi məqsədlərə çatmaq üçün siyasi qərarlara təsir etmək imkanlarından istifadə edən fərddir.

ABŞ politoloqu Con Kinqdonun sözlərinə görə; “bu termin bu və ya digər fərdin müəyyən məşğələlərindən elə də asılı deyildir: siyasi sahibkar həm rəsmi hakimiyyət strukturlarına daxil ola və ya olmaya bilər, həm MSK-nın əməkdaşı da ola bilər, hər hansı bir maraqlı qrupa başçılıq da edə bilər, yaxud tədqiqat təşkilatının üzvü də ola bilər, o cümlədən həm təyin olunmuş, həm də seçilmiş şəxs də ola bilər”(5). Siyasi sahibkarın əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, gələcəkdə səmərə əldə etmək məqsədilə hər hansı siyasi dəyişikliklərin həyata keçirilməsində onun üçün mövcud olan resurslara — vaxta, enerjiyə, nüfuzə və ya pula sərmayə qoymaq arzusundadır. Bu baxımdan siyasi sahibkar klassik biznes sahibkarına çox oxşardır, fərq isə yalnız onların fəaliyyət sahəsindədir.

Bir sıra tədqiqatçılar "siyasi" sahibkarın adı sahibkardan prinsipial fərqi olduğunu qeyd edirlər. Bu mənada D.Daokuinin və J.Hondriinq belə bir fikir bildirirlər ki; “siyasi sahibkarların irəli sürdükləri dəyişikliklərdən əldə etdikləri faydanın yalnız onların özlərinə deyil, siyasi sahibkarların fəallığı ilə dəyişmiş strukturlar çərçivəsində fəaliyyət göstərən digər agentlərə də şamil olunmasından ibarətdir”(6,14).

Bu kontekstdə “siyasi sahibkar” və “lobbiçilik” anlayışlarını fərqləndirmək vacibdir. Lobbiçilər ilk növbədə maraqlı qrup (onun lideri siyasi sahibkardır) və hakimiyyət strukturları arasında bir növ əlaqələndirici halqadır. Bəzi alimlər isə, məs. S.Ainsvordz, İ.Sened və b. lobbiçiləri siyasi sahibkarların bir yarım-növü hesab edirlər. (7)

Digər tədqiqatçı - N.Koen qeyd edir ki; “siyasi sahibkarlıq” və siyasi sahibkarların konsepsiyaları 1980-ci illərin əvvəllərində politologiya və menecment ilə bağlı elmi tədqiqatlar çərçivəsində yaranmışdır.(8) “Siyasi sahibkarlıq” anlayışı ilə yanaşı, bu konsepsiyanın digər növləri “institusional sahibkarlıq”, “icra sahibkarlığı”, “təkamül siyasi fəaliyyəti” və s. də meydana gəlmişdir. Araşdırmaların əsas səbəbi siyasi dəyişikliklər fenomeninə yeni rəkursdan yanaşmağın zəruriliyindən irəli gəlir. M.Mintrom və P.Norman yazırlar: Qeyd etmək lazımdır ki, əvvəlcə (hələ 60-cı illərin sonunda) siyasi dəyişiklik nəzəriyyələri meydana çıxdı və yalnız sonra “siyasi sahibkarlıq” və “siyasi sahibkarlar” anlayışları işlənib hazırlandı, yəni əvvəlcə bilavasitə olaraq aktorlar məsələsi hələ aydın deyil.”(9,13)

İmkanlar pəncərəsi - siyasi sahibkara lazım olan dəyişikliklərin həyata keçirilməsi üçün ən optimal vaxtın anını təsvir etmək üçün istifadə olunan anlayışdır. Siyasi sahibkarlıq kontekstində bu anlayış ilk dəfə Con Kinqdon tərəfindən “Agendas, Alternatives and Public” kitabında istifadə edilmişdir.(9)

Con Kinqdon tərəfindən qeyd olunan təsvir nəzəriyyəsinin mənası ondan ibarətdir ki, siyasi sahibkarların fəaliyyətinin uğurla həll olunması üçün üç qondarma “axın”ın bir araya gəlməsi zəruridir. Birinci “axın”ın mənası ondan ibarətdir ki, hər hansı bir dəyişikliyin (islahatların və s.) zəruriliyi cəmiyyət tərəfindən, ilk növbədə, siyasi elitanın problemi kimi (Problem Stream) başa düşülməlidir. İkinci “axın” bu problemin həlli üzrə işlənib hazırlanmış mexanizmin (Policy Stream), üçüncüsü isə səlahiyyətli siyasi institutlar daxilində lazımi dəyişiklik (Politics Stream) aparmaq istəyinin və iradəsinin olmasıdır. C.Kinqdonun sözlərinə görə, hər üç “axın” birləşdikdə, siyasi sahibkarlar yalnız “imkanlar pəncərəsi”nin açılmasını, yəni əlverişli siyasi konyukturanın yaranmasını gözləməlidirlər”(10).

Tədqiqatçılar R.Qarud, C.Hardi və C.Makkayerə görə; “siyasi sahibkarlığ”ın nəzəriyyəsi kimi, tənqid əsasən “inteqrasiya olunmuş agent” anlayışına əsaslanır. Bu anlayışa görə, müəyyən siyasi qurumların və institutların daxilində olan fərd bu institutların və ya digər qurumların fəaliyyəti ilə bağlı hər hansı dəyişiklikləri qabaqcadan görə və həyata keçirə bilmir. Bunun səbəbi isə “inteqrasiya edilmiş agent” fenomenidir: fərdin tərkib hissəsi olan institut onun şüurunu strukturlaşdırır, onun maraqlarını və identikliyi müəyyən edir, fərdin institusional çərçivədən kənara çıxmasını və buna görə də onun tərəfindən istənilən islahatların həyata keçirilməsini mümkünsüz edir”.(11,1)

Bu tənqidin cavabı bir sıra tədqiqatçıların, o cümlədən M.Emizbayer, A.Mişe tərəfindən göstərilir: “Agentlərin (o cümlədən siyasi sahibkarların) fəaliyyət göstərdiyi mühitin agentlərinin özləri tərəfindən yaradıldığını və bu prosesin müvəqqəti olduğunu göstərir: agentlər istənilən vaxt onu yenidən qurmağa və ya prinsipcə yeni bir şey yaratmağa qadirdirlər, çünki özləri tərəfindən yaradılmış mühitin yeganə məqsədi dünyanın bu və ya digər tarixi inkişaf mərhələsinin daima dəyişən şərtlərinə birbaşa olaraq institusional reaksiyanın olmasından ibarətdir”.(12)

A.Kononkova görə, “bir qayda olaraq, sahibkarlığın spesifik əlamətlərinə təşəbbüskarlıq, müstəqillik, məsuliyyət, iqtisadi qeyri-müəyyənlik və iqtisadi riskin yüksək dərəcəsi və mənfəətin əldə olunması daxildir”.(13,11) Bu mənada, V. R. Boqaçov, V. Kabakov, L. Xodaçək hesab edirlər ki, “sahibkarlıq büdcə təşkilatlarında ciddi tapşırıqlar, normativlər, daimi hesabat və mülkiyyətçinin nəzarəti ilə həyata keçirilən təsərrüfat fəaliyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir”(14,71).

Qeyd etmək lazımdır ki, novatorluq (innovasiya) kimi sahibkarlıq fəaliyyətinin əlamətləri, eləcə də iqtisadçılar arasında istehsal amillərinə dair mülkiyyət hüququnun olması ilə bağlı yanaşmalarda hələ də vəhdət yoxdur. Bu baxımdan dörd əsas yanaşma müəyyən edilə bilər.

N.Kraskova göstərir: “Birinci yanaşmaya uyğun olaraq (J. B. Sey, Avstriya məktəbi, Sovet iqtisadiyyat məktəbi) sahibkarın istehsal vasitələrinə mülkiyyət hüququnun və fəaliyyətinin novator xarakterli olması sahibkarlıq fəaliyyətinin səciyyəvi cəhətidir. Sovet iqtisadi məktəbinin nümayəndələri mülkiyyət anlayışı ilə sıx əlaqədə olan “sahibkarlıq” anlayışının təşəkkülünü və inkişafını araşdırarkən, sahibkarlığa və mülkiyyətə zaman və məkanda inkişaf edən eyni prosesin iki tərəfi kimi baxılır. Sahibkarlıq fəaliyyəti üçün ikinci yanaşmaya əsasən istehsal vasitələrinə mülkiyyət hüququnun olması məcburidir, lakin fəaliyyətin innovativ xarakteri mütləq deyildir. Alimlərin və iqtisadçıların əksəriyyəti, məsələn, A. Smit, J. Bodo, İ. V. Lipsits, A. V. Busıgın bu cür fikirlərə sadıqdirlər. Üçüncü yanaşmanın tərəfdarları (R. Katilon) hesab edirlər ki, sahibkar biznes sahibi ola bilər, yalnız menecer ola bilər və fəaliyyətin novator xarakteri vacib deyildir. Bu yanaşma təsərrüfat vahidlərinin əhatə dairəsinə görə ən böyük yanaşmadır. Dördüncü yanaşmanın nümayəndələri (Y. Şumpeter, P. Druker, V. İ. Kuşlin) hesab edirlər ki, sahibkarlıqda əsas - innovativ fəaliyyətdir, müəssisəyə dair mülkiyyət hüququ isə sahibkarlığın

mühüm əlaməti deyildir, çünki sahibkarlıq şəxsi kapitalın olmadığı halda da mümkündür (məsələn, borc vəsaitləri istifadə etməklə və ya dövlət subsidiyaları hesabına). Y.Şumpeter istehsal və menecer amillərinin mülkiyyətçisinin funksiyalarını bir-birindən aydın şəkildə ayırır”.(15,11)

Praktiki fəaliyyətdə ikinci yanaşma da möhkəmlənmişdir, bu isə bir sıra ölkələrin (o cümlədən Azərbaycan respublikasının da) Mülki Məcəlləsində təsbit edilmiş sahibkarlıq fəaliyyətinin tərfi ilə təsbit edilmişdir.

Bu nöqteyi - nəzərdən innovasiyalılığın əlaməti ilə bağlı ziddiyyətin aradan qaldırılmasına siyasi sahibkarlıq davranışının iki modeli haqqındakı tezis imkan verir: klassik və innovasiyalı. Birinci modelin fərqləndirici xüsusiyyəti (əks halda, onu resurs yönümlü model də adlandırmaq olar) ondan ibarətdir ki, sahibkar həll olunan vəzifələri mövcud resurslarla əlaqələndirir və resursların istifadəsinin daha səmərəli olmasını təmin edən məqsədlərə nail olmaq üçün o vasitələrə üstünlük verir. İkinci model (əks halda, innovasiyalı, yenilikçi kimi də xarakterizə edilə bilər) mövcud resurslara deyil, imkanlara doğru yönəldilmişdir. Bu isə o deməkdir ki, sahibkar öz resurslarından və xarici resurslardan istifadə edərək istehsalın innovativ inkişaf metodlarına üstünlük verir.

Beləliklə; a) belə nəticəyə gəlmək olar ki, müasir sahibkarlıq siyasəti bazar iqtisadiyyatının çoxcəhətli və inteqral sosial-iqtisadi hadisəsidir və b) onun iqtisadi-siyasi mahiyyətini müəyyən etmək üçün çoxpilləli, yəni müxtəlif nəzəri yanaşmaları əks etdirən amillər mövcuddur; c) ümumiləşdirici, yəni bir çox spesifik əlamətləri özündə əks etdirən sahibkarlıq siyasəti anlayışına daha çox, fərdi fəaliyyət uyğun gəlir; d) sahibkarlıq siyasətində sosial məsuliyyət amili vardır; e) həmçinin innovativ siyasi sahibkar bu prosesə elmi-texniki kadrların cəlb edilməsi mexanizmini təmin etməlidir, yəni müasir sahibkarlıq siyasətində müvafiq texnologiyaların tətbiqi zəruridir. Bu kontekstdən yanaşsaq deyə bilərik ki, sahibkarlıq siyasətinin politoloji elmdə də tədqiqi zəruridir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat:

1. A.Səfərəliyev və H.Vəliyev. Sahibkarlıq fəaliyyətinin formaları. B., 1993, 146 s.
2. Московцев А.Ф., Юрова О.В. Эвристическое значение понятия предпринимательства и его границы // Экон, науки. 2008. № 7. С. 91.
3. Уэрта де Сото Хесус. Социализм, экономический расчет и предпринимательская функция / пер. с англ. В. Кошкина; под ред. А. Куряева. М.; Челябинск, 2008. С. 47.
4. Niftullayev V. M. Sahibkarlığın əsasları. Bakı: “Zaman” nəşriyyatı, 2002, s.32
5. Kingdon, J. W. [1984] 1995. Agendas, Alternatives, and Public Policies, 2nd ed. Boston: Little, Brown and Company
6. Daokuinin, D. & Junxin, F. & Hongping, J. (2006). Institutional Entrepreneurs. The American Economic Review 96
7. Ainsworth, S., and I. Sened. 1993. «The Role of Lobbyists: Entrepreneurs with Two Audiences.» American Journal of Political Science 37
8. Cohen, N. 2011. Policy Entrepreneurs and the design of the public policy: Conceptual Framework and the case of the National Health Insurance Law in Israel. The Open University of Israel, Research Institute for Policy, Political Economy and Society
9. Mintrom M. & Norman P. Policy Entrepreneurship and Policy Change. The Policies Studies Journal, Vol. 37 № 4, 2009
10. C.Kinqdom, 1995, Agendas, Alternatives and Public Policies, 2nd ed Boston
11. Garud, R. & Hardy C. & Maguire C. (2007). Institutional Entrepreneurship as embedded agency: an introduction to the special issue. Technology, Innovation and Institutions Working Paper Series 4
12. Emirbayer, M. & Mische, A. (1998). What is agency? American Journal of Sociology 10 EU ETS factsheet, October 2013.
13. Вах: Кононкова Н.П. Государственный сектор российской экономики: возможности предпринимательства // Экон. науки. 2010, № 6. С. 13; Тимофеев А.В. Предпринимательство - движущая сила качественных сдвигов в эпоху перемен // Экон. науки. 2010. № 10. С. 45.
14. Богачев В.Р., Кабаков В.С., Ходачек Л. Стратегия малого предпринимательства. СПб, 1995. С. 72.

15. Краскова Н.И. Малое предпринимательство, как предмет анализа экономической науки // Экон. науки. 2011, № 1. С.44.

СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И РАЗЛИЧНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ

Сакина Бабаева

Аннотация. В статье рассматривается феномен предпринимательства и его роль в развитии бизнеса, определяется понятие и значение предпринимательства в политической, общественной и экономической жизни, исследуется становление представлений о предпринимательстве в социально-политической и экономической мысли, определяются функции и место предпринимательства в мелком и крупном бизнесе. Даны ссылки на рекомендации по организации современной предпринимательской деятельности и показана глубина научных исследований, связанных с методами, особенностями, инновациями и политико-экономическим подходом к данной проблеме.

Ключевые слова: политико-экономический подход, политическая предпринимательская деятельность, бизнес, экономико-политические методы, инновация

ESSENCE OF ENTREPRENEURSHIP AND DIFFERENT POLITICAL APPROACHES TO THE PROBLEM

Sakina Babaeva

Summary: In the article the essence of modern entrepreneurial activity, political and economic approaches to the problem, its methods and characteristics, and references from various scientific studies have been given. The article analyzes the political-economic text, explains the phenomenon of political entrepreneurship, and examines the views of Western, Russian, and Azerbaijani authors. Political-economic views and approaches to entrepreneur and entrepreneurship have also been considered in the article.

Keywords: political-economic approach, entrepreneurial activity, business, economic-political methods, innovation.