



Rasim Cavan oğlu ABBASOV
Qərbi Kaspi Universiteti, i.ü.f.d
E-mail: ra545@inbox.ru

Orxan Famil oğlu ƏLİZADƏ
Qərbi Kaspi Universiteti, Biznesin təşkili və idarə edilməsi, magistr
E-mail: alizadehzz620@gmail.com

BİZNES ANLAYIŞINA NƏZƏRİ BAXIŞLAR

Xülasə

Mülkiyyət, istər təşkilat, istərsə də sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan, kommersiya, sənaye və ya peşə fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisəyə aiddir. Mülkiyyət subyektləri məhdud məsuliyyətli şirkətlərdən fərdi sahibkarlara, korporasiyalara və ortaqlıqlara qədər bir spektri əhatə edir. Sahibkarlar kiçik miqyasda fəaliyyət göstərə və ya bütün dünyada müxtəlif sənaye sahələrini əhatə edən geniş əməliyyatlara əmr verə bilirlər.

Mülkiyyət fəaliyyəti ilə məşğul olmaq adətən bir neçə ilkin addımları əhatə edir. Bunlara biznes planının hazırlanması, bazar araşdırmasının aparılması, kapitalın və ya alternativ maliyyələşdirmə formalarının təminatı, müvafiq biznes adının seçilməsi, qeydiyyat sənədlərinin doldurulması, vergi öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi, lazımi icazə və lisenziyaların alınması daxildir. İqtisadiyyatın gücləndirilməsində müəssisələr mühüm rol oynayır.

Açar sözlər: Sahibkarlıq, biznes, biznes modelləri, biznes növləri.

UOT: 338.

JEL: O32.

DOI: <https://doi.org/10.54414/TKMO1284>

Giriş

İqtisadi fəaliyyət növü kimi sahibkarlıq öz köklərini tacirlərin, tacirlərin və sənətkarların sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmağa başladığı orta əsrlərə gedib çıxır. Kapitalizm anlayışı yarandıqca fərdlər öz sərvətlərini artırmağa çalışdılar, bu da sahibkarların konkret meyarlar əsasında mikro, kiçik, orta və iri sahibkarlıq subyektlərinə bölünməsinə səbəb oldu.

Qlobal mənzərənin təkamülü və rəqəmsallaşması sahibkarlığa dərinlən təsir göstərərək, onun inkişafını qabaqcıl mərhələyə yüksəldib. Sahibkarlıq hər bir xalqın sosial-iqtisadi tərəqqisinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bir-biri ilə sıx bağlı olsa da, sahibkarlıq və biznes fərqli xüsusiyyətlər nümayiş etdirir. Tipik olaraq, sahibkarlıq bazara innovativ məhsul və ya xidmətlərin təqdim edilməsi və ya mövcud olanların təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə yeni şirkətlərin və ya müəssisələrin yaradılması və idarə edilməsi prosesini əhatə edir. Bu, biznes konsepsiyalarının yaradıl-

masını, bazar araşdırmasının aparılmasını, resursların təmin edilməsini, risklərin idarə edilməsini və strateji qərarların qəbulunu əhatə edir. Əksinə, korporasiya mənfəət üçün mal istehsal etməyə və ya xidmətlər göstərməyə yönəlmiş hər hansı bir iş fəaliyyətini və ya təşkilatı əhatə edən geniş bir termindir. Biznes sahibkarlıq təşəbbüsündən yarana bilər və korporasiya, şirkət və ya firma tərəfindən idarə oluna bilər. Buna görə də, sahibkarlıq biznesin yaradılması və inkişafının ayrılmaz hissəsi olsa da, qeyd etmək lazımdır ki, bütün bizneslər sahibkarlıq fəaliyyətindən yaranmır.

Biznes anlayışı erkən sivilizasiyalar mal və xidmətlərin ticarətinə başladığı vaxtdan geniş yayılmışdır. İxtisaslaşmış istehsalçıların meydana çıxması və pulun mübadilə vasitəsi kimi istifadə edilməsi ilə fərdlər və cəmiyyət "Biznes üstünlüyü"ndən istifadə etməyə başladı. Bazarda "müəyyən qiymətə malı alıb qeyri-müəyyən qiymətə satan fiziki şəxslər" kimi çıxış edən sahibkarlar qazanc perspektivi ilə hərəkət edirlər. Lakin bazarda istehlak mallarının qiymətlərinin

dəyişməsi səbəbindən bu mənfəət qeyri-müəyyəndir. Sahibkarlar, Kantillonun fikrincə, gələcəyin gözlənilməz təbiəti və sabit gəlirin olmaması səbəbindən artan risklə üzləşirlər. Əslində, Cantillon sahibkarlığı asılı məşğulluqdan fərqli olaraq zamanətlərdən məhrum bir mühitdə naviqasiya kimi vurğulayır.

İqtisadi baxımdan biznes üç elementdən ibarətdir: torpaq mülkiyyətçiləri, sahibkarlar və ödənişli işçilər (işçilər) bütün mübadilə və dövriyyəni asanlaşdırmaqla iqtisadi sistemdə mərkəzi rol oynayırlar. Biznes anlayışı hamı tərəfindən

qəbul edilsə də, biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslərə adətən “iş adamları” deyilir. MDB regionlarında bu anlayış “sahibkarlıq” kimi tanınır.

Müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən təqdim edilən sahibkarlığın müxtəlif şərtləri və xüsusiyyətləri konsepsiyaları əhatə edən mürəkkəbliyə kömək edir. Sahibkarlığın ümumi tərfi hələ də çətin olsa da, müşahidəçilər sahibkarlıq xüsusiyyətləri və hərəkətləri nümayiş etdirən şəxslərlə qarşılaşdıqda sahibkarlığı müəyyən edə bilirlər. Bu günə qədər sahibkarlıqla bağlı edilmiş saysız təriflərdən bir neçəsini aşağıdakı cədvəldə görmək mümkündür:

Cədvəl 1

Dünyaca məşhur tədqiqatçıların sahibkarlıq tərifləri

Mənbə	Anlayış
Knight (1921)	sahibkarlığın riskdən mənfəət əldə etmək üçün qeyri-müəyyənlikdə naviqasiya etməyi ehtiva etdiyini irəli sürdü.
Şumpeter (1934)	sahibkarlığı biznes modeli çərçivəsində yeni birləşmələrin yaradılması kimi təsvir etmişdir.
Hoselitz (1952)	sahibkarlığın səmərəliliyin artırılmasında, istehsal resurslarının əlaqələndirilməsində, innovasiyaların tətbiqində və kapitalın təmin edilməsində rolunu vurğuladı.
Cole (1959)	sahibkarlığı mənfəətə əsaslanan biznesin qurulması və inkişaf etdirilməsi üzrə məqsədyönlü fəaliyyət kimi müəyyən etmişdir.
McClelland	sahibkarlığın bir xüsusiyyəti kimi orta dərəcədə risk götürməyi vurğuladı.
Casson (1982)	sahibkarlığa məhdud resursları uyğunlaşdırən qərarların qəbulu kimi baxırdı.
Gartner (1985)	sahibkarlığı yeni bir təşkilatın qurulması prosesi kimi müəyyən etdi.
Pottas (1985)	sahibkarlığı innovasiya, risk götürmə, imkanların tanınması və fəaliyyətlə əlaqələndirir.
Burch (1986)	sahibkarlığın etimologiyasını fransızca “sahibkarlıq” terminindən götürmüşdür ki, bu da imkanlar yaratmaq, yenilik etmək və biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmaq deməkdir.
Gartner (1988)	sahibkarlığı yeni biznes modelinin yaradılması kimi qiymətləndirdi.
Herber və Link (1988)	sahibkarlığı mövcud işi canlandırmaq kimi xarakterizə etmişlər.
Dollinger (1995)	sahibkarlığı risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində mənfəət və böyümə üçün yeni iqtisadi təşkilatın yaradılması kimi təsvir etmişdir.
O'Neil (1996)	qeyri-müəyyənlik şəraitində sahibkarlığın innovasiyalar, resursların re-kombinasiyası, risk götürmə, təşkilati inkişaf və mənfəət axtarışı vasitəsilə dəyişikliyi təşviq etmək qabiliyyətini vurğuladı.
Barrow (1998)	sahibkarlığı müxtəlif bacarıqlar vasitəsilə insan fəaliyyətinə dəyər əlavə etmək, imkanlardan istifadə etmək, gəlir əldə etmək, müstəqillik və özünə güvənmək prosesi kimi baxırdı.
Timmons (1999)	insan yaradıcılığının sahibkarlığın mərkəzi olduğunu vurğuladı.

Mənbə: Louw və digərləri (2003: 6,8). Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Cədvəl 2

Dövlərə görə sahibkarlıq anlayışları

Dövr	Araşdırmaçı	Sahibkarlıq anlayışları
Orta əsrlər	-	O, geniş layihələr həyata keçirən fərddir.
17-ci əsr	-	Hökumətlə bağlanmış müqavilə əsasında mənfəət əldə etmək və ya zərər vermək riskini üzərinə götürən fiziki şəxs.
1725	Richard Cantillon	Potensial mənfəət əldə etmək məqsədi ilə risklə məşğul olur və risklərə nəzarət edir.
1766	Turgot	O, investor və sahibkarı bir-birindən fərqləndirərək qeyd etdi ki, sahibkar istehsal amillərini təşkil etdiyi halda, investor cəlb olunan subyektlərə tələb olunan vəsaiti verir.
1776	Adam Smith	Millətlərin Sərvətləri iddia edir ki, iş adamları fərdi olaraq şəxsi mənafeyindən çıxış etsələr də, görünməz sosial mexanizm vasitəsilə istər-istəməz cəmiyyətin rifahına töhfə verirlər.
1797	Beaudeau	Bu fərd öz üzərinə götürən, strategiya quran, tənzimləyən, təşkil edən və riski daşıyan şəxsdir.
1803 – 1821	Jean Baptiste Say	Turgot kimi, Say sahibkarın qazandığı mənfəətlə investorun əldə etdiyi mənfəəti fərqləndirir. Turgot və Say hər ikisi sahibkarlığa təşəbbüs və koordinasiya ustalığı kimi baxırlar.
1934	Joseph Schumpeter	Sahibkarlar ixtiraçılıq və yeni texnologiyaların öncülləridir.
1961	David McClelland	Sahibkar zəhmətkeşdir və ehtiyatla risk götürür.
1964	Peter Drucker	Sahibkar fürsətlərdən maksimum istifadə edir.
1975	Albert Shapero	Sahibkar təşəbbüs nümayiş etdirir, sosial-iqtisadi mexanizmləri idarə edir və uğursuzluq ehtimalını qəbul edir.
1980	Karl Vesper	İqtisadçılar, psixoloqlar və siyasətçilər sahibkarı müxtəlif cür qəbul edirlər.
1985	Robert Hisrich	Sahibkarlıq müəyyən dəyəri olan bir şeyin yaradılmasına lazımi vaxtın sərf edilməsini, maliyyə, bazar və sosial riskləri qəbul etməyi və nəticədə həm maddi, həm də şəxsi mənfəət əldə etməyi nəzərdə tutur.
1988	Gartner	Sahibkarlığa yeni müəssisənin yaradılması prosesi kimi baxan Gartner, sahibkarı həm də yeni biznesin yaradılmasına təşəbbüs göstərən fərd kimi müəyyən edir.
1991	Shaver & Scott	Onlar sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqəli atribut və düşüncə tərzinə diqqət yetirərək, yeni bir işə başlamağın psixoloji aspektlərini təqdim etdilər. Müəlliflər vurğulayırlar ki, sahibkar resursları birləşdirən, innovasiya potensialına inanan və bu cəhdi həyata keçirmək üçün həvəsə malik olan fərddir. Nəticə etibarilə, sahibkarlıq və sahibkarlar tərəfindən qəbul edilən qərarlar insanın iştirakını, prosesi və düşünülmüş seçimini zəruri edir.

1999	Venkataraman	Diqqət regional sahibkarlıq cəhdlərinə təsir edən on əsas amil üzərindədir. Birincisi, universitetlər kimi mərkəzi qurumlar məlumat və yardım təklif etməyə çağırılır. İkincisi, vençur kapitalına yerli çıxış asanlaşdırılmalıdır. Üçüncüsü, fərdlər uğursuzluq qorxusunu aradan qaldırmaq üçün iqtisadi və psixoloji cəhətdən hazır olmalıdırlar. Dördüncüsü, ideyaların və resursların birləşdirilməsində əməkdaşlıq olmalıdır. Beşincisi, yeni biznes modellərinin yaradılması və uyğunlaşdırılması təşviq edilməlidir. Nəhayət, həm inqilabi, həm də təqlidçi yanaşmalar qəbul edilməlidir.
------	--------------	--

Mənbə: Hisrich və Peters (1989: 6) / Meeks (2004: 26-35) Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Fərqli dövrlər üzrə müxtəlif şərtləri ilə sahibkarlıq anlayışının təkamülü Cədvəl 2-də aydın görünür. Bu cədvəl əsas məqamlarda tarixi perspektivdən sahibkarlığın xüsusiyyətlərini təsvir edir.

Biznes modellərinə gəldikdə, bu termin ilk olaraq 1957-ci ildə Bellman, Clark və başqaları tərəfindən təqdim edilmişdir, daha formal tərif isə 1960-cı ildən elmi məqalədə ortaya çıxmışdır (Osterwalder, 2004). Bununla belə, onun əhəmiyyəti yalnız 1990-cı illərin ortalarında Ümumdünya Şəbəkəsinin yüksəlişi ilə özünü büruzə verdi və o vaxtdan bəri o, əsas müzakirə mövzusu olaraq qaldı (Zott, Amit, Massa, 2011). Hər yerdə olmasına baxmayaraq, strategiya, biznes konsepsiyası, gəlir modeli və iqtisadi model kimi əlaqəli anlayışlarla tez-tez bir-birini əvəz edən konseptual qeyri-müəyyənliyə səbəb olan “biznes modeli” termininin hamı tərəfindən qəbul edilmiş tərfi yoxdur. Amit və Zott (2001) iddia edirlər ki, biznes modeli biznes imkanlarından istifadə etməklə dəyər yaratmağa yönəlmiş əməliyyatların məzmununu, strukturunu və idarə edilməsini əhatə edir. Margretta (2002) biznes modellərini biznesin fəaliyyətini işıqlandıran rəvayətlər kimi müəyyən edir, Osterwalder, Pigneur & Tucci (2005) isə konsepsi-

yanı təşkilatın yaranması, təkamülü və dəyər yaradılması əsasında rasionallaşdırır. Osterwalder & Pigneur (2010) hər bir təşkilatın təbii olaraq biznes modelinə malik olduğunu irəli sürür, çünki o, dözmək üçün xərcləri ödəmək üçün kifayət qədər gəlir əldə etməlidir. Wirtz (2011) biznes modelləri ilə bağlı üç fərqli ədəbiyyat axını müəyyən edir: biri texnoloji tərəqqiyə və innovasiyaya diqqət yetirir, digəri dəyər zəncirini artırmaq üçün strateji idarəetmə vasitəsi kimi biznes modellərindən istifadə edir, üçüncüsü isə biznes modellərinin strateji və innovasiyaların əldə edilməsində rolunu vurğulayır. Müştəri dəyərinin yaradılmasına üstünlük verməklə rəqabət üstünlükləri. Bu sonuncu axın xüsusilə şirkətlərin müştəriləri və benefisiar dəyərini artırmaq üçün innovativ yollar axtardığı və bununla da rəqabət üstünlüyünü artırdığı sosial sahibkarlığa aiddir.

Virtue Ventures sosial müəssisələrə, proqramlara və ya xidmətlərə tətbiq olunan, maliyyə və sosial məqsədlərə, missiyaya uyğunlaşmaya, bazar dinamikasına, müştəri ehtiyaclarına, təşkilati imkanlara və hüquqi mülahizələrə cavab verən müxtəlif biznes modellərinin hərtərəfli xülasəsini təklif edir. Bu modellər adətən təşkilatın çərçivəsinə inteqrasiya olunur.

Cədvəl 3

Müəssisələrin biznes modelləri

Biznes Model	Necə işləyir	Nümunə	Əsas uğurlu amili
Sahibkarlığa dəstək	O, hədəf demoqrafik sahəsinə biznes yardımı təklif edir.	Məsləhət və ya texniki yardım təklif edən mikromaliyyə təşkilatları.	Adekvat sahibkarlıq təhsili.
Bazar vasitəçisi	Müştərilərə xidmətlər göstərir.	Ədalətli ticarət, kənd təsərrüfatı və sənətkarlıq	Əlverişli ilkin investisiyalar müştərilərə öz icmalarında qalmağa və

		təşkilatları da daxil olmaqla kooperativlərin dəstəklənməsi.	fəaliyyət göstərməyə imkan verir.
Məşğulluq	Müştərilərə iş imkanları və zəruri təlimlər təklif olunur, bundan sonra onlar məhsul və ya xidmətlərini açıq bazarda bazara çıxarırlar.	Əlil şəxslərə və ya gənclərə xidmət göstərən, kafe, çap və ya digər biznes sektorlarında iş imkanları təmin edən təşkilatlar.	Təhsilin praktiki biznes tətbiqi ilə uyğunlaşdırılması.
Pulsuz xidmət	Sosial xidmətlərin birbaşa müştərilərə və ya üçüncü tərəf maliyyəçilərinə satışı.	Üzvlük birlikləri, muzeylər və tibb müəssisələri.	Qarşılıqlı üstünlük üçün uyğun ödəniş modelinin hazırlanması.
Aşağı gəlirli müştəri	Xidmətlərə ehtiyacı olan, lakin ödəmə imkanı olmayanlar üçün çıxışı vurğulamaq və bununla da müştərilərə xidmət göstərmək.	Tibbi xidmətlər.	İnnovativ paylama üsulları, minimum istehsal və reklam xərcləri və səmərəli əməliyyatlar.
kooperativ	Üzvlərə fayda verən kollektiv xidmətlərin göstərilməsi.	(Reseptlər, eynəklər), əsas xidmətlər.	Üzvlər mühüm maraqlı tərəflər və investorlar kimi xidmət edərək ümumi maraqları və ehtiyacları bölüşürlər.

Bazar bağlantısı	Müştərilər və beynəlxalq bazarlar arasında kommersiya əlaqələrini asanlaşdırır.	İdxal-ixrac, bazar təhlili və broker xidmətləri.	Müştərilərdən birbaşa məhsul satmır; əvəzinə müştəriləri bazarlarla əlaqələndirir.
Xidmət subsidiyası	Əlavə sosial təşəbbüsləri maliyyələşdirmək üçün xarici bazarlara satışla məşğul olur. Bu model biznes əməliyyatları və sosial təşəbbüslərin kəşfiyyatı qeyri-kommersiya təşkilatına daxil edilmişdir.	Məsləhət, məsləhət, iş üzrə təlim, lizinq, çap və digər xidmətlər.	Maddi aktivlərdən (məsələn, binalar, yerlər və işçi heyəti) və ya qeyri-maddi aktivlərdən (məsələn, təcrübələr, metodologiyalar və ya əlaqələr) istifadə edir.
Təşkilat dəstəyi	Sosial təşəbbüslərdən fərqli biznes əməliyyatları ilə xaricdə xidmət-subsidiya modelini qəbul edir.	Xidmət subsidiyaları kimi, o, aktivlərini artıran hər hansı fəaliyyətlə məşğul olur.	Xidmət subsidiya modelinə bənzəyir.

Mənbə: Virtue Ventures. Retrieved April 27, 2009. Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Nəticə

Tarix boyu və müxtəlif bölgələrdə gəlir gətirən məşğuliyyətlərlə məşğul olan şəxslər fərqli

şəkildə etiketlenmişlər. Müasir Avropada və İngiltərədə bu cür səylər adətən “işgüzar” adlanır, iştirakçılar isə “iş adamları” adlandırılır. Əksinə,

MDB ölkələrində bu fəaliyyətlər “sahibkarlıq”, fiziki şəxslər isə “sahibkarlar” adlanır. Sosial normaların dəyişməsinə baxmayaraq, bu fəaliyyətlərin əsas məqsədi ardıcıl olaraq qalır: gəlir əldə etmək.

Nəticə etibarilə, hər hansı bir müəssisə Kommersiya Təşkilatı, Fərdi Sahibkar və ya İstehsal Kooperativi kimi iqtisadi və təşkilati strukturu qəbul edir. Müəssisələr arasında fərqləndirmə onları bazarda fərqləndirməyə yönəlmiş fərqli şirkət adları və loqoları vasitəsilə əldə edilir. Üstəlik, biznesə təkcə bir proses kimi baxılmaz, həm də alına, satıla, girov qoyula, sığortalana, miras qoyula və ya bağışlana bilən bir əmtəə kimi baxılır.

Bu kontekstdə biznes əmtəə bazarlarında, istehsal bazarlarında, xarici ticarətdə, qiymətli kağızlar bazarlarında, azad iqtisadi zonalarda və vasitəçilikdə iştirak da daxil olmaqla, müxtəlif mənfəət yönümlü fəaliyyətləri əhatə edir. O, malların son istehlakçılara çatdırılmasını asanlaşdıraraq ticarət-istehsal-ticarət modeli əsasında fəaliyyət göstərir.

Kapitalizm dövründə əhəmiyyətli bir hadisə, biznesi olmayan fərdlərin öz əməyini satmaq, varlıqlar arasında sərvət toplama dövrünü davam etdirmək, daha az imtiyazlılar arasında isə yoxsulluğu gücləndirmək zərurətidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. A.B. Abbasov (2011) *Biznesin təşkili və nəzarəti*. Bakı: İqtisadi Universitetinin nəşri, 2011.
2. Osterwalder, A. (2010) Integrating Business Model Prototyping, Customer Development, and Social Entrepreneurship. [Online] Available from: <http://businessmodelalchemist.com/blog/2010/08/combining-business-model-prototyping-customer-development-and-social-entrepreneurship.html> (Accessed: March 20, 2014)

3. Osterwalder, A. (2004) The Business Model i Ontology: A Proposal in a Design Science k Approach. Dissertation 173, University of Lausanne, Switzerland. Osterwalder, A., Pigneur, Y., and Tucci, C. L. (2005) Elucidating Business Models: p The Origins, Current State, and Future Prospects of the Concept. Communications i of the Association for Information Science (CAIS), 16, 1-25.

4. Vasapollo, L. (1996). Exploring the Economic Theory of m Entrepreneurship. International Review of l Sociology. 6(2): 191-213.

5. Alada, D. (2000-2001). Notes on the o Concept of Entrepreneurship in the History of Economic a Thought. Istanbul University Faculty of Political Sciences Journal. No: 23-24 (October 2000-March 2001), page not specified, http://www.istanbul.edu.tr/siya-sal/Turkce/Dergi/Sayi%2023-24/04.htm#_ftn1 (June 16, 2005).

6. Arıkan, S. (2002). Entrepreneurship: Fundamental a Concepts and Current Topics. Ankara: a Political Bookstore.

7. Wirtz, B.W. (2011). Managing Business Models – a Design, Instruments, Success Factors. Wiesbaden: Gabler.

8. Schumpeter, J. A. (1949). Economic Theory and the a History of Entrepreneurship: Change and the Entrepreneurial Role. Compiled by the o Research Center in Entrepreneurial k History, Harvard University. Cambridge: Harvard University Press.

9. Schumpeter, J. A. (1971). The Core Phenomenon of a Economic Progress. Entrepreneurship f and Economic Development. (43-70). Edited by P. Kilby. New York: The Free Press.

10. Zott, C., Amit, R., and Massa L. (2011) Advancements m in Business Models: Current Trends and Prospects l for Future Research. Journal of Management. S 37 (4). pp. 1019-1042.

Расим Джаван оглу АББАСОВ

Каспийский университет, кандидат экономических наук

E-mail: ra545@inbox.ru

Орхан Фамил оглы АЛИЗАДЕ

Каспийский университет, Магистратура по организации и управлению бизнесом

E-mail: alizadehzz620@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ БИЗНЕСА

Резюме

Право собственности относится к субъекту, будь то организация или предпринимательское предприятие, участвующее в коммерческой, промышленной или профессиональной деятельности. Субъекты собственности охватывают широкий спектр от компаний с ограниченной ответственностью до индивидуальных собственников, корпораций и товариществ. Предприниматели могут действовать в небольших масштабах или управлять обширными операциями, охватывающими различные отрасли по всему миру.

Участие в собственнической деятельности обычно включает в себя несколько предварительных шагов. К ним относятся разработка бизнес-плана, проведение исследования рынка, привлечение капитала или альтернативных форм финансирования, выбор подходящего названия компании, заполнение регистрационных документов, выполнение налоговых обязательств и получение необходимых разрешений и лицензий. Бизнес играет жизненно важную роль в укреплении экономики.

Ключевые слова: Собственность, бизнес, бизнес-модели, виды бизнеса

Rasim Javan oglu ABBASOV

Western Caspian University, PhD in Economics

E-mail: ra545@inbox.ru

Orkhan Famil oglu ALIZADA

Western Caspian University, Master's in Business Organization and Management

E-mail: alizadehzz620@gmail.com

THEORETICAL APPROACHES TO BUSINESS CONCEPT

Abstract

Ownership refers to an entity, whether an organization or an entrepreneurial venture, involved in commercial, industrial, or professional pursuits. Ownership entities encompass a spectrum from limited liability companies to individual proprietors, corporations, and partnerships. Entrepreneurs may operate on a small scale or command extensive operations spanning diverse industries worldwide.

Engaging in ownership activities typically involves several preliminary steps. These include drafting a business plan, conducting market research, securing capital or alternative forms of funding, choosing an appropriate business name, completing registration paperwork, fulfilling tax obligations, and acquiring necessary permits and licenses. Businesses play a vital role in bolstering the economy.

Keywords: Entrepreneurship, business, business models, business types.