

**Қазактұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті**

**Мұхамбетова З.С.**

**ҚАЗАҚСТАН  
РЕСПУБЛИКАСЫНДА  
КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ  
ДАМУ**

**ҚАРАҒАНДЫ – 2010**

**Қазактұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті**

**Мұхамбетова Замира Сейдахметовна**

**ҚАЗАҚСТАН  
РЕСПУБЛИКАСЫНДА  
КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ  
ДАМУ**

**МОНОГРАФИЯ**

**ҚАРАҒАНДЫ – 2010**

**УДК 658 (075.8)**  
**ББК 65.290 – 2я73**

**Пікір жазғандар:**

**Кенжебеков Н.Д.** – экономика ғылымының кандидаты, доцент,  
*Аймақтық даму ғылыми зерттеу институтының жетекші ғылыми қызметкері*

**Сальжанова З.А.** Экономика ғылымдарының докторы, профессор

**Мұхамбетова З.С.**

**М 83 Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік қызметті дамыту:**  
**Монография. – Қарағанды: Қазақтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университеті, - 2010. -120 бет.**

**ISBN 978 – 601 – 233 – 193 – 6**

Монографияда қазіргі кәсіпкерлік қызметті дамыту проблемалары кешенді түрде қарастырылған: нарықты кешенді зерттеу, кәсіпкерлік қызметке әсер ететін факторлар, Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік қызметтің қалыптасу және даму кезеңдері анықталған, сондай-ақ, кәсіпкерлік қызметті дамытудағы мемлекеттің рөлі қарастырылған.

Мұнда кәсіпкерлік қызметпен атқарылатын функциялар: экономикалық ресурстарды рационалды пайдалану, кәсіпкерлік қызметті тиімді ұйымдастыру, жоспарлау және талдау, қаржыландыру көздері мен инновацияны енгізу, шығын көлемін төмендету жолдары зерттелген.

Монография ғылыми қызметкерлерге, аспиранттар мен экономикалық бағыттағы студенттер мен практикалық қызметкерлерге арналған.

**ББК 65.290 – 2я73**

Монография Қазақтұтынуодағы Қарағанды экономикалық университетінің оқу Кеңесінің мәжілісінде бекітілген.

Хаттама №8 тамыз 2010 жыл

© Мухамбетова З.С., 2010

**ISBN 978 – 601 – 233 – 193 – 6**

## МАЗМҰНЫ

КІРІСПЕ	3
1 КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІҢ МӘНІ ЖӘНЕ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	6
1.1 «Кәсіпкерлік қызмет» ұғымының мәні және жүйесі	6
1.2 Кәсіпкерлік теориясының қалыптасу эволюциясы	16
1.3 Кәсіпкерлік қызметтің мәні, жүйесі және қағидаттары	32
2. КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ СУБЪЕКТІЛЕРІНІҢ ІСКЕРЛІК БЕЛСЕНДІЛІГІНІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ МЕН ҚҰРЫЛЫМЫ	43
2.1 Кәсіпкерлік субъектілердің іскерлік белсенділігінің құрылымы мен даму жағдайы	43
2.2 Кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің тәуекелділік ерекшеліктері	59
2.3 Кәсіпкерліктің іскерлік субъектілерінің этикалық және мәдениеттілік деңгейінің нәтижелігі	71
3 КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ СУБЪЕКТІЛЕРІНІҢ ІСКЕРЛІК ҚАТЫНАСТАРЫН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ	87
3.1 Шағын кәсіпкерлік субъектілерінің белсенділігін арттырудағы шетел тәжірибесін пайдалану нәтижелігі мен мүмкіндіктері бағыттары	87
3.2 Кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің инновациялық іс-әрекетін жетілдіру бағыттары	101
ҚОРЫТЫНДЫ	114
ҚОСЫМША А	116
ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ	117

## АЛҒЫСӨЗ

Кәсіпкерлік қызмет түрі қоғамның барлық аясына кең тараған: өндірістік, шаруашылық, коммерциялық, сауда-саттық, аралық, инновациялық, кеңес беру, қызмет көрсету, қаржылық (бағалы қағаздар операциясын қоса) және т.б. аяларды атауға болады.

Кәсіпкерлікті дамыту бүгінгі күннің өзекті мәселелерінің бірі болып табылады. Бұл мәселе кәсіпкерлік қызметтің субъектілерінің дамуы мен өркендеуі бағыттарымен қатар жүреді.

Сондықтан да Республика Президенті Н.Ә.Назарбаев өзінің халыққа үндеуінде кәсіпкерлік қызметті қолдаудың тізбектілік тәртібіне тоқталып өтті. Жолдауда «Еңбек өнімділігінің кешенді артуы аса маңызды міндет болып табылады.

Қазақстанда, егер тұтастай экономика бойынша қарайтын болсақ, бір қызметкер жылына 17 мың доллардың өнімін өндіреді екен. Дамыған елдерде бұл көрсеткіш 90 мың доллардан асып түседі.

Қорытынды өте түсінікті – бізге жағдайды түзету – кәсіпкерлік субъектілерінің белсенділігін ынталандыра отырып, өнімділікті арттыру, инновацияларды ендіру керек. Инновациялар ғана еңбек өнімділігінің шұғыл артуына жеткізеді. Әртараптандырудың өзегі кәсіпкерлік болады. Біз тәуекелдерді өз мойнына алуға, жаңа рыноктарды игеруге, инновациялар ендіруге дайын қуатты кәсіпкерлер табын көргіміз келеді.

Нақ осы кәсіпкерлік қызметтің субъектілері экономиканы жаңғыртудың қозғаушы күші болып табылады» - деген болатын [1].

Бұл ғылыми жұмыс қазіргі уақыттағы маңызды әрі өзекті мәселе - кәсіпкерлік қызметтің субъектілерінің теориялық, әдістемелік, әдіснамалық және тәжірбиелік негіздерін зерттеу мәселелеріне арналған. Мұның өзі көптеген экономикалық мәселелерді жаңа қырынан зерттеуді талап етеді. Бұл экономикалық міндеттердің қатарына экономиканың өсуін қамтамасыз етудің жаңа бағыттарын қалыптастыру, кәсіпкерлікке қолдау білдіру, нарықтық қағидалар негізінде экономикалық өзара қатынастарды дамыту, кәсіпорындардың бәсеке қабілеттілігінің артуына жағдай жасайтын кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің іс белсенділігін арттыру және қалыптастыру жөніндегі шаралар жатады. Осы мәселелер монографияда жан-жақты зерттелген.

Нарықтық ортаны қалыптастырудың негізгі факторы кәсіпкерліктің қалыптасуы және дамуы болып келеді. Кәсіпкер туралы түсінік 18-ғасырда өмір сүрген алғашқы француз бизнес теоретигі Ричард Кантильонның «Коммерция табиғаты жайлы очерк» еңбегінде пайда болды. Кәсіпкерлікке көңіл бөлгендердің бірі – А.Смит, оның пікірі бойынша кәсіпкерлік пайда тәуекел компенсациясы болып табылады. Ж.Б.Сэй – кәсіпкерлік түсінігін кең көлемде қарастырған. К.Маркс қосымша құн теориясында кәсіпкерді тек қана өзінің капиталын жұмсап және өндірілген қосымша құнды иеленген қоғамдық тұлға

деп, яғни жалдама еңбекті пайдаланушы капитал иесі мен өндірісті ұйымдастырушы кәсіпкердің қызметтерін теңестірген.

Кәсіпкерлік теориясын тұтас алып талдаған Иозеф Шумпетер - «Кәсіпкер – жанашыл, ол экономикадағы барлық динамикалық өзгерістердің қайнар көзі» – деп көрсетті.

Кәсіпкерлік теориясының дамуына И.Тюнен және Ф.Найт айтарлықтай үлес қосты.

Монографияда автормен берілген негізгі қағидалар, қорытындылар және ұсыныстар Қазақстан кәсіпкерлерінің іскерлік белсенділігін арттыру үшін теориялық негізге алынып, практикалық нақты істе қолданылуы мүмкін. Жұмыстың теориялық және тәжірибелік ұсыныстарын республикамызда жеделдетілген индустриалды-инновациялық даму стратегиясын жүзеге асырудағы шағын және орта бизнесті дамытуда қолдануға болады.

# 1. КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІҢ МӘНІ ЖӘНЕ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

## 1.1 «Кәсіпкерлік қызмет» ұғымының мәні және жүйесі

Нарық - ертеден келе жатқан шаруашылықты жүргізу құралы, оның дамуының өзіндік бай тарихы бар.

Нарыққа бірнеше анықтама беруге болады. Нарық – тауар өндірісі және пайдалану заңдарына сай ұйымдастарылған тауар айырбасы қатынастарының жиынтығы. Нарық – сатып алушылар мен сатушылар арасындағы өзара байланысты жүзеге асыру механизмі, яғни сұраныс пен ұсыныс қатынасы болып табылады. Нарық – ел ішінде және мемлекетаралық айырбас шеңбері, өнімді өндірушілермен тұтынушыларды байланыстырады. Осылай, нарықты тауар айырбасы жиынтығы немесе тауар өндірісі мен пайдалану заңдарына сай ұйымдастырылған тауар айырбасы ретінде қарастырады. Ф. Котлердің еңбегінде нарық қазіргі уақытта бар және болуы мүмкін сатып алушылардың жиынтығы деп айтылады. Ал, «Экономикс» кітабында нарық қандай да болсын өнім немесе қызмет түрінің сатушыларын және сатып алушыларын біріктіретін механизм деген анықтама беріледі.

Нарық туралы өзіндік қызықты пікірлерін американ ғалымдары Р. Липси, П. Стейнер, Д. Первис айтқан. Олар нарық деген сахна, мұнда қойылатын қойылым экономикалық мәселелерді шешетіндер жиыны қатысады: миллиондаған тұтынушылар қандай тауарды, қандай мөлшерде сатып алуды шешеді; аса көп кәсіпкерлер нені және қалай өндіруге деген сұрақтарға жауап табады; өндіріс факторы иесі кімге жіне қалай осы таурларды сату мәселелерін қарастырады. Нарық экономикалық дамудың маңызды, әрі тиімді жолдарын түсінуге және микро және макро деңгейдегі тиімділікті арттыруға арналған фундамент, негіз болады. Оның негізі барлық шаруашылық етуші субъектілерінің, адамдар мен жалпы қоғамның арасындағы тауар айырбасы қатынастарының жиынтығымен сипатталады. Экономисттердің нарық айырбас саласында сатушы мен сатып алушы арасында арнайы экономикалық қатынастардың жүйесін құрайды деген пікірі толығымен расталған. Нарықтың сатушы мен сатып алушы арасындағы экономикалық қатынастарға тигізетін әсері баға, сұраныс және ұсыныс, бәсекелестік, табыс және шығын, яғни «нарықтық механизм» ұғымына кіретін элементтердің барлығын қолдану арқылы қамтамасыздандырылады. Нарық нақты әлеуметтік-экономтикалық шарттармен өмір сүреді. Ол толығымен меншік институтына тәуелді болады. Нарық қоғамның жаңғыртылуының бүкіл кезеңдерінде - өндірісте, таратылуда, айырбас және тұтынуда аса маңызды рөлі бар.

Нарықтың пайда болып, қалыптасуы екі объективті жағдайға байланысты: біріншісі - қоғамдық еңбек бөлінісі, ал екіншісі - жеке меншік негізіне сүйенген тауар өндірушілердің экономикалық тұрғыдан оқшаулануы. Ал, «нарық» туралы әртүрлі көзқарастар бар. Мәселен, «Саяси экономия» оқулығында, нарық өндірістік қатынастар жүйесіне кіретін, меншік қатынасын қамтамасыз

ететін, айырбас категориясы ретінде сипатталады. Ал, «Экономикалық теория негіздері» [3] курсына нарық - сатып алу және сату жиынтығы ретінде қарастырады. «Экономикте» [4] нарық - бұл жеке тауарлар мен қызмет көрсету түрлерін байланыстыратын, сатып алушылар мен сатушылардың институты немесе механизмі.

Сонымен әртүрлі көзқарастарды еске ала отырып, қазіргі кезеңде былайша тұжырым жасауға болады: нарық - бұл тұтыну мен айырбас, бөлу және өндіріс үрдісінде пайда болатын, адамдар арасындағы экономикалық қатынастар жүйесі. Олай болса, нарық субъектілері өндіріс пен тұтыну сферасын жалғастырып, ұдайы өндіріс үрдісінің үздіксіздігін және тиімділігін қамтамасыз етеді. Бұған қоса нарық ақпараттық қызмет атқарады: тауарлар бағасы мен қызмет ақыларының, несие және банк салымдарының үздіксіз өзгеріп отыруы арқылы өндіріске қатысушыларға олар сататын немесе сатып алатын тауарлар мен қызметтерге жұмсалатын қоғамдық қажетті өндіріс шығындары, қоғамдық қажетті сапа және ассортимент туралы объективті ақпарат беріп отырады.

Сонымен бірге нарық мынадай қызметтерді де атқарады: бәсеке күресінің жәрдемімен қоғамдық өндірісті тиімсіз шаруашылық бірліктерінен тазартады және керісінше олардың даму болашағына тиімді жағдай жасайды және еңбектің, тауардың қоғам үшін маңыздылығы осы нарықта анықталады, өндірістік шығындарды азайтуға ынталандырады.

Осы аталған қызметтер тұрғысынан алсақ, нарықты әртүрлі тауар өндірушілер мен тұтынушылар арасында болатын экономикалық байланыстар мен қатынастар жүйесі деп сипаттауға әбден болады.

Экономика адаммен бірге пайда болып бірге дамып келеді. Ол адами тұлғаның, ұжымның және қоғамның қалыптасуы мен дамуына тікелей әсер ететін фактор.

Экономика – өмір сүру қажеттіліктерін алу үшін адамның табиғатқа белсенді және саналы түрде әсер етуінің нәтижесі. Бұл тұрғыда экономиканы, өмірге қажетті игіліктер алу үшін адам мен табиғаттың өзара әрекет етуі түрінде қарастыруға болады. Адамдар өздерінің экономикалық әрекеттері процесінде табиғи және жасанды ортамен байланысқа түсіп, пайдаланады. Адам өндіріс процесінде өзін қоршаған ортаға әсер етеді.

Адамның экономикалық қажеттіліктерін, атап айтқанда, тауарлар мен қызметтерге қажеттіліктерін қанағаттандыру – экономика қызметінің табиғи мақсаты болып татылады. Адамзат дамуының бастапқы кезеңінде адамдар өз қажеттіліктерін табиғаттың дайын өнімдері есебінен қанағаттандырды. қажеттіліктердің көпшілігі тауарлар мен қызметтер түрінде өндірілген игіліктердің есебінен, яғни, еңбек, табиғи, ғылыми және басқа да экономикалық ресурстар негізінде шығарылған өнімдердің есебінен қанағаттандыра бастады. Сонымен қатар қажеттіліктер де өсе бастады. Материалдық қажеттіліктермен қатар, экономикалық ресурстарды пайдалану арқылы қанағаттандырылатын рухани қажеттіліктер де өсіп отырады. Әрбір нақты тарихи кезеңде, қоғамның негізін құрайтын адамдар мен ұйымдар көптеген экономикалық қажеттіліктерді



иеленеді. Олардың бірі адам өмірінің биологиялық жағдайларына, екіншісі қалыптасқан дағдылар мен салттарға байланысты пайда болады.

Қажеттілік, мұқтаждық және жетіспеушілік тұлғаның, ағзаның, әлеуметтік топтың, жалпы қоғамның өмір сүруін қолдауға қажетті белсенділік қоздырғышы болып табылады.

Экономикалық қажеттіліктер материалдық және рухани игіліктерді пайдалану арқылы қанағаттандырылады. Бұл жерде қоғамның экономикалық қызметінің табиғи мақсаты жүзеге асырылады. Адамдар өз еңбектерінің нәтижелерін пайдалану үшін шаруашылық жүргізу жүйесін қалыптастырып, оның қызметін қолдап отырады. Ұтымды пайдалану экономиканың жалпы тиімділігін де арттырады. Мысалы, материал сыйымдылығын кеміту қоғам қажеттілігін аз шығындармен қанағаттандыруға көмектеседі, әрі өндіріске жүктелетін тапсырмаларды жеңілдетеді.

Қажеттіліктерді қанағаттандыру өндірістің әрі қарай дамуына ықпал етеді. Пайдаланылған өнімнің орнына жаңа өнім шығару қажеттілігі туады. Қанағаттандырылмаған қажеттілік жаңа сұраныстар туғызады.

Саналы, мақсатты, пайдалы еңбекпен айналысатын адамдар белгілі бір жұмысты атқара отырып, өздеріне де, қоғамға да қажетті экономикалық өнімдерді қалыптастырады. Олар өмір сүруге қажетті материалдық және рухани құндылықтарды жасайды, экономикадағы өндірістің басты түйіні болып табылатын кәсіпорындарда барлық өндірістік процестер жүргізіледі әрі қажеттіліктер қанағаттандырылады.

Адамдардың шаруашылық қызметі нақты ойын ережелері шеңберінде жүзеге асырылады, негізгісі – меншік қатынастары. Жеке меншік еркін бәсекелестікке жағдай жасайды және мүдделі, шығармашылық әрі одан да нәтижелі еңбекке жетелейді. Шаруашылық қызметтің шарттарына шаруашылық жүргізу заңдарын, ережелерін белгілейтін, еңбек қызметі талаптарын реттейтін әртүрлі мемлекеттік ұйымдар елеулі әсер етеді.

Нарықтық экономика деп нарықтық қатынастарға негізделген шаруашылық өмірін ұйымдастыру, оның белгілі бір деңгейдегі құрылымы мен шартты жағдайын айтамыз. Нарықтық қатынастар - бұл экономикалық қатынастар.

Экономикалық қатынас өзінің «қатынас» мағынасына сай қандай да бір заттың немесе адамдардың өзара қос әрекетін сипаттайды. Сондықтан экономикалық қатынас деп адамдардың қандай да бір затқа байланысты қатынасын айтамыз. Дәлірек айтқанда, экономикалық қатынас дегеніміз – экономика субъектілерінің қандай да бір зат жөніндегі қатынасы.

Әрбір экономикалық агент үнемі және бірмезгілде бірнеше экономикалық қатынасқа түсіп отырады. Көп жағдайда адамдар экономикалық қатынасқа пайда табу мақсатында қатысады [2].

Біздің пікірімізше, экономикалық қатынас дегеніміз – ұдайы өндіріс процесіндегі еңбек өнімін өндіру, иемдену, айырбастау және тұтыну жөніндегі адамдар арасындағы объективті қалыптасқан қатынас.

Экономикалық байланыстар өнімдерінің өндірушілерден тұтынушыларға қозғалысын қамтиды: бір жақтан, өндірушілер, басқа жақтан, тұтынушылар арасында көп түрлі айырбас жүріп отырады.

Осындай айырбас процестері қоғамдық еңбек бөлінісімен белгіленеді. Бұл бір жақтан, өндірушілерді ажыратады, еңбек әрекеттеріне сәйкес оларды бір-бірінен оңашаландырады. Екіншіден, олардың арасында тұрақты функционалдық қатынастар тудырады. Бірінші жағдай әр өндірушілердің шаруашылық жүргізуде экономикалық жекеленуіне, тәуелсіздігіне ұласады, сөйтіп нарық қатынастарының субъектерінің қалыптасуының экономикалық негізін құрайды. Екінші жағдай, тауарларды сатып алу - сату эквиваленттік негізде жүріп отыратын айырбастар процестеріне айналады. Нәтижесінде, жабайы өндірушінің нарық қатынастарының субъектіне айналуының экономикалық шарты материализацияланады, өндіріс тауарлық өндіріске айналады. Өндірушілер өнім өндіруді және оны өткізуді, шығындарды өтеуді, өндірісті кеңейтуді және жетілдіруді – барлығын өз еркімен дербес шешеді. Тауар-ақша қатынасы жағдайында айырбас процестері нарықтық қатынастар формасын алады.

Осы қатынастардың мазмұна неде? Экономикалық әдебиетте бұл сұраққа жауап бірдей емес. Оның ең жабайысы: нарық адамдардың сатушы және сатып алушы болып бір-бірін тауып кездесетін жері. Неоклассикалық экономикалық әдебиетте жиі қолданылатын нарықты анықтаманы француз экономисті А. Курно мен экономист А. Маршал береді. «Нарық заттар сатылатын және сатып алынатын белгілі нақты нарық алаңы емес, ол сатып алушылар мен сатушылардың бір-бірімен өте еркін жағдайда келісімге келетін, кез келген жалпы аудан; еркіндік сонда – бірдей тауарлардың бағасы көп ұзамай тез арада теңеледі». Бұл анықтамада айырбастың еркіндігі мен бағаның белгіленуі нарықтың басты критеріі деп көрсетілген.

Нарық жағдайындағы экономикалық байланыс пен қатынастарда тауарды өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы қатынастар, байланыстар анықталса, екіншіден, ол байланыстар қайтарымдылықты, тепе-теңдікті объективті түрде алдын-ала анықтайды, үшіншіден, бұл байланыстарда өзара бәсекелес болады, өйткені онсыз нарық болуы мүмкін емес. Соның нәтижесінде экономикалық жағынан әлсіз шаруашылықтар бірліктерінен тазартады, ал тиімділігі жоғары, келешегі бар шаруашылық субъектілеріне жол ашылады.

Нарық – бұл сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы тауар және қызмет көрсету процесіне байланысты қалыптасатын экономикалық қатынастардың жиынтығы.

Нарық – тауарларды сатып алу-сатумен байланысты орын алатын экономикалық қатынастар жиынтығы.

Нарық тауарларды өткізуге байланысты сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы қатынастар жүйесі болып табылады [5].

Келтірілген көзқарастардың қайсысы да жеткілікті түрде дәлелді, бірақ мәселелердің бір жағын ғана қамтиды. Бұл анықтамаларға ортақ нәрсе-ол нарықты өндірістің емес, айырбастың категориясы, нарықтық қатынастың

субъектісі-өндірушілер мен тұтынушылар емес, сатушылар мен сатып алушылар деп көрсетілуі. Шын мәнінде тауар-ақша, нарықтық байланыстар сату сатып алумен шектелмейді. Бұл жерде басымдылық айырбас пен айналыс саласындағы қатынастарға емес, өндірісте болатын қатынастарға тиісті болуы керек. Себебі тек осы жерде ғана өнім жасалады және оның тауарға айналуын сипаттайтын, тауар-ақша қатынастарын қандай нақты нысандарда болатынын көрсететін экономикалық байланыстар пайда болады.

Экономикалық дамудың объективті жағдайы нарықты және оның категорияларын (баға, ұсыныс, бәсеке, және т.б.) өмірге әкелді. Көп уақыт бойы біздің еліміздегі басқарудың әкімшілдік-әміршілдік әдісі үстем етуі нарықтың дамуына тежеу салды. Соңғы жылдары басқарудың экономикалық әдісіне көшу нарықтық айырбасқа жол ашып отыр. Экономикалық өмірде шаруашылық қызметін ұйымдастырудың бұл әдісі батыстық модельдерді қайталау емес. Бұрынғы социалистік нарықтық қатынастардың ұлғаюы шаруашылық механизмін қайта құру барысындағы заңды көрініс. Мысалы, Венгрияда 1988 жылдың өзінде экономикалық реформа барысында өндіріс құрал-жабдықтарына көтерме сауданы енгізу арқылы нарықтық тепе-теңдігі қалыптастырылды. Әрбір өндіріс әдісіндегі нарық меншікке байланысты өндіріс қатынастарының бүкіл жүйесінде әрекет етеді. Біздің қоғамымызда да нарықтық өндірістің тиімділігі мен халықтың әлеуметтік-тұрмыс дәрежесін жақсарту бағытында қызмет істей бастайды.

Соңғы уақытта теориялық дискуссияларда нарық пен жоспар бір-біріне орынсыз қарсы қойылып жүр. Шын мәнінде ұдайы өндіріс (жоспарлы ұйымдасқан процесс) нарықты, оның икемділігін, экономикалық тиімділігін арттыруға пайдалануы аса маңызды мәселе. Сондықтан нарық ұдайы өндірісті үйлесімді дамытудың басты тұтқасы. Экономиканы нарықтық реттеу ұйымдасқан жоспарлы шаруашылық механизмнің құрамды бөлігі, онымен тығыз байланыста әрекет ететінін естен шығармаған жөн.

Ағылшын экономисті А.Смит экономика туралы бір ғана еңбек жазғанымен, оның дербес ғылымға айналуының негізін қалаған ғылым деп саналады. Оның еңбегі «Халық байлығы» 1776 ж. жарық көрген. А.Смиттің досы Давид Юм алғашында бұл ұғымға ауыр болғандықтан, оны оқып түсінетін оқырмандар саны көп болмас деген пікірде жүрді. Алайда Юм қателескен екен, аталған кітапты адамдар 200 жылдан астам уақыт бойы талмай оқып үйренуде.

А. Смиттің ойынша, ұлтың басты байлығы, өзге экономистердің түсінігінше, - алтын және күміс қорын жинауда емес, яғни байлық дегеніміз – еңбек түрін атқаратын және ашық нарықта сауды жасайтын қарапайым адамдардың әрекеттерінің нәтижесі.

Экономика ғылымы ретінде соңғы екі жүз жылдықта А.Смиттің еңбегінде іргетасы қаланған теорияны талдау және оны толықтыру бағытында дамуда.

А.Смиттің нарық туралы ілімі Австрияның экономисі, Нобель сыйлығының лауреаты Фридрих Фон Хайектің еңбектерінде дамытылған. Оның ілімі бойынша, нарық деген ұғым – ішкі себептерден пайда болған әлеуметтік тәртіптің бір формасы. Хейктің айтуынша, нарық жүйесінің шегінде

бағалықтың белгілі бір біркелкі шкаласы жоқ; ол тек бәсекелестік мақсатты жалғастырады; солар үшін қызмет атқарады, бірақ олардың алдында қоғам мақсаттарының қайсысы бірінші орындалу керектігіне кепілдік бермейді.

А.Смиттің ілімінен шығатын қорытынды мынадай: нарықтың тиімділігі және бәсекелестердің әрі олардың әрқайсысы өздерінің экономикалық мақсаттарына жету жолындағы мүмкіндіктерін арттыра беретіндігі.

Капиталистік қоғамның дамуы деалектикасының өзі нарықтық экономиканы ұйымдастыруға әкелетіні аян.

Нарықтық қарым-қатынастың қажеттілігі қоғамдағы еңбек бөлінісін тудыратын себептерден туындайды. Адамдардың өндірістік мүмкіндігі олардың қажеттілігіне қарағанда табиғи түрде шектеулі болады. Кейбір қабілет-қарымы бар адамдар тек белгілі бір салада ғана жұмыс істеп, белгілі затты ғана өндіре алады, бірақ олардың қажеттілігі миллиондаған атауы бар әр түрлі тұтыну игіліктері мен қызметтерін қамтиды.

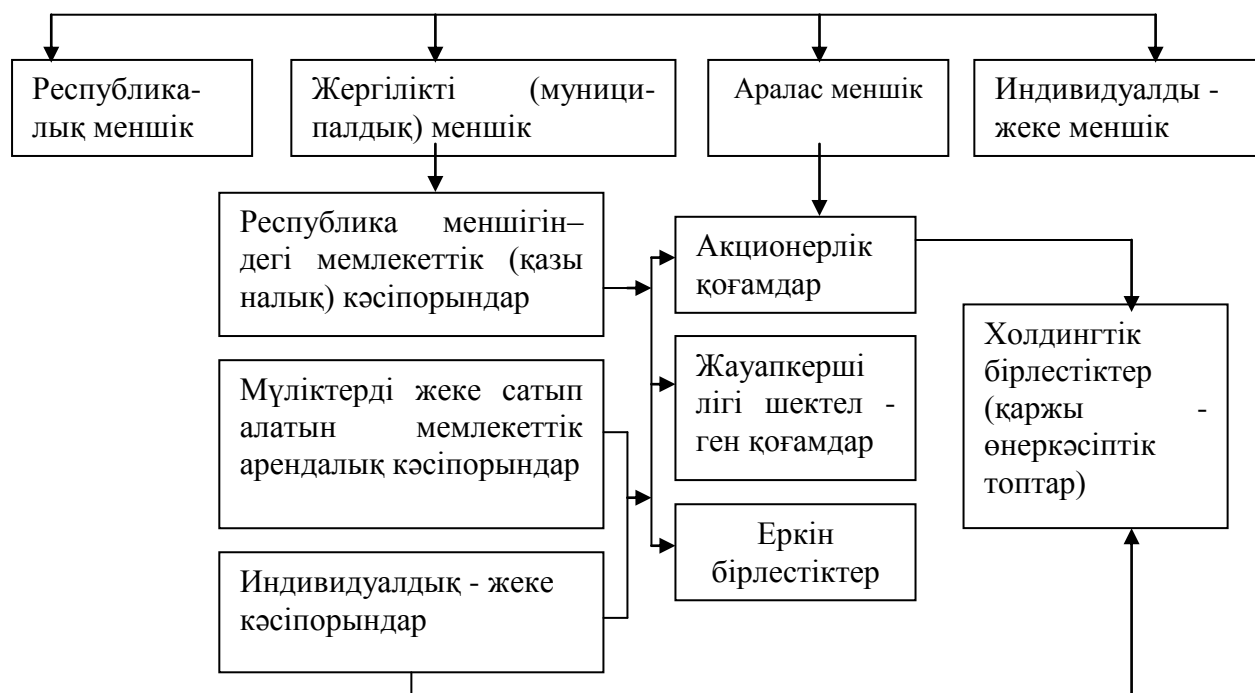
Экономикалық ресурстарға: жер, еңбек, техника, шикізат, ақпарат және т.б тән нәрсе – олардың сиректігі немесе шектеулігі. Экономикалық теорияда бұл феномен шамасы «ресурстар Заңы» деп аталады. Бұл жағдайда пайда табу мен молшылықты қамтамасыз ететін тетік әлде кімнің даналығы немесе ақылдылығының нәтижесі емес, ол-еңбек бөлінісі мен нарыққа байланысты көрініс береді. Мұны адамдардың өмірге қажетті әр түрлі ресурстар алу үшін өз еңбек өнімдерін бір-бірімен айырбастауға деген табиғи қажеттілігінен және бейімділігінен туындайтынын көреміз. Осыған байланысты А. Смиттің зерттеген «көрінбейтін» қол деген теориясына назар аударайық. Бұл теория бойынша, адамдардың экономикалық шаруашылық субъектісі ретіндегі біреулердің әр түрлі еңбек өніміне деген мұқтаждық түсіндіріледі. Әдетте ол саналы түрде қоғамға пайда келтіруді ойламайды, тіпті оған қаншама пайда келтіріп отырғанын сезбейді де. Ол тек қана өз мүддесін ойлайды және оның басты мақсаты – өзіне ғана пайда түсіру, сөйте тұра, әлдебір көрінбейтін қол оны өзі басшылыққа алмаған мақсатқа қарай бағыттап отырады. Сөйтіп, ол жеке мүддесін көздей отырып, көп жағдайда қоғам мүддесіне де пайдалы әрекет жасайды.

Алайда, қандайда бір өнімді тұтыну үшін, адамдар оны алдын-ала меншіктеп немесе иеленіп алуы керек. Меншіктеусіз өндіріс те жоқ. Кез-келген өндіріс, К.Маркстың ойынша - бұл индивидуумның (жеке адамның) табиғи заттарды белгілі бір қоғамдық түрдің шеңберінде иеленуі. Бұл мағынада жеке меншік өндірістің шарты болып табылады. Сонымен өндіріс құралдарын иелену, адамдар арасындағы ерекше қоғамдық қатынастарды тудырады. Адамдардың мұндай қарым-қатынастары, олардың өндіріс құралдары мен еңбек нәтижелерінің өзінің немесе басқалардың қатынасына сәйкес келуі - меншіктік қатынас деп аталады. Көрсетілген қатынастар адамдардың қатысуымен өнімдерді тұтас өндіру мен оларды игілігіне жаратудағы қажетті шарт болып табылады. Меншіктік қатынас әрдайым заттармен, басқаша айтқанда амалдар мен еңбек құралдары, сондай-ақ еңбек нәтижесі - өнімімен байланысты. Яғни, меншіктік қатынас дегеніміз - зат арқылы адамның басқа

адамға қатынасы. Меншіктік қатынастар адамдардың бір-біріне, өндіріс үрдісіне объективті, материалды, экономикалық қатынастарын сипаттай келе, олардың өндіріс құралдары мен еңбек нәтижелеріне өзінің немесе бөтен біреудің қатынасын көрсетеді. Ф.Энгельс былай деген: «Саяси экономия - заттармен ғана емес, адамдар арасындағы қатынастармен айналысады, дегенмен бұл қатынастар әрдайым заттармен байланысты болады, ал белгілі бір шарттарда заттанған түрде де көрініс табады».

Меншіктік қатынастар өндірістік қатынастардың мәнін құрап, оларды өзіндік түрлерге бөледі. Егер бүкіл қоғам толығымен құралдарға, заттар мен еңбек нәтижелеріне өзінікі деп қараса, онда бұл қоғамдық меншіктің түрі болады. Егерде берілген қоғамдық өндірістің шарттарына (яғни заттар мен еңбек құралдарына) өзінікі деп, тек қоғамның бір бөлігі, жеке топтар немесе тіпті жеке тұлғалар қаралса, ал қалған бөлігі шын мәнінде өндіріс шарттарын иемденуден алынып тасталса, онда бұл жеке меншік болады. Жеке меншік индивидуальдық пайдалану мен жеке дара меншіктің негізінде қалыптасады.

Қазақстан экономикасында меншіктің көп түрі орын алады және олар экономикалық жүйелерді ұйымдастырудың үлгілері болып табылады. Оны мына кестеден көруге болады (Сурет 1).



Сурет 1. Экономикалық жүйелерді ұйымдастырудың үлгілері

Осыған байланысты экономикалық қатынастар негізінде өндіріс үрдісіндегі - өндіріс, бөлу, тұтыну, айырбастау қатынастарының ұштасу нәтижесінде қалыптасты. Шын мәнісінде экономикалық қатынастардың өзара даму себебі және құрылымы олардың арасындағы қарама-қайшылығымен жүзеге асады. Іс жүзінде бұл экономикалық қатынастардың дамуын зерттеу

бүкіл әлемдік тарихи үрдіс ретінде белгіленеді. Сонымен қатар, экономикалық қатынастардың мәні мынандай теорияларды зерттеумен байланыстырылады.

Экономикалық қатынастар қоғамдық қатынастармен қоса өндірістік үрдістің өзінде құрылмайды, егерде ең қажетті жағдайда ғана барлық өндіріс қатынастарының жүйесінің бір жақ қыры болып табылғандықтан. Келешекте өндіріс үрдісіндегі ең қажетті қатынастарды объективті түрде адамдардың өндіріс шарттарымен бірігу тәсілін білдіреді. Өндірістік үрдісте адамдардың қарым-қатынасын (өндірістік қажеттілікпен) адамдар арасындағы іскерлікпен алмасу және басқа экономикалық қатынастар анықтайды.

Егерде қоғамда өндіріс қаражаттарының арқасында қоғамдық меншік орнаса, онда мұнда адамды адаммен жабдықтау жойылады, шаруашылық жоспарлы түрде дамиды, қоғамдық өндіріс адамдардың өскен сұраныстарын, қажеттіліктерін қанағаттандыруға мәжбүр болады, еңбек қызметкерлерімен алмасу жолдастық қарым-қатынас және біріне-біріне көмек түрінде болады.

Егер шешуші өндірістік қажеттіліктер түгелдей қоғамның қолында жинақталып, адамдар арасындағы жолдастық, өзара түсінушілік түрде іскерлік алмасу ағып жатса, онда құрылған материалдық жабдық осы қоғамға жатады. Бұл жағдайда олар барлық қоғамның қызығушылығына орнығып, мақсаты толық қажеттіліктермен қанағаттанып еңбекшінің (қызметкердің) жан-жақты дамуына әсер етеді. Егер өндіріс қажеттіліктер жеке адамдарға немесе топтарға берілуі керек болса, ал іскерлік алмасу адамды адаммен жабдықтау түрде болса, онда өндірістің нәтижесі осы адамдарға немесе топтарға беріледі, яғни оларды байыту мақсатында. Мұндай қоғамда күрт баю немесе күрт төмендеуі мүмкін, олардың өмірлік іскерліктерін қамтамасыз ету үшін, ең қажетті шарттарын көтермелеу үшін, қызметкерлер үнемі еңбек үстінде болуы шарт. Бұл қоғамда жеке тұлғалы еңбекшінің орны төмен. Іскерлік алмасудан өндіріске қатысты азық-түлікпен алмасуын айыру керек. Меншікті қатыстың байланыстылығы өндіріс қажеттілігіне алмасу жоспарлы немесе стихиялы сипатта болуы мүмкін.

Нарықтық механизмді қалыптасқан базистік қатынастарға – меншік қатынастарына араласусыз жүргізу экономикалық тұрғыдан аңғырт болып көрінеді. Нарық – бұл көп түрлі, өз экономикалық құқықтарын іске асырудағы тең меншік иелерінің өзара әрекеттесуі. Нарық дамыған қатынастар мен меншік формаларының әртүрлі болуынсыз мүмкін емес, себебі:

- біріншіден, нарықта ең алдымен капитал, өндіріс құралдары, мүлік, жұмыс күші, ақпараттық өнім меншігінің иелері арасындағы қатынастар дамиды;

- екіншіден, меншік қатынастары әр бір меншік иесі іс-әрекетінің жоғары экономикалық тиімділігін қамтамасыз ететін шаруашылық жүргізу нәтижелерінде шын мәнінде ынталы болу принципінде жатыр;

- үшіншіден, экономиканың дамуына өсіңкілік беретін экономикалық механизм қажет. Өзара бәсекелесетін меншік иелері мен меншік формаларының көп түрлілігі бар жерде туындайтын бәсеке осындай механизм болып табылады.

Меншіктің түрі мінез алмасу іскерлігімен және бұл алмасу сапалы түрде іске келтіріле ме, жоспарлы немесе стихиялы бола ма соны анықтайды. Осымен қоса ол азық-түліктің тікелей орнықтылуы да тауар алмасудың алғашқы не кейінгі түрінің көмегімен ажыратылады.

Қоғамдық дамудың белгілі бір сатысында азық-түліктің алмасуы алып сатарлық жолмен жүзеге асады. Бірақ тауар алмасу мәңгі құбылыс. Марксизм-ленинизм классиктері байқағандай, белгілі бір қоғамдық даму сатысында ол жойылады деген болатын.

Сонымен қоғамдағы қатынастардың негізгі түрлерінің бірі болып тұтыну аймағындағы қатынас болып табылады. К.Маркс дәлелдеген өндіріс және тұтыну екеуі бір-біріне қарама-қарсы үрдіс болғанымен, бірін-бірі жоққа шығармайды, сонымен қатар өзара бір-біріне сіңісіп, бір-бірінсіз өмір сүре алмайды [5]. Әрине тұтыну биологиялық немесе технологиялық үрдіс сияқты әлеуметтік экономикамен қарастырылмайды. Бұл басқа ғылымдардың есебі. Бірақ тізбектілі тұтынудың өндірілуі экономикалық зерттеулердің қоршауына ене береді. Сонымен өндіріс, бөлу, айырбастау және тұтыну өзара тығыз орнастырылған өндірістің бір тұтас үрдісін білдіреді.

Адамдардың өндірістік үрдіске қатынасын қалған барлық экономикалық байланыстар және қоғамдағы қатынастар анықтайды. Қоғамдық өндірістің нәтижесінде қоғамдық өнім құрылады. Ол өзінің қозғалу барасындағы бір-біріне байланысты бірқатар кезеңдерден өтеді:

а) Өндірістік қатынастар әртүрлі жағынан өзінше біртұтастықты білдіреді, оның барлық бөлшегі бір жақты әсер етеді. Сонымен меншіктік қатынастар немесе жұмыс күшінің өндіріс қажеттілігімен бірігу тәсілі, айырбастау іскерлігі қатынасымен әсер етуін сезеді, кейінгілері қатаюына жол береді немесе берілген меншіктік қарым-қатынастың әлсіреуіне соқтырады. Мысалы: құл иеленушілік қоғамында өндірістік қатынастардың мақсаты ретінде тұтыну болатын. Ал, натуралды шаруашылықтарда тұтыну өндірістің мақсаты болып табылады. Бірақ та нарық шаруашылығының жүйесінде өндірістің мақсаты ретінде пайда табу болып табылады. Бұл нарық экономикасының жетістігі. Белгілі австрия экономисі Ф.Хайек «Пайдаға ұмтылу неғұрлым ресурстарды тиімді қолдануға мүмкіндік береді»- деген болатын [6].

Өндіріс қатынасы және бөлу өзара бір-біріне әсер етеді. Мысалы: бөлу айлық жалақы түрінде сыйлық және басқа төлемақы сияқты өндірістік еңбектің өнімі ретінде өндірілуін жоғарылатады.

б) Бөлу қатынасы өндірістік қатынасқа әсер етіп қоймай, соған сіңіп кетеді. Бөлу жоғарыда көрсетілгендей, экономиканың тиянақты аясы болып табылады.

Келешекте зерттеу өндірісі, бөлу сол уақытта өзін-өзі өндірудің элементін құрайды. Ол үздіксіз меншікті өндірістің қажеттілігіне адамдар арасындағы әрекеттің тәсіліне айырбастайды. «Бөлуден бұрын азық-түлікті бөлу» қажет және ол бар деген К.Маркс [7]:

Біріншіден, өндірістің бөлінуі; екіншіден ол әрі қарай сол қатынастың қоғамдық мүшелеріне әртүрлі өндірісте әсер етеді... Азық-түлікті бөлу, оны үйлестірудің нәтижесі ретінде ғана көрсетеді, яғни өндірістік қатынастың

мұндай жағы меншік қатынасына кіреді. Міне, саяси экономиканы меңгеру кезінде сол және басқа процесс құбылыстың бірінші орында болуы, сол меншік барлық экономикалық қатынастарды жалпы байланыстырады және қоғамдық қатардың сипатын анықтайды.

Айырбас пен қоғамдық еңбек бөлінісінің дамуымен нарықтық қатыныстар қалыптасты. Нарық қатынастарының дамуын мынандай негізгі кезендерге бөлуге болады:

- 1) нарық элементтерінің пайда болуы;
- 2) натуралды айырбас кезеңінің нарығы;
- 3) тауар баламасы кезеңінің нарығы;
- 4) тауар емес балама кезеңінің нарығы;

Бірінші кезеңде айырбас операциялары тұрақсыз, кездейсоқ болады олар өндірістің шарттары болып табылмайды. Құндық қатынастар, әрбір жеке саудасаттық көріністерде кездейсоқ болады.

Екінші кезеңдегі тауар қозғалысын мына формула бойынша T1-T2 көрсетуге болады. Балама айырбас көбіне-көп өндірістің шарты бола бастайды. Оның нәтижесінде қоғамдық қажетті шығындар категориясы қалыптасады.

Үшінші кезеңдегі тауар тепе-теңдігі мына айырбас формуласы бойынша T1-T2, балама-T2. Әрбір жергілікті нарыққа балама тауардың бір түрі тән. Ол ерекше тұтыну қасиетіне байланысты әрдайым тауарлардың ортасынан ығысып шығып қалып отырады.

Төртінші кезеңдегі тауар қозғалысының формуласы: T1-тауар емес балама-T2. Алтынға тікелей айырбастың тоқталуымен, құнның «таза» иеленушілері-несие ақшалар өзінің «тауарлық» мәнін жоғалтады.

Сонымен қатар нарық қатынастарының пайда болуының ең басты шарты - өндіріс құрал-жабдықтарына жеке меншік, белгілі бір дәрежеде дамыған қолөнер кәсібі де, өнеркәсіп те әсер етті.

XX ғасырда елдер арасындағы экономикалық қатынастар әрқилы болып дамыды, олар тек сауда ғана емес, өндірісте капитал айналымында, ғылыми зерттеулердің нәтижелерін айырбастауда да кездеседі.

Бұл өндіріс үрдісін үнемі қозғалысқа келтіретін факторлар болады. Оларға өндірістің үш классикалық факторлары (жер, еңбек, капитал) және төртінші фактор (ұйымдастырушы), яғни кәсіпкерлік қабілет жатады. Бірінші болып, осы өндіріс факторларының төртінші факторын ұйымдастырушы деп атаған Андре Маршалл болған. Осыған орай кәсіпкерлік институтының мәні қарастырылып оның қызметтері зерттеліп, кеңейе түскен.

Қорыта келгенде, нарықты экономикада кәсіпкерлік орталық орынға ие және ол әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде кең секторлы қоғамдық қарым-қатынастарды қамтиды. Сондай-ақ кәсіпкерлік қызмет тіршілігіміздің экономикалық жағдайларына да қатысты үлкен роль атқарады.

Сонымен бұл бөлімде жүргізілген талдауға былайша қорытынды жасауға болады:

- нарықтық қатынастар жүйесінің қалыптасуы қаралып, оның жеке элементтері талдауға алынды;



- тауар өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы тұрақты байланыстар анықталды;

- бұл байланыстардың өзіндік ерекшеліктері: қайтарымдылықты, тепе-теңдікті объективті түрде алдын-ала анықтайтыны көрсетілді;

- мұндағы байланыстардың басымдылықта болу себебі зерттеу нәтижесінде дәлелденді, демек, байланыстарда өзара бәсекелестік болуы нәтижесінде кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің серпінді жұмыс негізі қаланады;

- нарықты экономикада кәсіпкерлік орталық орынға ие және ол әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде кең секторлы қоғамдық қарым-қатынастарды қамтиды;

- бұған қоса қарастырылған қатынастар - бұл меншіктің, өндіру, бөлу, айырбастау және тұтыну араларын ұйымдастырып жүргізу үрдісіндегі ұйымдастырушы әлеуметтік-экономикалық байланыс. Олай болса, бұл қатынастар жүйесіндегі кәсіпкерлік қызмет жалпы қоғамның жедел дамуына елеулі әсер етеді.

Сондықтан да кәсіпкерліктің қалыптасуын, даму эволюциясын талдау, бұл мәселе түсінігін кеңейте түседі. Осы мәселе келесі бөлімде қаралады.

## **1.2 Кәсіпкерлік теориясының қалыптасу эволюциясы**

Кәсіпкерлік феномені ерте кезден бері әлеуметтік-экономикалық ғылымның назарын аударуда. Кәсіпкерлік, әртүрлі елдерде әртүрлі адамдармен 800 жылдың көлемінде әрқалай түсіндірілді. Ғылыми әдебиеттерде кәсіпкерлік мәнінің бірдей түсінігінің болмауы, оның экономистер, философтар, социологтар және құқықтанушылармен әртүрлі талқылануда.

Кәсіпкерлік – шаруашылық қызметті атқаратын келесі сипаттағы түсінікті қарастырамыз:

1. неғұрлым көп пайдаға ұмтылушылық;
2. тәуекелділікке баруға даяршылық;
3. жаңаға ұмтылушылық.

Кәсіпкерлік – азаматтардың, жеке табыс пен пайданы игеру мақсатында өз мүмкіндігін қоя отырып, өз атынан немесе заңдық жауапкершіліктегі заңдық тұлға ретінде іске асыратын белсенді қызметі [8, б.5].

Кәсіпкер – заңмен тиым салынбаған кез келген шаруашылықтық қызметпен айналысады, сату – сатып алушылық, кенестік, коммерциялық делдалдықты енгізе отырып, құнды қағаздармен операциялар жүргізеді. Кәсіпкер өз қызметінде пайда алу мақсатында қоғамдық игі істерді атқара отырып, жеке даралық табыстылықты қамтамасыз ету комбинациясын іске асырады.

Экономикасы нарықтық бағыттағы Қазақстан үшін шағын кәсіпкерлікті дамыту мәселесі – өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Кәсіпкерліксіз

нарықтық экономиканың болуы мүмкін емес. Себебі, нарықтық экономиканың өзі – еркін кәсіпкерлік экономика болып саналады. Сондықтан да, кәсіпкерлік төңірегіндегі көптеген мәселелердің көтеріліп жатуы да оның экономикадағы рөлінің маңыздылығын дәлелдейді.

Экономиканың тұрақты болуы және бәсекелес сипатының қалыптастырудың басты күштерінің бірі кәсіпкерлікті жетілдіру болып табылады. Жалпы кәсіпкерлікті дамыту үшін бірнеше белгілі шарттар орындалуы қажет:

- кәсіпкерлік субъектінің белгілі бір дәрежеде еркіндігі мен құқықтығы болуы қажет. Ол – шаруашылық қызметінің бағытын таңдау, өндірістік, сауда бағдарламаларын анықтау, қаржы көзін таңдау, өнімдерді тасымалдау, өнімге баға белгілеу, табысты өз мұқтажына жұмсау;

- кәсіпкерлік қабылданатын шешімдерге, одан туындайтын нәтижелерге тәуекелдікті қажет етеді. Қабылданған шешімдерге деген жауапкершілік болмайтын болса, онда кәсіпкерліктің де болмағаны;

- кәсіпкерлік қызметтің белгілі коммерциалық табысқа жету бағдарын ұстануы, экономикада қажетті нарықтық құрлым орнатумен байланысты. Яғни кәсіпкерліктің дамуы үшін оның құқықтық базасы, әлеуметтік – экономикалық шарттары қолдануы қажет.

Төртінші шарт жоғарыда аталған шарттардан туындайды. Еркін кәсіпкерлік меншіктің әртүрлі формада, түрде, типте болуын қалайды.

Кәсіпкерлік – қызметтің ерекше бір түрі ғана емес. Бұл тағы да бір белгілі стиль және тәртіптің типі, жинақтап айтсақ: үлкен бастама, дәстүрден тыс шешімдерді іздестіру, тәуекелге бару, іскерлік қызметтің орын алар жері ең алдымен кәсіпорын болып табылады.

Сонымен, кәсіпкерлік бұл меншік формасына тәуелсіз жеке және заңды тұлғалардың жеке меншікке (жеке кәсіпкерлік) немесе мемлекеттік кәсіпорынның шаруашылық жүргізу құқығына (мемлекеттік кәсіпкерлік) негізделген тауарға (жұмыс, қызмет) деген сұранысты қанағаттандыру жолымен алынатын жеке табыс немесе пайдаға бағытталған инициативті қызмет.

Кәсіпкерлікті ұйымдастырудың ең қарапайым формасы – ол шағын және жеке кәсіпкерлік.

Шағын кәсіпкерлік – бұл мемлекеттік органдар және басқа да өкілетті ұйымдар көрсеткіштерімен, заңмен бекітілген анықтама негізінде нарықтық экономика субъектілерімен жүзеге асырылатын кәсіпкерлік қызмет. Әлемдік және отандық тәжірибе көрсеткендей әртүрлі ұйымдық – құқықтық нысандағы кәсіпорындарды (ұйымдар) шағын кәсіпкерліктің субъектісі ретінде анықтайтын негізгі критерилерге бірінші кезекте, есепті кезенде кәсіпорында жұмыспен қамтылған жұмыскерлердің орташа саны жатады.

Бірқатар ғылыми еңбектерде шағын кәсіпкерлік – бір меншік иесімен басқарылатын кәсіпорындағы азғана топтың жұмыс істеуі деп түсіндіріледі. Негізінде шаруашылық қызмет субъектісін шағын кәсіпкерлік субъектісіне жатқызу кезіндегі өте маңызды көрсеткіш болып персонал саны (жұмыспен

қамтылған жұмысшылар), жарғылық капитал қоры, актив мөлшері, айналыс көлемі (табыс, кіріс) табылады. Әлемдік банк мәліметтері бойынша кәсіпорындарды шағын кәсіпкерлік субъектісіне жатқызатын көрсеткіштер саны 50-ден жоғары. Бірақ көп қолданылатын көрсеткіштер келесілер болып табылады: кәсіпорында жұмыспен қамтылған жұмыскерлер саны, жыл сайынғы айналым, актив мөлшері. Бірақ барлық дамыған елдерде кәсіпорындарды шағын кәсіпкерлік субъектісіне жатқызудың негізгі көрсеткіші жұмыскерлер саны болып табылады.

Кәсіпкерлік – адам қызметінің ерекше саласы және ол еңбектің басқа түрлерінен оқшауланып тұрады. Бұған кезінде атақты неміс экономисті Гарвард университетінің профессоры Иозеф Алиоз Шумпетер (1883-1950жж.) мән берді. Оның мынандай айтқан сөзін эпиграф етіп алуға болады: «Кәсіпкер болу – басқаның істегенін істемеу». Екінші жағынан кәсіпкерлер – алдымен кәсіпкерлік жұмысты ұйымдастырушылар. Осы туралы француз экономисті Жан Батист Сэй (1767-1832 жж.) былай деген: «Кәсіпкер – адамдарды өндірістік шеңбер ауқымында ұйымдастыратын адам».

«Кәсіпкерлік» терминін алғашқы рет ағылшын экономисті Ричард Кантильон (1650-1734 жж.) ендірі. Бұл ұғымға, ол нарықтық тәуекелділік жағдайында табыс алу мақсатымен өндірісті ұйымдастырудағы адам білсенділігін жатқызды.

Экономикалық әдебиеттерде кәсіпкерлік пен бизнес ұғымдарын балама түрінде қарастыру жиі кездеседі.

Бизнес пен кәсіпкерлік жақын ұғымдар, оларды бір-бірімен баламалап қарауға болады. Бизнес – табыс әкелетін кез келген қызметтің түрі. Бизнес кәсіпкерлік қызметпен тығыз байланысты. Кәсіпкерлік – новаторлық іс. Нағыз кәсіпкер – ол өнертапқыш. Сондықтан да бизнеспен айналысатын адамдар, осы көзқарас тұрғысынан ешуақытта кәсіпкер бола алмайды.

Экономикалық ғылымда «кәсіпкерлік қабілеттілік» деген ұғым да бар. Кәсіпкерлік қабілеттілік дегеніміз адамның бизнесте жаңалықты аша білу қабілеттілігі, бірақ бизнеске қатысатындардың барлығының қолынан бұл келе бермейді. Басқа жұрт қалғып, қыдырып, той-думан жасағанда, барлық күш қуатын барынша жұмысқа жұмсап, новаторлықпен, мақсаттылықпен, коммуникабелділікпен, яғни адамдармен тез арада байланыс жасау қабілеттілігі, олармен өзара жақсы қатынастар құра білу, бәсекелестеріне қарағанда айналасына басқаша көзқараспен қарауда оқшауланып тұрады. Бизнесмендердің ішінен мұндай қабілеттілікпен оқшауланатындар жиі кездесе қоймайды. Демек, бизнес – бұл табыс әкелетін адамның экономикалық қызметі. Кәсіпкерлік – бұл да адамның экономикалық қызметі, бірақ бұл қызметті жаңа ізденіске бағыттайды және осы жаңалықты жүзеге асыру үшін тәуекелге бас ұрады.

Кәсіпкерлік бизнес саласында жүзеге асады, сондықтан да экономикалық әдебиеттерде олар үнемі қатар ұғым ретінде қарастырылады. Ал егер бизнестің новаторлық жағын қарастыратын болсақ, онда кәсіпкерлік қызмет термині қолданылады [9].

Қазіргі кезде әлемдік тәжірибеде шағын және орта бизнесті анықтауда сандық, сапалық және комбинациялық (құрама) тұжырымдар кездеседі.

Сандық көзқарасқа негізделген шағын, орта және ірі кәсіпорындарды анықтауда жұмысбастылар саны, сату (айналым) көлемі, активтердің баланстық құны сияқты критерийлер қолданылады. Бірақ, мұндай критерийлер кең таралған болса да, олардың сандық параметрлері туралы пікірлер бір елдің ішінде де кең етек жаймақ. Бұл міндеттеменің кең спектры түрінде де, түрлі елдер мен аймақтардағы экономика дамуының түрлі деңгейі түрінде де толық түсінікті. Бұндай объективті факторларға зерттеушілер мен саясаттанушылардың шағын және орта бизнес туралы субъективті көзқарастары қалыптасады.

Мысалы АҚШ-ғы Орталық федералды әкімшілік бір жағдайда кәсіпорындардағы жұмысбастылардың орта тізімдік құрамы көрсеткішін қолданады, ал екінші жағдайда – ақша түріндегі шығарудың жылдық көлемін пайдаланады. Жұмысшылардың орта тізімдік құрамы көрсеткіші ауытқудың жоғары амплитудасын иемденді: жиһаздық көтерме саудадағы 100 адамнан мыс құю өнеркәсібіндегі 1000 адамға дейін. Негізгі көрсеткіш ретінде жұмысшылардың орта тізімдік құрамының тұрақты мүлшерін тек Федаралды статистикалық бюро ғана ұстанады. Ол шағын кәсіпорындарға кем дегенде 500 адам жұмыс істейтін кәсіпорндарды жатқызды. Айта кететін жайт, АҚШ-та кәсіпорындарды бөлу критерийіне көзқарастағы ішкі саланың ғана емес, сонымен бірге басқа айырмашылықтар мысалдары да кездеседі. Мысалы, «Мак Греухилл» компаниясында 50 жұмысшыға дейін жұмыс істейтін кәсіпорынды шағын кәсіпорындарға, 100-ге дейінгі – орта, ал 100-ден жоғары және одан да көп – ірі кәсіпорындарға жатады.

Жапонияда заң бойынша шағын кәсіпорын болып – өнеркәсіпте, құрылыста, көлікте, байланыста, коммуналдық шаруашылықта 300-ге дейін жұмыскерлері бар заңдық жеке кәсіпорындар танылады; 100-ге дейін көтерме саудада; 50-ге дейін бөлшек саудада және қызмет саласында. Тәжірибеде шағын және орта кәсіпорындар 7 топқа бөлінеді: 1-4, 5-9, 10-29, 30-40, 55-99, 100-299, 300-499 жұмыскерлер.

Еуропада шағын деп – 200 жұмыскерлері бар, орта деп – 200-500 дейін жұмыскерлері бар кәсіпорындар танылады.

Сандық анықтаманың артықшылығы – қолдану ыңғайлылығы. Айналым немесе жұмысбастылар саны сияқты критерийлер зерттеушілер үшін тиімді. Сандық тұжырымның негізгі кемшіліктері болып олардың нақтылығы, көрсеткіш таңдауы мен оның өзгеріс шегін анықтайтын теориялық базасының болмауы және соған байланысты салыстырмалы талдау үшін оларды қолданудың қиындығы табылады.

Анықтаманың сапалық нұсқалары бірнеше сандық көрсеткіштермен қосымшалауға болатын сапалық критерийлерді қолдануды қарастырады. Бірақ мұндай көзқарас та субъективті талқылаулар мен тәжірибеге сүйенеді, және «индуктивтік» тән компаниялар айырымына назар қойылады. Сонымен бірге «әсерлесу» немесе ықпал ету нәтижесі мөлшерінің фирма қызметінің сипатына

әсерін қарастыру арқылы кәсіпорындардың «шағын», «орта», «ірі» мөлшерін анықтау мүмкіндігі жасалады. Мысал ретінде Голландия экономисті Ван Хорннің анықтамасын қарастыруға болады. Шағын фирмалардың стратегиялық болжау ерекшеліктерін талдағанда ол шағын фирмаларға тән 5 қасиетті атап көрсетеді:

- өндірілетін өнімнің қатысты саны аз (технология, қызмет, «ноу-хау»);
- салыстырмалы шектелген ресурстар мен қуат (капитал, адамдар және тағы басқалары);
- компанияның стратегиялық жағдайын болжау және бақылау үшін қажетті басқарудың, әкімшілік процедуралардың, технологияның дамыған жүйесі;
- менеджменттің жүйесіздігі, тренингтік және оқыту бағдарламаларына формалды емес қатынас;
- басты басқару орындары мен акцияның көбісі кәсіпорындардың негізін салушылармен және туыстарымен ұсталады.

Осы критерийлер негізінде Ван Хорн Нидерландыда орта кәсіпорын деп 50-ден 500-ге дейін жұмыскері бар және 1 миллионнан 33 миллион фунт стерлинг айналымы бар кәсіпорынды атауды ұсынады.

Батыс елдерде фирма өсімінің кезеңдік теориясы да кең таралған, ол «ұйымдық тәртіп» аумағындағы зерттеу нәтижесінде туып, фирма дамуының кезеңдік сипаттарын ерекшелеу негізінде фирма өлшемін сапалық анықтаудың кеңеюіне жол берді. Фирма өсімі теориясының бір нұсқасы кәсіпорын мөлшерін анықтаумен тікелей байланысты болмаса да, бекітудің сапалы нұсқасын дамыту үшін қолданады.

Осы теорияның бір нұсқасы кәсіпорын өсімі кезеңінің индикаторы ретінде өнімді дамыту стратегиясына көзделді. Көптеген авторлар компанияларды бір өнімді өндіруге бағытталған шағын фирмадан бастап, өнімнің үлкен өндірісі бойынша қызмет диверсификациясына бағытталған ірі кәсіпорындар – конгломерат–компания түрінде қарастырады (технология, қызмет, «ноу-хау»). өнім дамуының кезеңін сипаттау үшін фирманың жылдық табысының оның өндіріске кеткен барлық шығындарының қатынасына тең «мамандандыру коэффициенті» қолданылады.

Сапалық көзқарастың артықшылығы – теориялық негіздеменің белгілі бір дәрежедегі жетістігі және түрлі кәсіпорындарға «менеджмент жүйесі» т.б. сияқты сапалық критерийлер тән кең спектр есебі. Бұл тұжырымның кемшіліктері – түрлі сипаттамалар қатарын анықтау үшін фирмаішілік ақпаратқа ену қиындығы мен тәжірибені қолдау күрделілігі (мысалы, «менеджмент жүйесі») және критерийлердің неғұрлым кең спектрі.

Шағын фирманың таза сапалық анықтамасын оның өмір сүру және даму ерекшеліктерін бөлу арқылы қалыптастыруға болады. Бұл көзқарас шағын фирманың қызметі ретінде қарастырады: айқындылықсыздың жоғарғы деңгейі, инновация енгізуге жоғары мүмкінділік (кең мағынада); тұрақты дамуды және өзгерістерге тез бейімделуі.

Комбинациялы көзқарас бертінде ғана қолданыла бастады. Оның мысалы болып 1971 жылы Бостон комитеті (Ұлыбритания) баяндамасында ұсынылған

шағын фирма анықтамасы табылады. Бұл шағын бизнесті дамыту мәселесін алғаш қарастыру мысалы. Ол әртүрлі елдердегі шағын фирмалар дамуының кейбір аспектілерін салыстырмалы талдау нәтижелері келтірілген.

Сандық көзқарастың кемшіліктерін жою мақсатында, Бостон комитеті шағын фирманың «экономикалық» және «статистикалық» анықтамаларын ұсынды. Экономикалық анықтамаға сәйкес шағын фирмаға келесі шарттарды қанағаттандыратын фирмалар жатады:

- фирманың нарықтық кеңістікке қатысты кішкене үлесі бар;
- фирманы оның иемденушісі басқарады;
- фирма тәуелсіз деп саналады (ірі кәсіпорынның бір бөлігін көрсетпейді).

Статистикалық анықтама шағын бизнес кәсіпорынының жұмысбастылық мәселесін шешуге, жиынтық ұлттық өнімге, экспорттық қызмет, инновациялық даму, т.б. мәселелерді шешуге және уақыт бойынша көрсеткіштер өзгерісін талдау үшін, халықаралық деңгейде салыстыру жүргізу мүмкіндігін қамтамасыз етудегі салымдарын көрсету үшін қолдануды болжайды. Бостондық комитет әдістемесі бойынша шағын фирманың статистикалық анықтамасы қызметтің түрлі салалары үшін, «азшылық критерийін» түрлі салалары мен вариациялары үшін әр түрлі анықтамаларды қолдануды көрсетеді.

Кейіннен бостондық анықтама «экономикалық» және «статистикалық» құраушы бөлігінде сынға алынды. Батыс елдегі мамандардың шағын бизнес анықтамасы мәселесі бойынша дебаттар аяқталмаған [10].

Кәсіпкерлік – қызметтің ерекше бір түрі ғана емес. Бұл тағы да бір белгілі стиль және тәртіптің типі, жинақтап айтсақ: үлкен бастама, дәстүрден тыс шешімдерді іздестіру, тәуекелге бару, іскерлік қызметтің орын алар жері ең алдымен кәсіпорын. Кәсіпкерлікті ұйымдастырудың ең қарапайым формасы – ол жеке іскерлік. Бұл жағдайда кәсіпкер жеке тұлға ретінде өздігінен іс-қимыл жасайды. Жеке кәсіпкерліктің тағы бір түрі – жеке кәсіпорын, фирма. Бизнесің мұндай формасында мекеме құру құқығы кез келген азаматта бар. Бұл үшін ол жеке кәсіпорынды тіркеуден өткізіп, заңды тұлға мәртебесін алуы керек.

Кәсіпкерлік – меншік түрлеріне қарамастан, азаматтар мен заңды тұлғалардың, тауарларға (жұмысқа, қызметке) сұранымды қанағаттандыру арқылы таза табыс табуға бағытталған, жеке меншікке (жеке кәсіпкерлік) не мемлекеттік кәсіпорынды шаруашылық басқару құқығына (мемлекеттік кәсіпкерлік) негізделген ынталы қызметі. Кәсіпкерлік қызмет кәсіпкердің атынан, оның тәуекел етуімен және мүліктік жауапкершілігімен жүзеге асырылады. Мемлекет кәсіпкерлік қызмет еркіндігіне кепілдік береді және оны қорғау мен қолдауды қамтамасыз етеді [11].

Кәсіпкерлер әрқашанда анықталмаған жағдайда қызмет етеді. Әр нәрсе, әр тенденция мәңгі болмайтындықтан, нарық субъектілерінің мінез – құлқы әрқашанда өзгермелі. Егер кәсіпкер экономикалық, саяси технологиялық, әлеуметтік ортаға бейімделе алмаса, онда оның орнын басқа кәсіпкер басады. Кәсіпкер әрқашанда күтпеген жағдайларға дайын болуы керек, оларды болжай алуы қажет.

Нарықтық ортаны қалыптастырудың негізгі факторы кәсіпкерліктің қалыптасуы және дамуы болып келеді. Саяси экономия, бастапқы кезде кәсіпкерлікке өзіне тән өзекті мәселесі ретінде экономикалық өсудің және пайда табиғатының көздерін ұғындыруымен байланысты көңіл бөлген. Кәсіпкер туралы түсінік 18-ғасырда өмір сүрген алғашқы француз бизнес теоретигі Ричард Канильтонның «Коммерция табиғаты жайлы очерк» деген еңбегінде пайда болды. Мұнда ол белгілі баға бойынша өндіріс құралдарын сатып алып, олардың көмегімен тауар өндіруге үміттеніп және сол заттарды өзіне де белгісіз пайда түсіретін жоғары бағамен сататын субъектісін жобалап түсінген. Кәсіпкерлікке көңіл бөлгендердің бірі - Адам Смит [12]. Ол кәсіпкерді капитал иесі бола отырып, қандай болса да, коммерциялық кәсіпкерлік мақсатын іске асыруы үшін және пайда табу үшін тәуекелге барады деген. А.Смит пікірі бойынша кәсіпкерлік пайда тәуекел компенсациясы болып табылады. Жан Батист Сэй – кәсіпкерлік түсінігін кең көлемде қарастырған. Ол кәсіпкерлік қызметтің мәнін жоғары бағалай отырып, өнімді шығарудағы оның белсенді рөлін мойындаған. Сэйдің айтуынша кәсіпкер қызметтеріне ақпараттарды жинастыру, қажетті тәжірибиені жинақтау, шешім қабылдау және өндіріс үрдісін ұйымдастыру кіреді. Сонымен бірге ол бұл қызметтердің шығармашылық ерекшелігіне көңіл аударып, олардың өндірісті басқарудың ескішіл күнделікті операциялардан айырмашылығын айтқан.

К.Маркс көбіне Смиттің көзқарастарына сүйеніп, өзінің қосымша құн теориясында кәсіпкерді тек қана өзінің капиталын жұмсап және өндірілген қосымша құнды иеленген қоғамдық тұлға деп, яғни жалдамалы еңбекті пайдаланушы капитал иесі мен өндірісті ұйымдастырушыны кәсіпкердің қызметтеріне теңестірген.

Көптеген экономистердің ойынша, кәсіпкерлік теориясын тұтас алып талдаған Иозеф Шумпетер. Кәсіпкерліктің мәнін И. Шумпетер алдымен прогрестің қозғаушы күші және өндіргіш күштерінің үдемелі дамуы ретіндегі жаңашылдық қасиетіне байланысты ашты. Кәсіпкер – жаңашыл - ол экономикадағы барлық серпінді өзгерістердің қайнар көзі [13].

И.Шумпетер кәсіпкерлердің ішінен төрт түрін бөлген. Бұлар Қазақстандағы кәсіпкерліктің қалыптасуына зор маңызы бар. Ол түрлер- «фабрикант-саудагер», «индустрия капитандары», «директор-менеджерлер», «негіздеушілер». Барлық төрт топтың ортақ белгілері бар. Оларға жататындар: билікке ұмтылу, жаңа жетістіктерге жету, шығармашылық қуанышы. Атап кететін жағдай, кәсіпкерліктің бұл сипаттамасы Франсуа Перридің сынына түскен. Перридің айтуынша қазіргі жағдайда кәсіпкердің жаңашыл рөлі ғалымдарды, зерттеушілерді және басқа мамандарды қамтуда. Бұл жай меншіктің, басқару қызметінің өсіп жетілуіне байланысты. Ф.Перри тағы да кәсіпкердің белгілі ортада жұмыс істейтінін және басқа институттардың әсерін көретінін ескертеді.

Кәсіпкерлік теориясының дамуына И.Тюнен және Ф.Найт айтарлықтай үлес қосты. Тюнен кәсіпкерге ерекше қасиеттердің иесі деп сипаттама береді. Өз саласындағы «өнертапқыш, зерттеуші» және жобаланбаған, жоспардан тыс

пайда алуға ұмтылушы ретінде көрсетеді. Кейін Тюеннің көзқарастарын Фрэнк Найт дамытты. Найттың ойынша, кәсіпкерлік пайданың алынуын күдік туғызатын «жалғыз қауіп» - ол кәсіпкердің жауапкершілігін пайдаланатын «айрықша белгісіздік». Тюен мен Найттың теориялық зерттеулерінің нәтижесі кәсіпкерлік қызметтің дамуына және экономикалық ғылымның алға жылжуына зор үлесін қосты.

Кәсіпкерлік теориясына «екінші дем» берген австриялық мектептің өкілдері – Ф.Хайек, И.Кирцнер көзқарастары болды. Сондай-ақ Израиль Кирцнердің айтуы бойынша тепе-теңдікпен бірге теңсіздік нарықтық жағдайлардың қасиеттеріне көңіл аударуға тұрарлық. Теңсіздік жағдайлары уақыттағы да, кеңістіктегі де сұраным мен ұсыныстың айырмашылығына негізделеді. Осыдан да қосымша пайда алуға мүмкіндіктер туындайды, ал кәсіпкерліктің мәні осы мүмкіндіктерді пайдалануымен жүзеге асады. Фридрих Хайектің кәсіпкерлік теориясы көбінесе И. Шумпетер ойларымен үндес. Бірақ бірізділігімен және кеңділігімен ерекшеленді. Жеке бастың тәуелсіздігі өзінің экономикалық әлеуетін тиімді жұмсағанға мүмкіндік береді. Ф. Хайек үшін кәсіпкерліктің мәні жаңа экономикалық мүмкіншіліктерді іздеуден тұрады; ол іс-әрекеттің бір түрі емес, мінез-құлықтың сипаттамасы болып табылады. Жаңа мүмкіндіктерді іздеудің қозғаушы күші ретіндегі, нарықтың жағдайы жайлы бірегей білімдерді тиімді пайдалануға тырысатын кәсіпкер болып келеді. Осымен ол өзіне бәсекелестікте озықтықты және артығырақ пайда алуын қамтамасыз етеді. Тек қана пайда мен кірісті табуына бейімделуінің тұрақты мақсатын, кәсіпкерліктің тұрақты дамуынан құралмайтындығынан, қазіргі американдық экономисті Роберт Хизрич кәсіпкерлікті – кәсіпкердің материалды және рухани мұқтажықтарының бірлікті қанағаттандыру үрдісі ретінде қарастырады. Сонымен бірге Р.Хизрич қазіргі қоғамдық кәсіпкерлікке аса көңіл бөледі: «Кәсіпкерлік экономикада, қоғамға өзгеше жүргізу механизмін және құрылымдық өзгерістердің жол бастаушы қызметтерін көрсетеді. Бұл өзгерістер жиынтық өнімнің өсуіне әкеледі және экономикалық дамуының катализаторы ретінде шығады».

Кәсіпкерлік түсініктемесі әртүрлілігімен айқындалады. Бұл кәсіпкерліктің әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде бір қалыпты болмауына байланысты. Оның қызметтерінің және ұйымдастыру нысандарының терең өзгірісі болып жатыр. Шағын және орта бизнес кәсіпорындарының рөлі және саны өсуде. Кез-келген қоғамға кәсіпкерлік пен жаңашылдық тән. Бұл жағдайға И.Шумпетер мен А.Маршалл көңіл бөлген. Егерде И.Шумпетер кәсіпкерліктің және жаңашылдықтың бірдейлігін көрсетсе, А.Маршалл қоғам өміріндегі кәсіпкерлердің анық рөлін өздерінің жаңашылдықтарымен жаңа тәртіп құрумен бірге қоғамдағы конструктивті жетіліп жатқан үрдістерді жылдамдатады деп айтқан [14].

Бізге, И.Шумпетердің кәсіпкерді бұрынғы өндіріс формаларын және қоғам өмірін ұйымдастыруын батыл бұзатын экономиканың революционері ретінде бағасы дұрысырақ болып көрінеді.



Шумпетердің ойынша, қоғамның экономикалық дамуындағы кәсіпкер негізгі бейнесі болып келеді, үнемі «жасампаз қиратуын» жүзеге асырып отырады. Классиктерге негізделіп, қазіргі экономист зерттеушілер кәсіпкерлікті кеңінен қарастырып және оның қоғамдық ұдайы өндірістегі, әсіресе өтпелі дәуірдегі рөліне ерекше көңіл аударуда.

Кәсіпкер түсінігінің қалыптасу эволюциясы тауар және қызмет көрсету түрлерін өндіру, айырбастау және бөлу үрдістерінің қалыптасу тарихымен және ғылыми-техникалық прогресс деңгейінің дамуымен байланысты (Кесте 1).

#### Кесте 1

##### «Кәсіпкер» және «Кәсіпкерлік» түсінігінің эволюциясы

Уақыты	Анықтама ның авторы	Анықтаманың мәні
Орта ғасыр	-	Кәсіпкер – ірі көлемді құрылыс немесе өндірістік жобаны орындауға жауапты адам
1770ж	А.Тюрго	Кәсіпкер тек нақты ақпараттарды ғана емес, капиталды да иеленуі керек
1776ж.	Адам Смит	Кәсіпкер – кәсіпорын иесі және коммерциялық пікірді жүзеге асырушы. Негізгі қызметі – нарықтық шаруашылық жағдайында өндірісті басқару және ұйымдастыру.
1797ж.	Карно Бодо	Кәсіпкер – бұл алған ісіне жауап беретін: жоспарлайтын, бақылау жасайтын, ұйымдастыра алатын және кәсіпорынды иеленетін тұлға.
1830ж.	Жан Батист Сэй	Кәсіпкерлік – нарық кеңістігіндегі белгілі нүктедегі өндіріс факторының ұтымды комбинациясы. Кәсіпкер – бұл өндіріс бірлігінің аймағында адамдарды ұйыдастырушы.
1876ж.	Фрэнсис Уокер	Кәсіпкер – бұл өзінің ұйымдастырушы қабілеттілігі арқасында пайда алатын адам.
1890ж.	Альфред Маршал	Әрбір ынта білдіргеннің бәрі кәсіпкер бола алмайды. Кәсіпкер «табиғи» іріктеу заңына сәйкес жүреді.
1910ж.	Макс Вебер	Кәсіпкерлік қызмет – бұл ұтымдылықты жүзеге асуы (ал, ұтымдылық деп, ол функционалды тиімділікті түсінді: салынған қаржыны пайдаланудан жоғарғы түсім алу)
1911ж	Иозеф Шумпетер	Кәсіпкерліктегі ең бастысы – инновациялық қызмет. Ең бастысы «...басқалар істемейтін істі істеу» және «...олар істегеннен басқаша істеу»

Кесте 1-дің жалғасы

1913	И.Фон Тюнен	Кәсіпкер - ерекше сапа иегері (тәуекелділік жасай алатын, стандартты емес шешім қабылдайтын және өз әрекетіне жауапты болатын) және сондықтан да жоспарланбаған табысқа үміткер болады. Кәсіпкер тәуекелділік жасағаны үшін және кәсіпкерлік шығармашылығы үшін табыс алуға тиіс.
1921ж.	Ф.Найт	Кәсіпкер өндіріс пен айырбастың дамуының негізгі көрсеткіштерін болжамдайды және қосымша коммерциялық әсер алуы мүмкін.
1936ж.	Джон Мейнард Кейнс	Кәсіпкер – шаруашылықты жүргізушінің өзіндік ерекшеленген әлеуметтік-психологиялық түрі. Кәсіпкерлік қызметтің негізгі мақсаты – ең жақсыға ұмтылу, тәуелсіздік, мұраға бар бағалықты қалдыруға талаптануы.
1961ж.	Дэвид Макклелланд	Кәсіпкер – бұл энергиясы мол, болмашы тәуекелділік жағдайында әрекет ететін адам.
1964ж.	Питер Друкер	Кәсіпкер – бұл жоғарғы түсім табуда кез-келген мүмкіндікті пайдалана алатын адам.
1975ж.	Альберт Шапиро	Кәсіпкер – бұл инициативалы, әлеуметтік-экономикалық механизмді ұйымдастыратын, тәуекелділік жағдайында әрекет ететін және мүмкін болатын сәтсіздікке толық жауап беретін адам.
1980ж.	Карл Веспер	Кәсіпкер – экономистерге, психологтарға, басқа да мамандар мен саясаткерлерге әртүрлі болып көрінеді.
1983ж	Гиффорд Пиншо	Интрапренерлік – фирманың өз ішіндегі кәсіпкерлік. Интрапренерлер жұмыс істеп тұрған кәсіпорын жағдайында әрекет етеді, ал антрепренерлер жаңа кәсіпорын салады.
1985ж.	Роберт Хизрич	Кәсіпкерлік – бұл құны бар, жаңа қандай да болса бір затты салу үрдісі, ал кәсіпкер – бұл осыған барлық қажетті уақытты және күшті жұмсайтын, өзіне түгел қаржыны, психологиялық және әлеуметтік тәуекелділікті алатын адам, марапатқа алатыны ақша және қол жеткенге қанағаттануы.
1988ж.	М.Алле	Кәсіпкер нарықтық жағдайда ұйымдастырылған шаруашылықта жетекші рөл алады.
1993ж	Т.Ю.Горьков	Кәсіпкер – бұл бизнесте негізгі фигура, ол өзіне өндірістің барлық факторларын бірыңғай шаруашылық үрдіске біріктіру міндетін қояды.
Ескерту – Экономикалық әдебиеттерді талдау негізінде автормен құрастырылған		

Сонымен шетел әдебиетінде кәсіпкерліктің негізіне экономиканың әлеуметтік бағыттағы атқаратын қызметтері алынады. Қазіргі экономикалық әдебиеттерде кәсіпкерліктің іс-әрекеті мен оның нәтижесін белгілеуі жағынан жаңа тәсілі қалыптасқан. Сондай-ақ «Үлкен экономикалық сөздікте» мынадай анықтама берген: «Кәсіпкерлік - бұл пайда алуды мақсат еткен ұйымдық-құқықтық формасымен белгіленген шектеулі азаматтардың және олардың бірлестіктерінің инициативті және дербес әрекеті» [15]. Кәсіпкерліктің бұған ұқсас анықтамалары көп оқулықтарда және ҚР-ның құқықтық актілерінде келтіріледі.

Қазіргі кезде кәсіпкерлік әртүрлі көзқараста қаралады: шаруашылықты жүргізу стилі ретінде, нарық жағдайында қызметті ұйымдастыру және жүзеге асыру үдерісі ретінде өзара әрекетте болатын нарық субъектілері ретінде және т.б.

Біздің пікірімізше қазіргі кезеңдегі кәсіпкерлікке былайша анықтама беруге болады: «Кәсіпкерлік – халықтың тауарға (жұмысқа, қызметке) деген сұранысын қанағаттандыру арқылы пайда табуға бағытталған, өз атынан мүліктік тәуекелге баратын, инициативті қызмет».

Кәсіпкер кез-келген шаруашылық қызмет түрін жүргізуі мүмкін, егер ол заңға қайшы болмаса, мәселен: коммерциялық, делдалдық, сауда-саттық, кеңес беру және басқа да қызметтерді, сондай-ақ бағалы қағаздар операциясы.

Кәсіпкер – бұл жаңашыл, күнделікті өмірге коммерциялық негізде жаңа тауарды, жаңа өндірістік технологияны, бизнесті ұйымдастырудың жаңа формасын әкелетін тұлға.

Біздің республикамызда кәсіпкерліктің дамуы 1987 жылы кооперация туралы заң қабылданған соң басталды. Жалпы алғанда, бұрынғы Кеңес Одағында кәсіпкерлік кооперативтер немесе шаруашылық субъектілерінің жасырын түрінде әрекет еткен. «Қайта құру» дәуірінде жаңа кооперативтер, шын мәнінде шамалы айырмашылықпен капиталистік, тіпті шағын меншік фирмалары пайда болған. 1991 жылдың соңынан бастап кәсіпкерлік меншік ресми түрде дамытылуда. Оның орталықсыздандыру талабына сәйкес мемлекет саясаты әуелі жанама жолмен, содан кейін тікелей қолдауына көшті.

Кәсіпкерлік өзінің қалыптасу және даму барысында Қазақстанда мынадай кезеңдерден өтті.

Бірінші кезең, 1980-1991 жылдар аралығында ҚР-да кәсіпкерлік қызмет өзінің басын КСРО кезіндегі қайта құру кезеңінен бастады. Сол кезде елімізде жеке еңбектік қызмет туралы, кооперация туралы, бірлескен кәсіпорындар туралы, заңдар қабылданды. Осы кезде мемлекет тарапынан бірнеше жеңілдік шаралары қолданылды. Осының арқасында экономикада бөлшек сауда орындары, қоғамдық тамақтандыру туралы өнімді өндеу кәсіпорындары сияқты кооперативтік қозғалыстар күрт дамыды. Елімізде тауар тапшылығы жойыла бастады, яғни Қазақстанда кәсіпкерлік қызметінің фундаменті кооперативтер құралды. 80-шы жылдың аяғында 90-шы жылдың басында кооперативтердің саны 20 мыңға жуық болды. Ондағы жұмыс істейтін жұмысшылар саны 300

мың адам шамасында болды. Осы аралықта кооперативтер жалпы тауарлар мен көрсететін қызметің  $\frac{1}{4}$  бөлігін астамын жүзеге асырды.

Әр түрлі жеңілдіктер (оның ішінде мемлекеттік бюджет есебінен), экономикадағы тиімді жағдайлар шағын кәсіпкерліктің «алтын ғасырына» сияқты осы кезеңге ардагерлер қатынасын қамтыды. Шынында да капиталдың тез және жеңіл жинақталу түрі, кең тұтынатын тапшы тауарлар өндірісі, ол кезде тапшы саналатын тұрмыстық қызметтер саласы, бөлшек сауда, қоғамдық тамақтандыру, т.б. дамыды.

Бірақ бұл кезеңде шағын кәсіпорындар әміршіл басқарылатын мемлекеттік кәсіпорындардың ресурстарын көлеңкелі экономикаға, жартылай қылмыстық және қарапайым қылмыстық нарықтық кәсіпкерлік пайдасына өткізуші каналы ролін атқарды. Мұндай өткізудің нәтижесінде шағын кәсіпкерлікте жинақталатын қаражаттар жинақталу сферасынан мәңгі кетіп, ұлттық өндіріс пен оның инфрақұрылымын дамыту үшін пайдаланылмады.

Қазақстанда қалыптасқан жағдайға «естен тандыру» түріндегі реформада енгізілген басқа экономикалық бағыт қажет болды. Шағын бизнестің дамуында жаңа, екінші кезең басталды (1992-94 жж.).

1992 жыл, XX ғасырдың 80 жылдары ортасынан басталған шағын кәсіпорындар мен онда жұмыс істейтін жұмыскерлер санының қарқынды өсуімен сипатталады. Бұл таң қаларлық жәйт, себебі бағаның ырықтандыруы мен салықтық прессингті енгізу шағын кәсіпкерліктің қаржылық базасын құлдыратты. Күшті инфляция бір жағынан, халық жинағының құнсыздануына, екінші жағынан банктік несиенің проценттік ставкаларының жедел өсуіне әкелді. Ол әлі күнге дейін иемденбеген инвестициялық қызметтің құлдырауына әкелді.

Кең таралған пікір бойынша, «естен тандыру» моделі республика экономикасы мен шағын кәсіпкерлік саласының жылдам әрі тиімді дамуы үшін аз құрамды болды. Шағын кәсіпкерліктің нарықтық реформаларын белсендіру жағдайында позитивті мүмкіндіктер де болды. Олардың басты қызметтері – әлеуметтік демпфиралау, жұмысбастылық арқылы дағдарыс жағдайында халықтың маңызды қабаты үшін өмір сүруін қамтамасыз ету, өмір сүруге қосымша қаражат алу мүмкіндігін ұсыну. Шағын кәсіпкерлік саласында қызметтер мен тауарлардың сапасы мен әр түрлілігін жоғарлату негізінде шағын кәсіпорындардың күресі мен сипатталатын қалыпты бәсекелі нарықтық орта қалыптаса бастады. Бірақ та қылмыстық құрылымдар шағын бизнеске тыныштық бере қоймады.

Екінші кезеңде шағын кәсіпкерлік 3,4 есе, ауыл шаруашылық секторы 3,1 есе, нарықтық қызметің қамтамасыз ететін жалпы комерциялық білім беру 2,8 есе өсті. Осы аралықта материалдық өндіріс аясындағы шағын кәсіпкерліктің саны күрт төмендеді. Осы кезеңдегі сауда мен делдалдық қызметтің дамуына себеп болған ҚР үкіметінің жаңадан енгізілген салық туралы заңы. Шағын кәсіпкерліктің жалпы табысының 70-80 % мемлекет салық түрінде мәжбүрлеп алып отырған. Осындай қиыншылыққа қарамастан Қазақстанда биржалар, банктер, сақтандыру компаниялары, жеке және жартылай мемлекеттік

акционерлік қоғамдар ашыла бастады. Үкімет фермерлер шаруашылықты салықтың барлық түрінен босатты және шаруа қожалығы туралы заң қабылданды. Сондықтан 1992-1994 жылдар аралығында шаруа қожалықтардың саны 16,3-22,3 мыңға дейін өсті.

«1992-1994 жылдардағы Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлікті қолдаудың және дамытудың мемлекеттік бағдарламасын» жасау республиканың экономикасын дамытуға монополиялық әсер ететін ұйымдық - басқару құрылымдары, банктер, мемлекеттік акционерлік және холдингтік компаниялары, және шаруашылықтың басқа да субъектілері сияқты мемлекеттік секторларды коммерциялауды және монополизациясыздандыруды жүргізу жолымен жеке кәсіпкерліктің негізін қалауға мүмкіншілік берілді. Бұл кезеңде шағын кәсіпорындар жұмысының алғашқы үш жылында салықтардан босатылу сияқты салықтық жеңілдіктерге ие болды. Бұл еліміздегі шағын бизнесті дамытуға ең үлкен қолдау болды. Кәсіпкерліктің дамытуын қаржылық қамтамасыз ету үшін меншік формасына қарамастан шаруашылық субъектілердің табысының 1 пайызын аудару есебінен кәсіпкерлікке қолдау көрсетуге Республикалық қор құрылды. Бұл қабылданылған шараның арқасында халықтың қажеттілігін қанағаттандыратын тауарлар мен азық-түліктердің және нарықтың тапшылығының деңгейін төмендететін жеке кәсіпкерліктің субъектілерінің санының тез өсуіне алып келді.

Нәтижесінде қатаң климатты зоналар мен Қазақстан аймағының төменгі сапалы жерлерінде көптеген фермерлік шаруашылықтар пайда болды, ал экономикалық мақсаттылық тұрғысынан алғанда мұндай шаруашылықтың нарықтық экономикасы дамыған елдерде де өмір сүруі мүмкін емес. Көптеген шағын кәсіпорындар өмірге ұзақ мерзімді даму бағдарламасын иемденбей отырып, экономикалық мақсаттылық күшімен емес, жалпы үмітпен, оларды ұйымдастырушылар арманынан абстрактілік «жақсы өмірге» өту арқылы келді.

Инвестициялық дағдарыс, инновациялық белсенділіктің төмендеуді және барлық деңгейдегі бюджет тапшылығынан ғылыми өнімге белгілі бір сұранымды тез қалыптастыру жағдайында жеке шағын ғылыми фирмалардың көптеп пайда болуымен түсіндіріледі. Психологиялық тұрғыда бұл құбылыс келесідей түсіндіріледі: ғылыми қызмет, зерттеуші тұлғаларға көптеген он жылдықтар бойы сұраныс болмады. Жаңа жағдайлар бұрынғы ғылыми мүшелерге олар 70-80 жылдары мемлекеттік академиялық, салалық және басқа да ғылыми ұйымдарда болған қысымдық жағдайдан жеке шығуына сенім берді.

Үшінші кезең (1995-1997 жж.). 1995 жылдан бастап нарықты жүйенің заңдары жетілдірілген түрде әрекет ете бастады. Экономикада бәсекелестік орта қалыптасып нарықты экономика толық қалыптасып жетілдіре бастады. 1997 жылы ҚР Президентінің «Шағын кәсіпкерлікті мемлекет қолдауды белсендіру мен күшейту» туралы үкімі шықты. Онда мынандай шаралар жүзеге асырылды:

1 Шағын кәсіпкерлікті қолдау бойынша мемлекеттік институттар құрылды;

2 «Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау» туралы заңдар қабылданып оларға түзетулер енгізілді;

3 Шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры ашылды;

4 Кәсіпкерлік субъектілерді несиелендіру үшін 2-ші деңгейдегі коммерциалды банктер несиенің минималды мөлшерін 10%-ға төмендетті;

5 Тек бақылаушы және тексеруші мемлекеттік органдармен құнды қызмет көрсету инстанциялардың саны қысқартылды.

Қазақстандық үкіметпен жүргізілген қатаң қаржылық тұрақтандыру саясаты, бір жағынан, 1992-1994 жылдарға қарағанда шағын кәсіпорындар санының өсу қарқынының төмендеуімен жүргізілгенде, екінші жағынан, айқын санациялы әсер иемденгенде 1994-1995 жылдары шағын бизнестің динамикасы мен құрылымында сапалық өзгерістердің үшінші кезеңі аяқталды. Елде жаңа экономикалық жағдай қалыптаса бастады, онда шағын кәсіпорындар нарықтық экономикада шағын бизнеске тән ролді атқарды. Жоспарлы экономиканың трансформация кезеңінде соңғысы мемлекеттің стратегиялық бағдарын жасаудың құралы болып табылды. Экономикадағы нақты өсудің бастамасы төртінші, яғни қазақстандық кәсіпкерліктің нағыз нарықтық кезеңіне өтуге мүмкіндік береді. Бұл кезеңде шағын кәсіпкерлік дамуының үш түрлі моделі туралы айтуға болады:

- статусын сақтау арқылы қызмет масштабын консервациялау;

- жұмыс белсенділігінің жайлап кеңеюі;

- шағын фирмалардың жедел экспансиясы және олардың орта фирмаларға, кейін ірі компанияларға айналуы.

«1995-1997 жылдардағы Қазақстан Республикасының кәсіпкерлікті қолдаудың және дамытудың мемлекеттік бағдарламасының» негізгі мақсаты жеке кәсіпкерліктің инфраструктурасын дамытуға, экономиканың күшті жеке секторын қалыптастыруға қажетті – құқықтық, әлеуметтік-экономикалық, қаржылық және ұйымдық жағдайларды құру ел экономикасында нақты бәсекелестік ортаның пайда болуы жеке кәсіпкерліктің 150 мыңдай шамасындағы субъектілердің қалыптасуын талап етті. Мемлекеттік басқару органдарының және кәсіпкерлік құрылымдардың өзара іс-әрекеттерімен қамтамасыз етуін және бағдарламалар жасаудың негізгі механизмі республиканың барлық аудандарында шағын бизнестің орталығын құрумен негізделінді. Бірақ, бұл кезең республикадағы әлеуметтік-экономикалық жағдайдың нашарлап кетуіне байланысты кәсіпкерліктің дамуына қайшы факторлардың пайда болуымен сипатталады. Яғни, шағын кәсіпкерліктің барлық жеңілдіктері алынып тасталынды, Республикалық қор кәсіпкерлікті қолдау мүмкіншілігінен айырылды, әртүрлі басқарушы органдар тарапынан күштеулер көрсетіле басталды. Мемлекеттік тіркеуден өту үшін әр түрлі алымдар тағайындалынды, барлық кәсіпкерлік қызметтің түрлеріне лицензиялар енгізілді. Сонымен қатар, бағдарламаның аудандық орталықтарды құру деген негізгі мақсаты жүзеге асырылмады. Оның барлығы кәсіпкерлік бизнестің қарқынын төмендетуге алып келді, яғни шағын кәсіпкерлік субъектілерінің

санының тез қысқаруына және 1996 жылы өсу қарқынының 82 пайызға төмендеуіне алып келді.

1998 жылдың желтоқсанында төртінші «1999-2000 жылдардағы Қазақстан Республикасының шағын кәсіпкерлікті қолдаудың және дамытудың мемлекеттік бағдарламасы» қабылданды, негізгі мақсаттары шағын кәсіпкерліктің тұрақты дамуын қамтамасыз ету, экономиканың негізгі салаларында шағын кәсіпкерліктің үлес салмағын өсіру, жаңа жұмыс орындарының санын өсіру, нақты бәсекелестік ортаны құру болып табылды. Бұл кезеңде шағын кәсіпкерлікті дамыту аясында көптеген өзгерістер болды. Мемлекеттік органдардың бақылаушылық және қадағалаушылық қызметтерін реттейтін нормативтік құқықтық актілері қабылданылды. Шағын кәсіпкерлік субъектілерінің іс-әрекеттеріне заңсыз араласуға жол бермеу және жібермеу мақсатында бақылаушылық және қадағалаушылық органдар кезекті тексерулерін жүргізер алдында олардың прокуратура органдарынан тіркеуден өту Ережелері жасалынды және бекітілінді. Шағын кәсіпкерлік бойынша іс-әрекетті ақпараттық және ғылыми-әдістемелік қамтамасыз етуге бағытталынған Республикалық ақпараттық-жәрменкелік орталық құрылды. Бұл бағдарламада шағын кәсіпкерліктің субъектілерінің мүдделерін қорғауда кәсіпкерлерді біріктіретін «Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау» Заңына толықтырулар мен өзгертулер енгізілді. Қазақстан Республикасының өкіметінде шағын кәсіпкерлікті дамыту бойынша кеңес-жиналыс органының есебінде комиссия құрылды, оның негізгі мақсаты кәсіпкерлердің заңды құқықтарын қорғау, мүдделерін ұсыну және өкіметтің қабылдайтын жобаларында олардың пікірлерін ескеру, шағын кәсіпкерлікті қолдау және қорғау бойынша бағдарламалар мен жобаларды жасау және өңдеуге қатысу, кәсіпкерлердің қоғамдық ұйымдарының мүдделерін қолдау болып табылады. Комиссия құрамына мемлекеттік органдардың өкілдері мен қатар кәсіпкерлердің қоғамдық ұйымдары да кірді. Нәтижесінде бұл бағдарламада қабылданылған шаралар азаматтардың кәсіпкерлік қарқындылығы жетілдірілді, яғни 1999 жылы шағын кәсіпкерліктің өсу қарқыны 203 пайызға тез өсуіне алып келді.

Бесінші қабылданылған «2001-2002 жылдардағы Қазақстан Республикасының шағын кәсіпкерлікті қолдаудың және дамытудың мемлекеттік бағдарламасы» өзінің өзгерістерін алып келді. 2002 жылдың мамырында мемлекеттік тіркеу жүйесін реформалау шараларының жоспары енгізілді және кәсіпкерлік іс-әрекеттердің түрлерінің тиімділігін қарастыратын кәсіпкерлік әрекеттерді лицензиялау, лицензиялау сұрақтары бойынша орталық және жергілікті атқарушы органдардың лауазымдары және процедуралары бекітілді. Шағын бизнесті салалық қолдауды жүзеге асыратын шаралар қабылданды. Кәсіпкерлік сұрақтарға қатысты барлық нормативтік құқықтық актілерді жалпылама эксперттеу мақсатында әрбір мемлекеттік органда Эксперттік одақты құру ұсынысы өңделді. Шағын кәсіпкерлікті дамытудың республикалық қорының несилік ресурстары өсті. 2002 жылдың 3 шілдесінде Қазақстан Республикасының өкіметінің №716 жарлығына сәйкес Қордың жарғылық капиталын өсіруге 22 716 100 АҚШ долларына бағаланған сома

бөлінді. Шағын кәсіпкерліктің республикалық ақпараттық-жәрменкелік орталығында жеке сайт ашу және шағын кәсіпкерліктің сұрақтары бойынша ақпараттық мәліметтер базасын құру жұмыстары атқарылуда. Бұл жылдары шағын кәсіпкерліктің өсу қарқыны 2001 жылы 116 пайызды және 2002 жылы 113 пайызды құрады

2005 жылдың 12 мамырында өкіметтің №450 жарғылығына сәйкес 2005-2007 жылдарға Қазақстан Республикасының шағын және орта кәсіпкерлікті жедел дамытуына бағдарлама бекітілді, оның негізгі мақсаттары және міндеттері институционалдық шарттарды жетілдіру есебінен Қазақстанның бәсеке қабілеттілігін көтеруге бағытталынған, шағын және орта бизнестің субъектілерінің іс-әрекеттерінің аясын максималды кеңейтуге және олардың әрекеттерін жетілдіруге бағытталынған болып табылады.

Жаңа кәсіпкерлікті қалыптастыру қиын үрдістен өтіп нақты экономикалық және әлеуметтік күшке айналуға, кәсіпкерліктің бұдан әрі дамуының екі негізгі міндеті тұр. Ол біріншіден, әлемдік тәжірибені ескере отырып, қажетті ұйымдық экономикалық жағдайларды қамтамасыз ету; екіншіден, Қазақстан экономикасының басты тұлғалары ретінде кәсіпкерлердің, яғни іскер адамдардың ерекше тобының пайда болуы. Осыған байланысты, бүгінгі кәсіпкерлік теориясының бірінші кезектегі мәселесі – кәсіпкерлікті қолдау мен реттеу.

Нарықтық экономикадағы сектордың негізгі бөлігі жеке меншік кәсіпорындары мемлекеттің тиімді араласуын қажет етеді. Бұл туралы мысал, өзінің «өркениетті синтез» үлгісінде (жаңа классикалық теория) У.Ростоу көрсеткен. Бұл үлгі бойынша жеке меншік кәсіпкерлікті еркін нарықты барынша жоғары пайдаланып, инициативаны мемлекет жағынан әкімшілік және қаржылық қолдаумен үйлестірілуі керек. Мемлекет кәсіпкерлікті барынша қолдауы және ынталандыруы тиіс. Ал экономикалық ғылым кәсіпкерліктің ұйымдастыруы мен басқаруына ғылыми ұсыныстарымен көмек беруі қажет.

Елімізде 90-шы жылдардың басында жекешелендіру үрдісінің белсенді өтуі шағын кәсіпкерліктің пайда болуы және оның дамуы үшін база жасады.

Республикада шағын бизнестің дамуы экономиканы табысты реформалау индикаторының бірі болып табылады. Кәсіпкерлік нарықтың дамуының айырылмас атрибуты және экономикалық қатынастар субъектісі. Шағын кәсіпкерлік экономикасы дамыған көптеген елдерде елеулі орын алады: шағын бизнес үлесіне барлық жұмысбастылықтың 50-60%, жаңа жұмыс орнының 70-80%, ал өнім өндіру және қызмет көрсетуден ЖІӨ жартысына жуығы жатады.

Шағын кәсіпкерліктің артықшылығы күрделі қаржы салымының тез қайтарымдылығы, өндірушілердің неғұрлым аймақтық нарыққа бағытталуы, сұраныс өзгерісіне тез икемделуі, жұмысқа қамтудың өсуі. Міне, сондықтан да Қазақстан Республикасының жүргізіп отырған әлеуметтік-экономикалық саясатының негізгі бағытының бірі - шағын кәсіпкерлікті дамыту.



«Жеке кәсіпкерлік туралы» 2006 жылғы қаңтардың 31-і, №124-III Қазақстан Республикасының заңында, шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау мен дамыту былайша атап көрсетілген:

- 1) қаржылық қолдау көрсету;
- 2) шағын кәсіпкерлікті қолдау орталықтарының желісін ұйымдастыру;
- 3) бизнес-инкубаторлардың қызметін ұйымдастыру;
- 4) бір жылдан астам пайдаланылмаған мемлекеттік меншік объектілерін шағын кәсіпкерлік субъектілеріне сенімгерлікпен басқаруға немесе жалға беру;
- 5) өнеркәсіп өндірісін ұйымдастыру және халыққа қызмет көрсету сапасын дамыту үшін жалға немесе сенімгерлікпен басқаруға берілген объектілерді шағын кәсіпкерлік субъектілерінің меншігіне Қазақстан Республикасының үкіметі белгілеген тәртіппен көзделген шарттарды олар орындаған жағдайда шарт жасасқан кезден бастап бір жыл өткен соң өтеусіз беру жолымен жүзеге асырылады.

Республикадағы тиімді нарықтық экономиканың дамуы үшін шағын кәсіпкерліктің маңызы, оның құрылымды қалыптастырушы факторы ретіндегі рөлімен анықталады және мына жағдайларды қамтамасыз етеді:

- халықтың барынша жұмыспен қамтылуын;
- бәсекелестік ортаның дамуын;
- нарықтың тауарлар мен қызмет көрсету түрлерімен толығыуы және халық кәсіпшілігін қайта жанарту;
- жергілікті билік органдарының экономикалық базасын нығайту;
- ауылды, кіші және орташа қалаларды дамыту.

Жұмыстың осы бөлімінде жүргізілген талдау нәтижесінде мынандай қорытынды жасауға болады:

- кәсіпкерліктің мәні туралы ғалым-зерттеушілердің теориялық көзқарастары, оның қалыптасуы мен даму эволюциясын сипаттайды;
- кәсіпкерліктің қалыптасуы кезеңдермен талданып, әртүрлі ғылыми көзқарастарға өзіндік пікір айтылып бағаланды;
- Ресей және отандық ғалымдардың кәсіпкерлік, оның мәні, түрлері және теориялары жөніндегі пікірлері қаралды;
- Кәсіпкер - жаңа мүмкіншіліктерді іздеудің қозғаушы күші ретінде болатыны көптеген зерттеушілер пікірімен мақұлданды.

### **1.3 Кәсіпкерлік қызметтің мәні, жүйесі және қағидаттары**

Кәсіпкерлік қызмет - бұл тұлғаның ерекше қабілеттілігін жүзеге асыру. Мұның өзі өндіріс факторларын инновациялық тәуекел тәсілі негізінде ұтымды біріктіріп, жалғастыру түрінде көрінеді. Кәсіпкер өндірісте жаңа техниканы және технологияны пайдаланады, еңбекті жаңаша ұйымдастырады, басқаша басқарады, мұның өзі өндірістік жеке шығындарды азайтуға мүмкіндік туғызады және соның негізінде баға белгіленеді. Кәсіпкер маркетингтік

қызметті жоғарғы тиімділікте жеткізеді. Ол басқадан нарықты жақсырақ анықтай алады, өндіріс құралдарын бәрінен тиімдірек сатып алады және қандай өнімді, қай уақытта және нарықтың қай сегментінде неғұрлым төлем қабілеті бар сұранымды дәл болжай алады. Соның нәтижесінде әдеттегі бизнесмендерге қарағанда ол, көбірек пайда алуға қол жеткізеді. Онымен қатар кәсіпкер әрқашанда тәуекелділік жасайды. Ол тәуекелділік жасаудан қашпайды, оған саналы түрде, көп табыс алу үшін барады.

ҚР АҚ-нің 10-б. 1-т.-на сәйкес «Кәсіпкерлік – меншік түрлеріне қарамастан, азаматтар мен заңды тұлғалардың, тауарларға (жұмысқа, қызметке) сұранымды қанағаттандыру арқылы таза табыс табуға бағытталған, жеке меншікке (жеке кәсіпкерлік) не мемлекеттік кәсіпорынды шаруашылық басқару құқығына (мемлекеттік кәсіпкерлік) негізделген ынталы қызметі. Кәсіпкерлік қызмет кәсіпкердің атынан, оның тәуекел етуімен және мүліктік жауапкершілігімен жүзеге асырылады». Бұл анықтама толық емес шығар, бірақ оны талдауы кәсіпкерліктің төмендегідей белгілерін атауға мүмкіндік береді:

1. Дербестік. Кәсіпкердің мүліктік және ұйымдық дербестігін шартты түрде бөліп көрсетуге болады. Қызметтің экономикалық базасы сияқты мүліктік дербестік кәсіпкерде айрықша өзіндік мүліктің бар болуымен анықталады. Мүліктік дербестік көлемі негізінде осы мүліктік субъекті жататын заңдық атағына байланысты болады. Мүліктің меншік иесінің дербестігі анағұрлым басым. Шаруашылық жүргізу құқығында жұмыс істейтін кәсіпорындардың да айтарлықтай мүліктік, бірақ заңмен шектелген дербестігі бар. Ұйымдық дербестік – кәсіпкерлік қызмет барысында дербес шешімдерді қабылдау мүмкіншілігі. Осындай қызметпен шұғылдану туралы шешім қабылдау, қызметтің түрін, ұйымдық-құқықтық нысанын, құрылтайшылардың шеңберін таңдау – мұның бәрі - ұйымдық дербестіктің көрінуі.

2. Тәуекел. Кәсіпкерлік қызмет тәуекелге ұшырайды. Осы арқылы ол шаруашылық жүргізудің нашар нәтижелері кезінде мемлекетке жүгінуге мүмкіндігі болған зиянды кәсіпорындардың біле тұра жол берген әкімшілік - жоспарлы экономика кезеңінің шаруашылық қызметінен түпкілікті түрде ерекшеленеді. Кәсіпкерлік тәуекел - табысты жұмысқа қуатты ынта.

3. Кәсіпкерлік қызмет әрқашан табысты жүйелі түрде алуға бағытталған.

4. Жоғарыда келтірілген кәсіпкерлік анықтамасына сәйкес субъектілер табысты тауарды сатудан, жұмыстарды орындаудан немесе қызмет көрсетуден алады. Бірақ бұл тұжырым түзетуді талап етеді. Істің мәні мынада, кәсіпкерлік қызмет көп қырлы және оның бағыттарын көрсетілген тізім арқылы ұсынуға болмайды. Осылайша, субъект табысты мүлікті иелену құқығын іске асыру барысында ала алады (мысалы, оны жалға беру кезінде. Жалдау - иелік ету және пайдалану, бірақ иелену емес). Патент иесі табысты жүйелі түрде алады, басқа адамдарға өзінің зияткерлік қызметі нәтижесін пайдалануына құқығын беріп, лицензиялық шарттар жасасады.

5. Кәсіпкерлік қызметті заңмен анықталған ретте кәсіпкерлер ретінде заңмен белгілеген тәртіппен тіркелген адамдар жүзеге асырады.

Енді кәсіпкерліктің негізгі құқықтық принциптеріне қысқаша тоқталайық. Оларға мыналар жатады:

1. Кәсіпкерлік қызметің еркіндік принципі. Бұл негізгі принцип. Ол ҚР Конституциясында: «Әркімнің кәсіпкерлік қызмет еркіндігіне, өз мүлкін кез келген заңды кәсіпкерлік қызмет үшін еркін пайдалануға құқығы бар» деп бекітілген.

Одан әрі бұл принципті ҚР АҚ-де заңнамалық актілерінде таба аламыз. Ол кәсіпкердің мүліктің кез келген түрін қолдана (айналымнан шығарылмаған) отырып және кәсіпкерліктің кез келген саласында, заңмен көзделген кез келген нысанында өз ісін бастауға және жүргізуге құқығын білдіреді.

Бірақ Қазақстан заңнамасымен кәсіпкерлік қызмет еркіндігі қоғам мүддесіне орай конституциялық құрылыс негіздерін, басқа адамдардың адамгершілігін, денсаулығын, заңды мүдделерін қорғау, елдің қорғанысы мен мемлекет қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатына қажетті шамада шектелуі мүмкін.

Сонымен қатар, ол шаруашылық қызметтің кейбір түрлерін лицензиялаудың кең тәжірибесімен жарым-жартылай шектелуі мүмкін.

2. Меншіктің алуан түрін танудың, меншік құқықтарына заңдық теңдік пен олардың бірдей қорғалуының конституциялық принципі. Ол Конституцияның 6-б.-да бекітілген: «Қазақстан Республикасында мемлекеттік меншік пен жеке меншік танылады және бірдей қорғалады». Осыған сәйкес заңнамамен кәсіпкерлік қызметтің республикалық, коммуналдық немесе жеке меншіктегі мүлік қолданып, жүргізетін субъектілер үшін меншіктің белгілі бір түріне қандай да болмасын артықшылықтар немесе шектеулерді белгілеуге болмайды.

3. Бәсекелестікті ұстап тұру мен монополизациялауға және жосықсыз бәсекеге бағытталған (Конституцияның 26-б-ы) экономикалық қызметке жол бермеу принципі. Бұл принципті сақтау – нарықтық экономиканы дамытудың және кәсіпкерлік қызметті жүзеге асырудың қажетті шарты. Мұнда ҚР 2001 ж. 19-қаңтардағы «Бәсекелесу және монополистік қызметті шектеу туралы» заңына маңызды рөл беріледі.

4. Кәсіпкерлік қызметті мемлекеттік реттеу принципі. Ең бастысы, кәсіпкерлік қызметті мемлекеттік реттеу барысында - кәсіпкерлердің және мемлекеттің жұрт алдындағы және жалпы қоғамның мүдделерінің сақталуына қол жеткізілуі тиіс.

5. Заңдылық принципі [15]. Ол өте маңызды және оның іске асырылуы - құқықтық мемлекетті құрудың негізі. Біріншіден, кәсіпкерлік қызмет заңнама талаптары қатал сақталған кезде жүзеге асырылуы тиіс. Екіншіден, маңыздырағы, мемлекет құқықтық актілердің заңдылығын мемлекеттік билік және кәсіпкерлікті реттейтін жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қызметін қамтамасыз етуі тиіс.

6. Кәсіпкерлердің, сондай-ақ тұтынушылардың құқықтарын қорғауды кәсіпкерлік принциптерінің қатарына жатқызуға болады. Бұл принцип түпкі мақсатты - тұтынушылардың мүдделерін толық қанағаттандыру жолымен кәсіпкерлікті дамытуды көздейді. Екінші жағынан, кәсіпкерлердің өздері өз

құрылымдарын құру тәртібін оңайлатуға, дәлелсіз тексерулерге және керексіз мемлекеттік бақылауға жол бермеуге, коммерциялық құпияны сақтауға, әділ салық төлеуге мұқтаж болады. Дәл осыған ҚР АҚ 10-бабының, 1992 ж. 4-шілдесіндегі «Жекеше кәсіпкерлікті қорғау мен қолдау туралы»; 1997 ж. 19-маусымдағы «Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттің қолдауы туралы»; 1997 ж. 19-маусымдағы «Жеке кәсіпкерлік туралы»; 1998 ж. 31-наурыздағы «Шаруа (фермер) қожалығы» және кәсіпкерлік қызметті реттейтін басқа заңдардың нормалары бағытталған.

Оған сәйкес ҚР «Жекеше кәсіпкерлікті қорғау мен қолдау мәселелері туралы» заңына өзгертулер мен толықтырулар енгізілді. Бұрын Заңда кәсіпкерліктің нысаны – жеке және жекеше нысандары жайлы айтылса, қазір көрсетілген заңның жана редакциясында баяндалған бабы жекеше кәсіпкерліктің барлық субъектілеріне - жеке кәсіпкерліктің субъектілеріне, микробизнес субъектілеріне, шағын, орта кәсіпкерліктің және ірі бизнестің субъектілеріне бөлінеді.

Жеке кәсіпкерліктің субъектілеріне заңды тұлға құрылмай кәсіпкерлік қызметпен айналысатын жеке тұлғалар жатады. Олар тұрғылықты жеріндегі салық комитеттерінде тіркеледі.

Заңды тұлғасы құрылмаған жеке тұлғалар, жұмыскерлердің жылдық орташа саны 10 адамға дейінгі кәсіпкерлік қызметпен айналысатын заңды тұлғалар микробизнес субъектілері болып табылады. Микробизнес субъектілері шағын кәсіпкерліктің құрамына кіреді және тиісінше шағын кәсіпкерліктің субъектілері үшін көзделген жеңілдіктерді пайдаланады.

Шағын кәсіпкерліктің субъектілеріне заңды тұлғасы құрылмаған жеке тұлғалар және жұмыскерлердің жылдық орташа саны 50 адамнан аспайтын, кәсіпкерлік қызметпен айналысатын, жыл ішіндегі активтерінің жалпы құны 60 000 еселік айлық есептік көрсеткіштен аспайтын заңды тұлғалар жатады. Олар тұрғылықты жеріндегі салық комитеттерінде тіркеледі.

Орта кәсіпкерліктің субъектілеріне заңды тұлғасы құрылмаған жеке тұлғалар және жұмыскерлердің жылдық орташа саны 250 адамға дейінгі, кәсіпкерлік қызметпен айналысатын, жыл ішіндегі активтерінің жалпы құны 325 000 еселік айлық есептік көрсеткіштен аспайтын заңды тұлғалар жатады.

Ірі кәсіпкерліктің субъектілеріне жұмыскерлердің жылдық орташа саны 250 адамнан асатын, кәсіпкерлік қызметпен айналысатын, жыл ішіндегі активтерінің жалпы құны 325 000 еселік айлық есептік көрсеткіштен асатын заңды тұлғалар жатады.

Сонымен біздің пікірімізше, «Кәсіпкерлік қызметтің субъектілері» дегеніміз – заңға немесе заңсыз тұтынушыларға қызмет көрсету немесе жұмыс атқару, тауар сату, мүлікті қолданудан жүйелі табыс табуға бағытталған арнайы іс-әрекетті өз тәуекеліне бел-байлап жүзеге асыратын тұлғаларды айтамыз. Сонымен қатар жеке тұлғалар және заңды тұлғалар кәсіпкерлік қызметтің құқықтық тұрғыдан қарастырғандағы басты субъектілері болып табылады. Сонымен бірге кәсіпкерлер заңды және заңсыз қызмет атқаруы әбден мүмкін

және соңғысы біздің республикамызда да, өкінішке орай кең етек жайып отыр («көлеңкелі», «астыртын», «жалған» экономикалар).

Жеке тұлғалар (азаматтар) жеке кәсіпкерлік іс-әрекетті заңдастыру арқылы кәсіпкерлікпен шұғылдана алады. Жеке тұлғалар кәсіпкерлік қызметтің субъектілері болғандықтан, оған мысалы: үй шаруашылығын, өзінің бір ісімен айналысатын кәсіпкерлер және т.б. жатады. Әрбір заңды тұлғаларда өздерінің заңды құқықтық базалары бар, яғни акционерлік қоғамдар, серіктестік қоғамдар, кооперативтер, фирмаларды кәсіпкерлік қызмет субъектілеріне жатқызуға болады. Сонымен қатар кәсіпкерлік қызметтің субъектілерінің қатарына:

- белсенділік іс-қимылын толығымен өзінің экономикалық және заң алдында жауапкершілігіне толық бағындыра алатын адамдарды, яғни кәсіпкерлерді;

- кәсіпкерлердің ұжымын және кәсіпкерлік бірлестіктерді;

- кәсіпкерлер өндірген өнімді тұтынатын жеке, не ұжымдық тұтынушылардың одақтарын, не бірлестіктерін;

- тікелей келісімге қатысы бар мемлекеттік құрылымдарды, кәсіпкерлерге берілетін мемлекеттік тапсырма берушіні, бағаны реттеушіні, мемлекеттік арнайы тапсырмасы арқылы жұмыс атқару кезеңінде кәсіпкерлерге көрсетілетін жеңілдіктердің бағытын белгілеушілер жатады.

Мемлекеттік құрылым органы кәсіпкерліктің заңды барлық іс-әрекеттеріне кепілдік көрсете алады.

Осы аталған субъектілердің бірнеше категориясына өзара іскерлік қатынастар арқылы жұмыс жүргізетін кәсіпкерлер де жатады.

Демек кәсіпкер – негізгі кәсіпкерлік қызметтің субъектісі, экономикалық үрдістің орталық бейнесі. Ол қоғамдағы керекті тауарлар мен қызмет үшін, одан пайда табу үшін кәсіпорындарды ұйымдастырады. Бұл үрдіс кәсіпкерлердің және нарықтық экономиканың басқа да субъектілерінің іскерлік байланыс жасауы арқылы іске асады.

Қазіргі экономика аймағында кәсіпкерліктің мынадай түрлері қолданылады: кез-келген экономикалық қызмет ұдайы өндіріс циклінің типтік фазасымен байланысты (өндіріс – айырбас – бөлу – тұтыну) және кәсіпкерлік қызметтің төрт түрін бөліп қарастырайық. Олар: өндірістік, коммерциялық, қаржылық және кеңестік.

Өндірістік кәсіпкерлік – мұнда кәсіпкер тікелей ақпарат, қызмет, жұмыс, тауар, және өнім өндірумен шұғылданады. Осы жағдайда кәсіпкер - өндіріс қызметінің түрін таңдайды (яғни, ол қандай да бір тауарды, жұмысты, қызметті өндіру барысында). Содан кейін ол тауарды сатып алатын, әлеуетті тұтынушымен байланысқа түседі. Әйтпесе, кәсіпкерлік өзіне маркетингтік қызметін енгізеді. Бұл шарттың бірінші фазасы, алдағы уақытта тауарды сатып алушылар мен кәсіпкердің арасындағы келісімді заңды түрде дайындалуы мүмкін.

Өндірістің қалыптасуы үшін кәсіпкер мынандай өндіріс факторларын қолданады: жұмысшы күшін, өндірістік қорды, ақпараттарды. Өндіріс

факторының бөлігі кәсіпкерге тән, ол жетпеген бөліктерін кәсіпкерлік қызметті қалыптастыру процесінде амалсыздан тауып алуына тура келеді.

Өндірістік кәсіпкерлік акция нәтижесі болып белгілі өндірілген тауар көлемін сатып алушыларға өткізу және солар үшін ақшалай түсімді алу.

Коммерциялық кәсіпкерлікте басты рөлді тауарлы-ақша, сауда-айырбас операциялар атқарады. Өнімді шығарумен байланысты, оларды өндірістік ресурстармен қамтамасыз ету қажетсіз. Тауарды сату мен сатып алу, сату бағасы және тауарлар көлемі болжанады.

Коммерциялық келісім шарттың бағдарламасына мыналарды енгізеді:

- сатып алу сорттау, тауарды сату, жарнама жұмыстарын өткізу және тағы басқа операцияларын орындау үшін жұмысшыларды жалдау;
- кейін сату үшін тауарды сатып алу;
- тауарды өткізу мен сақтау үшін сауда орындарын, қоймаларын, мекемелерін жалға алу;
- өзінің төлем қызметін орындайтын келісім шартқа тікелей қатыспайтын тұлғалар мен сыртқы ұйымдардың қызметін төлеу және алу;
- несиені пайызбен қайтару және келісім шартты қаржыландыру үшін ақша құралдарын несиеге айналдыру;
- келісім шартты орындауға қажетті ақпарат алу;
- сатып алушыға тауарды өткізу және одан түсім алу;
- келісім шартты тіркеу, салықтарды төлеу;

Қаржы кәсіпкерлігінде сату-сатып алу объектісіне тауар-ақша, валюта, бағалы қағаздар жатады. Қаржылық кәсіпкерлікте қызметтің ерекше түрлері көрінеді, егерде кәсіпкер бағалы қағаздарды өткізу ретінде көрінсе және ол белгілі жағдайларда орналастырады және оның кәсіпкерлік қызметінің мәні сонымен қорытындыланады.

Жалпы бұл бөлімде қаралған мәселелерден шығатын қорытынды кәсіпкер туралы түсінікке ғалымдар XVIII ғасырдан бастап ерекше көңіл бөлген және кәсіпкерлік қызметтің әртүрі формасы әр кезеңдегі экономиканың нығаюына әсер еткені айқын байқалады. Сондықтан да кәсіпкерлік қызметтің эволюциясына кеңірек тоқталған жөн.

Сыртқы ұйымдар мен тұлғалардың назарын ынталандыруда, яғни өзінің күшімен орындай алмайтын жағдайда, кәсіпкерге қызмет көрсету керек. Бұндай жұмыстар ақшалы төлемақыны талап етеді. Егер кәсіпкерде алғашқы капитал болмағанда, ол ақша ресурстарын иемденушіден несие алуына тура келеді.

Кеңестік кәсіпкерлік - бұл ой нарығының бір бөлігі. Онда мынандай жұмыстар істеледі: қаржылық, инвестициялық саясаттарды жасақтау, белсенді маркетинг, тәуелсіз кеңестер беру. Кеңестік кәсіпкерлік: жалпы басқару, әкімшіліктік, қаржылық басқару, маркетинг, ақпараттық, маманданған қызметтер. Шет елдік тәжірибеде басқару мәселелері бойынша коммерциялық, ақылы кеңестер – экономика және басқару бойынша Еуропалық Федерация Кеңестік ассоциацияның анықтамасы бойынша консалтинг деген атауды иемденді. Менеджмент – консалтинг басқару мәселесі бойынша тәуелсіз кеңестер мен көмек көрсету қызметтерін ұсынады және де өзіне мәселелер мен

мүмкіншіліктерді анықтау және бағалау, осыған сәйкес шаралар қабылдап, іске асыру бойынша ұсыныстар енгізеді.

Кәсіпкерлік қызмет өзінің әртүрлі белгілеріне қарай жіктеледі. Оны кесте 2-ден көре аласыздар.

Кәсіпкерлік қызмет нақты қызметті жүзеге асырумен байланысты болатынын еске алсақ, бұл қызмет түрін былайша сипаттауға болады: бұл жоспарлау, ұйымдастыру үрдісі ретінде және қоғамның экономикалық, әлеуметтік және экологиялық қажеттілігін қанағаттандыру мақсатында тауар және қызмет көрсетудің ұдайы өндірісін тұрақты жаңартып, үздіксіз жүзеге асыруы ретінде түсеніміз. Кәсіпкерлік қызмет былайша жүруі мүмкін:

1) қандай да болмасын тауар, өнім немесе қызмет көрсету түрлерін үздіксіз өндіру арқылы;

2) өндірушілердің тұтынушыға жеткізетін тауар қозғалысы жөніндегі аралық қызмет өндірісі арқылы.

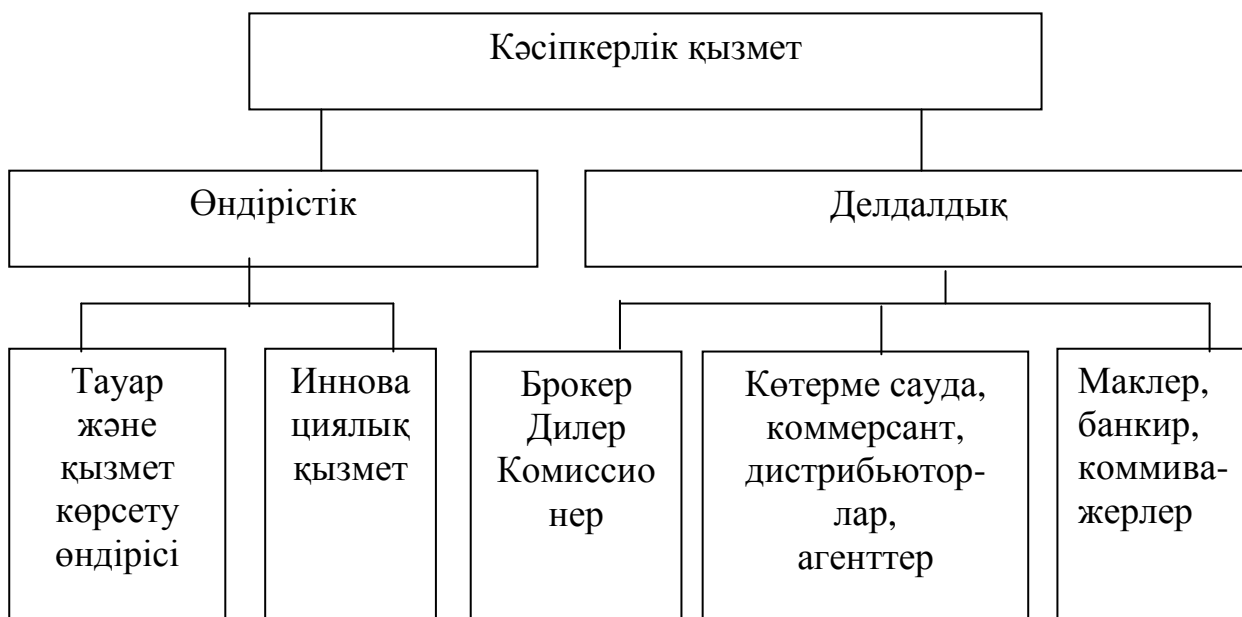
## Кесте 2

Кәсіпкерлік қызметті белгісіне қарай нысаны мен түріне жіктеу

Ұйымдық-құқықтық нысаны бойынша	Шаруашылық қызметінің сипатына қарай	Салалық қызметі бойынша	Меншік нысаны бойынша
Картелдер Синдикаттар (консорциумдар) Трестер Концердер Концерн-конгломераттар Холдинг-компаниялар Акционерлік қоғамдар (корпорациялар) Кооперативтер Серіктестіктер	Өндірістік Саудалық Делдалдық Банктік Сақтандырулық Инвестициялық Инновациялық Инжинирингтік Венчурлік (тәуекелділік) Консалтингтік Аудиторлық Трастолық	Өнеркәсіп Ауыл шаруашылығы Сауда Байланыс Көлік Қаржы-несиелік Мәдениет Өнер Білім Ғылым Денсаулық сақтау Тұрғын үй шаруашылығы	Мемлекеттік Қазыналық Ұжымдық Жалгерлік Кооперативтік Акционерлік Жекелеген Аралас (біріккен) Мемлекеттік кооперативтікпен бірге Ұжымдық жекемен бірге Мемлекет аралық (біріккен кәсіп-ын)
Ескерту – Экономикалық әдебиетті талдау негізінде автормен құрастырылған			

Мұндай еңбек бөлінісі аймағында кәсіпкерлік қызметтің мынадай типологиясы қалыптасты (Сурет 2).

Кәсіпкерлік қызмет – пайда табуға бағытталған, өз ынталығына, жауапкершілігіне және кәсіпкердің инновациялық пікіріне негізделген қызметтің ерекше түрі.



Сурет 2. Кәсіпкерлік қызмет типологиясы

Кәсіпкерлік пікір өндірушінің мүмкін болатын мүддесін анықтау ретінде білінеді, оның өзі қандай да болмасын нақты экономикалық формалардың көрінісі. Мұндай мүддені ашу кәсіпкерлердің мүмкіндігін нарық қажеттілігіне сәйкестендіру арқылы жүзеге асуы мүмкін немесе керісінше нарық қажеттілігін кәсіпкер мүмкіндігіне сәйкестендіру арқылы болады.

Кәсіпкерлік экономикалық белсенділіктің ерекше түрі ретінде әрекет етеді, өйткені оның бастапқы кезеңі әдетте пікірмен байланысты - мұның өзі ойлау қабілетінің нәтижесі болып табылады. Соның салдарынан материалдық форма түрін қабылдайды. Кәсіпкерлік міндетті түрде инновациялық үрдістермен сипатталады: жаңа тауар өндіру, қызмет түрін ауыстыру немесе жаңа кәсіпорынның негізін қалау. Өндірісті, сапаны, басқарудың жаңа жүйесі өндірісті ұйымдастырудың жаңа тәсілдерін енгізу немесе жаңа технологияны қолдану - міне мұның бәрі инновациялық үрдістерге жатады.

Кәсіпкерліктің негізгі екі элементтіне толығырақ тоқталған жөн:

- кәсіпкерлік қызмет ретіндегі – жаңашыл-инновациялық қызмет;
- осы қызметті жүзеге асыратын кәсіпкер әрекеті (кесте 3).

Кәсіпкерлік қызметтің әр түрінің нәтижесі кәсіпкерліктің алға қойған мақсатына қол жеткізгені болып табылады. Кәсіпкерлік қызметтің негізгі мақсаты ретінде мыналарды атауға болады:

- белгілі объектіге салынған кәсіпкерлік капиталдан, қаржыдан, ресурстар мен материалдық қордан пайда алу,
- қоғам сұранысын, оның мүшелерінің нақты қажеттілігін немесе тұтастай елдің, аймақтың қажеттілігін қанағаттандыру.

Өндіріс үрдісінің жұмыс істеуінің немесе аралық қызметтің өзіне тән кең көлемде мақсаты болады. Мысалы, ондай мақсаттар былайша болуы мүмкін:

- жаңа нарықты қамту және өндірісті дамыту үшін ақша қорын жинақтау;



– ұйым қызметкерлерінің әлеуметтік жағдайын жақсарту;

### Кесте 3

#### Инновациялық қызметтің жіктелуі

Критеріі	Инновацияның түрлері
Таралымдығы	- бірең-саран; - кең көлемде
өндірістік циклдағы орны	- шикізат - өнім - қамтамасыз ететін
Қабылдағыштығы	- аша алатындығы - өзгерте алатыны - ауыстыра алуы - қайтаратындығы
Нарық үлесін қамтуы	- локалды - жүйелі
Жаңалық деңгейі	- радикалды - қиыстырушы - жетілдіруші
Кәсіпкер қызметінің аясы	- технологиялық (өндірістік) - экономикалық (сауда) - әлеуметтік (басқару)

– ұйымның өндірген өніміне деген тұтынушылар сұранымын тиімді деңгейге жеткізу;

– қоғамның этикалық және рухани нормасын жақсартуға көмек көрсету, тұтыну мәдениетін жақсарту және т.б.

Белгіленген мақсатқа жету үшін кәсіпкерлік қызметтің ағымдағы және жетістіктегі нақты міндеттері анықталып, оны жүзеге асыруға кіріседі.

Кәсіпкерлік қызметтің міндеттерін негізінен екі бағытқа бөліп қарауға болады. Бірінші бағыт – бұл міндеттер кешені, мұны шешкенде кәсіпкердің инновациялық қызметінің жемісті болуы қамтамасыз етіледі (сурет 3).

Екінші бағыт - бұл міндеттер кешені, оны шешкенде өндіріс үрдісінің тиімділігі қалыптасады немесе аралық қызмет жөнге келетін болады. Пайда өсімін алу үшін кешенді міндеттерді шешуді талап етеді: өндіріс пайызы, оны қажетті факторлармен қамтамасыз ету, қаржының қайнар көзін іздеу, бәсекелестік өзгермелі жағдайда кәсіпорынның өзін-өзі сақтап қалу механизмін талдау, сатып алушылардың немесе клиенттердің қажеттілігін қанағаттандыру; сату көлемін арттыру; жұмыскерлер санын қысқарту; маркетинг стратегиясын дайындау. Жабдықтаушыларды таңдау, бизнестегі партнерлерді таңдау; қоршаған ортаны қорғау шараларын дайындау және т.б.

Кәсіпкерлердің сыртқы ұйымдармен, серіктестермен, бәсекелестермен, тұтынушының жеке топтарымен, жабдықтаушылармен, жергілікті және

орталық үкімет органдарымен, салық органдарымен, кеденшілермен және басқа да кәсіпкерлік қызметке қатысушылармен өзара қатынастарды, іс-әрекеттері белгіленген формада және норма мен құқық тәртібін сақтауды талап етеді.



Сурет 3. Кәсіпкердің жаңалықты дайындау әрекеті

Кәсіпкерлік аядағы қарым-қатынастардың басты элементі - келісім, былайша айтқанда мұның өзі кәсіпкерлік мақсатқа жетудің экономикалық-құқықтық формасы болып табылады. Келісім - бұл кәсіпкерлердің өз арасындағы кез-келген шарт. Оның негізі коммерциялық мүдде. Келісім нәтижесі айырбас үрдісі ретінде келісімге барлық қатысушылар қанағаттандырылады, коммерциялық мақсат орындалады, айырбас нәтижесінде түсім алынады.

Іскерлік қатынастардың негізгі бағыттары мына аяларда болуы мүмкін: өндіріс, тауар айырбасы, сауда және қаржы қатынастары аясында.

Өндірістік қатынастар аясында іскерлік қатынастардың мына формалары пайдаланылады: біріккен кәсіпорын ұйымдары, аралас кәсіпорын ұйымдары, өндірістік кооперация, лизинг, жобаны қаржыландыру, шартты басқару және т.б. Тауар айырбасы аясындағы іскерлік қатынастың негізгі формалары: айырбас, айырбас операциялары. Сауда аясындағы өзара қатынастар формасы: әдеттегі келісім; ақпараттар алмасу келісімі, өндірістік байласта тікелей белгіленген келісімдер, экспорт тауары және импорт тауары жөніндегі келісімдер. Ал, кәсіпкерлердің қаржы қатынастарындағы өзара әрекеті трансферттік, коммерциялық формада әр салада жүруі мүмкін. Кәсіпкерлер қатынасы мұнда ұлттық, халықаралық немесе ұлтаралық деңгейде жүреді.

Жалпы алғанда жұмыстың осы тарауындағы үшінші бөлімде жүргізілген талдау нәтижесі мынадай қорытынды жасауға негіз болады:

- кәсіпкерлік қызмет типологиясы жасалды;
- жаңалықты дайындаудағы кәсіпкер әрекетіне талдау жүргізілді;
- кәсіпкердің инновациялық қызметіне жіктеу жүргізіліп, оның негізгі мақсаттары мен міндеттері айқындалды.

Сонымен, кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің пайда болуы, дамуы және өзара қатынастарының қалыптасуы, олардың алға қойған мақсаттарына жету жолдарының өзіндік ерекшеліктері болады. Өйткені кәсіпкерлік қызмет субъектілері шаруашылықты жүргізуде өзгелерден бөлек, тек өзіне ғана тән тәуекелділігі, кәсіпкерлік құпиясы және этикасы бар. Шаруашылықты жүргізудегі кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің бұл аталған ерекшеліктері келесі екінші тарауда беріліп отыр.

## 2 КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ СУБЪЕКТІЛЕРІНІҢ ІСКЕРЛІК БЕЛСЕНДІЛІГІНІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ МЕН ҚҰРЫЛЫМЫ

### 2.1 Кәсіпкерлік субъектілердің іскерлік белсенділігінің құрылымы мен даму жағдайы

2009 жылы шағын кәсіпкерліктегі тіркелген субъектілер саны берілген мемлекеттік статистикалық есеп бойынша 1 084 170 бірлікке жеткен (кесте 4). Оның ішінде заңды тұлғалар - 213 454 бірлік, жеке кәсіпкерлер - 676 736 бірлік, шаруа (фермерлік) қожалықтар - 193 980 бірлік.

Кесте 4

2009 жылы шағын кәсіпкерліктегі тіркелген субъектілер саны

бірлік

	Барлығы	соның ішінде		
		заңды тұлғалар	жеке кәсіпкерлер	шаруа (фермерлік) қожалықтар
Қазақстан Республикасы	1 084 170	213 454	676 736	193 980
Ақмола	47 097	6 314	35 997	4 786
Ақтөбе	41 534	8 494	28 343	4 697
Алматы	113 389	9 418	51 778	52 193
Атырау	38 886	6 012	30 815	2 059
Батыс Қазақстан	35 104	4 238	26 386	4 480
Жамбыл	49 965	5 533	28 173	16 259
Қарағанды	69 764	13 401	49 588	6 775
Қостанай	56 260	7 395	42 778	6 087
Қызылорда	28 508	3 867	21 952	2 689
Маңғыстау	44 620	6 533	36 892	1 195
Оңтүстік Қазақстан	164 068	18 383	76 664	69 021
Павлодар	37 486	9 073	24 756	3 657
Солтүстік Қазақстан	30 455	4 578	22 264	3 613
Шығыс Қазақстан	94 990	12 006	66 597	16 387
Астана қ.	73 299	24 335	48 948	16
Алматы қ.	158 745	73 874	84 805	66
Ескерту – ҚР статистика жөніндегі агенттігінің деректері. <a href="http://www.stat.kz">www.stat.kz</a>				

Шағын кәсіпкерлікті қолдау және дамытудың 2009-2011 жылға арналған кезекті бағдарламасы өңделді. Бұл бағдарламаның алдыңғы бағдарламаларынан өзгешелігі мұнда акцент тек нарықтық инфрақұрылымның жаңа бірліктерін (бизнес-орталықтарын, бизнес-инкубаторлар, үнемі жұмыс жасайтын семинарлар, оқу курстары және басқалары) құру ғана емес, сонымен бірге

жұмыс жасайтындардың қызметінің сапасын көтеруге, координацияға, сондай-ақ шағын кәсіпкерлікті дамытудың ресурстық орталықтарын құруға қойылады.

Нарықтық инфрақұрылым субъектілерінің қызметін жүйелеу мен үйлестіру туралы айтқанда, әңгіме кәсіпкерліктің қаржылық және экономикалық тұрақтылығын қалыптастыру мәселелерін шешуде облыстың шағын кәсіпкерлігіне тиімді көмек көрсету үшін нарық субъектілерінің күшін біріктіру мүмкіндігі мен қажеттілігі туралы болып отыр.

2009 жылы жалпы ішкі өнімнің (ЖІӨ) нақты көлем индексі (НКИ) өткен жылмен салыстырғанда 101,2% құрады. ЖІӨ құрылымында тауар өндірісінің үлесі 44,1%, қызметтер – 54,7% құрайды (кесте 5).

Кесте 5  
ЖІӨ-нің атаулы мәні және құрылымы

	ЖҚҚ млн. теңге	Құрылымы, %-бен	өткен жылға, %-бен	
			НКИ	дефлятор
Жалпы ішкі өнім	16 100 315,0	100,0	101,2	99,1
Тауар өндірісі	7 060 004,6	44,1	102,1	94,6
– Ауыл шар-ғы, аңшылық, орман шар-ғы; балық аулау, балық өсіру	1 002 593,8	6,3	113,2	103,8
– Өнеркәсіп	4 765 344,8	29,8	102,0	90,5
– Құрылыс	1 292 066,0	8,0	95,1	104,6
Қызметтер өндірісі	8 836 714,6	54,7	99,6	106,1
Қаржы делдалдығының жанама өлшенетін қызметтері	- 541 984,4	-3,4	89,3	80,8
Жалпы қосылған құн	15 354 734,8	95,4	101,3	101,5
Өнімдер мен импортқа салынған таза салықтар	745 580,2	4,6	99,7	66,5
Ескерту – ҚР статистика жөніндегі агенттігінің деректері. <a href="http://www.stat.kz">www.stat.kz</a>				

Шағын кәсіпкерлікті дамыту мен қолдау мәселерін талдау неғұрлым кең тұрғыдағы жағдайларды талдаусыз, дамудың стратегиялық бағдарын белгілеусіз орынды болмақ емес.

Соңғы жылдардағы, негізінде, табиғи ресурстарды өндіру мен өткізу көлемінің ұлғаюы арқылы Қазақстандағы қаржылық-экономикалық жағдайдың жақсаруын экономиканың жүйелі түрде технологиялық қайта жарақтану әлемдік тенденциясына қосылу мүмкіндігі ретінде қарастырған жөн. Әзірше пайдалы қазбалардың мол қоры болғанымен шикізатты қайта өңдеуде технологиялық артта қалушылық мемлекетті экономикалық тұрғыда әлсіз етеді. Тиісінше экономиканың қайта өңдеу секторын дамытуға, бірақ бәрінен бұрын интеллектуалдық өндірістің бәсекелі жүйесін, әсіресе ғылым мен білім берудің тиісті секторларын, басқару және кәсіпкерлік консалтингті дамытуға жағдай

туғызуды жеделдетуді талап етеді. Ғылым мен білім беруді дамытуға басымдық беру нәтижесінде бір кездері әлсіз дамыған елдер аз уақыттың ішінде әлеуметтік – экономикалық дамудың жоғарғы деңгейіне жете алды.

Екінші жағынан, нарықтық түрленудің қарқыны олармен байланысты екі аса маңызды қызмет субъектілері арқылы айқындалып отыр. Олар кәсіпкерлер мен мемлекеттік қызметкерлер.

Мемлекеттік экономиканы дамытудың жүйе жасаушы ядросы кәсіпкерлер екені анық, олар қызметтің әртүрлі салалары – денсаулық сақтау, білім беру, ғылым, материалдық өндіріс, сауда және т.б. жаңашыл болуы керек.

Бәсекелес кәсіпкерліктің қалыптасуында мемлекеттік қызметкерлердің жетекші рөл атқаратыны да белгілі жағдай.

Олар әртүрлі субъектілер – аймақтық маңызы бар қызмет жобаларын жүзеге асыруда әлеуетті серіктестер арасында конструктивті келісім мен өзара қарым-қатынасының нарықтық механизмін құруы тиіс.

Жекелей алғанда, қоғамдық ұйымдар, бизнес-бірліктер, мемлекеттік басқару органдары, ғылыми, білім беру, консалтингтік және басқа құрылымдардың өзара қатынас механизмін жүзеге асыруды қамтамасыз етуі қажет.

Кесте 6

2009 жылғы кәсіпкерлік субъектілері қызметінің негізгі көрсеткіштері

өткен жылғы тиісті кезеңге пайызбен

	ШОК белсенді субъектілерінің саны	Жұмыспен қамтылғандар саны	Өнім (тауарлар, қызмет көрсетулер) шығарылымы
Қазақстан Республикасы	105,7	103,5	101,5
Ақмола	104,7	104,1	100,6
Ақтөбе	107,8	106,9	103,5
Алматы	105,3	103,0	101,2
Атырау	102,7	100,5	102,4
БҚО	106,3	100,1	101,3
Жамбыл	102,8	101,3	101,0
Қарағанды	101,8	104,8	101,2
Қостанай	102,3	102,6	100,8
Қызылорда	109,2	104,6	101,8
Маңғыстау	107,9	108,8	103,2
ОҚО	106,7	106,2	103,3
Павлодар	101,1	106,9	102,6
СҚО	103,9	100,1	100,2
ШҚО	102,8	100,1	101,1
Астана қ.	111,2	105,6	101,4
Алматы қ.	112,6	103,0	101,0
Ескерту – ҚР статистика жөніндегі агенттігінің деректері. <a href="http://www.stat.kz">www.stat.kz</a>			

Кәсіпкерлік қызмет теориясына сәйкес бәсекеге қабілетті мемлекет, өркениетті бизнеске жету жолы оқыту алаңдарында өзін-өзі талдау, өзін-өзі реттеу, өзін-өзі ұйымдастыру, өзін-өзі басқарудың бәсекелі басқару және кәсіпкерлік қабілеттерін қалыптастыру арқылы болады. Бәсекелі басқару және кәсіпкерлік қабілеттіліктер ғана соңында тауар мен қызметтің, кәсіпорындардың, аймақтың, мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ете алады. Осыған сәйкес бәсекеге қабілеттіліктің әлемдік табелі бойынша еліміз алғашқы орындардан көрінбесе, мемлекеттік қызметкерлер мен кәсіпкерлердің кәсібилігі мен қабілеттіліктеріне жауап беретін отандақ білім беру жүйесіне баса көңіл бөліну керек.

Шағын бизнес субъектілерінің санын арттырып, оларға көмек көрсете отырып, мемлекет экономикалық, әлеуметтік, әсіресе жұмыспен қамту мәселесін шешеді. Әдетте, шағын бизнестің дамуынан келесі мәселелер шешімін табады:

- қоғамдық қажеттілікті толық қанағаттандыратын бәсекелестік және нарықтық қатынастардың дамуы;

- тауар ассортиментінің кеңеюі, қызмет көрсетуді жетілдіру, оның сапасының жоғарылауы;

- экономиканы құрылымдық қайта құруға ықпалы;

- өндіріс пен қызмет көрсетудің нақты тұтынушыларға бейімделуі;

- жеке қаражаттың өндірісті дамытуға жұмсалуды;

- қосымша жұмыс орындарының пайда болуы, жұмыссыздық деңгейінің төмендеуі;

- адамның шығармашылық мүмкіндіктерін тиімді пайдалану;

- еңбекке қоғамның жекелеген кейбір топтарын тарту;

- жерді, шикізат қорын және ірі өндіріс қалдықтарын пайдалану;

- мемлекеттен тиімділігі және табысы аз кәсіпорындарды сатып алуы немесе қолға алуы.

Шағын бизнестің күрделі проблемаларының бірі несиелік ресурстарды алудың қиындығы.

Шағын бизнесті мемлекеттік қолдаудың негізгі қағидалары:

- шағын бизнесті дамытудың басымдылығы;

- шағын бизнесті мемлекеттік қолдаудың кешенділігі;

- инфрақұрылымды дамытуда және шағын бизнестің ұйымдастырушылық формаларын таңдауда жағдай туғызу;

- алдыңғы қатарлы шетелдік тәжірибені қолдану.

Отандық шағын бизнестің дамуындағы 18 жылға жуық уақытта Қазақстанда кәсіпкерлік жеткілікті түрде дамыған жоқ, оның алдында 5 жыл бойы кооперативтік қозғалысты дамыту жылдары өтті. Кәсіпкерліктің басым бөлігі өз стратегиясын нақты өндіріске көшуге мүлдем бағыттамастан, өз бизнесін сауда-делдалдық салада құруды жалғастыруда. Шағын бизнес кәсіпорындарының үлес салмағы елдің шаруашылық жүргізуші субъектілерінің жалпы санының басым бөлігін алып отыр. Шағын бизнесті дамытуда мәселелерді шешу үшін үш факторлық жағдайды ескеру қажет. Олар:

- 1) кәсіпкерлердің құқығын қорғайтын жүйе жасау;
- 2) тексеруші органдардың санын азайту;
- 3) рұқсат беруші құжаттардың санын азайту.

Көптеген кәсіпкерлер, бір жағынан, өндірісті жүргізудегі қиындықтарға, шенеуніктік прессинкке, өте жоғары салыққа шағым айтуда. Ал екінші жағынан, өндірісті жаңғыртумен, маркетингтік зерттеулермен, жаңа өнім түрлерін әзірлеумен, оның жарнамасымен мүлдем айналысып жатқан жоқ, кәсіпорынның стратегиялық міндеттерін қалыптастыра білмейді, өндірістің тиімділігін арттыру жөнінде сындарлы шаралар ұсына алмайды.

Он сегіз жыл бойғы белсенді мемлекеттік қолдау отандық кәсіпкерліктің сандық іргетасын қалауға мүмкіндік берді, бірақ бизнестің толыққанды сапалы дамуына ықпал ете алған жоқ, кәсіпкерліктің прогрессивті рухын қалыптастыруға ынталандыра алмады. Кәсіпкерлік – сатып алу-сату емес, өндірісті дамытудың жаңа жолдарын ұдайы іздеу, ықтимал тұтынушылар үшін күресте қызметтер көрсету сапасын ұдайы арттыру.

Қазақстанда еркін өзгермелі айырбас бағамы режимін енгізу және импорт алмастыруды дамыту жөніндегі шаралар отандық «импортты сатып алу-сату саласындағы мамандардың» көрсеткіштерін төмендетудің және кәсіпкерліктің өндірістік емес секторының танымалдық саяси қызметін жандандырудың басты макроалғышарттары болып табылады.

Ағымдағы жағдайда мемлекеттің стратегиялық мақсаттары тұрғысынан шағын бизнесті дамытудың жаңа кезеңіне өту қажет. Кәсіпкерлік мәселелерінде мемлекеттік саясатты, өндірістік қызметті қолдауға, Қазақстандық шағын экономиканың жаңа бәсекеге қабілетті мүмкіндіктерін іздестіруге қайта бағдарлау қажет. Жаңа кезеңде өндірістік шағын бизнес субъектілерінің кооперациясын өзара да, неғұрлым ірі кәсіпорындар арасында да белсенді түрде қолдау, сондай-ақ салалық және салааралық негізде кәсіпкерлердің қоғамдық бірлестіктерін құруды көтермелеу талап етіледі.

Әлемдік тәжірибе, сондай-ақ біздің реформамыздың тәжірибесі материалдық өндіріс саласындағы ұсақ кәсіпкер сауда-делдалдық және монополиялық құрылымдар тарабынан бәсекелестікке төзе алмайтын болып шыққанын көрсетті. Бұдан басқа, Қазақстанда талап етілетін және бәсекеге қабілетті өндірістік кәсіпкерліктің қалыптасуына елеулі көмек керсетуі мүмкін қызметтер көрсетудің (менеджмент, маркетинг, ақпараттық қамтамасыз ету саласында) толыққанды жеке секторы жоқ.

Қазіргі уақытта тиімді меншік иесінің жұмыс істеуін қамтамасыз ететін өміршең экономикалық құрылымдарды қалыптастыру жолымен қоғамның сындарлы күштерін біріктіру қажет. Мұндай біріктірудің үлгілері әр алуан болуы мүмкін, бірақ олардың мәні кооперация мен әріптестікке келіп тіреледі. Қаржы ресурстарының жалпы жетіспеушілігі кезінде лизингті, жалгерлікті, тиісті ақпараттық және құқықтық базаны қамтамасыз етуді қоса алғанда, өндіріс құралдары бар жұмыс іздеуші адамды біріктірудің бүкіл әр алуан нысандарын пайдалану өте маңызды. Ірі бизнес үшін тығыз ынтымақтастық пен әріптестік те өзекті проблема. Соңғы он жылдықта экономикалық дамудың



инновациялық сипаты дамыған елдерде өнеркәсіптік фирмалар, банктер, акпараттық және зерттеу орталықтары бірлестіктерін қалыптастыруды ынталандырады. Мұндай желілер өндірістік және қаржы ресурстарын біріктіруге, рыноктағы сұраныстың өзгеруіне жедел ден қоюға, жаңа өнім түрлерін жылдам алға жылжытуға мүмкіндік береді.

Біздің ірі кәсіпорындарымызда өзара кооперация мен әріптестік — шаруашылық желілерін қалпына келтіру және өзара төлемдер проблемаларын жеңілдету үшін қажетті жол. Ішкі кооперациялық байланыстар трансакцияның әрбір кезеңінде бағаны кәдуілгі айналдыруды болдырмауға мүмкіндік берер еді. Қаржы институттары мен өнеркәсіптік фирмалар арасындағы, ғылым мен өндіріс арасындағы, шикізат және өңдеуші салалар арасындағы тікелей байланыстарды қалпына келтіру өмірлік маңызды мәнге ие болуда.

Өсімге қол жеткізу жөніндегі бірлескен іс-қимыл үшін базаны бүлдіретін өзіміздің тар ведомстволық бір сәттік мүдделеріміз үшін салалық лоббизммен күресті соңына жеткізу қажет. Қалыптасқан жағдайды шешу жолдары іскер топтар арасында сенім ахуалын құру, олардың жалпы мүдделерді жете түсінуі, мемлекетпен бірлесіп экономикалық ынтымақтастықтың ұзақ мерзімді жоспарларын әзірлеп шығару болып табылады.

Бұл үшін өзіне мемлекет тұлғасы алдында корпоративтік мүдделерді қорғауды ғана емес, өз мүшелерінің заң шеңберінде ойын ережесін сақтауы үшін жауапкершілікті де алуға қабілетті кәсіпкерлік одақтардың қызметін жетілдіру талап етіледі. Сол арқылы корпоративтік этиканы жандандыруға болар еді, оның бұзылуы «тұлғаның азып-тозуына» әкеліп соғады. Көрсетілген қайта құрулар ауыртпалықсыз жүргізіле алмайды, өйткені іскерлік әлемін өзіне бағындыруға және оған өзінің ойын ережелерін жапсыруға ұмтылатын көлеңкелі құрылымдардың қарсылығына жолықпауымыз мүмкін емес. Осы проблемаларды шешуде, шағын бизнестің өркениетті нормаларын қалыптастыру мәселелерінде мемлекет аса белсенді рөл атқаруы тиіс. Кәсіпкерлік аясымен ғана шектелмеген, олар бүкіл қоғам үшін тым өзекті. Реформа жалдамалы еңбек тұлғаларын білдіретін халықтың негізгі тобының белсенді қатысуынсыз, табысты жүзеге асырыла алмайды. Осыдан келіп, микро- және макродеңгейлерде әлеуметтік әріптестікті іске асыру қажеттілігі туындайды.

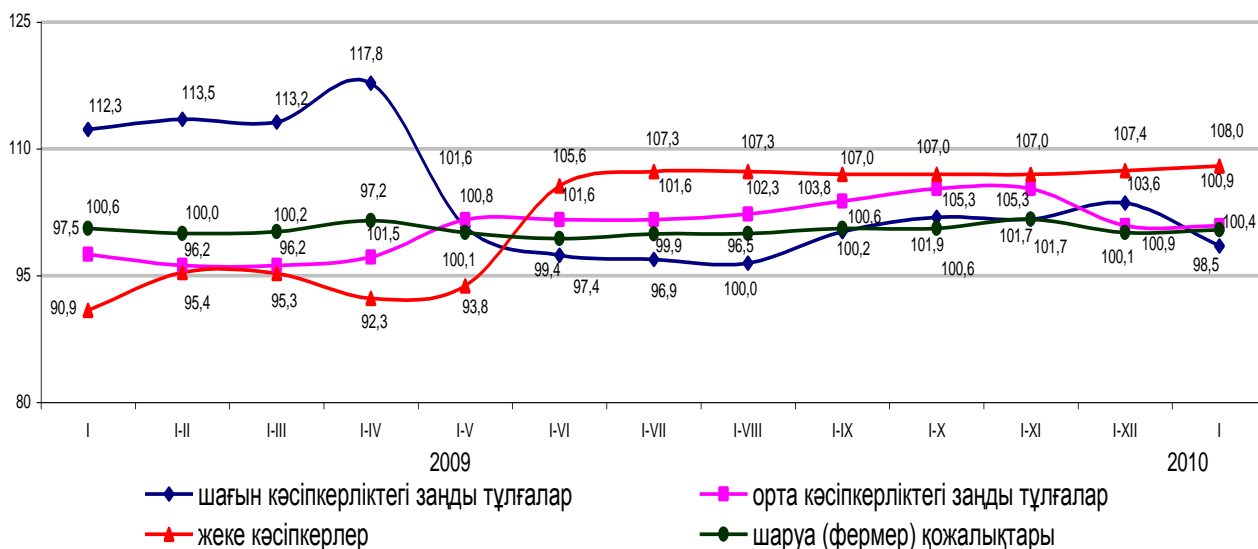
Макродеңгейде мемлекетпен, жергілікті өзін-өзі басқару органдарымен, кәсіподақтармен және кәсіпкерлік қауымдастықтармен тығыз ынтымақтастық орнатпайынша, өндірісті құрылымдық қайта құрудың күрделі бағдарламаларын әзірлеу және жүзеге асыру мүмкін емес. Бірақ кәсіподақтардың қатысуы табысы аз кәсіпорындарды жабу, босатылатын жұмысшылар үшін жаңа жұмыс орындарын құру және оларды қайта оқыту жөнінде кешенді шаралар жүргізу кезінде әлеуметтік қауырттылықтың шиеленісуін азайтуы мүмкін. Әлеуметтік әріптестік жұмыспен қамтудың белсенді саясатын табысты жүзеге асыру үшін қажетті алғышарт болып табылады. Шағын бизнес дамуының көрсеткіштері экономикадағы шағын бизнес рөлі, негізінен, әлеуметтік, яғни жұмыс орындары санының өсуімен байланысты екендігін көрсетеді. Мұның өзінде

шағын бизнестің тиімділігін арттыру үшін жағдайлар жасауға көп көңіл бөлу қажет.

Кәсіпкерлік субъектілерінің жалпы санында жеке кәсіпкерлер үлесі – 68,5%, шаруа (фермер) қожалықтары – 22,9%, шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 8,3%, орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 0,3% құрады (Сурет 4).

Жедел Мониторинг деректеріне сәйкес, ірі және орта кәсіпорындарға және ұйымдарға ағымдағы жылғы наурызда 58,4 мың адам қабылданды, түрлі себептермен – 62,8 мың адам жұмыстан кетті.

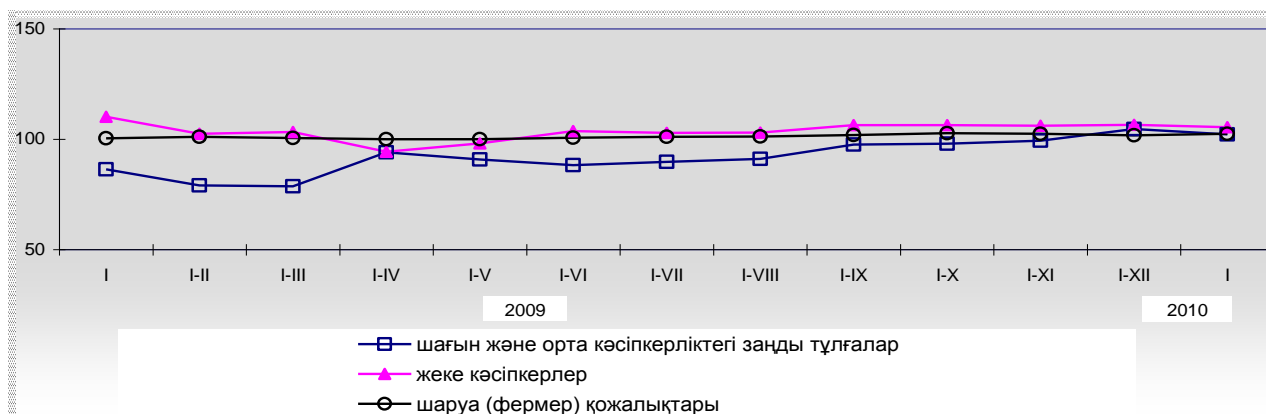
жылғы тиісті кезеңге пайызбен



Сурет 4. ШОК белсенді субъектілері санының өзгеруі өткен

Жұмыстан кеткен қызметкерлердің арасында, өз еркі бойынша жұмыстан босатылғандар 72,3%, қызметкерлер санының қысқартылуына байланысты – 5,1%, басқа себептер бойынша – 22,6% құрайды (Сурет 5).

өткен жылғы тиісті кезеңге пайызбен



Сурет 5. Шағын және орта кәсіпкерліктегі жұмыспен қамтылғандар санының өзгеруі

2009 жылғы ШОК жұмыспен белсенді қамтылғандар саны 2087,9 мың адамды құрады. ШОК жұмыспен қамтылғандар санының көбеюі өткен жылғы сәйкес кезеңмен салыстырғанда Қазақстанның барлық облыстарында байқалды (Кесте 7).

Кесте 7  
ШОК жұмыспен қамтылғандар саны

адам

	Барлығы	соның ішінде			
		шағын кәсіпкерлік тегі заңды тұлғалар	орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар	жеке кәсіпкерлер	шаруа (фермер) қожалықтары
Қазақстан Республикасы	2 087 875	495 179	245 451	918 461	428 784
Ақмола	101 126	19 305	17 340	53 708	10 773
Ақтөбе	81 231	23 014	12 730	36 569	8 918
Алматы	234 423	31 720	14 286	68 013	120 404
Атырау	77 994	17 647	8 025	48 403	3 919
Батыс Қазақстан	69 585	16 928	9 063	32 373	11 221
Жамбыл	132 450	18 478	10 114	58 144	45 714
Қарағанды	152 167	44 501	22 053	64 011	21 602
Қостанай	117 116	24 365	17 174	64 261	11 316
Қызылорда	52 772	16 454	11 429	21 209	3 680
Маңғыстау	53 844	25 448	7 452	19 704	1 240
Оңтүстік Қазақстан	261 945	37 104	16 326	65 223	143 292
Павлодар	98 559	21 302	12 259	57 300	7 698
Солтүстік Қазақстан	69 448	14 120	17 203	30 419	7 706
Шығыс Қазақстан	199 045	45 603	23 633	98 568	31 241
Астана қ.	115 690	36 614	12 002	67 071	3
Алматы қ.	270 481	102 577	34 362	133 485	57
Ескерту – ҚР статистика жөніндегі агенттігінің деректері. <a href="http://www.stat.kz">www.stat.kz</a>					

Оның ішінде қызмет түрлері бойынша бөлетін болсақ: ауыл шаруашылығы, аңшылық және орман шаруашылығына – 203169, балық аулау, балық өсіру шаруашылығы, аңшылық және орман шаруашылығына – 203169, балық аулау, балық өсіру шаруашылығына – 1298, өнеркәсіп салаларына – 32049, құрылысқа – 33505, сауда; автомобильдерді, тұрмыстық бұйымдар мен жеке пайдаланатын заттарды жөндеу қызметі түрлеріне – 346236, қонақ үйлер мен мейрамханалар – 21012, көлік және байланыс саласына – 68963, қаржы

қызметіне – 5532, жылжымайтын мүлікпен операциялар, жалға беру және тұтынушыларға қызмет көрсету – 66848, мемлекеттік басқару – 9833, білім беру – 15056, денсаулық сақтау және әлеуметтік қызметтер көрсету – 12281, коммуналдық, әлеуметтік және дербес қызметтер көрсету салаларына – 92655 шаруашылық субъектісі тіркелген. Осы 2008 жылдың 1 қаңтарына берілген статистикалық есеп беру мәліметтері бойынша тіркелген шағын бизнес кәсіпорындарының ішіндегі нақты жұмыс істеп тұрған субъектілердің экономикалық қызмет түрлері бойынша және Республика аймақтары бойынша жыл басына шаққандағы саны көрсетілген [21].

2010 жылғы қаңтарда шағын және орта кәсіпкерліктегі белсенді субъектілердің өнім (тауарлар және қызмет көрсетулер) шығарылымы 173,0 млрд. теңгені құрады (Кесте 8).

Кесте 8

2009 жылғы кәсіпкерлік субъектілерінің өнім шығарылымы

млн. теңге

	Барлығы	соның ішінде			
		шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар	орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар	жеке кәсіпкерлермен	шаруа (фермер) қожалықтарымен
Қазақстан Республикасы	173 041	103 518	30 127	35 287	4 109
Ақмола	6 755	3 626	1 789	1 308	31
Ақтөбе	8 047	4 515	1 238	2 022	271
Алматы	9 623	4 818	1 980	1 485	1 340
Атырау	7 822	4 579	1 350	1 745	147
Батыс Қазақстан	6 518	3 712	1 256	1 304	246
Жамбыл	4 191	2 400	642	876	272
Қарағанды	10 733	5 605	2 379	2 248	500
Қостанай	8 398	5 174	1 608	1 581	34
Қызылорда	6 474	4 804	943	709	18
Маңғыстау	7 740	4 033	1 470	2 209	28
ОҚО	7 798	2 562	1 767	3 378	91
Павлодар	7 184	4 770	1 416	692	305
СҚО	5 431	2 763	1 698	852	118
ШҚО	10 804	4 189	2 250	3 660	706
Астана қ.	28 612	20 169	2 100	6 343	0,3
Алматы қ.	36 912	25 798	6 240	4 874	0,0
Ескерту – ҚР статистика жөніндегі агенттігінің деректері. <a href="http://www.stat.kz">www.stat.kz</a>					

Республикамыздағы шағын бизнестің мәнін тереңірек түсінуге Қазақ КСР-ындағы шаруашылық қызмет еркіндігі мен кәсіпкерліктің дамуы туралы

заңның қабылдануы жол ашты. Бұл заң азаматтар мен заңды тұлғалардың кәсіпкерлік қызметінің еркіндігін қамтамасыз ететін негізгі құқықтық, экономикалық, әлеуметтік шаралар мен кепілдіктерді анықтап берді. 1990 жылдың тамыз айында Кеңес Одағы министрлер Кеңесінің жарлығымен шағын кәсіпорындарды құру және дамыту шаралары туралы қабылданған Заңның негізінде Қазақ КСР Министрлер Кеңесінің №432 жарлығын қабылдау арқылы шағын кәсіпорындарды жіктемелеу әдістемесінде жұмыс істейтіндердің саны алынған. Қазақстан Республикасының 1997 жылдың 8 сәуіріндегі №499 жарғысына сәйкес келесідей:

- өнеркәсіп пен құрылыста жұмыскерлер саны 50-ге дейін;
- ғылым мен ғылыми қызмет көрсету саласында жұмыскерлер саны 20 адамға дейін;
- көлік пен байланыс салаларында жұмыс істейтіндердің саны 25 адамға дейін;
- бөлшек саудада жұмыс істейтіндер саны 30 адамға дейін, ал активтерінің жалпы құны 60 мың АЕК жоғары емес кәсіпорындар шағын деп есептелініп отыр. Орта кәсіпкерлікте – жұмысшылар саны 250-ге дейін, жылдық активтері 352 мың АЕК дейін, ірі кәсіпкерлікте жұмысшылар саны 250 және одан жоғары, жылдық активтері 325 мың АЕК болатын кәсіпкерлік нысандары жатады.

Осыған байланысты, шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту мен қолдауға арналған мемлекеттік бағдарламада шағын және орта кәсіпкерліктің нысандары үшін олардың қызмет көрсету саласының ерекшеліктерін және өндіріп жатқан тауарлары мен қызметтерінің маңыздылығын ескере отырып, әртүрлі жеңілдіктерді қолдану және жалпы құқықтық шарттарды қалыптастыру керектігіне мән берілуде.

Қарағанды облысының шағын кәсіпкерлік субъектілерінің кәсіпкерлік белсенділігін анықтау үшін сауалнама жүргізілді.

Сауалнаманың мақсаты – шағын кәсіпкерлік субъектілері мен жеке кәсіпкерлік субъектілері бірлестіктерінің беделін арттыру және олардың Қазақстан нарығын жоғары сапалы және бәсекеге қабілетті өніммен молықтыруға бағытталған қызметін ынталандыру.

Сауалнамаға Қарағанды облысының 35 кәсіпкері қатыстырылды.

Бірінші «Сіз өз ісіңізді бастау себептеріңіз неде?» сауалнамасының нәтижесі 9-кестеде көрсетілген:

Кестеден көріп отырғанымыздай, кәсіпкерлік белсенділіктің қалыптасуының негізгі себептеріне жұмыссыз қалғандар (36%), жалақының қолайлы өмір сүруге жеткіліксіздігі (20%) мен тез баюға ұмтылғандар (17%) құрап, ал ешкімге тәуелді болмай еркін өмір сүруді қалағандар (13%) мен өз идеяларын жүзеге асырғысы келген адамдардың (9%) үлесі аз деңгейді иеленіп отыр.

Кәсіпкерлердің іскерлік белсендігін анықтау сауалнамасы мына ерекшеліктеріне қарай жүргізілді: жынысы; жасы.

## Кесте 9

Қарағанды облысында кәсіпкерлік белсенділіктің қалыптасуының негізгі себептері

№	Өз ісін бастаудың себептері	%
	Барлығы:	100
1	Жұмыссыз қалғандықтан кәсіпкерлікпен айналысуға мәжбүр болу	36
2	Алатын жалақымен қолайлы өмір сүру деңгейін қамтамасыз ететін мүмкіншіліктің болмауы	20
3	Ағымдағы жағдайдың ретсіздігін пайдаланып, тез баюға ұмтылу	17
4	Мемлекеттік құрылым мен мемлекеттік қызметкерлерге тәуелді болудан құтылып іс-әрекет бостандығын алып, еркін өмір сүруді, қызықтыратын іспен ешкімге тәуелді болмай айналысуды қалау	13
5	Мемлекеттік, бюрократтық ережелер мен процедуралардың әсерінен жүзеге асыруға мүмкін болмаған әлеуетті, идеяларды жүзеге асыруға ұмтылу	9
6	Қоршаған адамдар арасында беделінді, әлеуметтік статусынды жоғарылатуға ұмтылу	4
7	Өзінді төзімділікке тексеру	1
Ескерту: Жүргізген сауалнама материалдары негізінде автормен құрастырылған		

Сұраушылардың жалпы портреті. Сауалнамаға қатысушылардың екі портреті берілген:

1. Жынысы - «ер адам», «әйел»;
2. Жасы - «23 жасқа дейін», «23-тен 30 жасқа дейін», «30 жастан 45-ке дейін» және «45 жастан жоғары».

Сұралғандардың жалпы портреті – 35 адамнан: 53,5% - әйелдер, 46,5% - еркектер;

жасына қарай топқа бөлсек:

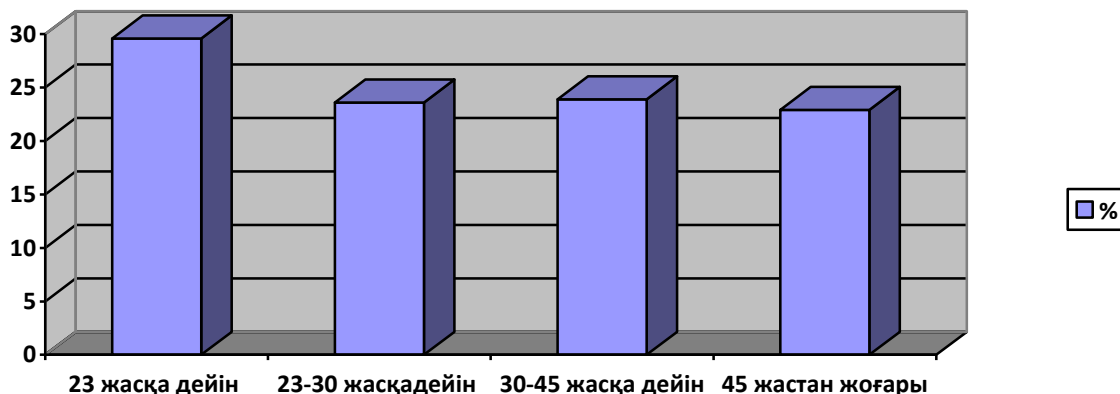
- 23 жасқа дейін - 29,6%,
- 23-тен 30 жасқа дейін - 23,6%,
- 30-дан 45 жасқа дейін - 23,9%,
- 45 жастан жоғары- 22,9%.

Төменде сұралғандардың жалпы портретін сипаттайтын диаграмма беріліп отыр (Сурет 6).

Нарықтық шаруашылықтың дамуының жоғарғы икемділікпен өзгеруінің негізгі факторы, нарықтың міндетті құрамдас бөлігі кәсіпкерлік екенін бірнеше жыл ішінде жүргізілген қайта құрулардың нәтижесі көрсетіп отыр. Қоғамның тепе-теңдікте дамуы барлық аймақтардың үйлесімді дамуымен байланысты.

Бүгінгі таңда ірі мемлекеттік бағдарламалардың ойдағыдай жүзеге асырылуында аймақтардың рөлі артқанын байқаймыз. Сол себепті

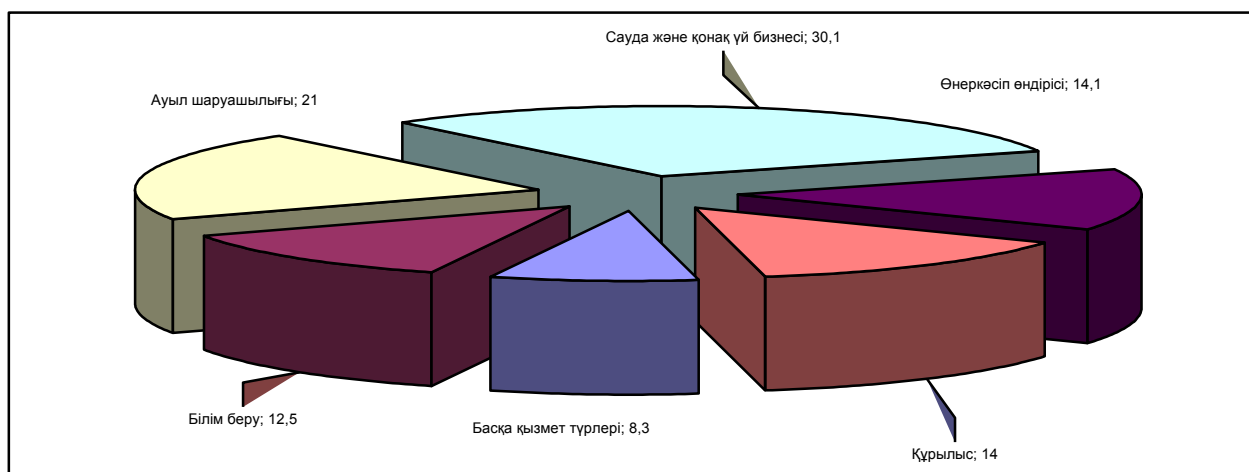
Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуы, келешек өрлеуі көбінесе оның аймақтарының, облыстарының дамуын басқарумен сипатталады.



Сурет 6. Жасы бойынша сұрыпталғандар сегментация

Қазіргі кезеңде аймақтардағы кәсіпкерлік белсенділіктің қалыптасуына әсер етуші басты фактор жұмыссыздық. Бүгінгі таңда жұмыссыздық деңгейінің өсуі ең күрделі мәселелердің бірі. Ресми мәліметтер бойынша облыстағы экономикалық белсенді тұрғындарға қатысты есептегенде оның деңгейі 7 пайыз шамасында болып отыр.

Облыста заңды тұлға ретінде 2009 жылы 41708 кәсіпорын құрылып, 128330 жаңа жұмыс орны ашылды. Шағын және орта кәсіпкерлік секторының экономикалық салалар бойынша орналасу құрамына талдау жасайтын болсақ: аграрлық секторға 21%, сауда саласына - 30,1%, автокөліктер және жеке тұтыну бұйымдарын жөндеуге, құрылысқа - 14,0%, өңдеу өнеркәсіп өндірісіне – 14,1% келеді (Сурет 7).



Ескерту: Қарағанды облысының статистикалық мәліметтері негізінде автормен құрастырылған

Сурет 7. Шағын және орта кәсіпкерліктің салалық құрылымы, % (2009ж.)

Қарағанды облысындағы шағын және орта кәсіпорындардың 51,1%-ы ауыл шаруашылығы мен сауда саласында шоғырландырылып, шағын кәсіпкерліктің бір жақты дамып отырғаны айқындалып, өнеркәсіптік өндірісті дамыту үшін құрылымдық өзгерістерді жүзеге асыру қажеттілігі туындауда. Мұны келесі сызбадан байқауға болады. Жоғарыда көрсетілген көрсеткіштер бойынша кейінгі жылдары бұл ара салмақ сақталуда. Төмендегі 10-кестеде облыстағы шағын және орта кәсіпкерліктің қызмет ету белсенділігі көрсетілген.

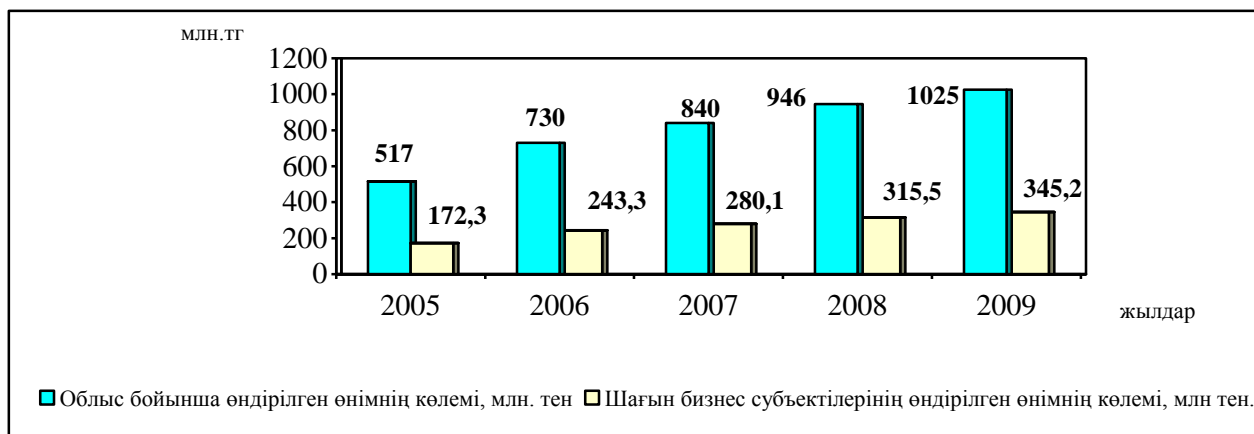
Кесте 10

Қарағанды облысында шағын және орта кәсіпкерліктің қызмет ету белсенділігі

№	Көрсеткіштер	2005	2006	2007	2008	2009
1	Қызмет етуші нысандардың саны (бірлік)	31651	33537	38235	40691	41708
2	Жұмыс істейтіндердің саны. (адам)	105022	110449	113599	121085	128330
3	Өнім көлемі (млн. тенге)	59571	80534	102892	140471	144685
4	Бюджетке түсімі (млн. тенге)	6719,9	6921,6	7845,4	8311,8	362

Ескерту - Қарағанды облысының статистикалық мәліметтері негізінде автормен құрастырылған

2009 жылдың басынан шағын және орта кәсіпкерлік нысандары 144685 млн.тенгенің өнімін (жұмысы, қызметі) өндірген, бұл облыс көлемінде өндірілген өнімнің 39% құрайды. Өткен жылдың осы кезеңімен салыстырғанда бұл көрсеткіш 3 пайызға өскен (сурет 8).



Ескерту: Қарағанды облысының статистикалық мәліметтері негізінде автормен құрастырылған

Сурет 8. Кәсіпкерлік құрылымдары өндірген өнім көлемінің өсу серпіні



Шағын және орта кәсіпкерлікті қаржыландыру мәселесі облыста екі бағытта: облыстық бюджеттен қаржы бөлу мен екінші деңгейдегі банктердің несиесі арқылы жүзеге асырылды.

Жалпы Қарағанды облысының ШОБ «Даму» Қорының қолдау бағдарламаларының маңызды басымдықтарының бірі болып табылады. Аймақ деңгейі жоғары (халықтың көптігімен, табыстың жоғарылығымен) өткізу нарығымен, бизнес үшін жоғары дамыған инфрақұрылымымен және жоғары кадр әлеуетімен ерекшеленеді. Қарағанды облысында ШОБ көрсеткіші Қазақстан бойынша өте жоғары. 2009 жылдың қорытындысы бойынша белсенді ШОБ субъектілерінің саны бойынша аймақ республикамызда 6-шы орында, ШОБ жұмыс істеп жүргендер саны бойынша 5-ші орында, өнім шығару бойынша 4-ші орында келеді.

Сәйкесінше облыс екінші деңгейдегі банктердің шағын кәсіпкерлікке беретін кредиті бойынша 5-ші орында тұр.

Бұдан бөлек, аймақта ШОБ өнеркәсібін дамыту үшін қолайлы орта – ірі өндіріс ошақтары («АрселорМиттал Теміртау» АҚ, «Корпорация «Қазахмыс» ЖШС, «Евразиян Фудс» АҚ, «Қарағанды кәмпиттері» АҚ, «Central Asia Cement» АҚ және т.б.) бар.

Осыған байланысты ірі кәсіпорындардың шағын бизнеспен ынтымақтастығын ретке келтіру аясында «Даму» Қоры ірі кәсіпорындардың кепілдігімен Қарағанды облысындағы ШОБ субъектілерін қаржыландырудың түрлі жолдарын қарастыруға дайын.

Белгілі болғандай, 2007 жылдың соңынан бастап «Даму» Қоры ШОБ субъектілерін кейіннен қаржыландыру үшін қаражатты ЕДБ келісіп орналастыру бағдарламасының 3 траншын, сонымен қатар «Даму- Аймақтар» Бағдарламасын іске асырып келеді.

Қор бағдарламалары аясында қаржыландыру сомасының басым бөлігі Қарағанды облысының еншісінде. 01.01.2009ж. шаққанда нақты берілген кредиттің жалпы сомасы 33,5 млрд. теңгені (жалпы соманың 9,1%) құрады. Нәтижесінде «Даму» Қорының Бағдарламалары бойынша қаражаттың аймақтағы ЕДБ-ң несиелендірілген үлесі 55% құрап отыр.

Қарағанды облысы өндіріс аймағы ретінде «Даму- Өндіріс» бағдарламасы бойынша қайтақаржыландырылған жобалар саны бойынша 3 295 млн. теңге сомаға 25 жобамен көшбасшы болып отыр.

Қарағанды облысының ШОБ субъектілері «Даму-Қолдау» Бағдарламасына да қатысып отыр. Қазіргі күні Қор осы бағдарлама аясында 11 млн. теңге сомаға 1 жобаны қаржыландырды.

Президент 2010 жылғы Қазақстан халқына Жолдауында «2020 - бизнес жол картасы» Бағдарламасы бағыттарының бірі «Кадрларды қайта дайындау және кәсіпкерлердің біліктіліктерін арттыру және бизнесті жүргізуге сервистік қолдау көрсету» болып табылатынын атап өтті. Сол себепті Қор ШОБ-қа бейқаржылау қолдау көрсету бағдарламасына басты назар аударады.

Экономист ғалымдар ұсынған шағын және орта кәсіпкерліктің дамуын аймақтық деңгейде көп өлшемді бағалау арқылы Қарағанды облысының

аудандарындағы жағдайды анықтауға мүмкіндік туып отыр. Аймақтағы шағын және орта кәсіпкерліктің әлеуметтік-экономикалық дамуының кешенді индексі анықтап, олардың қызметіне талдау жасау үшін, ең алдымен шағын және орта кәсіпкерлік нысандарының келесідей даму үлгісін қарастырамыз (Кесте 11).

Кесте 11

Шағын және орта кәсіпкерлік дамуының аймақтағы әлеуметтік-экономикалық жағдайға ықпалын бағалау үлгісі

№	Үлгінің аталуы	Үлгінің берілуі	Үлгідегі мәндер анықтамасы
1	Қарағанды облысында жұмыс істеп жатқан шағын кәсіпорындар саны, %	$X_1 = \frac{K_{жа}}{K_{та}} \times 100$	$K_{жа}$ – а аймағында жұмыс істеп жатқан шағын кәсіпкерлік нысандар саны, бірлік; $K_{та}$ – а аймағында жалпы тіркелген нысандар саны, бірлік
2	Әр 1000 тұрғынға шаққанда жұмыс істейтін шағын кәсіпкерлік нысандары, бірлік	$X_2 = \frac{K_{жа}}{T_a} \times 1000$	$T_a$ – а аймағының тұрғындарының жалпы саны, мың адам.
3	Шағын кәсіпкерлік нысанында жұмыспен қамтылғандар саны, %	$X_3 = \frac{Ж_{жа}}{Ж_a} \times 100$	$Ж_{жа}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлікте жұмыс істейтіндер саны, мың адам; $Ж_a$ – а аймағындағы жұмыс істейтіндердің жалпы саны, мың адам
4	Қоғамдық өндірістегі шағын кәсіпкерлік өнімінің үлесі, %	$X_4 = \frac{\Theta_{жа}}{\Theta_a} \times 100$	$\Theta_{жа}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлік нысанының өнімі, тг; $\Theta_a$ – а аймағындағы жалпы өндірілген өнім, тг.
5	Аймақтағы шағын кәсіпкерлік өндірісінің мамандануы, %	$X_5 = \frac{(\Theta_{өжа} + \Theta_{өжаа})}{(\Theta_{өа} + \Theta_{өаа})} \times 100$	$\Theta_{өжа}$ және $\Theta_{өжаа}$ – а аймағында өнеркәсіптегі және ауыл шаруашылығындағы шағын кәсіпкерлік нысанының өнімі, тг; $\Theta_{өа}$ және $\Theta_{өаа}$ – а аймағындағы жалпы өндірілген өнеркәсіптік және ауыл шаруашылық өнімі, тг

Кесте 11-тің жалғасы

6	Бір жұмысшыға шаққандағы өнім көлемі, тг.	$X_6 = \Theta_{\text{ка}} / Ж_{\text{ка}}$	$\Theta_{\text{ка}}$ - а аймағындағы шағын кәсіпкерлік нысанының өнімі, тг; $Ж_{\text{ка}}$ - а аймағындағы шағын кәсіпкерлікте жұмыс істейтіндер саны, мың адам;
7	Шағын кәсіпкерлік нысанының қаржылық – несиелік мүмкіндігі, тг/адам	$X_7 = K_{\text{ка}} / Ж_{\text{ка}}$	$K_{\text{ка}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлік нысанының бюджетке төлемі, тг; $Ж_{\text{ка}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлікте жұмыс істейтіндер саны, мың адам;
8	Шағын кәсіпкерлік нысанына берілген қысқа мерзімді несиелер үлесі, %	$X_8 = N_{\text{ка}} / N_a \times 100$	$N_a$ – а аймағындағы жалпы бөлінген несиелер көлемі, тг; $N_{\text{ка}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлікке бөлінген қысқа мерзімді несиелер көлемі, тг.
9	Шағын кәсіпкерлік нысанына берілген ұзақ мерзімді несиелер үлесі, %	$X_9 = N_{\text{үа}} / N_a \times 100$	$N_a$ – а аймағындағы жалпы бөлінген несиелер көлемі, тг; $N_{\text{үа}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлікке бөлінген ұзақ мерзімді несиелер көлемі, тг.
10	Шағын кәсіпкерлік нысанына берілген несиелердің қайтарымдылығы, %	$X_{10} = N_{\text{қай}} / N_a \times 100$	$N_a$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерлікке жалпы бөлінген несиелер көлемі, тг; $N_{\text{қай}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерліктен қайтарылған несиелер, тг.
11	Аймақтың әр тұрғынына шаққандағы шағын кәсіпкерлік-тен келетін кіріс, %	$X_{11} = T_{\text{а6}} / T_a$	$K_{\text{ка}}$ – а аймағындағы шағын кәсіпкерліктің кірісі, тг; $T_a$ – а аймағының тұрғындарының жалпы саны, мың адам.
Ескерту: 1-9 үлгілер негізінде 10,11 үлгілерді автор құрастырған			

Шағын кәсіпорындардың аймақтағы қызметінің тиімділігін көп өлшемді бағалаудың бірінғай кешенін жасау мақсатында  $X_1$ - $X_{11}$  көрсеткіштерін  $I_1$  –  $I_{11}$  индекстеріне айналдырамыз.

Бірдей өлшем бірлікте болатын келесі формула бойынша есептеу жүргізу үшін  $X_i$  көрсеткішінің минималды ( $X_{\text{min}}$ ) және максималды ( $X_{\text{max}}$ ) шектерін анықтаймыз:

$$I_i = (X_i - X_{\text{min}}) / (X_{\text{max}} - X_{\text{min}}),$$

Мұндағы:  $I_i$  -  $i$ -ші қатардағы индекс;  $X_i$  -  $i$ -ші қатарға сәйкес көрсеткіші;  $X_{min}$ ,  $X_{max}$  -  $X$  көрсеткішінің максималды және минималды шектері.

Үлес салмақты сипаттайтын 100% көлемдегі 5 көрсеткіш:  $X_1$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_8$ ,  $X_9$ ,  $X_{10}$  үшін максималды және минималды шектеулері (0;100) шеңберінде анықталған. Ал өлшемдері мен стандарттары бекітілмеген  $X_2$ ,  $X_6$ ,  $X_7$ ,  $X_{11}$  көрсеткіштері үшін максималды және минималды шектеулер Қарағанды облысының аудандары бойынша салыстырмалы түрде анықталады.

Сонда ол келесі түрде болады: 2007 жыл үшін  $X_2$  (min 1; max 7),  $X_6$  (min 7,6; max 1117,9),  $X_7$  (min 3,3; max 87,8) 2009 жыл үшін  $X_2$  (min 1; max 8),  $X_6$  (min 2,6; max 145,8),  $X_7$  (min 3,3; max 87,8) тең болып отыр. 2005 жылмен салыстырғанда 2009 жылы минималды және максималды көрсеткіштер деңгейі өсіп отыр. Шағын кәсіпкерліктің аймақта дамуының кешенді индексін есептеу үшін келесі үлгіні пайдаланамыз:

$$I_s = I_i / X_i - X_{max},$$

Мұндағы:  $I_s$  - шағын кәсіпкерліктің аймақта дамуының кешенді индексі;  $I_i$  -  $i$ -ші қатардағы индекс;  $m - I_i$ ,  $m \in [1-11]$  сандарының индексі. Әр ауданның кешенділік индексін ең алдымен қарастырып өтейік.

Шағын және орта кәсіпкерлік нысандарының ең жоғары индексі Қарағанды (0,6635) қаласында белгіленіп көріп отыр.

Көп көрсеткішті бағалаудағы  $I_s$  мәні жоғары болған сайын шағын кәсіпкерліктің даму деңгейі жоғары екенін көруге болады.

Бұл дегеніміз шағын және орта кәсіпкерліктің дамуы аймақтағы әлеуметтік-экономикалық жағдайды сипаттайтын көрсеткіштердің өзгеруіне өз әсерін тигізіп, халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайының жоғарылауының бірден бір факторы бола алады деп нық сеніммен айта аламыз.

## **2.2 Кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің тәуекелділік ерекшеліктері**

Кез-келген кәсіпкер өз жұмысын жүзеге асыру барысында қандай-да бір кіріс алу және қаржы жұмсау т.б. мақсатты ұстанады. Яғни, ол өз жұмысын жоспарлайды. Бірақ, дамудың осы немесе басқа да стратегияларын таңдай отырып, кәсіпкер өз қаражатын жоғалтуы немесе жоспарланған сомадан аз алуы мүмкін. Бұл компанияның белгісіз ахуалда болуын көрсетеді. Компания тығырыққа тірелген кезде, басшылыққа шешім қабылдауға тура келеді, ол шешімдердің табысты іске асырылу ықтималдылығы (яғни, толық көлемде табыс алуы) кәсіпорынға іштей және сырттай әсер ететін көптеген факторларға тәуелді. Осындай жағдайда тәуекел ұғымы пайда болады.

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерге тән қасиеттің бірі - тәуекелділік жасау. Тәуекелділік - бұл кәсіпкерлер еркіндігінің қарсы жағы. Сөздікте «тәуекелділік» - қауіптілік, пайда немесе зиян болу мүмкіндігі деп

берілген [16]. Тәуекелділік шаруашылық шешімнің элементі ретінде, оған мынандай анықтама беруге болады - бұл нарықтық қатынастың кез-келген субъектісі қызметінің ситуациялық сипаты. Өйткені, кәсіпкерлік іс нәтижесі бұл жағдайда анықталмаған, өз іс әрекетінің нәтижесі жағымды немесе жағымсыз, пайдалы немесе зиянды болуы ықтимал. Сондықтан да кәсіпкер өзінің нақты экономикалық шаруашылық қызметінде қажетті нәтижені алу немесе ала алмау мүмкіндігінің дәрежесін еске алуы қажет.

Неғұрлым тәуекелділік деңгейі төмен болса, соғұрлым жоғары. Пайда алу мүмкіндігі төмен. Сондықтанда кәсіпкерлік қызмет субъектілер міндеті - тәуекелділік теориясына сәйкес, - тәуекелділікті ең төменгі деңгейге жеткізбей, қабылданатын шешім мен тәуекелділік деңгейі және нәтижесінің пайдалылығы арасындағы қатынастың ең жоғарғы деңгейін табу [17].

Тәуекелділік кез-келген экономикалық қызмет түрлерінде кездеседі, сондықтан да олардың түрлері аса көп және күрделі. Оның негізгілеріне мыналарды атауға болады: өндірістік, қаржылық, инвестициялық және нарықтық.

Өндірістік тәуекелділік - өндірістік қызметтің кез-келген түрін жүргізетін өндіріс және өнімді өткізумен байланысты. Тәуекелділіктің бұл түрі өндіріс және өнімді өткізу көлеміне материалдық және еңбек шығындарының өзгерісіне, баға өзгерісіне байланысты. Өндірістік тәуекелділіктің құрамы:

- шаруашылық келісімінің орындалмай қалуы қауіпсіздігіне тәуекелділік;
- нарық конъюнктурасының өзгерісіне, бәсекелестіктің күшеюі қауіптілігіне тәуекелділік жасау;
- ойламаған шығындардың болуына тәуекелділік жасау;
- кәсіпорынды жоғалту мүмкіндігіне тәуекелділік.

Шаруашылық келісімінің орындалмауының себебі серіктестерінің төлем қабілеттілігінің болмауынан туындайды. Ал, нарық конъюнктурасының өзгеруі және бәсекелестіктің шиелене түсу себебі маркетингтік саясаттың жетілмеуінен болуы мүмкін. Өнім өткізу нарығын дұрыс таңдай алмауы, бәсекелестер жөніндегі ақпараттардың дұрыс болмауы, құпия ақпараттардың қолды болуынан болады. Сонымен қатар қазіргі дағдарыс жағдайында ресурстарға бағаның өсуі ойланбаған, жобаланбаған шығындарды тудырады. Ресурстар нарығының конъюнктураларын жобалау және талдау арқылы мұндай тәуекелділік түрлерінен келетін зиян шегуді азайтуға тіптен жоюға да болады.

Кәсіпорынның өз мүлкін жоғалту себебі әртүрлі апаттық жағдайлардан болады: жер сілкінуі, су тасқынынан өрттен және т.б. ұрлықтан, өндіріс апатынан т.б. Бұдан сақтану жолдары: мүлікті сақтандыру (өрттен, апаттан т.б.)

Қаржы саласындағы тәуекелділік - осы салада субъектілер кәсіпкерлік іс жүргізгенде немесе қаржы келісім жасағанда валюта- ақша операцияларының шектеулі болуынан да болуы мүмкін.

Инвестициялық тәуекелділіктің болу себебі өзінің және алынған бағалы қағаздардың құнсыздануынан болады [18]. Сонымен кәсіпкерлік қызмет субъектілері тәуекел жасау тән. Бірақта, сол іске тәуекел жасағанда, ол негізге сүйенуі керек. Ойланбаған шығындардың кездесуі мүмкін, әңгіме оны

болдырмау емес, одан шегетін зиянды азайту үшін алдын-ала нақты шаралар белгілеу қажеттілігі туады. Болашақ іс жоспарын жасағанда немесе келісім-шартқа тұрғанда мұндай жағдайлар жан-жақты талданып, құжаттарда көрсетіп, маркетингтік стратегиядан да орын берілуге тиіс. Міне, сонда ғана іскерлік қызмет субъектілері өзінің алдына қойған негізгі мақсатына жетіп, тұрақты да табысты жұмыс істеуіне сенім болады.

Бірақта, нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік іс жүргізуде қауіп-қатер болуы мүмкін. Әңгіме сондай қауіп-қатерден қашқақтау немесе оны болдырмау емес, оны алдын-ала білу және оның келтіретін зардабын азайту қажет болады. Қазіргі экономикадағы кәсіпкерліктің қауіп-қатерінің күшейе түсу себептері мына жағдайларға тікелей байланысты: экономикалық қызметті ретке келтіретін заңдар мен нормативті актілердің тез өзгеруі және олардың нақты өмірге еңбеуі мен шарушылықты жүргізетін барлық деңгейдегі субъектілердің жауапсыздығы.

Кәсіпкерлік қызметтің кейбір түрлеріндегі қауіп-қатерге тәуекелділік жасау деңгейін есептеп, анықтауға болады. Мәселен, мүлікті, денсаулықты және адам өмірін сақтандыруға болады. Ал, кәсіпкерлік аясындағы қызметтің басқа түрлерінде кездесетін қауіп-қатер деңгейін анықтау тәсілдері жоқ.

Кәсіпкерлікте кездесетін қауіп-қатерлікке тәуекелділік жасау жолында мынандай түсініктер кездеседі - «шығын», «зиян» және «жоғалту». Мұның ішінде «шығынды» алатын болсақ, оның әрқашанда болуы шарт, өйткені, көп пайданы, тек жұмсалатын шығындарды азайту арқылы ғана қол жеткізуге болады, ал зиян шегу тек қана істің сәтсіздікке ұшырауының нәтижесінде болатыны белгілі. Бұдан біз қауіп-қатердің сапалық және сандық көрсеткіштері болатынын айтуымыз керек.

Қауіп-қатерге тәуекел жасаудың сандық көрсеткіштерінің шегі болады. Оған байланысты мына түсініктерді енгізуге болады:

1) Тәуекелділік жасауға мүмкін болатын аймақ. Бұған кәсіпкерлік қызметтің экономикалық тиімділігін сақтай алатын түрі жатады. Былайша айтқанда түсетін пайданан жұмсалған шығын аз болуы керек. Тек кәсіпкерлік пайданы белгіленген мөлшерден кем алу қауіпі туады. Бұл жағдайда тәуекел жасау зонасының шегі шығын деңгейінің есептегі (белгіленген) пайда мөлшеріне тең болуына сәйкес келеді.

2) Тәуекелділік жасаудың екінші түрі - өте қиын жағдайда тәуекел жасау аймағы. Мұнда зиян белгіленген пайда мөлшерінен жоғары болу қауіпі мен сипатталады. Зиян тіптен белгіленген пайдамен жұмсалған шығын қосындысына жетуі де мүмкін. Сонда кәсіпкер пайда алмақ түгел барлық жұмсалған шығынының көлемінде зиян шегеді.

3) Апатты қауіп-қатерлі аймақ. Мұнда кәсіпкер өз мүлкінің құнына тең болатын зиян шегеді. Бұндай зиян шегу кәсіпорынды жабуға, өз мүлкін сатуға мәжбүр етеді. Бұған адам өміріне өте қатерлі немесе экологиялық апаттың болуы да мысал бола алады. Аталған қауіп-қатердің үш түрінің әр қайсысының деңгейін анықтауға болады. Оны мына 12-кесте түрінде сызып көрсетуге болады:

## Кесте 12

### Кәсіпкерлік қызметтегі қауіп-қатер деңгейі

Шығын деңгейінің болу мүмкіндігі	Ш1	Ш2	Ш3	Ш4	Ш5
Зиян деңгейінің болу мүмкіндігі	В1	В2	В3	В4	В5

Бірінші жолға = пайда, кіріс, шығын, түсім жазылады. Ал, екінші жолға- әр зиян деңгейі жазылады. Мұны қисық арқылы да жазуға болады:

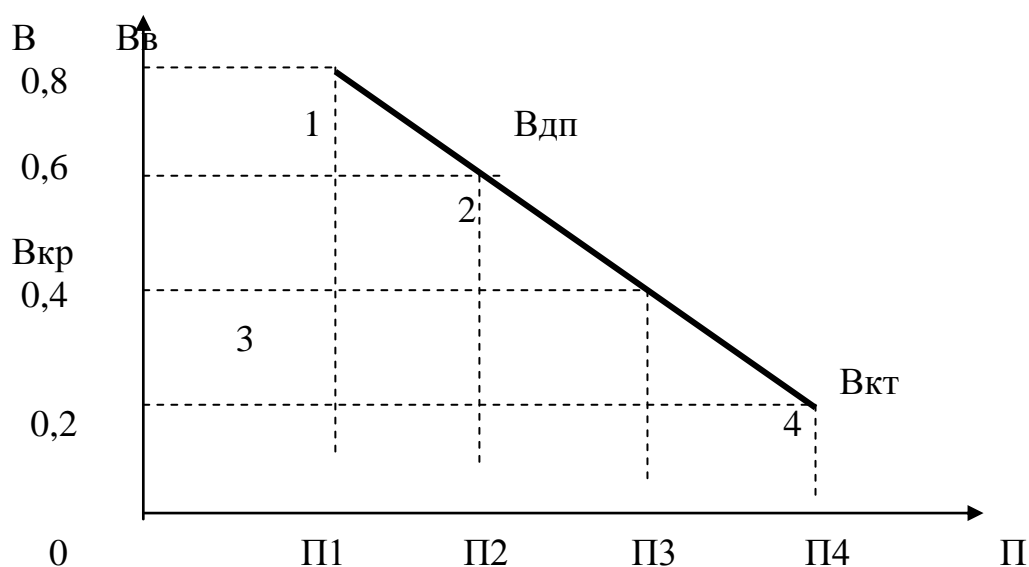
Кәсіпкерліктің қауіп-қатерін бағалауда уақыт факторының маңызы аса зор. Біріншіден, тәуекелділік кәсіпкерлік жобаны жүзеге асыру уақыт ұзақтығына тікелей байланысты. Сондықтанда жобаны ең аз мерзімде жүзеге асыруды талап етеді.

Екіншіден, зиян шегу мүмкіндігі уақытқа байланысты өзгеріп отырады. Бұған орай жобаланған ең бастапқы және ағымдағы күнделікті кездесетін қауіп-қатер зардабынан болатын зиянды бөліп қарауға болады. Жобада белгіленген шығынға қарағанда, ол жобаны жүзеге асыру кезіндегі ағымдағы қауіп-қатер нәтижесіндегі зиян асып кетуі де мүмкін.

Барлық зиянды кәсіпкерлік қызметтің түріне қарай: материалдық, еңбек, қаржы және басқа арнайы болатын шығыны деп төртке бөлуге болады (сурет 9):

Материалдық зияндарға кәсіпкерлік жобада қаралмаған және қосымша немесе тікелей жолмен жұмсалған (не жойылған) материалдық объектілерді жатқызуға болады.

Бұл зияндарды бір өлшеммен өлшеу мүмкін емес, сондықтан да тәжірбиеде жоғалған материалдық объектілердің бәрін ақша формасында ғана есептеуге тура келеді. Еңбек шығынына уақыт өлшемі алынады, бұл кездейсоқ жағдайлар нәтижесінде болуы мүмкін. Тікелей еңбек шығынын адам-сағат, күн, апта, ай т.б., сонан соң бір сағаттың құнына көбейтуге болады. Ал, қаржылай зиян тікелей ақша өлшемімен есептеледі.



Сурет 9. Қауіп-қатер аймағы

Мәселен, уақыт шығынына мынандай мысалды алуға болады, айталық кәсіпкерлік қызметінің үрдісі белгіленген мерзімінен көп кеш басталды. Демек, біраз уақыт зая кетті, соның бәрін есептеуге де болады: сағатпен немесе күн т.б.

Бұдан басқа белгілі бір бағыттағы арнайы кеселдер де кездеседі. Бұған адамның денсаулығына адам өміріне, қоршаған ортаға, кәсіпкердің арына нұқсан келтіретін әлеуметтік-моральдық және психологиялық фактор нәтижесінде болатын жағдайларды жатқызуға болады.

Кәсіпкерлік қызмет түріне байланысты зиян құрылымын былайша бөлуге болады: өндірістік, саудалық (коммерциялық) және қаржылық.

Өндірістік саладағы кәсіпкерліктен шегетін зиян түрлеріне мыналарды атауға болады: еңбек өнімділігінің кемуі нәтижесінде, құрал жабдықтардың босқа тұруы салдарынан немесе өндіріс қуатын толық пайдаланбаудан өндіріс көлемінің кеміп кетуі әйтпесе өнім сатудың азаюы.

Мұнымен қатар өндірістік шығынға өнім сапасының төмен болуынан оның сату бағасының кемуі, нарық конъюнктурасының ауытқуы, сұранымының азайып кетуі кәсіпкерлерді көп шығынға ұшыратады. Бұған салықтың шамадан тыс артуы да әсер етеді.

Сонымен қатар сауда саласында да кәсіпкерлер зиянға ұшырауы мүмкін. Мәселен, жобада ескерілмеген жағдайларға байланысты тауардың сатып алу бағасының қымбаттауы кәсіпкер түсімін азайтады.

Мұнымен қатар айналым үрдісінде де тауардың кейбір бөлігін кәсіпкер жоғалтуы мүмкін. Айталық, өнімді сақтау немесе тасымалдау сатыларында кездеседі. Өнім сапасын кеміту нәтижесінде тауар құнының кемуі, немесе баж салығының артуы, айып төлеу және басқада қосымша шығындардың көбеюі болады.

Кәсіпкерлер қаржы саласында көптеген зиян шегуі мүмкін, бұны сауда саласына да жатқызуға болады. Мұнда тауар ролінде бағалы қағаздар валюта болуы мүмкін, уақытылы төленбеген қаржы агенттігінің төлемі, ақша-валюта бағамының өзгеруі мүмкін.

Сонымен экономиканың қай аясында болмасын кәсіпкер тәуекелділік жасап қаржы жұмсайды, бірақ оның пайда алуына ешкім де кепілдік бермейді. Сондықтан да тәуекелділік жасау бір негізге сүйену керек. Ол негіз алдын-ала алынған ақпарат мәліметтері болуға тиіс.

Тәуекел – жеке кәсіпкерлік субъектісінің қызметі нәтижесінде салдарының ауырлық дәрежесі ескеріле отырып, адамның өмірі мен денсаулығына, қоршаған ортаға, мемлекеттің мүліктік мүдделеріне зиян келтірудің ықтималдығы.

Тәуекелдерді бағалау жүйесі – бақылау және қадағалау функцияларын жүзеге асыруға уәкілетті мемлекеттік орган тексерулерді жоспарлау мақсатында жүргізетін іс-шаралар кешені.

Тәуекел дәрежесін бағалау критерийлері – жеке кәсіпкерлік субъектісінің тікелей қызметімен, салалық даму ерекшеліктерімен және осы дамуға әсер ететін факторлармен байланысты, жеке кәсіпкерлік субъектілерін әртүрлі



тәуекел дәрежесіне жатқызуға мүмкіндік беретін сандық және сапалық көрсеткіштердің жиынтығы.

Жалған кәсіпорын – Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес құрылуы және (немесе) оған басшылық етілуі соттың заңды күшіне енген үкімімен не қаулысымен жалған кәсіпкерлік деп танылған жеке кәсіпкерлік субъектісі.

Жеке кәсіпкерлік субъектілері тәуекел дәрежесіне қарай жоғары, орташа не төмен тәуекел топтарына жатқызылады және олар үшін жоспарлы тексерулер жүргізудің:

- жоғары тәуекел дәрежесі кезінде – жылына бір реттен;
- орташа тәуекел дәрежесі кезінде – үш жылда бір реттен;
- төмен тәуекел дәрежесі кезінде – бес жылда бір реттен жиі емес кезеңділігін айқындайды.

Тәуекелді бағалау критерийлерін анықтауда салық қызметі органдары салық төлеуші ұсынған салық есептілігінің деректеріне, уәкілетті органдардан алынған мәліметтерге, сондай-ақ салық төлеушінің қызметі туралы басқа да құжаттарға және (немесе) мәліметтерге талдауды жүзеге асырады.

Тапсырылған салық есептілігі бойынша мәліметтерді талдауды іске асыру үшін салық төлеушілердің дербес шоттары бойынша бұрынғы жүргізілген салық тексерулерінің нәтижелері туралы, салық есептілігінің мерзімінде тапсырылуы туралы, салық төлеушінің тіркелу деректері туралы және басқада салық органдарының өкіміндегі салық төлеушілер туралы мәліметтер пайдаланылады.

Тәуекелді бағалау критерийлері мынадай тәртіпте анықталады (кесте 13):

Кесте 13

Тәуекелді бағалау критерийлері мен ерекшеліктері

№	Тәуекелді бағалау критерийлері	
1	ортасалалық салықтық жүктеменің коэффициенттік белгісінен төмен салық төлеушінің салықтық жүктемесінің коэффициентті:	25 пайыздан аз болса - 10 балл; 25 пайыздан 50 пайызға дейін - 20 балл; 50 пайыздан 75 пайызға дейін - 30 балл; 75 пайыздан артық болса - 60 балл.
2	жалған кәсіпорындармен, әрекет етпейтін салық төлеушілермен және сот олардың тіркеуін заңсыз деп таныған кәсіпорындармен, сондай-ақ сот кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру ниетінсіз деп таныған мәмілелерді жүзеге асыру:	– егер мәмілелер сомасы 500 мың теңгеге дейін болса, онда – 5 балл; – егер мәмілелер сомасы 500 мың теңгеден 10 млн. теңгеге дейін болса, онда – 20 балл; – егер мәмілелер сомасы 10 млн. теңгеден артса, онда – 60 балл;

Кесте 13-тің жалғасы

3	нөлдік көрсеткіштермен корпоративтік табыс салығы мен қосымша құн салығы бойынша салық есептілігін тапсырған кезде шот-фактураларды көшіріп беру:	<p>– салық есептілігі мен нысандарының айналымы мен шот-фактураларды көшіріп берудің араларындағы алшақтық 500 мың теңгеге дейін болса, онда – 5 балл;</p> <p>– 500 мың теңгеден 10 млн. теңгеге дейін болса, онда – 10 балл;</p> <p>– 10 млн. теңгеден артса, онда – 50 балл;</p>
4	еңбекақы төлеу қорының жылдық жиынтық табысқа қатынасы:	<p>–0,1% кем болса, онда – 50 балл;</p> <p>–0,1%-тен 0,5% дейін болса, онда – 30 балл;</p> <p>–0,5%-тен астам 1% дейін болса, онда – 10 балл;</p>
5	салық төлеушілер активтерінің жиынтық жылдық табысқа қатынасы:	<p>–0,1% кем болса, онда – 50 балл;</p> <p>–0,1%-тен 0,5% дейін болса, онда – 30 балл;</p> <p>–0,5%-тен астам 1% дейін болса, онда – 10 балл;</p>
6	егер басшы немесе құрылтайшы әрекет етпейтін салық төлеушілердің, жалған кәсіпорындардың және сот олардың тіркеуін заңсыз деп таныған кәсіпорындардың сондай-ақ сот кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру ниетінсіз мәмілелер деп таныған кәсіпорынның басшысы және (немесе) құрылтайшы болып табылса:	<p>– егер басшы және (немесе) құрылтайшы әрекет етпейтін салық төлеушілердің басшысы және (немесе) құрылтайшысы болып табылса, онда – 10 балл;</p> <p>– егер басшы және (немесе) құрылтайшы тіркеуін заңсыз деп таныған кәсіпорындардың басшысы және (немесе) құрылтайшысы болып табылса, онда – 20 балл;</p> <p>– егер басшы және (немесе) құрылтайшы сот кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру ниетінсіз мәмілелер деп таныған салық төлеушілердің және жалған кәсіпорындардың басшысы және (немесе) құрылтайшысы болып табылса, онда – 30 балл.</p> <p>– Салық органдарында жылына 2 және (немесе) одан артық есептен шығару және есепке қою (бір облыстағы есептен шығару және басқаға есепке қою) – 30 балл.</p>

Салық төлеушілерді тәуекел дәрежесіне тәуекелдің әрбір критерийлері бойынша салық бақылауын жүзеге асыратын уәкілетті орган шекті мөлшері болатын және белгілейтін тиісті баллдар беріледі.

Тәуекелдер критерийлері бойынша баллдар барлық критерийлері бойынша жалпы жиынтық қорытындысын айқындау үшін жинақталады.

Тәуекелдер критерийлері бойынша жиынтық қорытындысының нәтижелері салық төлеушілерді тәуекелдердің дәрежесі бойынша дифференциациялау үшін қолданылады.

Салық төлеушілерді тәуекелдердің санаттары бойынша дифференциациялау былайша жүргізілді:

- жоғары тәуекел дәрежесі – 100 (қоса алғанда) және одан астам балл;
- орташа тәуекел дәрежесі – 50-ден (қоса алғанда) 100-ге дейін балл;
- төмен тәуекел дәрежесі – 50 баллға дейін.

Тәуекелдердің жоғары (жоспарланған салық тексерулерінің жалпы санынан 80%), орташа (15%) және төмен (5%) деңгей дәрежелеріне жатқызылған салық төлеушілер салық тексерулерінің жоспарына енгізіледі.

Тәуекелдерді бағалау салық бақылауын жүзеге асыратын уәкілетті орган жүзеге асырады.

Тәуекелдің бір тобы ішінде жоспарлы салық тексерулерін жүргізуге салық төлеушілерді таңдап алу мынадай принциптер бойынша жүзеге асырылады:

- тауарды (жұмысты, қызметтерді) өткізуден түскен табысы 1,0 млн. теңге және одан астам;
- берілген баллдардың барынша жоғары сомасы;
- берілген баллдардың сомасы бірдей болған жағдайда, тексеру жүргізуге жылдық жиынтық табысының мөлшері көп салық төлеуші таңдап алынады;
- берілген баллдардың сомасы, сондай-ақ жылдық жиынтық табысының мөлшері бірдей болған жағдайда, тексеру жүргізу жоспарына тексерілмеген салық кезеңі барынша көп салық төлеуші таңдап алынады.

Салық тексерулерін жүргізуге мониторингке жататын ірі салық төлеушілерді таңдап алу осындай тексерулер жүргізуге тиісті тәжірибесі бар аудиторлар саны штатына сүйене отырып, өңірлер қимасында мынадай өлшемдер бойынша жүзеге асырылады:

- тексерулер 4 жылдан және одан артық жүргізілмеген салық кезеңі;
- егер жекелеген өңірде таңдау нәтижесінде ірі салық төлеушілердің айтарлықтай саны тексеруге жататын болған жағдайда, тексерулер жүргізу үшін басымдық жылдық жиынтық табысының мөлшері ең жоғарысына берілуі тиіс.

Қазақстан агроөнеркәсіп кешенінің (АӨК) дамуының ерекше шарттары, аграрлық нарықтың ырықсыздануының артуы шаруашылық қызметінің экономикалық тиімділігі мен тұрақтылығының ішкі және сыртқы факторларын жүйелік талдау негізінде өндірістік-экономикалық қызметтің тәуекелді ескере отырып дайындалған ұтымды стратегияларын қалыптастыру мен талдау құралдарын дайындауды талап етеді.

Өнімділіктің тұрақсыздығы және өндірістік ресурстар нарығындағы, әсіресе, ауыл шаруашылығы өнімдері нарығындағы бағаның тұрақсыздығы, сонымен бірге кәсіпорындардың қаржы ресурстарының құрылымының оңтайлы болмауы мен олардың жағдайының аграрлық саясаттағы өзгерістерге тәуелділігі – аграрлық саладағы тәуекелдің неғұрлым маңызды көздері болып саналады. Тәуекелді бағаламау мен оны төмендету тәсілдерін дұрыс қолданбау кәсіпкерлікті күрделі қаржылық мәселелерге алып келетінін тәжірибе көрсетіп отыр. Ел Президентінің Қазақстан халқына 2010 жылғы жолдауында да АӨК туралы айрықша айтылып, оның дамуы арқасында еліміз үшін аса маңызды екі міндет – азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мен экспортты әртараптандыру міндетін жүзеге асыру қарастырылған. Сол себепті ауыл шаруашылығы мен тұтастай сала кәсіпорындарының экономикалық тиімділігін жоғарылату мен тұрақты дамытуда тәуекелді талдау мен оған қарсы тұру әдістерін жетілдіру үлкен маңызға ие.

Нарықтық экономика жағдайында ауыл шаруашылығында тәуекелді басқару үшін түрлі стратегиялар қолданылуы мүмкін, атап айтсақ: салаларды үйлестіру, өндірісті түрлі табиғи-экономикалық аудандарда орналастыру, жергілікті табиғи-экономикалық жағдайларға бейімделген технологияларды қолдану, сақтандыру, несиелендіру, ауыл шаруашылығы өндірісінен тыс табыс көздерін іздестіру. Отандық экономикалық ғылымда тәуекелді төмендетудің аталып өткен стратегияларының әрқайсысын қолданудың теориялық және қолданбалы аспектілері жөнінде зерттеулер аз емес. АӨК экономикасында нарықтық қатынастардың дамуына байланысты ауылшаруашылығы өндірісінің экономикалық тиімділігін арттыруда тағы да бір маңызды стратегия – өнім өндірісі мен оны сату көлемін тәуекелді ескере отырып уақыт бойынша оңтайлы бөлу ерекше орынға ие болып отыр. Бұл аграрлық нарықтағы бағалардың динамикасының ерекшелігі, бірінші кезекте, олардың маусымдық сипаты тек тәуекелдің көзі ғана емес, өнімді сату саясатын шебер басқарған жағдайда өндірістің экономикалық тиімділігін жоғары деңгейде ұстаудың көзі де бола алатындығымен түсіндіріледі.

Бірақ, қазіргі күні аграрлық экономикада жиі орын алатын тәуекел мен анықсыздық факторларын есепке ала отырып, осы мәселенің теориялық және қолданбалы аспектілерін жан-жақты және терең зерттеулердің тапшылығы айқын сезіледі. Ауыл шаруашылығы өндірісі мен АӨК нарығының өзіндік ерекшеліктері осындай зерттеулер жүргізіп, өндірілген өнімнің сатылатын көлемі мен сату уақытын оңтайландыру бойынша тиісті әдістемелер дайындауға кеңінен мүмкіндік береді.

Анықсыздық – шаруашылықты жүргізудің ажырамас сипаттамасы болуына байланысты, тәуекел – кез-келген шаруашылық шешімін қабылдаудың объективті элементі болып саналады. Шаруашылық тәуекелінің ауыл шаруашылығы өндірісіне тән келесідей түрлері мен көздерін бөліп көрсетуге болады:

- 1) өндірістік тәуекел;
- 2) бағалық немесе нарықтық тәуекел;

- 3) институционалдық тәуекел;
- 4) адам факторы тәуекелі;
- 5) қаржылық тәуекел;
- 6) мүлiктік тәуекел;
- 7) келісім-шартты орындамау тәуекелі.

Аталып өткен тәуекел түрлері мен олардың көздерінің ауыл шаруашылығы кәсіпорындары үшін маңыздылығы олардың өндірістік бағытына байланысты әртүрлі болғанымен, сүт-ет бағытындағы шаруашылықтар тәуекелдің ең маңызды көзі ретінде өнім бағасын көрсетеді, себебі мал шаруашылығы өнімдері нарығында бағаның маусымдық құбылуы айқын байқалады.

Мал шаруашылығы өнімдерінің бағаларының тұрақсыздығы сала өнімдеріне сұраныс пен ұсыныстың икемсіздігімен, өндіріс көлемі мен бағаның маусымдық сипатымен байланысты. Сұраныс пен ұсыныстың салыстырмалы түрдегі елеусіз өзгерісінің өзі бағаның күрт өзгеруіне алып келеді. Мал шаруашылығы өнімдерін өндірушілер өндіріс циклының ұзақтығына байланысты сұраныс пен ұсыныстың өзгерісіне, оның нәтижесінде туындайтын баға құбылуына жылдам икемделе алмайды. Сонымен қатар, елімізде «өндіріс-сату-өңдеу» үрдістерінің баға тізбегінде тауар өндіруші бағасы мен өңдеуші кәсіпорындардың сатып алу бағасы, өнімді соңғы тұтынушы сатып алатын баға арасында үлкен алшақтық байқалады. Мал шаруашылығының негізгі өнім түрлерінің бөлшек саудадағы бағасы фермерлік бағадан орта есеппен алғанда 60%-ға жоғары болса, осындай алшақтық сүт өндірісінде 2 еседен астам. Мұндай жағдай ең алдымен тауар қозғалысында сауда-делдалдық құрылымдардың санының артықшылығымен, өнімді тасымалдау мен сақтауға кететін шығындардың жоғары болуымен байланысты. Мұның барлығы соңғы өнім бағасының жоғарылап, пайданың негізгі бөлігінің айналыс аясында қалып қоюына ықпал етеді, демек баға қалыптастыру жүйесі соңғы өнім бағасының төмендеуіне ықпал етуге бағытталмаған. Сауда саласында бөлшек сауда бағалары реттелмейді және олар бір сауда орнының өзінде елеулі ерекшеленеді. Сонымен бірге, мал шаруашылығы өнімдерінің импорттық бағаларының фермерлік бағадан төмен болуына орай, көтерме құрылымдар үшін импорттық өніммен сауда жасаған тиімді. Осы жағдай Отандық мал шаруашылығы өнімдерін өткізуде қиыншылықтар тудырып, нарықта импорттық өнімнің үлесінің өсуіне өзіндік ықпалын тигізіп отыр.

Қазіргі күні елімізде ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің табысын қолдау мақсатында өсімдіктер мен малдарды қорғау шараларына, элиталы тұқым шаруашылығы мен асыл тұқымды мал шаруашылығын дамытуға мемлекеттік қолдау көрсетіледі, жанар-жағар май, тыңайтқыш алуға кеткен шығындардың бір бөлігі мемлекеттік бюджет есебінен өтеледі. Бірақ, қазіргі уақытта ҚР Үкіметінің аграрлық өндірістің тәуекелділігін ескере отырып ауыл шаруашылығы өндірісін кең көлемде бағалық қолдау саясаты жоқ.

Осындай жағдайда ауыл шаруашылығы нарығында тәуекелді басқарудың мемлекеттің қатысуынсыз жүзеге асырылатын, тиімді және ауыл кәсіпкерлеріне тәуекелді басқару үрдісін адекватты ұғынуға мүмкіндік беретін құралдарын

ұсыну мәселесі туындап отыр. Оған жауап ретінде - өнімді сату көлемін уақыт бойынша оңтайландыруды атап өтуге болады. Себебі ауылшаруашылық дақылдарының көбінің нарығына бағаның маусымдық құбылуы тән, өйткені саладағы өндірістің өзі маусымдық сипатқа ие. Мұндай жағдайда ауылшаруашылық кәсіпорнының табысын өнім бағасының динамикалық ерекшеліктерін максималды ұтымды ескеретін нарықтық стратегиялар арқылы барынша жоғарылатуға ұмтылу қажет. Ол үшін ауылшаруашылық дақылдары нарығындағы баға тұрақсыздығын ескере отырып өнімді сақтау мен сату саясатын оңтайландыру есебін шешу керек. Бұл мәселе бір қарағанда жеңіл болып көрінгенімен, өте күрделі мәселе болып саналады. Себебі өнімді жинау кезеңі аралығындағы уақытта өнім бағасы тұрақты болмайды, ол үнемі құбылып тұрады. Ұзақ уақыт бойы сақтауға келетін астық, картоп, кейбір көкөніс түрлері секілді ауыл шаруашылығы өнімдері үшін бұл есеп өнім жиналғаннан кейінгі кезеңде дайын өнім қорын басқару есебі болып саналады. Ал өнімі негізінен сақтауға келмейтін мал шаруашылығында өнімді өткізуді басқару есебі өндірістің өзін уақыт бойынша жоспарлауға қатысты. Мал шаруашылығы өнімдері нарығына тән осындай ерекшеліктерді ескере отырып, жыл маусымдары бойынша сүт өндіру жоспарын оңтайландыруға бағытталған әдістемелерде сүт өндіруді жоспарлаумен байланысты басқару шешімдерін қабылдауда маңызды орынға ие екі негізгі фактор: сүт өнімдері нарығына тән баға анықсыздығы мен кәсіпкердің шаруашылық (кәсіпкерлік) қызметте ауыл шаруашылығы өнімдері мен ауыл шаруашылығы ресурстарының бағасының анықсыздығына байланысты туындайтын тәуекелге қатынасы ескерілмеген. Мал шаруашылығы саласының аталып өткен ерекшеліктері өнімді өткізу саясатын оңтайландыру есебін шешуде тәуекелді есепке алудың сәйкес әдістемелерін қолдануды көздейді.

Соңғы жылдары жүргізілген экономикалық реформалардың нәтижесінде ауыл шаруашылығы өндірісінің көлемі өсу тенденциясына ие болып, мал шаруашылығы саласында соңғы жылдары мал басы мен құс санының өсімі 3-5%, мал шаруашылығы өнімдерін жеке түрлерін өндіру көлемінің өсімі 3-7% құрады.

Дегенмен, саланың өндірістік, қаржылық көрсеткіштері жақсарғанымен, ауыл шаруашылығы өзінің құлдырау алдындағы 1990-жылғы деңгейіне жете алған жоқ, 2009 жылы ауыл шаруашылығының жалпы өнімі 1990 жылдың 79,5% деңгейінде болса, бұл көрсеткіш өсімдік шаруашылығында 105,2%, ал мал шаруашылығында 60,3% болды. Өндіріс көлемінің артуы мен ауыл шаруашылығының дамуының тұрақтануына қарамастан ауыл шаруашылығының жалпы ішкі өнім (ЖІӨ) құрылымындағы үлесі 1990 жылғы 34%-дан 2009 жылы 6%-ға дейін кеміп отыр, оның себебі басқа салалардағы экономикалық өсімнің аграрлық саладағы өсімнен жоғары болуына орай орын алған экономикадағы құрылымдық өзгерістер.

Мал шаруашылығында сүт өндірісінің маңызы үлкен, біріншіден, 2009 жылғы ауыл шаруашылығы өндірісіндегі сүт өндірісінің үлесі 14,2%, ал мал шаруашылығы өніміндегі үлесі 32,4% болса, екіншіден, сүт адамзаттың

тұтынуындағы міндетті және айырбасталмайтын тағам. Соңғы жылдары республикамызда сүт өндірісі тұрақтанып, сүт және сүт өнімдері нарығының дамуы байқалуда. Оның жыл сайынғы орташа өсімі 4,9% құрап отыр. Сүт өндірісі жыл сайын өсіп отырғанымен, ол ішкі сұранысты толық қамтамасыз ете алмайды. Ішкі нарықтағы жетіспеушілік импорт есебінен қанағаттандырылып отыр. Елімізге әкелінетін сүт өнімдерінің импортының көп бөлігін сыр, қойытылған сүт, құрғақ сүт, сары май алады. Ал экспорт көлемі жыл сайын кеміп келеді. Оның көлемі 2009 жылы 2005 жылмен салыстырғанда төрт еседей кеміген. Оның негізгі себептері ретінде ішкі нарықта құрғақ сүтті тұтыну көлемінің өсуі мен отандық өнімдердің бағалық бәсеке қабілетсіздігін атап өтуге болады. Сонымен бірге, сүт өнімдерінің ішкі нарығын зерттей келе, сүт өндірісіне қатысты екі мәселені атап өту керек: шикі сүттің сапасы және сүт өндірісінің маусымдылығы. Бұл сүт өндірісінің аз көлемде ұсақ шаруашылықтарда шоғырлануына, сүтті өңдеу технологиясының дамымауына байланысты.

Республикамызда ауыл шаруашылығы өнімдерінің бағаларын реттеу тетіктерінің болмауына, сүт және сүт өнімдерінің ассортиментінің көптігі мен өндірістің түрлі технологияларын қолдануға байланысты бір облыстың шегінде бағаның түрлі болуы орын алады: 1 л сүттің бағасы 60 теңге болуы немесе 250 теңгеден (ультрапастерленген) артып кетуі де мүмкін. Ал аймақтар бойынша баға айырмашылығы өте күшті. Мысалы, 2009 жылдың наурыз айында 1 л шикі сүттің нарықтық бағасы Ақтауда 165 тг, Павлодарда 76 тг болды; 1 л қаймақ бағасы Алматыда 700 тг, Петропавлда 376 тг болды, яғни айырмашылық екі еседей.

ҚР бойынша 1л сүт бағасының соңғы 5 жылдағы деңгейі туралы мәліметтерді өңдеу негізінде сүт бағасының маусымдық құбылуын сипаттайтын келесідей алынды: ауытқу амплитудасы ( $R$ ) 41,5тг; орташа квадраттық ауытқу ( $\sigma$ ) 9,5тг; құбылу коэффициенті ( $V$ ) 16,8%, демек жеке айлардағы бағаның тренд бойынша есептелген теңестірілген баға айналасында құбылуы орта есеппен алғанда 9,5 теңгені немесе 16,8%-ды құрайды.

Баға деңгейінің құбылуына маусымдық ауытқулар ғана емес, экономикадағы инфляциялық үрдістер де әсер етуі мүмкін. Жүргізілген есептеулер бойынша ҚР бойынша 1л сүттің орташа бөлшек сауда бағасының динамикасы келесідей сызықтық теңдеумен сипатталады:  $\hat{y}_{ij} = 36,137 + 0,672t_{ij}$ , демек 2004-2008 жылдар аралығында сүт бағасы орта есеппен ай сайын 0,672 теңгеге жоғарылап отырған. Сонымен қатар, 2009 жылы баға деңгейінің алдыңғы жылдармен салыстырғанда жоғары қарқынмен өсуі байқалады. Сол себепті 2009 жылғы нақты деңгей мен сызықтық теңдеу арқылы теңестірілген деңгей арасындағы айырмашылық басқа жылдарға қарағанда айқын.

Құбылыстардың өзгерісіне құбылыстың даму тенденциясы да әсер етуіне байланысты, динамика қатарын маусымдылықты ескере отырып талдауда динамика қатарын үш құрамдас бөлікке: трендке, маусымдық құбылулар есебінен болған ауытқу мен кездейсоқ ауытқуға бөле отырып талдау қажет. Қазақстан Республикасы бойынша 2004-2009 жылдардағы 1л сүт бағасының

нақты деңгейінің орташадан ауытқуында тренд үлесі 60,8%, маусымдық құбылулардың үлесі 31,6% болса, жалпы ауытқуға кездейсоқ факторлардың әсері үлкен емес. Демек, сүт өндірісінің маусымдылығы сүт нарығындағы бағаның динамикалық ерекшеліктерін анықтайтын негізгі фактордың бірі болып санала алады.

Сонымен, тәуекел жағдайында шешім қабылдау барысында кәсіпорынның максималды табыс алуға деген ынтасы ғана емес, сонымен қатар оған қол жеткізудің кепілдендірілген деңгейі де ескерілуі тиіс. Сол себепті жоспарлы шешімдердің тиімділігін бағалаудың ең ұтымды критерийі болып – кепілдендірілген максималды күтілетін табыс санала алады.

### **2.3 Кәсіпкерліктің іскерлік субъектілерінің этикалық және мәдениеттілік деңгейінің нәтижелігі**

Этика проблемалары туралы адамдар ұстанатын айқындамалардың сан қырлы көптігі біздің моральдық ережелерімізді бұзатын қарсы қимылдардың болуынан деп түсіндіріледі. Іскерлік қимылдардың меркантильдік мүдделерін қолдайтын адамдар, егер бұл проблема болса, онда мұны қатал өзіндік бақылау жолымен жақсырақ шешуге болады деп есептейді. Бұл айқындаманы сынаушылар адамдардың қылықтарын сырттан реттеу арқылы шешуге болады деп есептейді. Өкінішке орай, адам тәртібін реттеудің тікелей әдісіне көшуге асыққандықпен қараған тәртіпке қатал өзіндік бақылау болуын сынағандар да, жақтаушыларда жұмыс орындағы тәртіптің дұрыс болуы сияқты маңызды мәселені көзден таса қалдырып отыр. Осының салдарынан бизнес этикасы жөніндегі кең тараған әдебиеттердің көпшілігі адам үшін пайдасыз болып қалуда.

Іскерлік өмірде орныққан тәртіптерді сынаушылар әрқилы ситуацияларда қалай дұрыс әрекет жасауға болатыны хақында сұрақтар беретін көрінеді. Рольф Нейдер іскерлік өңірдегі тәртіптердің сыналатыны туралы айта келіп, сыншы корпорацияны тұрғылықты тоқтатуға, монополизмді жоюға өнімді сатпауға, қызметшілерді қорқынышты қатерге душар етпеуге, корпорацияда жұмыс істейтін саналы адамдарға зорлық жасамауға және бүгінгі адамдармен болашақ ұрпақтардың өмір сүру құқын қорғауды бастауға шақырады деп жазады.

Нейдер бүтіндей барлық корпорацияларда адамдар тәртібін едәуір өзгертуге шақырады. Бұған жету құралы оның пікірі бойынша, іскерлік белсенділікке бақылау жасау жөніндегі шараларға адамдардың неғұрлым кең де белсенді қатысуы, сондай-ақ осындай бақылаудың тиімділігі көп болуына жету болмақ. Алайда Нейдердің әдісі нақты ұйым шеңберінде қызмет бабындағы міндеттерді орындау кезінде әрқилы жағдайларға кезіккен адамдар алдында тұрған тікелей диллемаға (екі ұдайға) қатысы жоқ. Бұл адамдар өз ұйымының



пайдасына, сондай-ақ, өзінің қызметте жоғарылауына қамқоршы болуына мәжбүр.

Басқа сыншылар өз ұйымдарында қызмет міндеттерін орындаған кездерінде әртүрлі ситуацияларға душар болғанда адамдар алдында тұрған моральдық диллемаға байыпты қарайтын сыңайлы. General Motors корпорациясынан кеткен соң, алайда өз компаниясымен және заң бойынша аса күрделірек болар алдында, олар туралы бұхаралық ақпарат құралдары соншама көп хабар берген, АҚШ-та іскер топтармен араласқандағы өзінің тәжірибесі туралы Джон Делореннің жазған келесідей: «ол кезде маған осылай көрінетін, бүгін де осылай көрінеді. АҚШ-та іскерлік қатынастарды ұйымдастыратын жүйе, тіпті көптеген іскер адамдардың жеке моралі мінсіз дерлік болса да, мүлде жансақ, моральға қайшы, әрі жауапкерліксіз шешімдер қабылдауға жол беретін. Жеке тұлғалардың мораліне қарағанда, өзінің топтық жаратылысына орай жүйеде өзге мораль болатын, бұл моралы жүйеге өзінің зорлығымен қажеті жоқ және де адамдар өміріне қауіпті өнімдер шығаруға, жеткізіп берушілеріне диктаторлық әділетсіздікпен қарауға, осындай жабайы бизнеске мүмкіндік жасағаны үшін пара беруге және алуға, басшыға сөзсіз салпаң бағынуды қызметшілерден талап етіп, олардың қарапайым құқықтарын бұзуға, керек десеңіз қайраткерлерді заңсыз қаржыландыру арқылы үкіметтің билік жүргізудің «демократиялық» үрдісін жүзеге асыруға ықпал жасауына рұқсат беретін.

Делореннің сараптамасы жұмыс орнында дұрыс қылықтар жасау кезінде болатын қиындықтарды ашып көрсетеді. Егер бұл жәй ғана іс болса, онда іскер адамдардың жеке моралі, сөз жоқ, олардың қызмет бабындағы міндеттерді атқарған кезінде іс қимылдарға басшылық болар еді. Бірақ Делорен аса маңызды проблемаларды шешудің ережесін ұсынбайды.

Тек сыншылар іскерлік әлемінде жайлаған тәртіптер тұрғанда, жұмыс орнында моральдық тұрғыдан дұрыс қылықтар жасау өте қиын екенін пайымдамайды.

Ерекше маңызды саналатыны бизнестің меркантильдік мүдделерін қолдайтын адамдар да әрдайым осы проблемаларды атап көрсетеді. Мысалыға Мильтон мен Роуз Фридмендерді алыңыз. Олардың қазіргі капитализм көп зерттелген «таңдау еркіндігі» деген еңбегінде алдымен іскер адамның жеке күш жігерін бизнес әлемінің арнасына бұратын, бизнес пен бизнесменнің игілігіне бағытталған өзгеше көрінбейтін механизм бар екенін көрсетеді. Осы нық пікір. Адам Смиттің еркі нарықта «көрінбейтін қол» туралы ойымен қабысады. Бұл бытыраңқы көптеген тауар сатушылармен тұтынушылардың жеке күш жігерін берік экономика құру арасына бағыттайды.

Фридмендер өздеріне Адам Смит айтып отырған «көрінбейтін қол» билігіне бір жола беріле аламыз ба? деген сауал қояды. Сөйтеді де «беріле алмаймыз» деген мағанада келесідей жауап қайтарады: «Көптеген экономистер, философтар, реформаторлар және әлеуметтік сыншылар нықтап тұрып, өздерінің жеке пайдасы үшін жасалған қамқорлық, міндетті түрде тұтынушыларды сатушылардың алдауына жетелейді.

Тұтынушылардың білімсіздігі мен хабарсыздығы нәтижесінде сатушылар орасан көп пайда табады. Олар тұтынушыларды сендіріп, алғысы келмеген өнімдерді алғызады. Ал сыншылар мынаны атап көсетеді: егер нарыққа қатал бақылау болмайынша, оның қолайсыз әсері тікелей нарық жұмысына тартылмаған адамдарға қатты батады.

Нарық қатынастарына тікелей қатысушылар нарықтың шірі бастаған ықпалына килігеді. Нарықтың халық бұқараға жаппай тигізген әсері біздің кір ауаны жұтуымыздан, лас суды ішуімізден, денсаулыққа зиянды өнімдермен тамақтануымыздан көрінеді.

Нарық міндетті түрде қатал шектелген шеңберде болуы керек. Сонда тұтынушылар бір ниетпен жарнамаланған, сатып алғанда нағыз кеселі бар тауарлардың хабарсыз болудан, осындай тауарларды өткізіп жіберетін арсыз сатушылардан, сондай-ақ, біздің бәрімізді нарықтық қатынастардың қоршаған ортаға тигізген, оны ластаған, барған сайын адам өміріне қауып төндірген кеселдің әсерінен қорғайды».

Капитализмді қорғайтын авторлар ретінде Фридмендерден біз еркін нарықты шабулдан қорғауға талпынысты күте алар едік.

Бірақ қазір бәрі керісінше болып жатыр. Өйткені авторлар бизнесмендердің еркін нарық жағдайында экономикалық еркіндіктің беретінен анағұрлым көп алғысы келетінін және осыған байланысты адамзат үшін шын мәнісінде елеулі екенін тамаша түсінеді «Көрінбейтін қолдың сыналудына негізі бар» деп есептейміз. Алайда олар нарыққа ықпал жасайтын қолда бар механизмдер жағдайды нашарлатады, аз да болса жақсарта алмайды деп пайымдайды. Енді іскерлік әлеміне сырттан бақылау жасау туралы мәселені қарастыруға жаңа көзқарас турғысынан келмейінше іскерлік адамы үшін өз қылықтарының дұрыстығымен этикасы жөнінде шешімдер қабылдау проблемасы қарастырылмай қалады.

Соңғы кезде жұмыс орнындағы адамдарда пайда болатын этикалық проблемаға едәуір көңіл бөлінетін болды. XX-ғасырдың 70 жылдарының ортасына дейін General Electric компаниясында заңға қайшы келетін баға белгілеумен және Америкада автокөлік өнеркәсібінде өмірге қауыпті көлік құралдарын шығару хақында жауапкерліксіз, саналы түрде шешімдер қабылдануына байланысты қоғамда халықтың түрлі топтарында ұнатудың екі лагері пайда болды: бірінші жақта тұтынушылар мен зерттеушілердің мүдделерін қорғаушылар бизнесмендер мен үкіметті этикаға жатпайтын қарым қатынастарды таратты деп айыптайды, ал екінші жақта – бизнесмендер мен үкіметті қорғаушылар.

Посуотергейт дәуірі деп аталған кезеңдегі нағыз ірі жанжалдармен нағыз сорақы фактілер туралы айтар болсақ, АҚШ-тың үкіметімен іскер топтарында Пентагонның әскери өнеркәсіп кешенінде, конгресте қаржымен басқа да құралдарды бөлген кездерде, медицина өнеркәсібінде, инвестициялық фирмалар мен сақтандыру компанияларында, мұнай өндіріп, өндейтін, автомобиль, темекі өнеркәсіптерінде, сыртқы салада заңдарға қайшы келетін әрекеттермен коррупцияның орасан көп фактілері ашылған болатын. Жоғарыда

көрсетілген түрлі салдармен қатар бизнесте ең қарапайым этикалық нормаларды сақтау проблемасы мейлінше өткір қойылып отыр. Осы жағдайда үкіметпен іскер топтар көп зиян көрген атақтарын сақтап қалу үшін кейбір қадамдар жасауға мәжбүр болды. Консалдингті фирмалар ұйымдарда моральдық ахуалды жақсарту мақсатында семинарлар мен тренингтік шаралар өткізу туралы өнеркәсіптік журналдардың көпшілігінде өз жаранамаларын бере бастады. Ал этика ресурстар орталығының негізін «American Viewpoint, inc» ұйымы қалады. Ол пафлет жанырындағы кітаптар таратумен, американдықтарға (әсіресе бизнесмендерге) этикашыл болу қажеттігін үйрететін семинарлар өткізумен айналысады. Сол әрекеттерге қарағанда, басты мақсат еркін кәсіпкерлік жүйесін сақтау болған.

Бұл ұйым экономикалық еркіндік жүйесіне жайылып бара жатқан салақтық, пара беру, сатып алу және басқа да құбылыстар қатер төндіреді деп есептейді. «American Viewpoint» өкілдері егер мораль нормаларын сақтайтын осы құбылыстар реттелмесе, олармен күресті мемлекет өз қолына ала алады, осыдан кейін барлық экономикалық еркіндік жойылады. Бірақ жоғарыда айтылғандармен шамалап көрсетілген фактілер тұрғысынан келгенде, міндетті түрде ерікті нарық жүйесін сақтап, экономиканы мемлекеттің реттеуінен алайда шеткері ұстау керек, әйтпесе ерікті нарық жүйесін сақтап қалу мүлде күмәнді, әрі үлкен мәселе болып қалады.

Егер тәртіптің қандай типі дұрыс, қайсысы бұрыс екендігін бизнесмендер біледі, деп есептесек, онда кейбір жағдайда шешімдер қабылдау мейлінше қиындыққа айналады. Кейде бизнесмендер бір сәтінде дұрыс жасадық деп жүрсе, кейін қателескендері байқалады. Мүмкін ертеректе олар өз қылықтарын дұрыс, деп есептеген болар, өйткені мұндай қылықтар жиі жасалып, олар туралы айғақтары болды ғой. Мұндайда адамдар өз қылықтарының этикаға жататынын немесе жатпайтынын ескере бермейді.

Бұл бизнес этикасының проблемалары көтеріліп отырған көп тараған әдебиеттің осы проблема жөніндегі сауалдардың көпшілігіне жауап беруге қабілетсіздігіне тән бір ғана мысал. Өйткені бұл проблема терең тамыр жайған және оған кез келген ұйымның жұмысы негізделген. Жоғарыда аталған ұйымның осылайша маңызды проблемаға көңіл аударуы мақтауға тұрарлық. Бірақ этика проблемаларын шешу қажеттігіне тап болғанда нақты адамдар үшін нақты іс қимылдарды талқылау және зерттеу ағарту жұмысының маңызды бөлігі болуы керек.

Басшылар мен қатардағы қызметшілер тәртібі этикасын көтеру мақсатында келесі шаралар мен әдістерді пайдалануға болады:

– Этика кодекстері жалпы құндылықтар жүйесі мен этика ережелерін сипаттайды, оны қызметшілер ұстануға тиіс. Этика нормативті ұйым мақсаттарын баяндау, этикалық калыпты жағдай жасау және шешімдер қабылдау үрдісінде этикалық ұсыныстарды анықтау үшін жасалады. Әдетте ұйым этика нормативтерін қызметшілеріне баспа түріндегі заттармен жеткізеді;

– «Этика карталары» компанияның әрбір қызметшісіне арналған корпорацияның этикалық кодексін бақылайтын этика ережелері мен ұсыныстар

топтамалары. Оларда компанияның этика мәселесі жөніндегі консультантының аты жөні мен телефоны көрсетілген. Бұл әдіс Жапония компанияларында белсенді түрде қолданылады.

– Этика жөніндегі комитеттер. Бұл ұйымдар этика көзқарасы бойынша күнделікті тәжірибені бағалау үшін тұрақты комитеттер құрады. Мұндай комитеттердің барлық дерлік мүшелері жоғары деңгейдегі басшылар; басқалары мұндай комитеттер құрмайды. Бірақ бизнес этикасы жөніндегі адвокат деп аталатын маман жалдайды. Мұндай адвокаттың рөлі – ұйымның іс қимылына байланысты этика мәселесі жөнінде пікір қалыптастыру, сондай-ақ ұйымның «әлеуметтік ары» функциясын атқару.

– Әлеуметтік тексерістерге іс қимылдың әлеуметтік ықпалы мен ұйым бағдарламасын бағалап, есеп беру ұсынылады. Этикалық тексерісті жақтаушылар осындай тұрпаттағы есептер ұйымының әлеуметтік жауапкершілігінің деңгейін куәләндыра алады деп бағамдайды.

– Этика тәртібіне оқыту. Тәртіптің этикалық көрсеткіштерін көтерудің ұйым пайдаланатын ыңғайлы бір жолы басшылармен қызметшілерді этика тәртібіне оқыту. Қызметшілер бизнес этикасымен танысып, аддынан шығатын проблемаларды сезінетінін арттырды. Қызметшілерді басқарумен мемлекетті басқаруға оқыту курсының пәні ретінде этикаларды тізу, этика тәртібіне оқытудың бір формасы болып табылады. Осының нәтижесінде оқып шыққандар проблемаларды жақсы түсіне бастайды.

– Этикалық сараптау жоғары басшылықтың, қызметшілердің немесе жұртшылықтың алаңдаушылығын туғызып отырған ұйым ұжымының (немесе нақты жобаның) аспектілерін жан-жақты зерттеп, ұйымның беделі мен болашағына ықпал жасай алады. Мұндай сараптаудың нәтижесі ұйымның моральдық ахуалы мен моральдық орнықтылығын жақсартуға, сондай-ақ, ұйымның (немесе оның нақты жобаларының) тәжірибесіне түзетулер енгізуге бағытталған ұсыныстар жүйесіне айналады.

– Этикалық консультация нақты моральдық дилеммалармен байланысты ұйым проблемаларын өз күшімен (немесе тиісті құралдары болмаса) шеше алмайтын жағдайда беріліп, көлденең жақтан бизнес этикасы жөнінде құзырлы тәуелсіз мамандар шақырылады.

Қорыта келгенде, іскерлік өмірдің моральдық проблемаларының күрделі, әрі көп қырлы екені сонша, тек бір бағыттағы айқындамадан бастап шешу аса күрделі. Әртүрлі жағдайда және әртүрлі субъектілер жөнінде бизнесмен түрлі этикалық принциптер мен құндылықтарға сүйене алады.

Мұндай ситуацияның болуы, ғалымдар пікірі бойынша, бизнестің моральдық проблемаларының күрделі болуынан ғана емес, сонымен бірге осы заман мәдениетінің ерекшеліктерімен де байланыстырады. Бір кездегі қоғамда бір ғана этика жүйесі (антика дәуірінде рахымшылдар этикасы немесе жаңа замандағы утилитаризм этикасы) басым болған дәстүрлі мәдениеттен өзгешілігі сол, қазіргі қоғамда әртүрлі этикалық жүйелер тең жүреді, бизнес саласындағы бірдей құбылыстарға әртүрлі этикалық баға беріледі.

Әрқилы этика жүйелері (православие, ислам, атейзм) қалыптасқан Ресейде қазіргі этика ережесі айрықша өзекті болып отыр. Бизнес этикасын ғылым және оқу пәні ретінде дамыту біздің елімізде экономикалық ситуацияны жақсартуға үлес қосады, деп ойлаймыз.

Кәсіпкерліктің этикасы баяғы заманнан келе жатқан оқып үйреніп біліп алу объектісі болып саналады. Оны ертеде Аристотель өсімқорлықтан кіріс алуға теңестірген. Ерте заманнан бері бизнес адам қызметінің қажетті бір жүйесі ретінде баян етілген. Бизнес этикасын зерттеушілер барлық уақытта кәсіпкерліктің өзекті элементтеріне, оның ішінде ерекше бизнесменнің, өзінің жеке ісінің этикалық тұрақтану негізіне аса көңіл аударған.

Бизнес – ол өзінің есебінен және өзінің тәуекелділігі мен жауапкершілігіне қарызға алған қаражаттың немесе өзінің қаражат есебінен іске асырылатын, мақсаты болып тұрақтандыру мен кіріс алу үшін жеке ісін дамыту және кәсіпкерлік болып табылатын еңбек ұжымының жалпы қоғамдық әлеуметтік проблемаларын шешуге бағытталып, өз еркімен жасалған коммерциялық қызмет.

Басқа сөзбен айтқанда, бизнес – ол өзінің және қоғамның қажеттілігін қанағаттандыруға, өзінің ісін, қайта жасап шығаруды кеңейтуге, мекеменін сапалы өркендеуін пайдалануы мен кіріс алуға, қаражатты көбейтуге бағытталған және тұрақты инновацияларды пайдалануға арналған, өз еркімен жұмыс істейтін әрекетті экономикалық қызмет.

Бүгінгі Қазақстандағы бизнестің мақсаты – шаруашылық айналымды өсіру және кіріс алу емес, сонымен қатар үздіксіз дағдарыс жағдайында өмір сүру қабілеттілігі.

Бизнес этикасы – ол адалдық, ашықтық, айтқан сөзінде тұратын, нарықта тұрақталған ережелер мен дәстүрлерді, әрекеттерді заңдарға сәйкес тиімді пайдаланып жұмыс істеу мүмкіндігіне негізделген іскерлік этика. Нарықтық жағдайда кәсіпкерлік қызмет қорытындысы ең алдымен, бизнесменнің құзырында болады, материалдар мен қызметкерлер, ондағы адамдардың жұмысының сапасы және олардың психологиялық факторларының ерекшелігінің маңызы алдын ала анықталады. Бизнес психологиясы, ондағы күндегі орнықтырылып жатқан табысқа жету іскерлік бағыты сияқтанады.

Адам «симптомдардың» білінуін қарастырып көрейік. Әкімшілік тәртіптерде мыналардан бөлінеді: Жеке адам әділдігінен, оның басымдыққа бейімділігінен, атақ құмарлығынан, қызбалығынан және әлеуметтік тегінен.

Жеке адамның өзін көрсетпек болған тілегімен емес, нақтылы ситуация талаптарымен басқарылатын тәртіп келтірілген деңгейі объективтілік деп түсініледі. Бастық өзінің сезімін қызметшіге «айқайымен» білдірсе, қызметшінің жұмыс нәтижесін жақсартудың ақылды әдісі деп емес, осы бастықтың мұндай тәртіпті психологиялық қажеттілігі тұрғысынан көрсетуі деп түсінген дұрыс. «Объективті» адам – бұл ситуацияларға тиімділік тұрғысынан келуге қабілетті адам, себебі, салыстырмалы түрде айтсақ, оның невротикалық және психопатикалық түрткілері жоқ. Бейімделмеген немесе объектілікке жатпайтын тәртіп фрустрацияның нәтижесі болып табылады. Кедергілер

немесе екіұдайлық салдарынан фрустрация жағдайында калған адамдар бірнеше иррационалдық тәсілдердің кез келгенін сезіне алады. Олар күш көрсетуге дейін баратын ызалы келеді. Олар инфантильдік реакцияға дейін кульdfaуы мүмкін (осы реакциялар ұйым жұмысына белсене қатысуға жетелемейді). Олар үйреншікті іс қимылдарға қатты жармасады, ұсынылған өзгерістерге, тіпті нағыз керектісін қабылдаудан бас тартады. Ақырында «үнжұрғасы түсіп», ынтагерлігін, өз рухының белгілерін жоғалтады.

Басымдылыққа беттімділік деп адамдар арасындағы қатынастар кезінде ынтаны өз мойнына алуға немесе олардың үстінен бақылау жасауға ұмтылу әрекеті түсініледі. Басымдыққа бейімділік адамның қасиеттеріне орай ситуацияларға байланысты өзгере де алады. Әкімшілік қызметін атқаруын өзіне бағыныштыларға басымдық көрсетуге бейім, бірақ жоғарыдағы басшылар алдында құрдай жорғалайды. Басшылықтың ақырғы шегі немесе құлдық, ұру фрустракцияның немесе қызметтегі басқа да адам патологияларының көрсеткіштеріне айналады.

Бұл жүйедегі инновация ішінде мынадай сұрақтарды шешу, мысалы алғашқы ұжымның, жұмыс тобының, бригаданың, команданың құрастыру санының тиімділігі; олардың функционалдық құрылымы; ұжым мүшелерінің психологиялық сыйысушылығы; еңбек мотивациясы оның ішінде басқарушылық қызметтің т.с.с.

Бизнесіте әдетте үш құрастырылған бөлікті бөліп көрсетеді:

- кәсіпкер;
- кәсіпкердің жағдайы;
- кәсіпкерлік этикасы.

Дау жоқ, бүгінгі бизнестің басты фигурасы – ол таусылмас күші бар табандылықпен, қиындықтардан өте білетін, алға қойылған мақсатқа жету жолында кездесетін кез келген тосқауылды жеңе білетін, стандартсыз ерекше ой сезіммен өзінің бостандығының арқасында басқарушылық шешім қабылдап тұрақты тәуекелдікке баруға дайын адамдар.

Фирманың жақсы да жемісті жұмыс істеуі үшін кәсіпкерлік мәдениеттілігінің алатын орны зор. Ол тек қана кәсіпорынға жоғары бедел қамтамасыз етумен қатар, өндіріс тиімділігін арттырып, өнім сапасын жақсартып, табысты көбейтуге ықпал етеді.

Кәсіпкерлік мәдениеттілігінің мәні туралы әртүрлі көзқарастар бар. Соның ішінде неғұрлым мәдениеттілікке толық аңқтама берген В.Д. Козлов, ол кәсіпкерлік мәдениеттілігі - бұл формальды және формальды емес тәртәп жүйесі, қызмет ережесі, әдет-ғұрып және дәстүр, жеке адамның және топтың мүддесі, нақты ұйым құрылымындағы қызметкерлер мінез-құлқының ерекшеліктері, ұйымды басқару стилі, қызметкерлердің еңбек жағдайына қанағаттану көріністері, өзара қарым-қатынас деңгейі [19]. Сонымен кәсіпкерлік қызметтің мәдениеті - кәсіпорынның бағалылығын, өзара қатынастар стилін, климатын анықтайды. Кез-келген жаңадан ашылған ұйымдық құрылым өз мәдениетін, ішкі және сыртқы қатынастарын, стратегиясын, билік жүргізу, шешім қабылдау тәртібін қалыптастырады.

Кәсіпкерлер мәдениеті екі негізге бағытталады: әлеуметтік-экономикалық ортада тірі қалудың қам-қарекеті болса, екіншіден, өзінің алдына қойған мақсатына жетуді қамтамасыз ету. Әр кәсіпорынның бөлімшілерінде әртүрлі өзіне тән субмәдениеттілігі болады, олардың арасында келіспеушілік болуы да мүмкін. Сондықтан да кез-келген кәсіпорынның міндеті сондай келіспеушілікті болдырмау және жою әртүрлі субмәдениеттілікті интеграциялау.

Сонымен әр салаға, аймаққа кәсіпорынның құрылуы тарихына, ондағы адамдар ерекшеліктеріне байланысты кәсіпорынның өзіне тән мәдениеттілігі болады. Кәсіпорын мәдениетіне мына факторлар әсер етеді: кәсіпорын мақсаты, оның бағалылық жүйесі мен пікірі, кәсіпорында қабылданған ережесі.

Кәсіпкерлер мәдениетінің элементтері осы кәсіпорын қызметінің тәжірбиесі нәтижесінен және оның лидерінің ықпалы әсерінен қалыптасады. Ғалым Б.Карлов [20] кәсіпкерлік қызмет мәдениеттілігінің негізгі он ерекшелігін атады:

- әлеуметтік, оның қалыптасуына фирманың көпшілік қызметкерлері әсер етеді;

- ұжым мүшелерінің мінез-құлқын реттейді;
- адамдармен жасалады;
- барлық жұмыскерлер саналы немесе саналы емес түрде қабылдайды;
- дәстүрді сақтауға негізделген;
- танып білуге болады;
- өзгертуге қабілетті;
- көп қырлы, былайша айтқанда, бірақ тәсілмен жетуге болмайды;
- әрдайым дамып отырады.

Кәсіпкерлік қызмет мәдениеттілігінің қалыптасуы және дамуы біріншіден, кәсіпорын өткен және қазіргі мәдениет дәстүрін талдау негізіне сүйеніп, тиімдісін іріктеу негізін де табиғи жолмен қалыптасады, екіншіден мінез-құлқы кешенін күшпен енгізу арқылы да мәдениеттілікті қалыптастырады. Ал, кәсіпкерлік қызмет мәдениеттілігін жетілдіру үшін жеке элементтердің өзара әрекеттерінің механизмін талдау қажет. Жүргізілген зерттеулер нәтижесі мына жағдайларды байқатады. Бұрынғы жалпы мойындалған: тәртіпті бөлу, орталықтандыру, иерархия, карьера, билік жүргізу тәрізді элементтер өз маңыздылығын жойып бара жатыр. Ал, оның орнына ұжым, қажеттілікке бағыт жасау, өзін-өзі бағалау, анықтау, шығармашылық, өзін жетілдіру, келісімге, ымыраға келу қабілеттілігі, менімділік, тұрақтылық, кәсіби қабілеттілік сияқты элементтердің мәні арта түсуде.

Кәсіпорын мәдениеті нашар деп мына жағдайды айтуға болады:

- бағалалық жүйесі туралы анық түсінік болмағанда және мақсатына жету құралдары жоқ болғанда;

- стратегиялық мақсаты жоқ болса;
- мақсатының тактикасы жоқ болғанда;
- ұйымның жеке бөлімшелерінің арасында әртүрлі көзқараста келісім болмаса;
- басшы жалпы түсінікті дамытуға еш нәрсе істей алмаса.

Бүгінгі күнде Қазақстанда бизнес номенклатуралық өкілдері көп жұмыс істейді (бұрынғы партия және комсомол аппараттарының қызметкерлері), олардың көпшілігі іскерлік қабілеттілігімен ерекшеленеді, көпшілікте олардың бұрынғы өмірден келе жатқан кең қалыпты байланыстары бүгінгі күндерге дейін әлі жалғасып келе жатыр. Ондай адамдар кәсіпкерлік ұйымдық негіздерді жақсы біледі.

Бизнеске өзінің мамандығы бойынша өз уақытында өзінің жұмыс қызметі жоғары өсе алмай қалған және де мамандығы тіпті болмаған адамдарда кейінгі кездері келе бастады. Біріншіден – өзінің тиісті материалдық қаражатты кірістер деңгейіне қанағаттанбаған, жоғарғы білімді және кәсіпкерлік мамандықтары бар адамдар бүгінгі күндердегі бизнесте өзінің көпшілігінде. Бүгінгі күндері бизнесте жұмыс істейтіндер, олар Қазақстандағы бизнестік ісі алға жүріп тұрған бизнесмендер мен кәсіпкерлер. Олар өздерінің бұрынғы уақытағы бизнестен жинаған ақшалары мен нарықты экономика кезіндегі ресми бизнеске келді де өздерінің фирмаларын ресми заңды түрде тіркеп алды. Барлық отандық кәсіпкерлер мен бизнесмендер, шынын айтқанда бизнес этикасының не екенін өздері де жақсы түсіне бермейді.

Бизнесмендер туралы қарапайым Қазақстандықтар арасында сұрақ-жауап жүргізген кезде, біздің кәсіпкерлер мен бизнесмендердің басты кемшіліктері болып, олардың мәдениетсіздігі байқалды.

Көптеген отандық бизнесмендер өздерінің істеп жүрген жұмыстарымен халық алдында өзінің атағын жоғарылатудың орнына, көпшілікте өздерінің кірісі туралы көп ойлап кеткен. Осы тұрғыда өте жиі өзінің міндеттемесін дұрыс ойдағыдай етіп орындамайтын, партнерлерінің ықыластылығына немқұрайды қарап, оларды ашық алдауға да баратын жағдайлары да бар. Дегенмен, өмірде және бизнесте басшылыққа алатын принциптерді, есепке алмау дұрыс емес, оның себебі олар қимылдағы кәсіпкерліктегі этикалық барысқа өте қатерлі таңба қалдырады. Сипатты заңдылық: кісілердің білімдік және мәдениеттік деңгейі күшті болған сайын, ол соншалықты қоғамның жаңашыл экономикасына жақын, сондай-ақ адам арасындағы істік қатынастарында шындық, тәртіптілік соншалықты аз болады.

Бүгінгі Қазақстанда болып жатқан жағдай көпшілікте шаруашылық жағдайларымен дәлелденеді, ол өз уақытында жалақыны төлемеушілік, төлеген күнде оны уақтылы бермеуі, заңды базалардың қарама қайшылығы, үкіметтік құрылымның көптеген басқару рычагтарын жоғалтуы. Бизнестегі адалдыққа және парасаттыққа жылжудың басты жолы, нарықтық қатнастардың нақты мәдениеттілігі болып экономиканы көтеру бүгінгі кездегі жаңашыл нарыққа өту. Онда шаруашылықты жүргізу жүйесіндегі жағымсыз кемістіктерді туғызатын тарихи, әлеуметтік және мәдениеттік жағдайларды жоюға мүмкіндік беріледі. Қазақстандағы бизнеске, қоғамдық этика жағдайларына өзінің көптеген түрлі таңбасын қалдырып, кейбір жағдайларда еліміздің әртүрлі өмір жүйелеріне қарама-қайшылық өзгерістерді туғызу үстінде қалдырады.

Бүгінгі күндері Қазақстанның іскерлік ортасында тұрақталған жағдай ол, бизнесмендердің іскерлік тәртіптілігінің жоқтығы, өзіне алған міндетті



орындамаулық және ұқыпсыздығымен, өзінің сөзінде тұра алмауы, өзі үшін пайда табу үшін қызығуы және де басқа да тәртіпсіздік стильмен ерекшеленеді. Сондай жағдайлардың салдарынан біздің жаңадан пайда болған бизнесмендеріміз өздерінің тұрақты шетел әріптестерімен жұмыстық қатынаста болып, кейбір жағдайларда өздерін тәртіппен алып жүре алмау себебінен пайда табудың орнына зиянға ұшырап қалып жатады. Дегенмен біздің іскерлік адамдар әдетте өздерінің жеке компаниялары болғанымен, әдетте оларда беделділік әлі аз. Шет елдерде уақытпен тексерілген әріптестерді бағалайды, ал жаңадан пайда болған әріптестерге өте абайлап қарайды. Сондықтан, жаңадан пайда болған кәсіпкерлерге жұмысы алға басады деуі екіталай.

Барлық дүниежүзі елдерінде іскерлік этика және міндеттілік деген нақты түсінік бар. Мысалы, АҚШ-та екі жақ қандай да бір болмасын іс туралы келісетін болса «техасстік қол алысу» түсінігі жүргізіліп отырады. Егер де, келісім шарт жасаушылардың біреуі келісім шарт жағдайын бұзса, онда одан әрі қарай шартты бұзған адаммен бизнестік қызмет істеу тоқтатылады.

Ондай болып қалған жағдайда қайтадан өзінің имиджін қалыптастыра білетін, өзінің жауапкершілігін сезе білетін, жауапты мамандықтағы басқа бизнесмендерді қалыптастыру керек. Бизнестік жұмысты арақ ішкіш және уақытын босқа өткізетін саудагер емес, өзіне-өзінің сенімділігі мол, өзін және өзінің фирмасын дұрыс жағынан көрсете білетін, өзінің жұмысқа деген ынтасын білдіре алатын тартымды, жақсы тәрбиеленген джентельмен адам істей алады, оның себебі оның есебінде бизнесті және этиканы жақсы білетін ой сезім жатыр. Ондай бизнесмендерді бүгінгі нарық экономикасы талап етіп отыр. ХХІ ғасырда бизнес саласында бәсекелестік, бірін-бірі аямаушылық күрделі орын алып келе жатыр. Қазіргі кездегі мәдениетті бизнестің негізгі мақсаты, ол өзінің тұрақты клиенттеріне қызмет көрсетуді жақсарту, сөйлесіп келіссөз жүргізуді жеңілдетіп, тез алға жылжуға мүмкіндік беретін жаңа мәдениетті бизнес қалыптасуы керек. Демек, келешекте нарықтың позициясы күшейтіледі деген сөз.

Бизнес этикасы коммерциялық қызмет барысында кірісті көбейтуге анау айтарлықтай мүмкіндік береді. Атап айтқанда, ол клиенттің сізге деген жан киярлық сенімділігін сақтауға көмектеседі. Білікті мамандардың ойлары бойынша, ескі партнерлерді ұстап тұру, жаңадан пайда болған партнерлердің ынтасын жаулап алудан бірнеше рет арзан. Сондықтан барлық фирмалар тұтынушыға жол табуда болады. Бұл мақсат бойынша инвестицияға дейін фирма мәдениетін және этикасын құрастыру үшін және олардың тиісті жұмыскерлерін дайындауға негізгі қаражатқа көп ақша, уақыт және күш жұмсау қажет болады. Белгілі жағдай бойынша, істік әлемде көпшілік халық бір-бірімен тығыз байланыста болып жатады. Мысалы, әр бизнесменнің көптеген өздерінің жолдастары мен таныстары болады. Тиісті жағдайларда бизнесмендер өздерінің достары мен таныстарын да тұрақты клиенттері ретінде пайдаланып кетеді. Бұл жерде, барлығы адалдықпен, әдептілікпен, білгірлікпен жылдам жол сілтеу жағдайлары анықталады. Егер де, сіз дұрыс жасамасаңыз, өзіңіздің қателігіңізді біліп клиенттен уақтылы кешірім сұрасаңыз, ол клиент

үшін дұрыс көрініп, оның ойынша сізбен одан әрі қарай коммерциялық іс атқаруға болатындығына сенім артады.

Бизнесте тұрақталған ереже бар: өзіңнің клиенттеріңе және қызметкерлеріңе күнделікті қамқорлық жасап отырсаңыз, нарық сіз үшін де қамқорлықта болады. Бұл жерде жасап шығарушылардың кәсіби репутациясы өте маңызды. Ондай репутацияға ие болу өте қиын, ол үшін көптеген жылдар кетеді, ал оны арзымайтын нәрсе үшін бір сәтте жоғалтып алуға да болады: мысалы уақтылы телефон соққан адамға немесе хат жазған адамға мәдениетсіздікті білдіріп уақтылы жауап бермей, факсты күтіп отырған адамға, оның факсіне уақтылы жауап қайтармай өзінің беделін жоғалтып алуға да болады. Өзінің беделі үшін сөзінің мәдениеттілігі және өзін ұстай білу, киімі, офисінің ішкі көрінісі және басқалары да маңызды. Көп уақыт негізінде жұмыс істеуге ынтасы бар біздің кәсіпкерлер үшін ол екі есе маңызды. Тәжірибеде кейбір жағдайлар болып қалады, мысалы, шет ел кәсіпкерлеріне, біздің кәсіпкерлерден тәртіпсіздік, білмеушілік, пайдақорлық көрініп қалса, олар сол сәтте біздің кәсіпкерлермен өз байланыстарын үзуге мәжбүр болады. Қазақстан қоғамындағы терең тамыры бар кәсіпкерлік этика, жаңа жағдайда қалай да болса қайтадан құрастырылуда. Ол сондай-ақ бизнес мәдениеттілігіне жатады. Жаңа орыстардың немесе қазақтардың бейнесі – ол халықты немесе мемлекетті алдап өздерінің саудагерлік операцияларымен өзінің қаражатын жинап, кәсіпкерлік мәдениеттіліктің қалыптасуына өзінің таңбасын қойған жағдайды саудагерлік деп атауға болады. Оның ерекшелік сипаттамасы – жоғарғы тәуекелділікті, ашылып тұрған мүмкіндіктерді және кез келген жолдармен құралдарды барынша пайдалана отырып, жылдам қаражаттық жетістіктерге жету. Ондай мәдениеттілікті негізінде жас бизнесмендер жақсы көреді, олардың ұраны: «жылдам келісім – тез ақша». Ондай іскерлік адамның жылдам түрде жауынгерлік, агрессивтік сапалылығы дами бастайды. Ондай жағдайда адамның сезімі шетте қалып қояды. Оның ең бастысы – кез келген бағамен және кез келген тәсілмен тез және көлемді қаражаттық қорытынды болуы. Ондай бизнесмендер әдетте ырымшылдық және әртүрлі ерекше белгілерге көңіл аударғыш болады.

Саудагерлік істің мәдениеттілігі жоғарғы сапалы өнімдерді жасап шығару және сату мақсаты емес, бүгінгі кездегі тұтынушыларға қызмет етуді, жұмыс орындарының санын көбейту, қоғамды дамытуды жөнге келтіру болып саналады. Бұл жерде мүмкіншілігіне қарай жасап шығару еңбексіз ең көп кіріс алуға бағытталған. Бұл жерде бағалы қағаздар төлем қаражаттар, шикізат ресурстарына және басқаларымен келісім шарт жасалынады. Дегенмен, Қазақстанның бүгінгі күндегі нақты экономикада болған жағдайына байланысты бизнестің мақсатты жағдайы туралы оның қоғамдық қажеттілігіне деген түсініктің өзі тұрақты өзгеріп отырады және де қайтадан жаңа сапалы деңгейде кәсіпкерліктегі бұрынғы Қазақстанның мейрімді дәстүрі, жағдайлары қайтадан пайда бола бастайды. Қазақстанның бизнесмендері бүгінгі күндері барлық ақивтік жаңа түр сипат және бағалылық бағыттарды ала бастауда. Өзінің жаңартылған істік мәдениеттік нарықтың талабын қанағаттандыруға

бағытталған жеке өзінің бағалылығы емес қоғамдық приоритеттік шекарасын күнделікті кеңейте бастауда. Біздің кәсіпкерлердің этикалық бағалауларында және бабын табуда елеулі өзгерістер болып жатыр, олардың бүгінгі күнгі нарықтық жағдайға және олардың талаптарының бірге қосылу процестері тездетіліп бизнестің өте басқаша этикасының қалыптасуы үшін жаңа негіздер шыға бастауда, ол біздің мемлекетіміздің келешектегі алға өркендеуінің кепілі болып саналады.

Баршаға белгілі, бизнесмен, ол біріншіден – бастық. Бизнес этикасының приоритеттік ерекше маңызы, ол басқарушылықта болады. Кәсіпкерліктің экономикалық мақсаты – жалпы мақсатқа жету үшін, ұжымның интеграциясын қамтамасыз ететін және өнегелілік менеджмент үшін негіз болып саналатын мекеменің әрбір қызметкерінің жеке қызығуын ортalandыру. Бүгінгі күндері көптеп тиімді басқару, ол адам факторының ролін жоғарылатуға бағытталған. Адамға немесе жеке тұлғаға мақсатталынған басқару әрбір қызметкердің бостандық жағдайда дамуын, оның жеке мүддесін, ойын, арманын қамтамасыз етеді, ол әрбір ұжым мүшесінің шығармашылық қабілеттілігін және ынталылығын ашып көрсетеді. Ондай менеджмент өнегелілік деп аталады. Оның себебі ол өнегеліліктің негізінде, жиынтықты ынталандыруға негізделген және де ол мәдениет, бостандық және адамның ынтасы негізіндегі адамгершілік қатынастың дамуына бағытталған. Әрбір компанияның басқарушылық этикасы және сәулелендіретін мәдениетінің деңгейін өзінің басқарушылық «философиясы» қалыптасады. Егерде бүгін менеджменттің орта назарында адам тұрса, оның жеке артықшылығы, оның сіңірген еңбегін мойындау, ең көп түрде оның білгірлік тәжірибесін пайдалану, ондай жағдайда басқару – ең жаңашыл өнегелілік, этикалық сыпайылық деген сөз.

Бизнес этикасы саласының Дж.Сидерблом және Ч.Дж.Дохерти сияқты американдық мамандар атап көрсеткендей, біз әдетімізде, тұрмыс жағдайларымызда ешқашан істеп көрмеген істерді қызмет үрдісінде істеуге мәжбүр боламыз. Мәселен, біздің көпшілігіміз біреудің үйінен хат жазатын зат ұрлау ойымызға келген емес. Ал кейбір адамдар осыған барған әрекетін білдірмеуге тырысып бағады, қолға түсіп қалса қатты өкінеді. Алайда біз жұмыс орнымыздан түрлі заттарды үнемі алып шығамыз да жеке шаруа-ызға пайдаланамыз немесе отбасымыздың мүшелеріне, достарға береміз. Кейбір адамдар бәсекелестік іскерлік ортадағы жұмыста теріс қылықтар жасайды. Көп ретте ұйымдағы жұмыс, әдеттеті жағдайларда біз лайықсыз санайтын, қылықтар көрсетуге мәжбүрлейді. Мәселен, бөтен адамның еңбек нәтижесін сынға алудың аяғы көптеген өкпе-назға душар етеді, әдетте мұндайдан сырт болғымыз келеді. Ал жұмыс жағдайында сынау, кемшіліктерді талдау – бұлар қызмет міндетіне жатады. Ұйымдық және бәсекелестік факторларының үйлесуі көп ретте адамның мінез құлқының күмәнді деп аталуына әкеліп соғады. Біз қандайда бір фактыны жасырып қалуға, сытылып кетуге, артықшылық іздеуге, залал келтіруге немесе біреудің залалын елемеуге, басқа адамдар жөнінде жасалған әрекеттерді көрсек те тіс жармауға мәжбүр боламыз.

Ұйымның этикасын Дж.Сидербломмен және Ч.Дж.Дохертимен бірге талдап көрейік. Мәселен, хат жазуға арналған заттарды ұрлау дұрыс болып көрінуі мүмкін. Өйткені көптеген ұйымдар бюджеттерінің ысырап болуына қарағанда, ұрланатын нәрсенің құндылығы мейлінше төмен ғой. Алайда бұлай жасалған түйін басқа ұрлық қарлықтарды ақтау үшін пайдаланылуы мүмкін. Міне, сондықтан осындай кез келген әрекетті сорақылық деп санаймыз. Осымен қатар жұмыс орындарынан арзан заттарды жымқыру тәртіп салтын көрсетеді. Бұл тәртіп ұжымның меншігі мен қорын өздерінің жеке мақсаттарына пайдалануды көздейтін жұмыс істеушілердің бәрін өзара байланыстырады.

Ұсақ ұрлық дағдылы болып табылатын ұжымда қызметкерлердің қалыпты тәртібі және іскерлік байланысы үшін телефонмен жеке сөйлесулер, ұжым бюджеті есебінен қызметшілердің жеке сапарларда болуы, тағы басқалар арасындағы күмәнді қылықтардың жігін айыру қиын. Сондықтан да ұсақ ұрлықтар, олармен күрес баршаға қолайсыз болып көрінеді. Бірақ осындай тәртіп баршаның ортақ әдетіне айналған болса, онда келтіретін зиян анағұрлым ауыр қылықтармен күрес қиын болады. Күндер өте келе қызметшілер қордардың зор шығынға ұшырауына қарсы тұра алмайтын жағдайда қалады. Ал бұл шығындар акционерлерге кіріс болар еді немесе ақшаларына жұмыс істеп тұрған адамдарға қайтарылар еді. Тәртіптің тағы бір келеңсіз мысалы шындықты жасыру. Әдетте, біз оны, жұмыстан тыс уақытта, дұрыс емес дейміз.

Бизнесті жүргізу негізінен тауар сату мен сатып алудан біржаққа пайда түсіру дегенді білдіреді. Сатылатын объект туралы жалған ақпарат беру мүмкіндігі бола қалғанда, сатушы санкциядан қауіптеніп заңнамада көрсетілген мүмкіндікті міндетті түрде пайдалануға бармайды. Алайда бүкіл шындықты, әсіресе сатылатын тауар ерекшелігін жасырғанда, сатып алушының осындай тауарды басқа жерден іздеуге мәжбүр болатыны сауданың «ойында» тіпті ескерілмейді. Жоғарыда айтылғаннан шығатын қортынды: адамның жұмыстағы тәртіп ережелері әдеттегідей ерекше ситуация туғызады, олар қоғамда адамның кез-келген басқа байланыстарда колданатын ережелерінен елеулі өзгешеленеді. Біз жұмыс орнынан сырт жерде кез-келген фактіні жасыра аламыз, оны дұрыс деп есептеуге болады. Мәселен, кез-келген фактіні танысымыздан, оның игілігі үшін – айталық қолайсыз ситуация қалдырмау үшін жасырамыз. Осыны өзіміз үшін қандай да бір мақсатқа жету үшін жасадық десек, өзімізді ұятқа қалдырғандай сезікте жүрер едік. Бұдан бір өзгешілік мынадай: жоғарыдағы жағдайда кез келген сатушы ақаулары мен кемшіліктері айтылмай, ұсталған автокөлігін мініп кетіп бара жатқан сатып алушыны көргенде шаттыққа кенелгендей сезінеді. Бизнестің ерекшелігі – басқа адамдарға тигізген зиянға селқос қарайды. Бұл дағдылы жағдай да жат көрініс. Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлер өндіріп, сататын өнімдер кейде адамдардың өмірі мен денсаулығына қатер төндіреді. Бірақ түрлі себептерге байланысты көпшілік сол өнімдерді сатып алуға туюкел етеді. Ал өнімді өндірушілер мен сатушылар, егер заң мәжбүр етпесе, қатер бар екенін білсе, тұтынушыларын ескетпейді.

Жарнама көп жағдайда қауыпті өнімді пайдаланған кезде қауіпсіздік сезімін туғызу үшін пайдаланылады.

Басқа адамдарға зиян жасалғанына бос қараушылық ұйым қызметкердерімен араласқан кезде жиі байқалады. Жұмыстан шығарылатын, қызметі төмендетілетін немесе жалақысы кемітілетін адам жөнінде атқарушы кісі тарапынан жаны ашу рұхсат етілмейтін қателік. Кейбір жағдайларда мұндай іс қимыл талас тұғызбайтын сенімді көңілмен, әрі басымдылықпен орындалады, түсінік сұралмайды, басшының беделінің өзі бағынышты адамның келісуден басқа амалын қалдырмайды. Мүмкін, заң бойынша осының өзі жеткілікті шығар. Бірақ бұл басқа ойлармен қарағанда заң толық жетілген болып табылмайды. Моральдық көзқарас бойынша басқа адамдарға келтірілген зиянды елемеу тәртіптегі осалдық, әдеттегі жағдайларда мұны дұрыс емес деп атаймыз. Біз жұмыстан шығарылған адам туралы: «оған көмектескім келер еді, бірақ бизнестің аты бизнес» деген пікірді де айтамыз.

Жұмыс жағдайларында жарамсақтық пен шағыстыру қылығы «адамдармен жұмыс істей білу» деп есептелуі мүмкін. Әдеттегі жағдайларда егер сізге басқалар жарамсақтанып жүрсе, кейін оларды мақсатыңызға жетуге пайдаланбақ болсаңыз немесе сіз бір адамды екінші біреуге айдап салу үшін жасырын одақ ұйымдастырсаңыз, онда басқалар сізге арам немесе безбүрек адам деп қарайтын болады. Бірақ жұмыста мұндай сөзтоптамасы құбылып тұрады. Адамды жарамсақ деп атаудың орнына, оны «сапырылыстыруға шебер» деп, «безбүйректігін» жұмсартып «іскер» адам деп аталады.

Бизнес әлемінде осындай құбылыстардың бар екеніне таласатын ешкім жоқ. Алайда мұндай құбылыстар «кіріс жасайтын бизнес» әлемінде (көбінесе бұл іскер адамдар әлемі деп аталады) ғана болып отырған жоқ. Олар белгілі бір деңгейде кез келген ұйымнан байқалады. Егер біз оқу орындары немесе емдеу мекемелері сияқты қоғамдық сектор ұйымдарын қарастыратын болсақ, олардан адамдарға ықыласпен қарауды немесе жеке бизнес саласының кәсіпорындарына қарағанда, жауапкершілікпен қызмет көрсетілгенін көрген емеспіз. Кесірдің тамыры сонда: өндірісті ұйымдастыру қызметі өз формасын өзгертіп, адам қылықтарының көпшілігінің моральдық жаңа мазмұнын қалыптастырады.

Жұмыс орнындағы этикалық стандарттар өмірде жалпыға ортақ стандарттардан өзгешелігі бар екені, бизнес жетекшілерінен бірнеше рет сауалдарға жауап алынғаннан кейін, айқын көрінеді де, калың жұрттың игілігіне айналады. 1977ж. Harvard Business Review басылымы сұрау өткізгеннен кейін 1000-нан астам жетекшілердің әрбір жетеуінің төртеуі олардан тиімді жұмыс істеушілерді, басшылардың кіріс жасауына қамқоршыларды сондай-ақ этикашыл адамдар ретінде көргісі келетіндермен іштей қақтығыста болатынын айтқан. Олар қызмет міндетін атқару кезінде бөтен қылық жасау жалпыға ортақ болып табыла ма деген сауалға жауап қайтарғанда үштен екісі, бұл этикаға жатпайды деп есептейтінін нық айтқан. Мыналар еске алынады: керек адамға «сыйлық» беру, бағаны жоғары белгілеу, шырқатып сату, тұтынушыларды алдау, жұмысқа қабылдаудағы әділетсіздік және өздеріне

жұмыс істейтін қызметшілерге шекеден қарау – бәрі де этикаға жатпайды. 1976ж. Pitney – Bowes корпорациясының 300 жүздей және Uniroyal корпорациясының 200 менеджерлеріне корпоративтік мақсаттарға жету үшін өздерінің этикалық принциптерімен ымыраға келетін кездері бола ма деген сауал берілген. Pitney – Bowes корпорация менеджерлерінің онының жетеуі және Uniroyal корпорация менеджерлерінің оннан алтауы осындай ымыраға келетінін жауаптарында айтқан. 1982ж. өткізілген сұрау жоғарыда келтірілгенге ұқсас жағдай АҚШ-тың экономика құрылымына еліктеген басқа да елдерде орын алғанын көрсеткен. International Management басылымы өткізген сұрауларға бизнестің 919 басшыларының 53% соңғы бес жылда компания мүдделері үшін істейтінін және этикалық немесе моральдық ретте өздері дұрыс деп санайтынын, арасында бір ғана алашақтық болғанын көрсеткен. Істі жүргізу кезінде этикаға және заңға жатпайтын сыйлық, пара алу сияқты әдістер жиі пайдаланылатын мысал ретінде келтірілген. Мұның артында қажетті ақпаратты жасыру және бұрмалап көрсету тұрады.

Ғылыми зерттеулер мынаны көрсетеді: көптеген адамдар өздері жұмыс істейтін ұйымдарда орын тепкен жағдайлардың ықпалымен жеке моральдық стандарттармен ымыраға келеді. Бірақ өндірістік ұйым мен бизнесті кесір ретінде көрсету үшін адамды моральдық драманы бастан кешіруге душар еткен жағдайды білу үшін 1983ж. Галлапада өткізілген менеджерлермен қарапайым көпшіліктен алынған сұрауларға жауаппен танысу керек. Сұрауларды өткізгенде: жауаптардың бір бөлігі өздері жұмыс істейтін, мүдделеріне қысым жасап, моральдық принциптерін басып тастаған ұйымды кінәлайтын адамдардан алынады, деп күтілді. Мұны олар өздерінің жеке пайдасы, ал кәсіпорынан алатыны жеткілікті емес, деп есептейді. Мәселен, түскі асқа ақша компания есебінен төленетін болса, адам менюдегі ең қымбат тағамға тапсырыс бере ала ма, деген сауалға біреу «бере алады, өйткені мұндай молшылыққа әрдайым қол жете бермейді» депті, екінші біреу «олар маған мүмкіндік беруге тиіс, мен қалада 24 сағат бойы болмаймын, олар осынысымен қолайсыздық жасайды» деп жауап берген.

Басқа адамдардың қате қылықтарына қарсы тұру керек болғанда қызмет бабындағы міндеттерді атқару кезінде өзіміздің әдеттегі стандарттарды басшылыққа ала бермейміз, оны түсіну өзімізге қиын. Сіздің кәсіпорынның қызметкерлері ішінде сізде барсыз, кәсіпорындардың өнімдері тұтынушыларға зиянды екені туралы бір қорытындыға келдіңіз делік. Сіз мұны тек ойын элементі деп шамалаңыз, қызметшілер өздері туралы да, ойлауға мәжбүр болады. Кейін тағы бір өнімнің зиянды екенін білесіз. Сіздер жағдайды ақындырып бара жатқандарыңызды анықтау үшін қандай ережені ұстану керек?

Қарастырылып отырған проблема ерекше күрделілікке айналады. Өйткені басқалар туралы таратылған ақпарат әрқашанда теріс қылық ретінде қабылданады. Мәселен, сіздің көпшілігіңіз тым жас кездеріңізде мұғалімдерді биік тұлға ретінде көріп келдіңіздер. Бірақ хабардан оған көрсетілген құрметті көрген жоқсыздар. Бұдан кейін «хабаршылардың» айтқандарына әрқашан шұба келтіріледі. Осы дағды есейген шақта да сақталады. Егер біздің

«хабаршыларға» жеркенішті көзқарасымыз жұмыс орнымызда парасаттылық ережелерінің басым саналмайтындығымен үйлесетін болса, онда жоғарыда баяндалған ситуацияларға ауыз ашуға болмайтынын оңай түсінеміз. Біздің әрқайсымыз жиі немесе ауық-ауық тәртіптің күнделікті нормаларын бұзсақ, кез келген адам туралы екіжүзділіктің елеулі сезімі пайда болады. Біреу бір оқиғаны жеке алып, өз әріптестері туралы көлденең адамдарға қолайсыз ақпарат беруге бекінеді. Мұндай ситуацияларда тағы бірқатар күрделі моральдық проблемалар туындайды. Кәсіпорындарда жұмыс істеген адамдар былыққан істердің үдеп бара жатқанын біледі, ол туралы ашық айтқысы келеді немесе қандай да бір шара қолдану керектігін түсінеді. Моральдық тәртіптің қалыпты ережелері жиі бұзылады. Осындай көпшіліктің үндемеген тыныштығын бұзу да, зияны, әрі теріс қылықтар жасалып жатқанын көріп тұрып, моральдық берік шекте тұру да қиын.

Сонымен жалпы кәсіпкерліктің этикасына қорытынды жасасақ, мынандай тұжырымды айтуға болады:

1. Кәсіпкерлік этика кәсіпорынның жоғарғы мәртебеде болуын қамтамасыз ету үшін маңызды роль атқарады. Өндіріс тиімділігін арттыруға, табысты көбейтуге ықпал етеді.

2. Бүкіл дүниежүзінде іскерлік және кәсіби этикаға ерекше ықылас қояды. Өйткені, бұл – адам мінез-құлқының құлықтылық (өнегелілік) нормаларының жүйесі, олардың бір-бірімен қатынас жасаудағы міндеттері.

Кәсіпкерлік қызмет субъектілеріне тән мәдениеттілік және іскерлік этикасы әр елде, әр аймақта ішкі және сыртқы ортаға байланыста әрқашан да дамып, жаңа мазмұнда жетіліп отырады. Оны Қазақстан Республикасындағы кіші бизнестің қалыптасып, оның субъектілерінің іскерлік белсенділігінің артуынан анық байқау қиын емес. Бұл мәселелер жөніндегі толық түсінік келесі үшінші бөлімде кеңінен берілген.

### **3 КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТ СУБЪЕКТИЛЕРІНІҢ ІСКЕРЛІК ҚАТЫНАСТАРЫН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ**

#### **3.1 Шағын кәсіпкерлік субъектілерінің белсенділігін арттырудағы шетел тәжірибесін пайдалану нәтижелігі мен мүмкіндіктері бағыттары**

Батыс елдерде фирма өсімінің кезеңдік теориясы да кең таралған, ол «ұйымдық тәртіп» аумағындағы зерттеу нәтижесінде туып, фирма дамуының кезеңдік сипаттарын ерекшелеу негізінде фирма өлшемін сапалық анықтаудың кеңеюіне жол берді. Фирма өсімі теориясының бір нұсқасы кәсіпорын мөлшерін анықтаумен тікелей байланысты болмаса да, бекітудің сапалы нұсқасын дамыту үшін қолданады.

Осы теорияның бір нұсқасы кәсіпорын өсімі кезеңінің индикаторы ретінде өнімді дамыту стратегиясына көзделді. Көптеген авторлар компанияларды бір өнімді өндіруге бағытталған шағын фирмадан бастап, өнімнің үлкен өндірісі бойынша қызмет диверсификациясына бағытталған ірі кәсіпорындар – конгломерат–компания түрінде қарастырады (технология, қызмет, «ноу-хау»). өнім дамуының кезеңін сипаттау үшін фирманың жылдық табысының оның өндіріске кеткен барлық шығындарының қатынасына тең «мамандандыру коэффициенті» қолданылады.

Сапалық көзқарастың артықшылығы – теориялық негіздеменің белгілі бір дәрежедегі жетістігі және түрлі кәсіпорындарға «менеджмент жүйесі» т.б. сияқты сапалық критерийлер тән кең спектр есебі. Бұл тұжырымның кемшіліктері – түрлі сипаттамалар қатарын анықтау үшін фирмаішілік ақпаратқа ену қиындығы мен тәжірибені қолдау күрделілігі (мысалы, «менеджмент жүйесі»), және критерийлердің неғұрлым кең спектрі.

Шағын фирманың таза сапалық анықтамасын оның өмір сүру және даму ерекшіліктерін бөлу арқылы қалыптастыруға болады. Бұл көзқарас шағын фирманың қызметі ретінде қарастырады: айқындылықсыздың жоғарғы деңгейі, инновация енгізуге жоғары мүмкінділік (кең мағынада); тұрақты дамуды және өзгерістерге тез бейімделуі.

Комбинациялы көзқарас бертінде ғана қолданыла бастады. Оның мысалы болып 1971 жылы Болтон комитеті (Ұлыбритания) баяндамасында ұсынылған шағын фирма анықтамасы табылады. Бұл шағын бизнесті дамыту мәселесін алғаш қарастыру мысалы. Ол әртүрлі елдердегі шағын фирмалар дамуының кейбір аспектілерін салыстырмалы талдау нәтижелері келтірілген (кесте 14).

Монополизм нарықтағы еркін бәсекелестіктің мүмкіндігін жоя отырып, экономикалық өрлеуге кері әсерін тигізетіні белгілі, яғни капитал мен өндірістің жиынтығын құрайтын монополизмнің бойында қай кезде де тоқырау қаупі бар. Оған қарсы тұра алатын бірден бір фактор – ол әлемдік тәжірибеде кең етек алған, біздің елімізде де енді дамып келе жатқан шағын бизнес. Жалпы өркениетті елдердің қай қайсысын алсақ та өздерінің экономикалық және әлеуметтік мәселелерін шешуде шағын кәсіпкерлікке арқа сүйейді.



Кесте 14

Шағын бизнеске жатқызу критерийлері (Ұлыбританияда)

Қызмет түрі	Жұмысбастылар саны мен жылдық айналым
Өнеркәсіп	жұмысбастылар саны 200-ден көп емес
Құрлыс, пайдалы қазбалар өндіру	жұмысбастылар саны 25-ден көп емес
Бөлшек сауда, қызметтер	Айналым 50000 ф. ст-тен көп емес
Автомобильдер сату	Айналым 100000 ф. ст-тен көп емес
Көтерме сауда	Айналым 200000 ф. ст-тен көп емес
Көлік	Фирма меншігінде транспорт құралдары 5-тен аспайды
Қоғамдық тамақтандыру	Кез-келген бөлімдер мен кәсіпорындардан басқа барлық жеке кәсіпорындар (сыра қайнату зауыттары мен басқарылатын).

Себебі шағын бизнес халықтың әл-ауқатын арттырумен қатар, қосымша жұмыс орындарының ашылуына да себебін тигізеді. Бұл жағдайды төмендегі кестенің көрсеткіштерінен айқын байқауға болады (Кесте 15).

Кесте 15

Шағын бизнеске қатысушылардың жалпы жұмысқа қамтылғандар санындағы әр елдегі үлесі, 2006 мәлімет

Ел аты	Үлесі	Ел аты	Үлесі
Италия	80%	Румыния	27%
Ұлыбритания	76%	Венгрия	24%
Жапония	73%	Словакия	23%
Бельгия	72%	Польша	23%
Франция	69%	Ресей	10%
Германия	64%	Беларусь	6%
АҚШ	53%	Хорватия	22%

Кәсіпкерлік сектор нарықтық бәсекелестіктің өзгеруіне өте сезімтал. Сонымен қатар экономикадағы бәсекелік сипатты қолдай отырып, орта топтың қалыптасуының негізін қалайды. Осындай әлеуметтік базаны дамытпастан нарықтық реформаларға жоғары баға беру мүмкін емес. Бұл сипаттаманың әділдігін экономиканың қолдаушы күші болған шағын бизнесті кең бағытта қолдаған шет елдердің тәжірибесі айғақтайды. Мысалы, АҚШ-та жалпы өнімнің 40 пайызы және еңбекке қабілетті халықтың 53 пайызы оның үлесіне тиеді. Ірі корпорацияларға қарағанда шағын кәсіпорындар технологиялық жаңалықтарды анағұрлым көп игереді. Мұндай кәсіпорындар тауарларды

экспортқа шығаруға мүмкіншіліктері мол. Олардың үлесіне: Германия, Италия, Жапония сияқты елдерде тауар экспортының 40 пайызы жуығы тиеселі екен.

Кесте деректері дәлелдеп отырғандай, шағын бизнес өркениетті елдерде әлеуметтік мәселелерді шешудің басты күші бола отырып, тұрақтылықтың кепіліне айналуда. Экономикалық және статистикалық мәліметтер бойынша шағын бизнес субъектілерінің рөлі тіпті дамыған елдерде артқаны байқалады.

Шағын бизнестің осындай, басқа да экономикалық және әлеуметтік функциялары шағын бизнесті дамыту мәселесін маңызды мемлекеттік міндеттер қатарына жатқызуға және экономиканы реформалаудың ажырамас бөлігі деп қарастыруға негіз береді. Шағын және орта кәсіпорындардың ірі ұйымдармен тиімді ынтымақтастық құруы келешегі зор бағыт. Шағын кәсіпорындар ғылыми техникалық жетістіктерді қабылдауға анағұрлым қабілетті, нарықтағы сұраныс өзгерісіне оңай бейімделеді. Сондай-ақ ірі кәсіпорындарға тауарлар жеткізу мен қызмет көрсету құқығы үшін өзара бәсекеге барады, мұның өзі олардың тұрақты табыстарына кепілдік береді. Олар ірі кәсіпорындардың орнықтылығын және өндірістік әртараптандырылуын қамтамасыз етіп, монополистік бағытқа қарсы әрекет ереді. Шағын бизнес нарықта консалтингтік, брокерлік, маклерлік, делдалдық, жарнама, қолданбалы зерттеу жұмыстары бойынша қызмет көрсетумен қамтамасыз етіліп, белсенді рөл атқарады.

Соңғы уақытта дамыған нарықтық экономикасы бар мемлекеттерде шағын бизнестің дамуы үлкен орын алып отыр. Егер 1950 жылдары АҚШ-та орташа шамамен жыл сайын 130 мың фирма тіркелсе, 60 жылдары – 220 мың, ал 70 жылдары – 350 мың, ал 90 жылдары жыл сайын 600 мың фирмаға дейін орташа шамамен тіркелген. Бұл құбылыстың себебі шағын бизнестің дамып отырған қоғамдық тұтынушылықты дер кезінде қанағаттандыра алу қабілетімен, ғылыми техникалық прогресс барысында өндірістік құрал-жабдықтардың жетілділігімен және аралас экономикадағы әр түрлі меншік формаларының біркелкі мүмкіндігімен түсіндіріледі. Шағын бизнес – шешім қабылдау мен оны жүзеге асырудағы еркіндік, іскерлік, нәтижелерге толық экономикалық және құқықтық жауапкершілік, сондай-ақ шығармашылық ынта және жігермен сипатталады.

Әлемдік тәжірибеде қоғам мен мемлекет мүддесінде шағын бизнесті мемлекеттік қолдау норма болып есептеледі. Мұндағы мемлекеттің міндеті шағын кәсіпорындарға қаржылық, техникалық және өзге де ресурстарды беру ғана емес, сондай-ақ оларды қандай да бір дәрежеде болсын қолдау емес, олардың өмір сүруі үшін құқықтық және экономикалық жағдай жасау, нарық жағдайында өсіп, өмір сүре алуы үшін жағдай жасаудан тұрады. Еуропа, Жапония, АҚШ, Азия сияқты әлемнің барлық елдерінде және Латын Америка елдерінде шағын кәсіпкерлікті дамытуды қолдаудың қуатты толқыны жүруде. Барлық Еуропа, әсіресе, өтпелі экономикасы бар елдер (Шығыс Еуропа) шағын кәсіпкерлік мемлекеттік қолдауға өз үлестерін қосуды кеңейтуге зор назар аударуда.

Экономикалық қызметтестік және дамуды ұйымдастыру елдерінде барлық фирмалардың 99% - бұл жұмыс орындарының қайнар көзі болып табылатын (жұмысбастылықтың 40% - 80%) және ЖІӨ-нің 30%-70%-ын қамтамаыз ететін шағын және орта кәсіпорындар. Мемлекеттік қолдау бағдарламаларының 1552-нен (1989-1993жж. аралықтары) немесе «Өнеркәсіптік субсидиялардың бағдарламалары» ішінен 359 шағын және орта бизнесті қолдауға бағытталған. Еуропалық Одақтың 12 елдерінде 1990 ж. 15,8 млн. ауылшаруашылықтық емес жеке кәсіпорындар есептелген. Олардың 14,7 млн. микрокәсіпорындар болды, 1 млн-ға жуығы шағын кәсіпорындар, шамамен 70000 кәсіпорында 100-500 жұмыскерлер қызмет етсе, тек 13000 кәсіпорын 500-ден астам қызметкерлерге ие болды. Микрокәсіпорындар үлесіне ауылшаруашылықтық сектордан тыс жұмыспен қамтылғандардың 31,8%-ы тиесілі, шағын - 24,9% және орта - 15,1%.

Шағын бизнес көптеген елдердің экономикасындағы базалық негіздеме болып табылады.

1993 жылы Еуропалық Қауымдастық жеке секторының шамамен 15,7 млн.кәсіпорындары шағын және орта бизнес кәсіпорындары ретінде қызмет етті. Еуропалық Қауымдастық елдеріндегі бизнес үшін неғұрлым тиімділері микрокәсіпорындар болып табылады (1-9 адам). Мұнда олар шамамен 14,5 млн.

1989-1992 жж. Аталмыш кәсіпорындардың айтарлықтай ұлғаю көзге түсті, әсіресе шағын кәсіпкерлік есебінен. Шағын және орта бизнес кәсіпорындары Еуропалық Қауымдастық гүлденуіне айтарлықтай салым енгізе отырып, жұмыс орындарының 70%-ын қамтамасыз етті.

Еуропалық Қауымдастық деңгейінде шағын бизнестің артушы рөлі дамыған елдердің көбісінде мақсаттары төмендегілер болып табылатын арнайы саясатты өңдеу қажеттілігі танылғанына әкелді:

- ұлттық шағын кәсіпорындардың халықаралық бәсекеқабілеттілігін дамыту;

- жаңа жұмыс орындарын құру;

- шағын кәсіпорындардың экономикалық өсімі;

- шетел компаниялары мен инвестицияларын тарту;

- инновациялық іс-әрекет;

- технология трансферті.

Еуропалық Қауымдастықтың көптеген мүше елдерінде шағын және орта бизнеске қатысты саясат тұжырымдамасы федералды биліктің прерогативасы болып табылады, ал нақты шаралар жергілікті биліктер деңгейінде жүзеге асырылады.

Саясаттың жекелеген салалары бойынша Еуропалық Қауымдастық елдеріндегі шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдаудың жалпыланған тәжірибесін келтірейік.

1. Шағын кәсіпорынды құру. Барлық айтылғандардан шағын кәсіпорындар санын арттырып, саласын кеңейтуге мемлекеттің тікелей қызығушылық танытуы туралы сөз қозғауға болады. Еуропалық Қауымдастықтағы білім алу жүйесі мынадай: мұнда азаматтар кәсіпкер болу мүмкіндігі туралы тіпті мектеп жасынан біле бастайды. Өз жолында бастаушы кәсіпкер қандай қиындықтарды

кездестіруі мүмкін? Олар мынадай: қаржылық қаражаттардың жетіспеуі, нақты бизнес-жоспардың болмауы, заң білмеу және нарықтық жағдайлар.

Осыны ескере отырып, Еуропалық Қауымдастық барлық елдерінде белгілі бір дәрежеде меншік ісі бар адамдарды ынталандыратын түрлі бағдарламалар жүзеге асырылады. Оларға қаржылық, ақпараттық және кеңес берушілік көмек көрсетіліп, оқыту ұйымдастырылады. Мысалы, Дания меншік іс ашуға талаптары бар, бірақ жұмыссыз отырғандарға арналған бастаушы кәсіпкерлердің Сызбасын өмірге енгізген. Мұндай адамдар меншік іспен айналысу барысында өз жәрдемақыларының жартысын алып отырады, максималды төлем мерзімі 3,5 жыл.

2. Субподрядтар. Сонымен қатар, тұтынушылар мен жабдықтаушылар арасындағы неғұрлым тұрақты қатынастарды қалыптастыру қарқыны байқалады. Олардың көбісі шағын кәсіпорындар. Субподряд осылайша ірі фирмалардың технологиялық және коммерциялық «ноу-хауына» жол ашылған шағын кәсіпорындарға тиімді. Жабдықтаушы ретінде әрекет ете отырып, шағын кәсіпорындар зор көлемдегі экономикалық дербестікке қол жеткізе отырып, өзі өндіретін соңғы өнім өндірісін жақсартып алады.

Бірақ бұл салада да шағын кәсіпкерлік қатаң халықаралық бәсекелестік, нарықтық конъюнктураның жағдайы және өзгеруі туралы толық ақпараттың болмауы сияқты проблемалармен қақтығысады. Сәйкесінше осы саладағы шағын бизнесті қолдаудың негізгі шаралары ақпараттандыру және кеңес берумен байланысты.

3. Экспорт. Соңғы жылдары тиімді шекаралық сауда-саттық жолында тұрған көптеген тосқауылдардың көбісі ЕҚ-да жойылды, бұл, әрине, экспорттың кеңеюіне ықпал етеді. Осында туындайтын мәселелер субподрядтық салада аталғандарға ұқсас.

Ұлыбританиядағы «Экспорттық инициатива» мемлекеттік қолдауды жүзеге асырудың мысалы бола алады. Ол халықаралық саудадағы потенциалды экспортерлердің қызығушылығын арттыруға және олардың көлемін арттыруға бағдарланған. Экспорттық инициатива мыналарды қамтиды:

- жеке сектормен байланысты және тәжірибесі жоқ экспортерлерге мамандардың кеңес берушілік қызметтерін ұсынатын сауда-саттық пен өнеркәсіп бөлімі;

- «өзіндік көмек көрсетуді» қамтамасыз ететін ақпараттық орталық, яғни фирма үшін нарықтарды іздеумен байланысты ақпараттық мүмкіндіктерді ұсыну;

- фирмамен көрсетілген өнімдер және нарықтар бойынша экспорттық ізденіс;

- өнімге сұраныс, жергілікті бәсекелік жағдай, маркетингтік зерттеу өткізу жөнінде кеңес беру және ақпараттық қызметтерді ұсынатын анықтамалар қызметі.

4. Қаржыландыру. Еуропалық Қауымдастық барлық елдері шағын және орта бизнеске түрлі тетіктерді қолдана отырып, қаржыландыру көздерін табуға қатысты мәселелерді шешуге көмектеседі. Кейбір мемлекеттер (Ұлыбритания,

Нидерланды және т.б) негізінен займ кепілдіктерін қамтамасыз ету жүйелеріне шоғырланады. Ал көптеген елдер субсидиялар, инвестицияларға фискалды жеңілдіктер, жеңілдікті займдар немесе дотациялар арқылы шағын және орта бизнесті қолдау үшін ерекше резервтерді құрады. Шағын және орта бизнестің негізгі қорларына қаражаттарды инвестициялау ерекше ынталандырылады. Кейбір елдерде (Бельгия, Франция, Нидерланды және т.б.) тәуекелді капиталды шағын және орта бизнеске ұсыну тәжірибесі жүзеге асырылады. Жекелей алғанда, аталмыш елдердің үкіметі тәуекелді қорлардың мүмкін болатын шығындарын компенсациялауға кепілдік береді.

90 жылдардың басында Португалия Еуропалық Қауымдастық арнайы құрылымдарын пайдалана отырып, тікелей қаржылық қолдауға ие болды: өндірістік инвестициялар қоры (SIN EDIP);

Сыйақылардың жергілікті жүйесі (SIBR); энергияны тиімді пайдаланғаны үшін сыйақылар жүйесі (SIURE);

Ақпараттық технологияларда шағын инвестициялық жобалар (PPI) мен инновацияларды сыйақылау жүйесі. Алынған қаражаттар жалпыеуропалық деңгеймен салыстырғанда Португалияның шағын кәсіпорындарындағы қаржылық тапшылық пен технологиялық ара-қашықтықты жоюға ықпал етті.

5. Жұмысбастылық. Шағын және орта бизнес еуропадағы жұмыс орындарының негізгі қайнар көзі болып табылады. Аталмыш саладағы басты мәселе – білім беру жүйесі мен еңбек нарығының жеткілікті түрде баланстанбауы, сондай-ақ кадрларды дайындаудың нашар дамыған ішкі жүйелері. Осылайша, мәселе жұмысбастылықта ғана емес, сондай-ақ Еуропалық Қауымдастық елдерінде білім беруге қатысты жұмысбастылық мәселелерінде болып отыр.

Жұмысбастылық саласындағы мемлекеттік қолдаудың негізгі шаралары қаржылық көмек (мысалы, шағын кәсіпорындарға арнайы субсидиялар), ақпараттау, кеңес беру және дайындау болып табылады.

Грецияда жұмыс орындарын құрудың арнайы Бағдарламасы қабылданған, онда жастар мен әйел адамдарға ерекше назар аударылған. Еуропалық Қауымдастық елдерінің ішінде бірінші болып Ирландия 60 жылдарда жұмыссыздықтың жоғары деңгейімен соқтығыса отырып, шағын кәсіпорындарға субсидия бере бастады.

6. Білім беру және оқыту. Кәсіпкерлікке көмек көрсету тұрғысынан аталмыш мәтінде қарастырылған білім берудің мақсаты адамда кәсіпкер қасиеттерін дамыту болып табылады.

Мұнда білім берудің екі деңгейін бөліп көрсетуге болады.

Біріншісі – кәсіпкерлік іс-әрекет үшін қажетті білім мен дағдының минималды көлемін беретін бастауыш білім беру.

Екіншісі – қолданбалы сипатқа ие тереңдетілген білім беру.

Оқыту мемлекеттік құрылымдармен және жеке ұйымдармен жүзеге асырылады. Ерекше бағдарламалар әйел адамдар үшін өңделеді.

Осылайша, Ирландияда 1992 жылдан бастап жұмысқа үйрету бағдарламасы әрекет етеді, ол өнеркәсіптік кәсіби дайындықты арттыру

мақсатында өңделіп, шағын кәсіпорындардың бәсекеқабілеттіліктерін арттыруға бағытталады.

Бағдарлама 26-52 апта аралығында толық оқыту барысында жүзеге асырылады. Қызметкерлерін оқуға жіберетін компания мөлшеріне байланысты мемлекет оқыту курсының ақысын жартылай төлейді.

АҚШ-ғы шағын кәсіпорындардың әрекеті шағын бизнес Әкімшілігі сияқты арнайы мемлекеттік ұйым біліктілігіне кіреді, ол 1953 жылы АҚШ конгресімен құрылған. Оған шағын кәсіпкерлерге қаржылық кеңес беру көмегін көрсету, үкіметтік тапсырыс алуға жәрдемдесу және ірі кәсіпорындармен келісім-шартқа отыруға жәрдемдесу міндеті жүктелген.

АҚШ президенті жыл сайын Конгреске шағын бизнес жағдайы туралы мәлімет беріп отырады. АҚШ конгресі шағын бизнесті дамытуға қатысты түрлі бағдарламаларды бекітеді. Аталмыш бағдарламалар түрлі үкіметтік ведомстволарға ие (Сауда-саттық министірлігі, ауылшаруашылық министірлігі). Бизнесмендерге ақпаратпен, оқытумен және кеңес берумен көмектеседі.

Келесі федералды ұйымдар шағын кәсіпорындарды дамыту бойынша бағдарламаларға қатысады және сауда-саттықты дамыту бойынша Координациялық комитеттің қатысушылары болып табылады: АҚШ-ң сауда палатасы, ауылшаруашылық департаменті, көлік, байланыс, энергетика, білім беру, еңбек, қаржы, қауіпсіздік департаменті. АҚШ сауда өкілеттілігі, АҚШ-ң экспортты-импорттық банкі, сауданы дамыту Агенттігі. Шетелдік инвестициялар бойынша жеке компания. Халықаралық даму Агенттігі. Қоршаған ортаны қорғау бойынша Агенттік. Ақпараттық агенттік. Бюджетті құру және басқару бойынша бөлімше. Ұлттық қауіпсіздік кеңесі. Халықаралық сауда бойынша комиссия. Экономикалық кеңес берушілер кеңесі.

Аймақтық деңгейдегі шағын бизнеске ерекше назар аударылады.

Осылайша, мысалы, 1983 жылы Мичиган штатындағы Уэйнск университеті шеңберінде шағын бизнесті оқыту, кеңес беру, зерттеу және құқықтық қорғау бойынша бағдарламаларды жүзеге асыру үшін шағын бизнесті дамыту Орталығы құрылған.

Құқықтық негізге ие аталмыш федералды, жергілікті бағдарламаның мақсаты төмендегідей анықталған:

- 13 аймақтық бөлімшелер арқылы Мичиган штатында шағын фирмаларға ілеспелі кеңес беруді қамтамасыз ету;

- шағын бизнес мәселелері бойынша тәжірибелік оқыту бағдарламаларын өңдеп, жүзеге асыру;

- Мичиган штатында шағын бизнес мәселелерін талдау;

- өзге қоғамдық және жеке ұйымдармен бірлесе отырып, құқықтық қорғау мәселелері бойынша шағын бизнес мүдделерін қорғау.

Заңнамаға сәйкес шағын кәсіпкерлік субъектілерін несиелеу шағын кәсіпкерлікті қолдау қорының қаражаттары есебінен жүзеге асырылады, олар жеңілдікті жағдайларда шағын кәсіпкерлік субъектілеріне толық алынбаған

табыстарын компенсациялауға құқылы. Осындай тәртіп шағын кәсіпкерлік субъектілерін сақтандыру барысында да қарастырылған.

Кейінгі онжылдықтарда экономикасы дамыған Батыс елдерінде бәсекенің дамуы әсерінен шағын және орта бизнес рөлі арта түсті. Мұның басты себебі - экономикалық сектордың кәсіпорындарына тән артықшылықтар.

Тұрақты экономикалық жүйеде шағын кәсіпкерлік: динамикалық түрде дамуы мүмкін, тұтынушылардың сұранысының өзгеруіне тез бейімделе алады, бәсекелес нарықтық қатынастарға ықпал етеді, экономиканың құрылымдық қайта құрылуына әсер етеді, жаңа жұмыс орындарын ашады, жаңа кәсіпкерлік топ пен меншік иелерінің құрылуына жағдай жасайды, елдің жалпы ұлттық өнімінде үлкен үлеске ие бола алады, мемлекеттік бюджетке үлкен қаржы сомаларын береді.

Дамыған елдерде шағын кәсіпорындар мынадай салаларда басым рөл атқарады: сауда, автосервис, құрылыс, қызмет көрсету салалары. Қазір шағын кәсіпорындар жоғары технологиялық сфераларға: машина құрылысы, энергетика, электротехника, химиялық өнеркәсіп, транспорттық қызмет, информатика, микроэлектроника, телекоммуникация салаларына әртараптандырылып жатыр.

Шағын және орта кәсіпорындардың ірі кәсіпорындармен қатар қызмет етуі дамыған елдер экономикасына тән белгі.

АҚШ шағын бизнес басқармасының жіктелуі бойынша шағын бизнес субъектілеріне: жұмыскерлер саны 500-ге дейін болатын өндірістік және сауда кәсіпорындары, ал басқа салалар үшін - жылдық табысы 2 миллион долларға дейін болатын кәсіпорындар жатады.

АҚШ-та тіркелген кәсіпорындардың 97%-ына жуығы шағын кәсіпорындар. Бұл шағын кәсіпорындар жалпы ұлттық өнімнің 53%-ына, көтерме сауданың 64%-ына, бөлшек сауданың 72%-ына, қызмет саласының 57%-ына ие болып тұр.

Экономикалық өсу және құлдырау кезінде, жаңа жұмыс орындарын ашу мен қысқарту кезінде шағын кәсіпкерлік жұмыссыздық проблемасын бәсеңдетеді. АҚШ-тық шағын бизнес даму мысалы көрсеткендей, шағын бизнес сыртқы ортаның өзгеруіне тез бейімделеді. АҚШ Сауда министрлігінің мәліметтері бойынша шағын кәсіпкерліктің инновациялық сипаты елдің экономикалық өсуіне 20-25%-ға дейін үлес қосады.

АҚШ-та шағын бизнес тұрақты түрде мемлекеттік дауға ие. Әр түрлі мемлекеттік реттеулер мен қолдау шаралары құқықтық базаға негізделеді. Солардың бірі «Шағын бизнес туралы» заң. АҚШ конгрессінде шағын бизнес проблемаларымен екі комитет айналысады. Федералдық деңгейде шағын бизнес әкімшілігі қызмет атқарады. Әкімшіліктің басты функциясы - шағын бизнесті жан-жақты қолдау. Әрбір штатта әкімшіліктің аймақтық бөлімдері жұмыс істейді. Аймақтық бөлімшелер шағын бизнес субъектілеріне нарық туралы ақпарат береді, оның мәселелерін шешуге көмектеседі.

АҚШ-та шағын бизнес қоғамда кәсіпкерлік, бәсекелестік атмосферасын дамытуға үлкен үлес қосады. Мемлекет тарапынан болатын шектеулер

кәсіпкерлікке кедергі келтіреді. Сондықтан да АҚШ конгресі шағын бизнеске тікелей бақылау жасайды. Конгресс шағын бизнесті қолдау және дамыту мақсатында бірнеше программа жасады.

АҚШ шағын бизнесті қолдаудың мемлекеттік жүйесі:

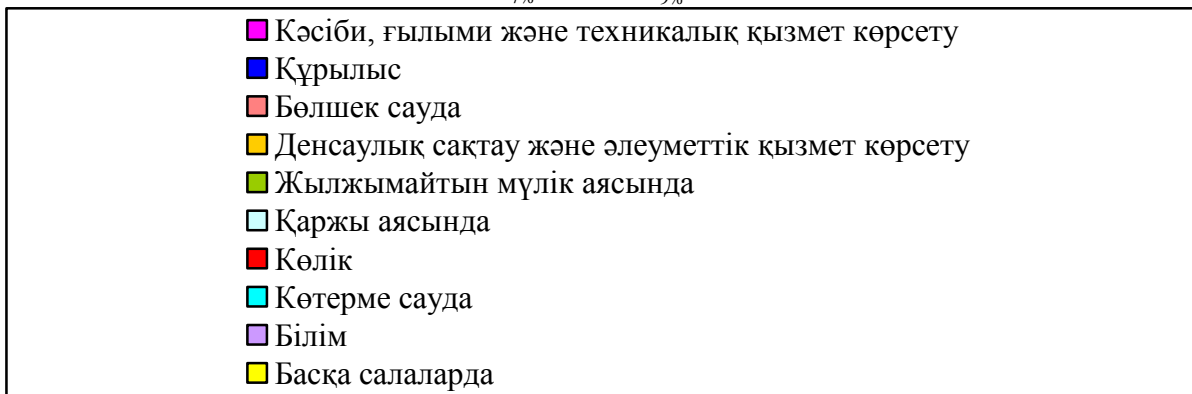
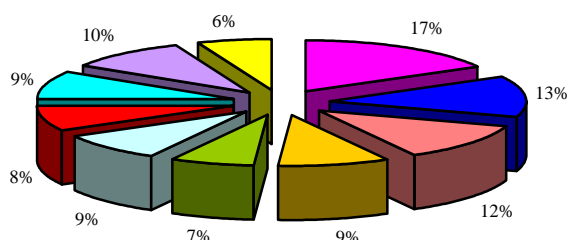
- бюджеттен тікелей дотациялау;
- мемлекеттік тапсырыстардың бір үлесін шағын кәсіпорындарда орналастыру;
- шағын бизнеске несие беру кезінде мемлекеттік кепілді қолдану;
- шағын бизнеске салықтық жеңілдіктер беру.

Негізгі бағдарлама бұл инкубаторлық бағдарлама. Инкубаторлар - ол университеттер, компаниялар, федералдық органдар, штаттық басқармалар жанында құрылатын ұйымдар. Бұл ұйымдардың негізгі мақсаты - жаңа кәсіпкерлерге жан-жақты көмек көрсету болып табылады. Себебі көптеген кәсіпкерлер өз ісін бастағысы келгенімен, мүмкіндігі жоқ, осындай кәсіпкерлерге инкубаторлар көмекке келеді. Қойылған мақсатқа, қаржыландыру көзіне байланысты инкубаторлар: фирмалық, университеттік, жеке болуы мүмкін. Инкубаторларды қаржыландырудағы мақсаттар:

- инкубатор клиенттерінің табысына ортақтасу;
- жеке тұлғалардан арендалық төлемдер алу;
- жаңа жұмыс орындарын ашу.

Сауда палаталары да инкубаторларды қаржыландыруға қатысады. АҚШ-та шағын кәсіпорындар экономикада жетекші рөл атқарады. Сондықтан да федералдық, штаттық басқару органдары шағын және орта бизнестің дамуына үлкен мән беріп отыр, оның дамуына барлық жағдай жасап жатыр.

Қазір шағын кәсіпорындар жоғары технологиялық, химиялық өнеркәсіп, транспорттық қызмет, инфарматика, телекоммуникация салаларына әр тараптандырылып жатыр.



Сурет 11. АҚШ-тың салалар бойынша кәсіпкерлік қызмет түрлері



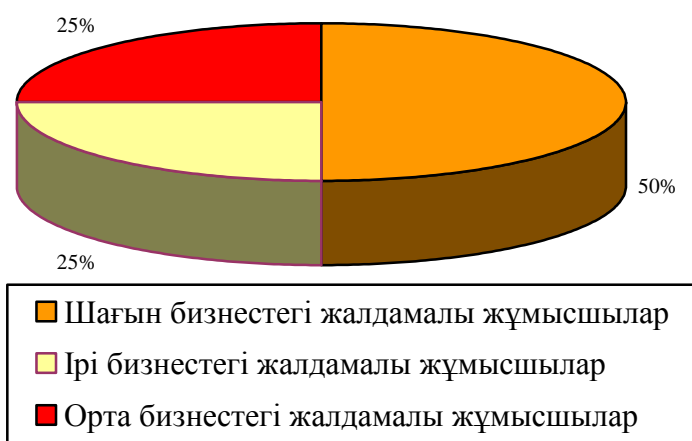
Инкубаторларды қаржыландырудағы мақсаты:

- Инкубатор клиентінің табысына ортақтасу;
- Жеке тұлғалардан арендалық төлемдер алу;
- Жаңа жұмыс орындарын ашу .

Сауда палаталары да инкубаторларды қаржыландыруға қатысады. АҚШ-та шағын кәсіпорындар экономикада жетекші рөл атқарады. Сондықтанда федералдық, штаттық басқару орындары шағын және орта бизнесті дамуына барылық жағдай жасап жатын.

АҚШ экономикасында олар барлық техникалық прогресс саласында жататын барлық жаналықтарды жасауды, игерудің және өндіріске енгізудің тең жартысына жуығы қамтамасыз етеді.

АҚШ-ғы Орталық федералды әкімшілік бір жағдайда кәсіпорындардағы жұмысбастылардың орта тізімдік құрамы көрсеткішін қолданады, ал екінші жағдайда – ақша түріндегі шығарудың жылдық көлемін пайдаланады. Жұмысшылардың орта тізімдік құрамы көрсеткіші ауытқудың жоғары амплитудасын иемденді: жиһаздық көтерме саудадағы 100 адамнан, мыс құю өнеркәсібіндегі 1000 адамға дейін. Негізгі көрсеткіш ретінде жұмысшылардың орташа тізімдік құрамының тұрақты мөлшерін тек Федералды статистикалық бюро ғана ұстанады. Ол шағын кәсіпорындарға кем дегенде 500 адам жұмыс істейтін кәсіпорындары жатқызды. Айта кететін жайт, АҚШ-та кәсіпорындарды бөлу критерийіне көзқарастағы ішкі саланың ғана емес, сонымен бірге фирма-ішілік айырмашылықтар мысалдары да кездеседі. Мысалы, «Мак Греухилл» компаниясында 50 жұмысшыға дейін жұмыс істейтін кәсіпорынды шағын кәсіпорындарға, 100-ге дейін – орта, ал 100-ден жоғары және одан да көп – ірі кәсіпорындарға жатады.



Сурет 12. Жалдамалы жұмысшылардың жеке сектордағы үлесі

АҚШ 1953 жылы шағын кәсіпкерлік мәселелері бойынша атқарушы үкіметтің арнайы органы құрылды – жалпы бойынша орналасқан, 400-ге жуық қызметкерлер бар, ол өңірлік және 120-ға жуық жергілікті бөлімдерден тұратын, тармақталған жүйесі бар, шағын кәсіпкерлік әкімшілігі. Әкімшіліктің орталық аппараты 1100 қызметкерлерден тұрады, оның негізгі қызметкерлері

техникалық және кеңес беру қызметтерін көрсету, шаруашылық жүргізуші субъектілер арасында мемлекеттік тапсырыстарды үлестіру, шағын кәсіпкерлік субъектілеріне қаржылық көмек көрсету механизмін дайындау болып табылады. [15]

Бүгінгі таңда АҚШ-та 7 млн-ға жуық шағын кәсіпорындар бар. Негізінде әрбір отбасы шағын кәсіпкерлікпен айналысады деуге болады. Яғни АҚШ-та шағын бизнес кәсіпкерліктің бір түрі ғана емес, өмір сүрудің негізі. Мемлекетте жыл сайын 600 мыңға жуық шағын кәсіпкерлік тіркеліп, олардың 500 мыңы жойылады. Бірақ бұл ешкімді сескендірмейді, себебі американдықтар сұраныстың динамикасына қарап, ескі бизнестерін жаңа басқа бизнеске қарай бұрып жібереді.

Американың шағын кәсіпкерлігі сауда, өндірістік орта, қаржылық сектор, консалтинг, инновациялық ортада және әлеуметтік қызмет көрсету салаларында жақсы дамыған. АҚШ-та ең алдымен осы салаларды штаттық және аймақтық орталарында дамыту болып табылады. Штаттық пен аймақтық ортаны қаржыландыруға байланысты ұйымдар құрылған. Бұл ұйымдардың басты мақсаты қандай да кәсіпорындарға қаржылық, несиелік түрінде көмек көрсету. Мысалға Коннектикут штатын алайық:

Жапонияда шағын бизнеске ерекше назар аударады. Себебі шағын бизнесті дамыту арқылы Жапония соғыстан қираған елден жоғары технологиялық дамыған елге айналды. Жапонияның халық шаруашылығында шағын және орта бизнес субъектілерінің саны, жұмысшылар саны, тауар айналымы басқа секторлармен салыстырғанда алдыңғы қатарда тұр. Дәстүр бойынша әрбір ірі корпорация өз жанында бірнеше шағын кәсіпорын құрады. Бұл кәсіпорындар бас кәсіпорынға тәуелсіз болады және өздерінің ұйымдық құрылымын жасайды, жаңа өнімдерді шығара бастайды.

Жапонияда шағын кәсіпорындар үлесіне: өндірістік өнімнің 55%-ы, көтерме сауданың 60%-ы, бөлшек сауданың 80%-ы тиеді, Еркін нарықты бәсеке шағын кәсіпорындарға сыртқы ортаға бейімделуіне көмектеседі. Мұндай жағдайда мемлекеттік органдар шағын кәсіпорындарға құрал-жабдықтарды жаңартуға, технологияны жақсартуға, өнімге деген сұранысты дамытуға көмек береді. Жапонияның шағын бизнесті мемлекеттік қолдауының басты ерекшелігі - басымды бағыттарды дамытудағы уақыт мерзімі. Басымдылық бағыттар бір немесе одан да көп жылдарға бекітіліп, кейіннен өзгеріп тұруы мүмкін. Мемлекет шағын кәсіпорындарға мемлекеттік тапсырыстарды алуда да көмектеседі. Жапонияда шағын бизнесті мақсатты түрде бюджеттен қаржыландырады. Әрбір министрлік, әр ведомство өз шығындар бюджетіне шағын бизнеске жұмсалатын қаржыны кіргізеді. Шағын және орта кәсіпорындарға жеңілдетілген салық мөлшерлемесі қолданылады. Жапонияда шағын және орта кәсіпорындар жалпы ұлттық өнімнің 73%-ына ие болып отыр.

Жапонияда шағын кәсіпкерлікті ұйымдастырушылық реттеу шағын кәсіпкерліктің Мемлекеттік корпорациясымен жүзеге асырылады. Жапонияның халық шаруашылығындағы шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің саны,

тауар айналымы басқа секторлар мен салыстырғанда саны алдыңғы қатарда тұр.

Дәстүр бойынша әрбір аймақтық ірі корпорация өз жанында бірнеше шағын кәсіпорын құрайды. Бұл кәсіпорындар бос кәсіпорындарға тәуелсіз болады және өздерінің ұйымдық құрылымын жасайды, жаңа өнімдерді шығара бастайды. Жапонияда шағын кәсіпорындар үлесіне: өндірістің өнімің 50%-зы, көтерме сауда 60%-зы.

Еркін нарықты бәсеке шағын кәсіпорындарға сыртқы ортаға бейімделуіне көмектеседі. Мұндай жағдайда мемлекеттік орган шағын кәсіпорынға құрал жабдықтарды жаңартуға технологияны жақсартуға, өнімге деген сұранысты дамытуы көмек береді. Жапонияның шағын кәсіпкерлікті мақсатты түрде бюджеттен қаржыландыруды, әрбір министірлерін, әр ведомство өз шығындар бюджетіне шағын бизнеске жұмсайтын қаржыны кіргізеді. Шағын және орта кәсіпорындарға жеңілдетілген салық мөлшерлемесі қолданылады.

Жапония шағын және орта кәсіпорындар ЖҰӨ 73% -ына ие болып отыр.

Экономиканы құрылымдық қайта құру үшін шағын бизнесті дамыту маңызды мәселе.

Ұлыбританияда шағын бизнес субъектілеріне: жылдың тауар айналымы 2 миллион фунт стерлинг аспайтын, активтер сомасы 1 миллион фунт стерлинг және жыл бойы 50 адамды жұмыспен қамтитын кәсіпорындар жатады. Ұлыбритания мемлекеттік консультациялық қызмет бастаушы кәсіпкерлерге қажетті кеңестер береді. Мысалы: комерциялық мәселеледі қалай шешу керек екенің, бухгалтерлік есепті қалай жүргізуді керектігі туралы, нарықта қалы зерттеу екендігі туралы кеңестер.

Қазақстанда шағын кәсіпорынды ашу үшін жұмсалатын күш –жігерді шет елде шағын кәсіпорын ашуға жұмсалатын уақытпен салыстыру мақсатында Франция Үкіметінің шағын Кәсіпорындар үшін жасап жатқан шараларының атап өткен жөн. Франциядағы тұрақты түрде дамып жатқан саясаты жатыр. Басты назарда шағын және орта кәсіпорындар. Себебі бұл Кәсіпорындар нақты экономиканың ең динамикалық елі. Францияда шағын кәсіпорындарға жұмысшылар саны 500-ден аспайтын кәсіпорындар жатады. Ресми дерек бойынша Францияда шағын және орта кәсіпорындар -16500000 адам жұмыспен қамтылған. Орташа есеппен бір кәсіпорында 7 адам жұмыс істейді. Әдетте әкімшілік процедуралар шағын кәсіпорындар құруға кедергі келтіретін мәлім, Сондықтан Франция үкіметі формальді мәселелерді қысқаруға көшті. Францияда шағын бизнесті несиелеу негізінде пайдасыздық өсімді мемлекет бонофикациялайды. Бонификация- бұл жеңілдету.

Францияда шағын кәсіпкерлікті реттеудің ұйымдастырушылық құрылымы шағын және орташа кәсіпкерлік Конфедерациясымен, Сауда және өнеркәсіптік палаталарымен, бастаушы және дамушы кәсіпорындардың Ұлттық агенттігімен, техника, өнеркәсіп және экономикалық ынтымақтастық істері жөнінен Агенттігімен көрсетілген.

Орталық бюджет арқылы шағын және орта бизнеске жұмыспен қамтуда да қаржыландырады. Яғни еңбек әлеуметтік шығындар бойынша жеңілдіктер

беріледі. Францияда жұмыссыздар өз кәсіпорның ашу үшін мемлекет көмегіне сүйене алады. Азиялық қаржылық кризис көрсеткендей шағын және орта кәсіпорындар сыртқы факторға аз тәуелді. Үкіметтің шағын және орта кәсіпорындардың қолдауға бағытталған саясаты өте алуан түрлі болып келеді және бұл саясат кәсіпорындардың ары қарай дамуын қалайды.

Германияда да аймақтық шағын және орта кәсіпкерліктің басты сипаттамасы – ең алдымен меншік құқы мен кәсіпорынды тікелей басқарудың бірлігі болып табылады.

Екінші сипаттама – кәсіпорын қызметінің айшықтылығы, оның көлемінің шектеулігі, қожайын мен жұмыскер арасындағы өзіндік ерекше қатынас сипатын білдіріп, өндірістің түпкі нәтижесі үшін екі жақтында бірдей мүдделігін, ынталығын тудырады.

Үшіншіден кәсіпорын өмірінде басққаушы рөлінің ерекше маңыздылығы: ол шаруашылықтың нәтижелігіне тек қана мүлік иесі болғандықтан ғана емес, сонымен бірге өзінің де өндіріспен тікелей айналысып, оны ұйымдастыруға барлық жағынан қатысуынан көрінеді.

Төртіншісі – істі жанұялық негізде жүргізу, яғни кәсіпорын қызметін нәтижелі ұйымдастыруға, жүргізуге атадан болған мұра ретінде машықтану.

Бесіншіден – шағын кәсіпкерліктің тағы бір сипаты белгісі ретінде кәсіпорынды қаржыландыру мәселесін айтуға болады.

Шағын кәсіпкерліктің жоғарыда аталған сапалық жақтарымен, бірге сандық жағынан да сипаттамалары бар.

Германияда 2007 жылдың аяғына қарай жоғарыда көрсетілген стратегиялық есептеу тәжірибесіне байланысты 1,9 миллион шағын және орта кәсіпорын жұмыс істеп, әрбір аймағын орта есеппен бөліп қарағанда олар халық шаруашылығының салалары бойынша мынандай негізге бөлінеді: қолөнерінде - 537, сауда - 225, өнеркәсіпте - 108, қызмет көрсету саласында - 665, еркін мамандық секторы 360.

Шағын кәсіпкерліктің барлық кешенде ішкі және сыртқы проблемалары олардың өз күшімен шешілуі мүмкін емес.

Германияда шағын бизнесті мемлекеттік қолдау жүйесінің негізінде жатқан басты принцип - өздігінен, мүмкіндігінше, өз бетінше дамуды барынша ынталандыратын көмек беру болып табылады.

Бұл елдерде шағын кәсіпкерлік арнайы қабылданған заңдар және дайындалған Бағдарламалар арқасында дамуда және де шағын кәсіпкерлікті дамытудың қабылданған Бағдарламалары жалпы экономиканы дамытудың жалпы ұлттық стратегияларымен байланыстырылған. Сонымен, мысалы Жапонияда шаруашылық етуші субъектілердің қызметі 12 заңмен реттеледі, соның ішінде экономиканың осы сферасының мәнін, міндеттерін, құқықтарын және жеңілдіктерін анықтайтын «ұсақ және орта кәсіпорындар туралы негізгі заңмен», АҚШ-та шағын кәсіпкерлікті дамытудың негізгі құжаты болып «ұсақ бизнес туралы акт» табылады; Германияда – «Жазалаушы құқық»; Қытайда шағын және орташа кәсіпорындарға көмектесу туралы заңның жаңа жобасы дайындалған және т.б. жалпы алғанда шағын және орташа кәсіпкерлік даму

деңгейі субмердігерлік жүйесі арқасында ірі кәсіпкерліктің даму деңгейіне байланысты. Жапонияда орташа кәсіпорындар ірі кәсіпорындардан заказдарды ала отырып, олардың жартысын шағындарға береді. Сөйтіп, мысалы. 1992 жылы Жапонияның 55,6%-ға жуық шағын кәсіпорындары өзінің даму стратегиясын кооперациямен және ірі компаниялар тапсырмасымен байланыстырды. Басқа елдерде субъектілер ірі кәсіпкерлікпен тікелей байланыста болуы мүмкін. [15,66]

Жоғарыда аталған елдерде шағын кәсіпкерліктің инфрақұрылымына үлкен көңіл бөлінеді. Ол кәсіпкерлерге қызметтер жиынтығын (маркетинг, мамандарды дайындау, сақтандыру, консалтинг және т.б.) көрсететін, орталықтармен; бизнес-инкубаторлармен; технопарктермен; субъектілерді несиелеуші, қаржылық ұйымдармен және институттармен; қоғамдық ұйымдармен көрсетілген. Қаржылық институттарға шағын кәсіпкерліктің Қаржылық корпорациялары; Халықтық қаржылық корпорациялар, банктер, арнайы құрылған қорлар, мемлекеттік бюджеттер жатады. Атап кету қажет, берілген елдерде шағын кәсіпкерлік қысқа, орташа және ұзақ мерзімді негізде несиеленеді және проценттік ставкалары салыстырмалы төмен. Ерекше көңіл «ноу-хаумен» байланысты жобаларға бөлінеді.

Шағын кәсіпкерліктің істегі салықтық саясаты салықтық жеңілдіктердің толық жүйесін қарастырады. Сонымен АҚШ-та табысы 50 мың долларға дейін шағын кәсіпорындар үшін салықтар ставкасы 15%, 70 мың долларға дейін - 25% елдегі максималды ставка 34% кезінде.

Соңғы жылдары экономикалық өсу қарқыны бойынша Қытай әлемдік көш бастаушылардың бірі болып саналады. 1997-2007 жылдардағы ішкі жалпы өнімінің жылдық орташа өсімінің қарқыны 9,6%-құрады. Тұтастай алғанда бұл жылдардағы жалпы ішкі өнім көлемі 5,7 есеге, жан басына шаққандағы 4,4 есеге көбейді.

Ұлыбританияның шағын бизнестегі тәжірибесі. Ұлыбританияда шағын бизнес субъектілеріне: жылдық тауар айналымы 2 миллион фунт стерлингтен аспайтын, активтер сомасы 1 миллион фунт стерлингтен және жыл бойы 50 адамды жұмыспен қамтитын кәсіпорындар жатады. Ұлыбритания мемлекеттік консультациялық қызметі бастаушы кәсіпкерлерге қажетті кеңестер береді. Мысалы: коммерциялық мәселелерді қалай шешу керек екенін, бухгалтерлік есепті қалай жүргізу керектігі туралы, нарықты қалай зерттеу керек екендігі туралы кеңестер. Шағын бизнес жөніндегі Үкіметтік қызмет кәсіпкерлер үшін әр түрлі семинарлар мен курстар ұйымдастырып тұрады. Сонымен қатар Үкімет банктер алдында кәсіпкерлер үшін қарыздық кепілдеме береді. Шағын кәсіпорындар салықты табысқа жеткеннен соң ғана төлейді.

Қазақстанда шағын кәсіпорынды ашу үшін жұмсалатын күш-жігерді шет елде шағын кәсіпорын ашуға жұмсалатын уақытпен салыстыру мақсатында Франция Үкіметінің шағын кәсіпорындар үшін жасап жатқан шараларын атап өткен жөн.

Франциядағы тұрақты түрде дамып жатқан іскерлік қызметтің негізінде мемлекеттің мақсатты түрде жүргізіп жатқан саясаты жатыр. Басты назарда

шағын және орта кәсіпорындар. Себебі бұл кәсіпорындар нақты экономиканың ең динамикалық агенті. Францияда шағын кәсіпорындарға - жұмысшылар саны 500-ден аспайтын кәсіпорындар жатады. Ресми дерек бойынша Францияда шағын және орта кәсіпорындарда - 16 500 000 адам жұмыспен қамтылған. Орташа есеппен бір кәсіпорында 7 адам жұмыс істеген. Әдетте әкімшілік процедуралар шағын кәсіпорындарды құруға кедергі келтіретіні мәлім. Сондықтан да Франция Үкіметі формальды мәселелерді қысқартуға кешті. Францияда шағын және орта бизнесті экономика, қаржы, индустрия министрлігінің бір департаменті бақылайды. Әкімшілік қысым бірқатар әкімшілік, әлеуметтік процедураларды оңтайландыру арқасында азайды. Францияда шағын бизнесті несиелеу кезінде пайыздық өсімді мемлекет бонификациялайды. Бонификация - бұл жеңілдету. Қаржылық механизм арқылы мемлекет шағын бизнеске несие ұсынысын арттырды.

Орталық бюджет арқылы шағын және орта бизнеске жұмыспен қамтуды да қаржыландырады. Яғни еңбек және әлеуметтік шығындар бойынша жеңілдіктер беріледі. Францияда жұмыссыздар өз кәсіпорнын ашу үшін мемлекет көмегіне сүйене алады.

Азиялық қаржылық кризис көрсеткендей шағын және орта кәсіпорындар сыртқы факторға аз тәуелді. Осыдан бұл кәсіпорындар үлкен кәсіпорындарға карағанда артықшылықтарға ие. Үкіметтің шағын және орта кәсіпорындарды қолдауға бағытталған саясаты өте алуан түрлі болып келеді және бұл саясат кәсіпорындардың ары қарай дамуын қолдайды.

Шетелдік тәжірибеге қарап, Республикамызда атқарылатын іс-шараның әлі көп екенін байғауға болады. «Шағын кәсіпкерлікті қолдау туралы» заң атқарылатын іс-шаралардың бастамасы ғана, экономиканың бұл секторын көтеру үшін жүйелі түрде жұмыс атқарылуы керек. Республикамызда шағын және орта кәсіпкерлікке қағаз жүзінде емес, шет елдегі сияқты нақты көмек қажет.

### **3.2 Кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің инновациялық іс-әрекетін жетілдіру бағыттары**

Жалпы кәсіпкерліктің экономикалық белсенділігі мен әлеуметтік бағдар ұстауының кепілі оның өздігінен қоғамның орташа топтарына жататындығы емес, оның дәулеті мен тұрмысының нақты шынайы меншікке негізделуі болып табылады. Қазіргі уақытта шағын кәсіпорындар жұмыс істеп тұрған барлық шаруашылық жүргізуші субъектілердің 80 пайызға жуығын құрайды.

Сонымен бірге кәсіпкерлікті дамытуға бағытталған шешімдерді орындауда іркіліс байқалады. Бұл жерде басты себеп – бюрократиялық қысымдар. Осындай және басқа да себептерге байланысты кәсіпкерлер бөлігі жасырын салаға өтіп жатыр. Осы жағдайда ескеретін жәйт, кәсіпкерлердің құқығын қорғайтын жүйе жасау, тексеруші органдардың және рұқсат беруші

құжаттардың санын азайту. Кәсіпкерлердің жетпіс пайызы оларды қолдайтын аймақтық бағдарлама туралы хабары жоқ.

Респонденттердің кәсіпкерлік қызмет көрсеткіштерінің деңгейін немесе өзгерісін бағалаудың үлес салмағы – ұйымдардың іскерлік белсенділігінің жай-күйі мен үрдістері туралы талдау қорытындылары үшін ақпараттық база болып табылады.

Зерттеу нәтижелері ұйымдардың іскерлік белсенділігінің жай және композиттік индикаторлары түрінде жалпыланады.

Жай индикаторлар ретінде көрсеткіштерді бағалау баланстары (пайызбен) қолданылады, олар көрсеткіштің өткен кезеңмен салыстырғанда «өсуі» және «кемуі» деп белгілеген респонденттер үлестерінің әртүрлілігімен анықталады. Тізбектік зерттеу нәтижелері іскерлік белсенділік көрсеткіштерін бағалау баланстарының уақытша қатарлары түрінде ұсынылады.

Бағалау баланстары респонденттердің іскерлік белсенділік көрсеткіштерінің деңгейі мен серпіні туралы пікірлерінің жалпыланған көрінісі болып табылады. Көп жылдар бойы жүргізілетін конъюнктуралық зерттеулердің сапалы ақпаратын жалпылау және талдау саласындағы халықаралық зерттеулер, көрсеткіштердің өзгерісін бағалау баланстарының уақытша қатарлары мен осы көрсеткіштердің өзгеру қарқынын сипаттайтын сандық уақытша қатарлары арасындағы едәуір ара салмақ бар екенін дәлелдейді.

Көрсеткіштерді бағалау баланстары негізінде іскерлік белсенділіктің композиттік индикаторы есептеледі. Халықаралық практикада кең тараған композиттік индикатор – экономиканың сол немесе өзге секторындағы кәсіпкерлік қозғалыстың жалпыланған жай-күйін сипаттайтын кәсіпкерлік сенімділік индексі болып табылады.

Іскерлік белсенділікті бағалау нақты нәтижелердің қалыпты (жеткілікті) нәтижелермен салыстырымдылығына негізделеді, зерттеу кезеңінде қалыптасқан жағдайлар үшін мына деңгейлерде: «жоғары», «сәйкес келеді», «қалыпты деңгейден төмен» бағаланады. Ұйымдардың белгілі бір уақыттағы іскерлік белсенділігі көрсеткіштерін бағалауда мынадай саралау қолданылады: «өсуі» («жақсаруы»), «өзгеріс жоқ», «төмендеуі» («нашарлауы»).

Өнеркәсіпте кәсіпкерлік сенімділік индексі нақты қалыптасқан сұраныс деңгейін (тапсырыстар портфелі), дайын өнім қорын (кері белгімен алынады), сондай-ақ өнімнің күтілетін шығарылымын бағалау баланстарының орташа арифметикалық мәні ретінде есептеледі.

Құрылыста кәсіпкерлік сенімділік индексі тапсырыстар портфелінің нақты жай-күйін және ұйымдарда жұмыс істейтіндер санының күтілетін өзгерісін бағалау баланстарының орташа арифметикалық мәні ретінде анықталады.

Саудада кәсіпкерлік сенімділік индексі ұйымның нақты экономикалық жай-күйін, қойма қорының деңгейін (кері белгімен алынады), күтілетін экономикалық жай-күйді бағалау баланстарының орташа арифметикалық мәні ретінде есептеледі. Саудада кәсіпкерлік сенімділіктің үш индексі есептеледі: «Тұтынушыларды сезіну индексі», «Экономикалық климат индексі» және

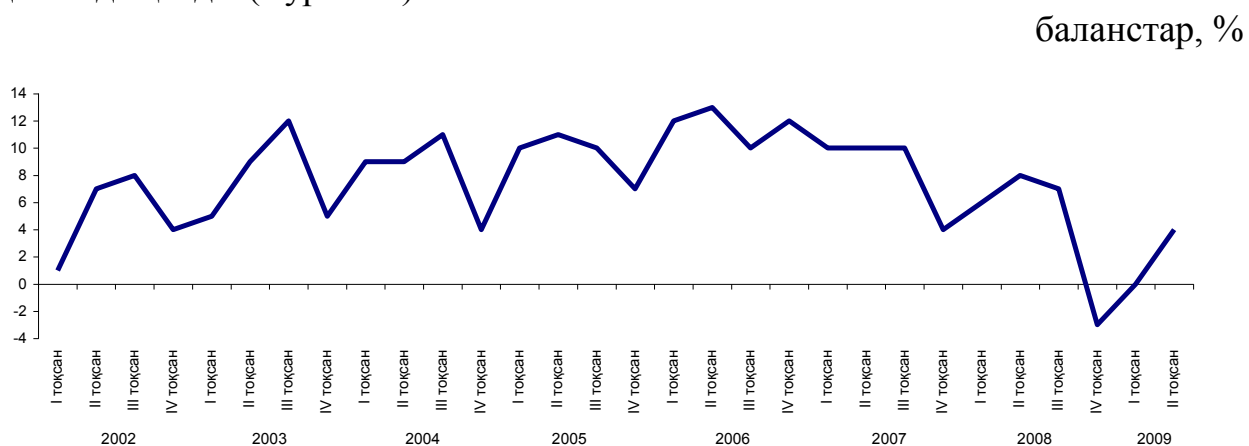
«Сатып алу ниетінің индексі». «Тұтынушыларды сезіну индексі» соңғы жылдағы экономикадағы өзгерістер туралы тұтынушылардың субъективті пікірлерін сипаттайды. «Экономикалық климат индексі» келесі жылдағы елдегі экономикалық жағдай туралы тұтынушылар пікірін сипаттайды. «Сатып алу ниетінің индексі» респонденттердің өз үй шаруашылықтарының қаржылық-экономикалық жағдайы туралы айтады және үй шаруашылықтарының ұзақ мерзімді пайдаланылатын тауарларға деген сұранысының индикаторы болып табылады. Тұтынушылардың жалпы индексі үш индекстің – бұл сатып алу ниеті индексінің, келесі жыл ішіндегі күтілетін жинақ ақша индексінің және жұмыссыздықты болжау индексінің (соңғысы кері белгімен алынады) орташа арифметикалық индексі сияқты есептеледі.

Енді кейбір экономика салаларының іскерлік белсенділік көрсеткіштеріне жеке-жеке тоқталайық.

Өнеркәсіп кәсіпорындарының іскерлік белсенділігі. 2009 жылғы ірі және орта өнеркәсіп кәсіпорындарында экономиканың осы саласында салыстырмалы қолайлы экономикалық конъюнктура сақталғанын көрсетеді. Нақтылап айтқанда, респонденттердің көпшілігі (87%-дан астамы) өнеркәсіптік кәсіпорындардағы экономикалық ахуалды «жақсы» және «қанағаттанарлық» деп бағалады.

Кәсіпкерлік сенімділік индексі 2009 жылы кәсіпорындар бойынша алдыңғы жылмен салыстырғанда 4 пайыздық тармаққа өсіп, (+4)% құрады.

Ағымдағы жылғы II тоқсанда 2008 жылғы II тоқсанмен салыстырғанда кәсіпкерлік сенімділік индексінің төмендеуі өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарында белгіленді, ол 14% пайыздық тармаққа азайды, сол уақытта, кен өндіру кәсіпорындарында бұл индекс 2008 жылғы сәйкес тоқсанының деңгейінде қалды (Сурет 13).



Сурет 13. Тұтастай өнеркәсіп кәсіпорындарының кәсіпкерлік сенімділік индексінің серпіні

Өндірістік қызмет кәсіпорындарының іскерлік белсенділігі. 2009 жылды өткен жылмен салыстырғанда кәсіпорындардың өнімдеріне сұраныстың өсуі байқалды. 2009 жылғы II тоқсанда өнімге сұранысты бағалаудың өзгеру балансы өткен тоқсанмен салыстырғанда 12 пайыздық тармаққа өсіп, ал 2008



жылғы II тоқсанмен салыстырғанда – 10 пайыздық тармаққа азайып (-5%)-ды құрады.

Өткен тоқсанмен салыстырғанда сұраныстың өсуі кен өндіру және өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарында байқалған, сол уақытта электр энергиясын, газ бен суды өндіру және бөлу кәсіпорындарында олардың өнімдеріне сұраныс азайған. Сұраныс деңгейіне келсек, онда кәсіпорындар респонденттерінің жартысынан азында (53%) ол өткен тоқсанмен салыстырғанда өзгеріссіз қалды (2009 жылғы III тоқсанда – 51%). Сұраныстың қалыпты деңгейі сақталған кәсіпорындардың көп саны өңдеу және электр энергиясын, газ бен суды өндіру және бөлу өнеркәсібінде байқалады.

Кәсіпорындар бойынша өнім шығаруды бағалаудың өзгеру балансы 2009 жылғы III тоқсанда (-5)% құрады, бұл 2009 жылғы II тоқсанда алынған көрсеткіштен 32 пайыздық тармаққа көп және 2008 жылғы II тоқсанда алынған көрсеткіштен 6 пайыздық тармаққа аз.

Мұның өзінде 2009 жылғы I тоқсанмен салыстырғанда өнім шығарудың өсуін кен өндіру және өңдеу өнеркәсібі кәсіпорындарының басшыларының көбі белгіледі.

2009 жылғы II тоқсанда 2008 жылғы II тоқсанмен салыстырғанда жеке алынған барлық салаларда да, тұтастай өнеркәсіпте де негізгі капиталға және жабдықтарға салынған инвестициялардың азаюы байқалды. Респонденттердің жартысынан астамы (66%) негізгі капиталға және жабдықтарға инвестициялар үшін қаржыландыру көздерінің жетіспеушілігін, 13%-нан астамы – коммерциялық кредиттің жоғарғы пайызын, 7%-ы – инвестициялық жобаның жоғарғы құнын белгіледі. Сонымен қатар, респонденттердің (31%)-ы өздерінің кәсіпорындарында инвестициялық қызметті шектейтін факторлар жоқ екенін айқындады.

2009 жылғы II тоқсанда кәсіпорындардың көбінде (68%) жұмыспен қамтылғандар саны іс жүзінде өзгеріссіз қалды. 2009 жылғы II тоқсанда жұмыспен қамтылғандар санын бағалаудың өзгеру балансы (-13)% құрады, 2008 жылғы II тоқсанда ол (+11)% болған. 2008 жылғы сәйкес тоқсанмен салыстырғанда жұмыспен қамтылғандар санының азаюы өнеркәсіптің барлық салаларында тіркелген (Кесте 16).

Кәсіпкерлік. Кәсіпкерлердің көпшілігі белсенді қызмет жүргізуде. 2009 жылдың III тоқсанында кәсіпорындардың 16%-ы қайта өңдеу өнеркәсібімен, соның ішінде алыс-беріс жағдайларында (4%), бөлшек сауда (13%) және агросервис кәсіпорындарымен (9%) тікелей байланыста болды.

Осы уақытта, кәсіпорындардың үштен бірінен азы (34%) жергілікті көтерме саудадағы азық-түлік нарықтарына кепілдік шығулары, 5% -ында өз дүкендері, дүңгіршек және жаймалары бар. Мұның өзінде, олардың материалдық-техникалық ресурстарды және қызмет көрсетулерді жеткізушілерді іріктеп алуға мүмкіндігі бар және олар ауыл шаруашылығы өнімдерін және басқа да өнімдерді өткізуге шетел фирмаларымен және серіктестерімен шарт жасасқаны (1%).

Кесте 16

2009 жылғы II тоқсандағы шаруашылықтардың сауда - делдалдық байланыстары

(зерттелген шаруашылықтардың санына, %-бен)

	Шаруашылықтардың үлес салмағы							
	бар				тікелей байланыстарда болатын			
	Жергілікті көтерме сауда азық - түлік - ғына кепілдік шығулары	өз дүкендері, дүңгіршек және жаймалары	а/ш-ғы өнімдерін және басқа да өнімдерді өткізуге шетел фирмасы мен және серіктестерімен шарттар	Материалдық - техникалық ресурстары, қызмет көрсету - ді жеткізушілерді іріктеп алу мүмкіндігі	қайта өңдеу кәсіпоры мен	оның ішінде алыс беріс жағдайларында	бөлшек сауда кәсіпоры мен	агро - сервис кәсіпоры мен
Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары	34	6	1	19	16	4	13	9
Өзге де құралымдар	30	3	2	12	10	2	10	5

Қазақстандағы банктер «Даму - Өндіріс» қайта қаржыландыру бағдарламасы аясында жеке кәсіпкерлік субъектілерінің 26 495 млн. теңгені құрайтын 194 жобасын қайта қаржыландырып, нәтижесінде 5 074 жұмыс орындары құрылды.

Бағдарламаның мақсаты: өңдеуші салаларда жұмыс істеп жүрген жеке кәсіпкерлік (ЖК) субъектілері үшін орын алған кредит ресурстарының тапшылығын мына міндеттерді іске асыру:

- ЖК субъектілері үшін кредит ресурстарының құнын төмендету;
- жеке қаржы институттарының қаражатын тарта отырып, ЖК субъектілерінің басым көпшілігін қамту;
- ЖК субъектілерінің қолданыстағы қарыздарын қайта қаржыландыру жолымен олардың қарыз жүктемелерін төмендету;

– ЕДБ ұйымдық-техникалық мүмкіндіктерін тарту жолымен ЖК субъектілері үшін кредит ресурстарының қол жетімділігі мен жеделдігін арттыру арқылы еңсеруді көздейді.

2009 ж. қазан айынан бастап жүзеге асырылып жатқан Бағдарламаның шарттарына сәйкес, кәсіпкерлерді қолдау өңдеуші өнеркәсіптегі жеке кәсіпкерлік субъектілерінің (ЖКС) банктерден бұрын алынған кредиттерін жылдығы 8% мөлшерлеме бойынша қайта қаржыландыру арқылы жүзеге асырылуда. «Стресті активтер қоры» АҚ (САҚ) жалпы сомасы 17,64 млрд.теңге болатын депозиттерді «БТА Банк» АҚ, «Казкоммерцбанк» АҚ, «Халық Банк» АҚ, «Альянс Банк» АҚ мен «Темірбанк» АҚ орналастырып, өз кезегінде аталған банктер бағдарламаға жалпы сомасы 7,2 млрд. теңгеден астам өз қаражатымен қатысуға келісім берген болатын. Нақты банк үшін депозит сомасы өңдеуші өнеркәсіптегі ЖКС-не берілген кредит бойынша банк портфелінің мөлшерін есепке ала отырып, анықталды (Кесте 17).

Кесте 17

ЖКС-не берілген кредит бойынша банк портфелінің мөлшері

№	ЕДБ	Бағдарлама бойынша сомасы (ЕДБ қаражатын ескере отырып), млн. теңге	Жобалар саны	Сомасы млн. теңге	Игеру пайызы, %	Құрылған жұмыс орындары
1	«Қазақстан Халық Банкі» АҚ	2857,1	14	2 882,8	101%	276
2	«Казкоммерцбанк» АҚ	5200	33	5 200,0	100%	195
3	«Темірбанк» АҚ	2857,1	34	2 950,7	103%	300
4	«БТА Банк» АҚ	11428,6	84	12 493,4	109%	1664
5	«Альянс Банк» АҚ	2857,1	29	2 968,2	104%	2639
	Барлығы	25 200	194	26 495,0	105%	5074

Бағдарлама аясында аймақтық тұрғыда ең көп қайта қаржыландыру сомасы Алматы қ. – 6,8 млрд. теңге (20 қарыз алушы), Қарағанды облысында – 3,9 млрд. теңге (27 қарыз алушы) және Ақтөбе облысында – 3,3 млрд. теңге (15 қарыз алушы) байқалады. Ең аз берілген сома Жамбыл облысында – 153,8 млн. теңге (6 қарыз алушы), Қызылорда облысында – 279,2 млн. теңге (6 қарыз алушы), Маңғыстау облысында – 318,4 млн. теңге (5 қарыз алушы) байқалады.

Салалық тұрғыда қаражаттың 28,7% тамақ өнімдері мен сусын өндіруге бағытталған. Қаражаттың ең аз көлемі тоқыма, рәзіңке және пластмассадан жасалған өнімдер өндірісіне және баспа саласына бағытталған.

Бағдарламаның қаражатын алғашқы игеру кезінде (қаражатты игеру кезеңінде) қарыз ЖК субъектілеріне қолданыстағы қарыздарын қайтақаржыландыруға берілетінін, Бағдарламаның қаражатын екінші рет игеру кезінде (қаражатты игеру кезеңі өткен бойда және салымның босаған қаражаты есебінен) қарыз ЖК субъектілеріне қолдағы бар негізгі қорды жаңалауға және жаңа негізгі қорға ие болуға, айналым қаражатын толықтыруға және қолданыстағы қарыздарды қайтақаржыландыруға берілетінін айта кеткен жөн.

Кредиттеу мерзімі- 84 айға дейін.

Бір қарыз алушы үшін лимит- 750 млн. теңгеге дейін.

Негізгі борышты өтеу бойынша жеңілдік мерзімі- 24 айға дейін.

Қарыз бойынша жылдық сыйақы мөлшерлемесі: 8,0%-дан аспайды.

Бағдарламаны іске асыру кезінде оның барынша ашық жүргізілуін қамтамасыз ету мақсатымен жобаларды іріктеу ісін құрамына қоғамдық ұйымдар, сонымен бірге «Атамекен Одағы» ҚҰЭП, Қазақстан қаржыгерлер Қауымдастығы және «Нұр-Отан» ХДП өкілдерінен тұратын «Даму» Қоры жанындағы комиссия жүзеге асырды.

Қазақстанда кәсіпкерлікке қолдау көрсету алғашқы рет өнеркәсіптің өңдеуші секторына арнайы ден қойып отыр. Сондай-ақ Үкімет Қазақстанда бірінше рет қарыз алушылар үшін 8% мөлшерлеме белгіледі. Бұл үкіметтің дағдарысқа қарсы шаралар аясында бұрынырақ қабылдаған барлық қадамдарының жалғасы болып отыр.

Бағдарламаның іске асырылу барысында «Даму» Қоры банктер ұсынған тізбеден ЖКС-і жобаларын іріктеу процессін ұйымдастырды және банктердің қаражатты игеруі мен қолдануына әрі қарай мониторинг жүргізетін болады.

Былтырғы жылдан бастап 2009-2012 жылдарға арналған «Даму-Қолдау» шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері мен ауылшаруашылық өнімдерін өңдеу және тамақ өнімдерін өндіру ұйымдарын тікелей кредиттеу бағдарламасы іске асырылуда.

Еліміздің экономикасын жаңғырту мәселелері жөніндегі ҚР Мемлекеттік комиссиясының шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландыру туралы (10.02.2009ж.) шешімін іске асыру мақсатында және ҚР Үкіметінің (13.02.2009ж.) қаулысына сәйкес 2009 жылдың 16 ақпанда «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ 3 млрд теңге мөлшерінде қаражат бөлді.

Бағдарлама шарттарын республикалық және аймақтық БАҚ-та және Қор сайтында жариялау нәтижесінде, сонымен қатар аймақтық мемлекеттік атқару органдарымен, қоғамдық ұйымдармен (Қазақстан қаржыгерлер ассоциациясы, «Атамекен Одағы» Қазақстан Ұлттық экономикалық палатасы, Тәуелсіз кәсіпкерлер ассоциациясы, Франчайзинг агенттігі) және екінші деңгейдегі банктермен (одан әрі – ЕДБ) өзара әрекеттесу нәтижесінде, өткен жылдың бірінші шілдесінен бастап 300-ге жуық ШОКС Қорға кеңес сұрап, өтініш білдіріпті.

Мамандардың айтуынша, жалпы сомасы 40 млрд теңгеге дейінгі 143 жобаны қарастыруға өтініш келіп түскен.

Келіп түскен өтініштердің ішінен жалпы сомасы 22 464 млн теңгеге сәйкес келетін 37 жоба, оның ішінде Қордан бірлесіп қаржыландыру шартымен 12 836 млн теңге мақұлданған.

Өткен жылы «Даму-Қолдау» қор 12 жоба бойынша жалпы сомасы 5 584 млн. теңгеге Қарыз шарттарын/Кредит желілерін ұсыну туралы келісімдер жасасқан. Оның ішінде Қордан 3 254 612 мың теңге мөлшеріндегі қаржы бірлесіп игерілген.

Қолдағы мәліметтерге қарағанда, 5 жоба бойынша жалпы сомасы 1 853 470 мың теңгеге қарыз берілген. Қалған 1 401 142 мың теңге қаражат қарыз шарттарын/Кредит желілерін ұсыну туралы келісімдерге сәйкес 2010 жылы белгіленген мерзім бойынша берілмекші (кесте 18).

Кесте 18

ШОКС жобаларының экономика салалары бойынша құрылымы:

№	Сала атауы	Жобалар саны	Жобалардың жалпы сомасы		Қор арқылы берілген займның жалпы сомасы	
			мың. теңге	%	мың. теңге	%
1	Өңдеу өнеркәсібі	12	7008009	31,20%	4 382 514	34,14%
2	Тағамдық азықтар шығару	11	3914387	17,42%	2 314 612	18,03%
3	Байланыс және телекоммуникация	2	4950 000	22,04%	1 500 000	11,69%
4	А/ш өнімдерін өңдеу	3	2000 800	8,91%	1 454 470	11,33%
5	Туризм және қонақүй бизнесі	2	1557 000	6,93%	975 000	7,60%
6	Автосервис қызметі	3	1135 601	5,06%	906 480	7,06%
7	Көлік қызметі	1	1200 000	5,34%	750 000	5,84%
8	Медициналық қызмет	2	498443	2,22%	453 625	3,53%
9	Білім беру/оқыту қызметі	1	200000	0,89%	100 000	0,78%
Жиынтығы		37	22464240	100%	12 836 701	100%

Сондай-ақ, жалпы сомасы 16 880 млн теңгеге сәйкес 25 жобаны қаржыландыру, оның ішінде Қордан бірлесіп қаржыландыру шартымен 9 582 млн теңгені «Даму» Қоры» АҚ өз қаражаты есебінен қаржыландыруды

жоспарлап отыр. Қазіргі уақытта Қордың ішкі регламентіне сәйкес осы жобаларға сараптама жүргізілуде екен, ал 5 жоба бойынша Банктерден алдын ала кепілді хат алынды.

Бұдан басқа ШОБ субъектілерін «Даму-Колдау» қоры арқылы тікелей кредиттеу бағдарламасын биыл әрі қарай іске асыру туралы кешенді хабардар ету жұмысы жүргізілуде.

ШОКС жобаларын іріктеу кезінде басты басымдық әлеуметтік маңызы бар жұмыс орындарын ашатын және аймақ пен қалаларды дамытуды қарастыратын жобаларға жасалады (Кесте 19).

#### Кесте 19

ШОКС жобаларының аймақтар бойынша құрылымы:

Аймақ	Жобалар саны	Жобалардың жалпы сомасы		Қор арқылы берілген займның жалпы сомасы	
		тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
1. Алматы облысы	8	9 085 000	40,44%	4 178 730	32,55%
2.ОҚО	4	3 100 000	13,80%	1 900 000	14,80%
3.ШҚО	3	2 784 384	12,39%	1 573 984	12,26%
4.Алматы қ.	2	1 457 000	6,49%	1 150 000	8,96%
5.Қостанай облысы	4	1 228 987	5,47%	815 672	6,35%
6.Астана қ.	2	1 123 581	5,00%	895 480	6,98%
7.Жамбыл облысы	1	750 000	3,34%	750 000	5,84%
8.Қарағанды облысы	3	912 020	4,06%	385 800	3,01%
9.Атырау облысы	1	675 000	3,00%	329 000	2,56%
10.Қызылорда облысы	1	300 000	1,34%	280 000	2,18%
11.Маңғыстау облысы	1	150 000	0,67%	150 000	1,17%
12.СҚО	1	425 800	1,90%	150 000	1,17%
13.БҚО	1	161 325	0,72%	121 000	0,94%
14.Павлодар облысы	2	211 143	0,94%	83 625	0,65%
15.Ақтөбе облысы	2	75 000	0,33%	48 940	0,38%
16.Ақмола облысы	1	25 000	0,11%	24 470	0,19%
<b>Жиынтығы</b>	<b>37</b>	<b>22464240</b>	<b>100%</b>	<b>12836701</b>	<b>100%</b>

ҚР экономикасын жаңғырту мәселелері жөніндегі Мемлекеттік Комиссия отырысының шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландыру жөніндегі №17-5/И-144 шешімін жүзеге асыру мақсатында және Қорға шағын және орта бизнесті тікелей қаржыландыру үшін кредит берілуін мақұлдау жөніндегі «Самұрық-Қазына» ұлттық әл-ауқат қоры» АҚ (одан әрі-Акционер) Директорлар кеңесі отырысының №9 шешіміне сәйкес «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ-на шағын және орта бизнес субъектілеріне осы Бағдарлама негізінде 3 млрд. теңге мөлшерінде қаражат бөлген еді. Қор шағын және орта кәсіпкерлік субъектілеріне және ауылшаруашылық өнімдерін өңдеу, тамақ өнімдерін өндіру ұйымдарына 2009-2012 жылдары тікелей кредит беретін «Даму – Қолдау» Бағдарламасын дайындады. Екінші деңгейдегі банктер кәсіпкерлер қарызға алатын барлық сомаға және барлық мерзіміне сөзсіз және қайтарып алынбайтын кепілдік берулері керек. Қаржыландыру мерзімі: 2016 жылғы қаңтарға, 78 айға дейін инвестициялық мақсатқа және 36 айға дейін айналым капиталын толықтыруға беріледі. Бір қарыз алушыға берілетін лимит: 750 000 000 теңгеге дейін. Негізгі қарызды қайтару бойынша және есептелген сыйақыны кейінге қалдыру бойынша жеңілдік мерзімі: 12 ай. Қарыз алушы үшін сыйақы мөлшері 12,5%.

Ірі кәсіпорындардың көпшілігі шағын бизнесті өзінің сенімді серіктесі ретінде санамайды. Сондықтан, ірі ұлттық және жеке компаниялар мен шағын және орта кәсіпорындар арасындағы қарым - қатынасты реттейтін үш сатылы бағытты ұсынып отырмыз:

Бірінші саты, қазақстандық ірі өнеркәсіптік кәсіпорыны жылына 500 млн. доллар болатын 20 000 түрлі тауарлар мен қызметтерді ресей, қытай, және батыс елдерінің мердігерлерінен сатып алады. Осы себептен жүйені құраушы компанияларға қажетті импорт алмастырушы өнімді өндіруде Ұлттық компаниялар мен аймақтардағы жеке меншіктегі ірі компаниялардың шағын кәсіпорындармен әрекеттесуіне, объективті алғышарттары бар деп айта аламыз.

Екінші саты, тендрді жеңіп алған кәсіпорын аумағында бизнес инкубаторды ұйымдастыру.

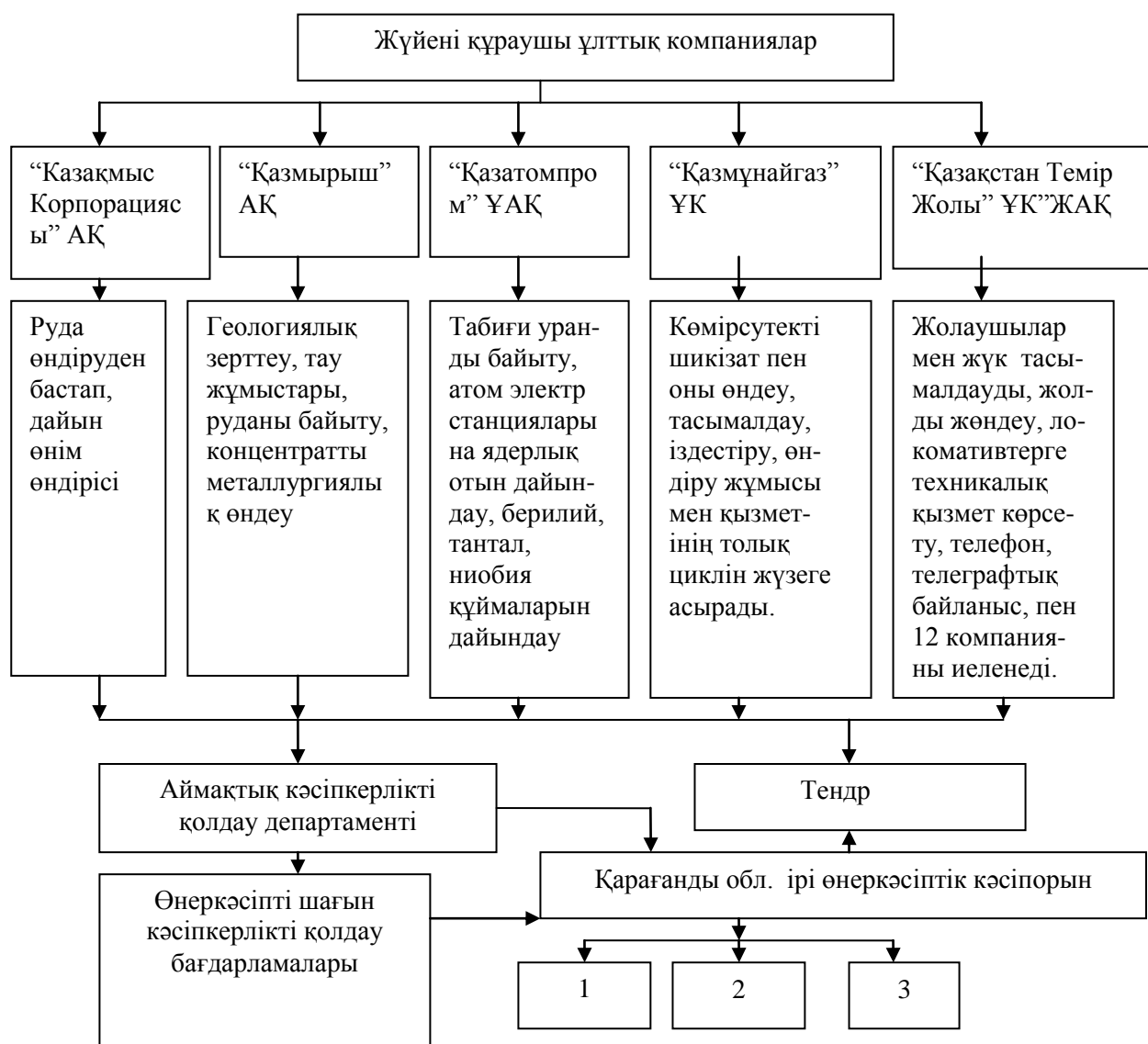
Ірі кәсіпорындар қуатты негізгі қорға ие, яғни оларда қазіргі талапқа сай құралдар, көлемді, пайдаланылмай жатқан өндірістік алаңдары бар. Сондықтан екінші сатыда аймақтардағы өндірістік әлеуеті бар шағын қалалар мен аудандарда ірі кәсіпорындардың басқаруында болатын бизнес - инкубатор ұйымдастыруды жүзеге асыру керек. Төмендегі суретте тендрдің өткізілу тәртібі берілді. (Сурет 14)

Үшінші саты, аутсорсинг жүйесін жүзеге асыру болып табылады.

Аутсорсинг концепциясы шағын және ірі кәсіпорындардың әрекеттестігінің бір түрі ретінде қарастырылады, яғни ірі кәсіпкерлік құрылымда негізгі емес қызмет түрлері анықталып, қолдаушы ұйымдарды ұзақ мерзімді тапсырмалармен қамтамасыз етеді. Негізгі тірек берілген қызметтерді шағын кәсіпкерлерге беру болып табылады. Аутсорсинг Қазақстан үшін шағын және ірі кәсіпкерліктің өзара табысты ынтымақтастығы бойынша жаңа

бағыттардың бірі. Ғылым мен өндірісті ұштастырудың ұйымдық түлеріне технобақтар және технополюстер жатады.

Қарағанды облысында ғылыми-техникалық идеялар мен интеллектуалдық еңбектің нәтижелерін іске асыру үшін химиялық машина құрылысы мен металлургиялық өндірістер мен байланысты болатын ғылыми-технологиялық бақ құру тиімді. Себебі, химия өнеркәсібі машина құрылысы және металлургия Қарағанды облысы үшін негізгі салалар болып табылады, сондай-ақ мұнда жеткілікті мамандар әлеуеті қалыптасқан. Осы жағдайды ескеретін болсақ, Қарағанды облысында технобақты жетекші ғылыми зерттеу институтының тәжірибе зауыттары (Машина жасау өнеркісібі үшін – «Жезқазғантүстіметалл» АҚ) негізінде құру қажет.



Ескерту- Автормен құрастырылған

Сурет 14. Жүйені құраушы компаниялардың тендрді өткізуі



Қазіргі кезеңде Қазақстан экономикасының өзекті стратегиялық мәселелері болып бәсекеге қабілетті өнімдер алуға бағытталған отандық ғылыми сиымдылығы мол өндірістерді дамыту, жаңа ақпараттық технологияларды дайындау мен игеру, сондай-ақ республиканың өндірістік және ғылыми-техникалық мүмкіндіктерін сақтап қалу мен дамыту арқылы ұлттық экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету табылады.

Қазақстанның ғылыми-технологиялық саясаты инновациялық үдерістерді белсенді етуге, жаңа технологиялық үрдістерді іске қосуға, өңдеуші өнеркәсіптерде жаңа бөліністерді игеруге, ұлттық ғылыми-техникалық мүмкіншіліктерді дамытуға, ғылым мен өндіріс арасындағы ажырастықты қалпына келтіруге, инновация саласындағы қызметтерді ынталандыруға, алдыңғы қатарлы шет елдік технологиялардың нақты трансфертін қамтамасыз етіп, халықаралық стандарттарды енгізуге бағытталған.

Ғылыми-техникалық салада кәсіпкерлік секторды қалыптастырмай, инновация саласын дамыту мүмкін емес. Соңғы жылдар ішінде өнеркәсіптік өндіріс құрамындағы және еңбекпен қамтамасыз етілгендер санындағы шағын бизнес секторының үлесі өзгеріссіз қалып, сәйкесінше 2,8-3,2% және 12,0-14,0% құрап отыр. Бұл көрсеткіштер индустриалды дамыған елдермен салыстырғанда бірнеше есе аз.

Ірі кәсіпорындармен салыстырғанда шағын инновациялық кәсіпкерліктердің дамуына олардың бәсекеге қабілетті өнім өндіре алмауы кедергі жасап отыр. Ірі кәсіпорындар мен шағын кәсіпкерліктердің ынтымақтастықтарын қамтамасыз ету үшін қызмет көрсету бойынша табиғи монополиялардың қызметтерін шағын бизнестің бәсекелік ортасына ауыстыру тетіктерін жасау қажет. Сондай-ақ, шағын бизнестегі инновациялық және ғылыми сиымдылығы мол өндірістердің дамуына жағдай жасау қажет, мәселен, лизинг бойынша жабдықтар мен технологиялар алу және франчайзингтік қатынастарды дамыту.

Қазақстандық өндірушілерге ғылыми зерттемелерді нарықтық тауар деңгейіне жеткізу тәжірибесі, менеджмент маркетинг және талдау салаларында білікті мамандар жетіспейді. Сол себепті де қазақстандық мамандарды шет елдердегі алдыңғы қатарлы ғылыми-зерттеу институттарында, компанияларында тәжірибеден өткізу үрдісін қалыптастыру қажет, сондай-ақ отандық кадрларды дайындау үшін шет елдік білікті мамандарды шақыру қажет.

Қазақстан ғылымының қазіргі кезде көптеген аяқталған зерттемелері бар, алайда олар өндірістің сұранысына ие болмай отыр. Бұл үлкен мүмкіншіліктер береді және оның іске асуы - инновациялық қызметті дамытудың басты міндеттерінің бірі. Инновациялық қызметті дамытудың маңызды факторы болып зияткерлік меншікті пайдалану мен оның құқықтарын қорғау табылады. Инновациялық дамудың базалық моделінің негізінде инновацияның ішкі (өсіру) және сыртқы (трансферт) қайнар көздерінің арақатынастары жатады. Инновацияны өсіру стратегиясы көшбасшы-елдер АҚШ-қа, ГФР-ге, Ұлыбританияға, Жапонияға тән, бұл елдер өзіндік іргелі және қолданбалы

зерттеу жұмыстарына негізделген өздерінің технологияларын жетілдірумен айналысады. Трансферт стратегиясы өзіндік іргелі әрі қолданбалы зерттемелері жоқ және осы мақсаттарға арналған шектеулі ресурстарға ие елдерге тән.

Осылайша, кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің инновациялық іс-әрекетін жетілдіру бағыттары келесілер болуы керек:

- Мемлекеттің қатысуымен кәсіпкерлік қызметте мамандандырылған венчурлық қор құру және венчурлық капиталды ғылыми-техникалық, инновациялық салаға тарту;

- Инновациялық қызмет субъектілеріне мемлекет тарапынан қолдау көрсетудің формалары мен әдістерін даярлау;

- Инновациялық қызметтің мемлекеттік, салааралық, салалық және аймақтық мамандандырылған субъектілерін құрудан тұратын инновациялық инфрақұрылым құру;

- Инновациялық сала үшін кадрларды даярлау мен қайта даярлау;

- Өнеркәсіптік кәсіпкерліктің базалық салаларында жаңа технологиялық жағдайларды жасау;

- Кәсіпкерлік субъектілерінің авторлық құқық, патент және сауда белгілеріне қатысты барлық халықаралық конвенцияларды мойындау арқылы, яғни, өркениетті технологиялар нарығына жағдай туғызу арқылы шет елдік технологиялар трансфертін ынталандыру;

- Ең жақсы әлемдік тәжірибе негізінде отандық кәсіпорындарды сапа стандартына көшуін тездету;

- Кәсіпкерлік қызметке халықаралық донорлық ұйымдардың гранттарын тарту.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы келесідей қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Шағын және орта кәсіпкерлік дамуындағы негізгі көрсеткіштерінің өзара байланысын зерттеу - жұмыстың ең маңызды мәселесінің бірі. Сонымен, іздену жұмысында аталған мәселелерді шешу үшін ғылыми есептеулер көмегімен шағын кәсіпкерліктің нақты дамуының ұтымды дамуына барынша жақындатылған мүмкіндіктерге жетуге болатындығын дәлелдедік.

## ҚОРЫТЫНДЫ

Жүргізілген зерттеулер негізінде келесі нақты түйіндер мен ұсыныстардан тұратын келесі нәтижелер алынды:

1. Экономикалық қатынас өзінің «қатынас» мағынасына сай қандай да бір заттың немесе адамдардың өзара қос әрекетін сипаттайды. Сондықтан экономикалық қатынас деп адамдардың қандай да бір затқа байланысты қатынасын айтамыз. Дәлірек айтқанда, экономикалық қатынас дегеніміз – экономика субъектілерінің қандай да бір зат жөніндегі қатынасы. Нарықтық экономика деп нарықтық қатынастарға негізделген шаруашылық өмірін ұйымдастыру, оның белгілі бір деңгейдегі құрылымы мен шартты жағдайын айтамыз. Нарықтық қатынастар - бұл экономикалық қатынастар.

Экономикалық қатынас дегеніміз – адамдар арасында игілікті, әсіресе еңбек өнімін иемдену, айырбастау және тұтыну жөніндегі объективті қалыптасқан қатынас.

2. Нарық жөніндегі әртүрлі көзқарастарды зерттей келе, қазіргі кезде мынадай анықтама беруге болады: нарық - бұл тұтыну мен айырбас, бөлу және өндіріс үрдісінде пайда болатын, адамдар арасындағы экономикалық қатынастар жүйесі. Олай болса, нарық субъектілері өндіріс пен тұтыну сферасын жалғастырып, ұдайы өндіріс үрдісінің үздіксіздігін және тиімділігін қамтамасыз етеді.

3. Қазіргі кезеңдегі кәсіпкерлікке былайша анықтама беруге болады: «Кәсіпкерлік табыс алу үшін өз атынан жүргізетін, өз жауапкершілігіне алатын азаматтардың дербес ынталы қызметі». Кәсіпкер кез-келген шаруашылық қызмет түрін жүргізуі мүмкін, егер ол заңға қайшы болмаса, мәселен: коммерциялық, делдалдық, сауда- саттық, кеңес беру және басқа да қызметтерді, сондай-ақ бағалы қағаздар операциясы.

4. Кәсіпкерлік қызметтің субъектілері дегеніміз - заңмен сәйкес тіркелген және қызмет көрсету немесе жұмыс атқару, тауар сату, мүлікті қолданудан жүйелі пайда табуға бағытталған жеке іс-әрекетті өз тәуекеліне бел-байлап жүзеге асыратын тұлғаларды айтамыз. Сонымен қатар жеке тұлғалар және заңды тұлғалар кәсіпкерлік қызметтің субъектілері болып табылады.

5. Осындай жағдайда ауыл шаруашылығы нарығында тәуекелді басқарудың мемлекеттің қатысуынсыз жүзеге асырылатын, тиімді және ауыл кәсіпкерлеріне тәуекелді басқару үрдісін адекватты ұғынуға мүмкіндік беретін құралдарын ұсыну мәселесі туындап отыр. Оған жауап ретінде - өнімді сату көлемін уақыт бойынша оңтайландыруды атап өтуге болады. Себебі ауылшаруашылық дақылдарының көбінің нарығына бағаның маусымдық құбылуы тән, өйткені саладағы өндірістің өзі маусымдық сипатқа ие. Мұндай жағдайда ауылшаруашылық кәсіпорнының табысын өнім бағасының динамикалық ерекшеліктерін максималды ұтымды ескеретін нарықтық стратегиялар арқылы барынша жоғарылатуға ұмтылу қажет. Ол үшін ауылшаруашылық дақылдары нарығындағы баға тұрақсыздығын ескере

отырып өнімді сақтау мен сату саясатын оңтайландыру есебін шешу керек. Бұл мәселе бір қарағанда жеңіл болып көрінгенімен, өте күрделі мәселе болып саналады. Себебі өнімді жинау кезеңі аралығындағы уақытта өнім бағасы тұрақты болмайды, ол үнемі құбылып тұрады.

6. Басшылар мен қатардағы қызметшілер тәртібі этикасын көтеру мақсатында келесі шаралар мен әдістерді пайдалануға болады: этика кодекстері; «Этика карталары»; этика жөніндегі комитеттер; әлеуметтік тексерістерге іс қимылдың әлеуметтік ықпалы мен ұйым бағдарламасын бағалап, есеп беру; этика тәртібіне оқыту; этикалық сараптау; этикалық консультация.

7. Іскерлік субъектілердің инновациялық қызмет қатынастарын жетілдіру мақсатында алдыңғы қатарлы жоғарғы технологиялық, ішкі және сыртқы нарықта бәсекелі импоттың орнын басатын, экспортқа бағытталған өнімді шығаратын өндірістерді қолдау және оны ынталандыру.

8. Іскерлік субъектілердің өндірген тауар бәсекелестігін бағалау іскерлік қатынастарды жетілдіруге бағытталған. Өйткені, нарықтық қатынастар жағдайында тек тауар (қызмет) бәсекелестігін арттыру арқылы ғана еңбек нәтижесінің жоғары деңгейіне қол жеткізуге болады.

Осы аталған шараларды жүзеге асыру елімізде шағын бизнестің дамуына алғышарт болуы тиіс. Ал Қазақстандағы кәсіпкерлік қызметтің дамуы ел экономикасының дамуы ғана емес, жалпы халықтың әлеуметтік жағдайының да жақсаруына өз үлесін қосары сөзсіз.

## Сауалнама

Сіз өз ісіңізді бастау себептеріңіз неде?»

1	Жұмыссыз қалғандықтан кәсіпкерлікпен айналысуға мәжбүр болу	
2	Алатын жалақымен қолайлы өмір сүру деңгейін қамтамасыз ететін мүмкіншіліктің болмауы	
3	Ағымдағы жағдайдың ретсіздігін пайдаланып, тез баюға ұмтылу	
4	Мемлекеттік құрылым мен мемлекеттік қызметкерлерге тәуелді болудан құтылып іс-әрекет бостандығын алып, еркін өмір сүруді, қызықтыратын іспен ешкімге тәуелді болмай айналысуды қалау	
5	Мемлекеттік, бюрократтық ережелер мен процедуралардың әсерінен жүзеге асыруға мүмкін болмаған әлеуетті, идеяларды жүзеге асыруға ұмтылу	
6	Қоршаған адамдар арасында беделінді, әлеуметтік статусынды жоғарылатуға ұмтылу	
7	Өзінді төзімділікке тексеру	
1	Жұмыссыз қалғандықтан кәсіпкерлікпен айналысуға мәжбүр болу	
2	Алатын жалақымен қолайлы өмір сүру деңгейін қамтамасыз ететін мүмкіншіліктің болмауы	
3	Ағымдағы жағдайдың ретсіздігін пайдаланып, тез баюға ұмтылу	
4	Мемлекеттік құрылым мен мемлекеттік қызметкерлерге тәуелді болудан құтылып іс-әрекет бостандығын алып, еркін өмір сүруді, қызықтыратын іспен ешкімге тәуелді болмай айналысуды қалау	
5	Мемлекеттік, бюрократтық ережелер мен процедуралардың әсерінен жүзеге асыруға мүмкін болмаған әлеуетті, идеяларды жүзеге асыруға ұмтылу	
6	Қоршаған адамдар арасында беделінді, әлеуметтік статусынды жоғарылатуға ұмтылу	
7	Өзінді төзімділікке тексеру	

## Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы Президентінің қазақ халқына жолдауы «Жаңа онжылдық – жаңа экономикалық өрлеу – қазақстанның жаңа мүмкіндіктері» Егеменді Қазақстан //2010ж
2. Хамитова К.З. Экономика және кәсіпкерлік негіздері: оқулық. – Астана: Фолиант, 2007. – 192б.
3. Борисов Е.Ф, Волков Ф.М. Экономическая теория. Учебник. М: Юрист. 1997.
4. Кэмпбел Р., Макконелл, Стэнли Л., Брю . Экономикс. Принципы, проблемы и политика. 1 том; М., Изд-во «Республика» 1992., с.62.
5. Қазіргі заманғы нарық: табиғаты және дамуы/ Э.П.Дунаев, И.Е. Рудакова редакциясымен –М, МГУ, 1992ж.
6. К.Маркс, Ф. Энгельс. Таңдамалы шығармалар. 4 том. Алматы. «Қазақстан» баспасы. 1989.123 бет.
7. Хайек Ф.А. Дорога к рабству. М.,1992.
8. Мейірбеков Б. Шағын кәсіпкерлікті жан жақты қолдау керек // Ізденіс/ Пойск: серия Гуманитарная 2004 №1 34-39 б.
9. Қошқаров Ж. Экономикалы дамыған елдердің шағын кәсіпкерлігі // Ізденіс = Пойск: серия Гуманитарная 2003 №3 65-68 б.
10. Шеденов М. Малое предпринимательство и его роль в экономике Казахстана // Фемида, 2003, №1
11. Исабеков Б. «Шағын, орта және ірі кәсіпкерліктердің арасындағы тығыз өзара шартты байланыс» // «Высшая школа Казахстана», 2004, №3.
12. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. «Антология экономической классики» М.,1983.
13. Шумпеттер И. Теория экономического развития. М., 1982
14. Маршал А. Принципы экономической науки. Т. I-III. М.,1993
15. Сабден О., Турғынбаева А. Шағын бизнес негіздері: Оқу құралы. - Астана: Фолиант, 2009.- 176 б.
16. Кәсіпкерлік қызметтің құқықтық негіздері (сұлбалар мен кестелерде). Кәсіпкердің шағын кітапханасы. «Секрет + сервис» Кәсіпкерлерге қызмет көрсететін орталығы» мекемесі, 1-б, 2005 ж. ақпаны. №1(31), 2-б., 2005 ж. маусымы, №11(41).
17. Вебер И. Избранные произведения. М.,1990
18. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.,1993
19. Закон Республики Казахстан от 13 октября 2003 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты по вопросам предпринимательства».
20. Кашыков Ш., Нұрғалиев Ө. «Кәсіпкерлік және маркетинг негіздері». Қарағанды. 1995.10 бет
21. Нұрғалиев Ө. Кәсіпкерлік негіздері. Қарағанды, 2002, 9 бет.
22. Капуста М.Г. Предпринимательство.М.,Инфра- м.2004.с.150.

23. Риск – анализ инвестиционного риска (под ред. Проф. М.В. Грачевой). Юнити.М.2001.с.88
24. Сәбден О. Кәсіпкерлік. – Алматы: Эксклюзив, 2009. – 250 б..
25. Карлов Б. Деловая стратегия: концепция, содержание. Символы.М., Экономика, 1991,с.36.
26. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М., Экономист. 2004.с.264.
27. Предпринимательство. Издательство политической литературы «Единство». М.,2002.с.288.
28. Смирнова Г.Б. Менеджмент. М.,2002.с.292.
29. Поведение потребителей (Джеймс Ф, Роджер Д. Блэкуэлл, Пол У. Миниард). Санкт – Петербург. М.,1999.с.670.
30. Раевский Г. «Угроза экономической безопасности предприятия и задачи службы безопасности по их нейтрализации», журнал «Честный сыск» №4, «Ось-89», М., 1994.
31. Республика Казахстан. 2005.с.94.
32. Петров М.Н. Основы экономики и предпринимательства. М.,Санкт – Петербург «Издательство дом Герда».2002.с.147.
33. Қазақстан және оның өңірлері. Алматы.2005.с.26-31.
34. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство. М.,Инфра – М.1997.с.64.
35. Статистикалық баспасөз – биллетень. №1. Алматы., 2004.с.1989 – 193.
36. Қазақстан Республикасының президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы. Астана, 2005 жылғы 18 ақпан. «Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару үстінде».
37. Кейнс Дж. «Общая теория занятости, процентов и денег». М., Экономика. 1999.-428с.
38. Инвестиционные процессы в развитии экономики Казахстана. Материалы Республиканской научно – практической конференции 18-19 июня 1999г.- Алматы., 1999.
39. Назарбаев Н.А. Рынок и социально-экономическое развитие. – М., Экономика,1999.-495с.
40. Статистикалық баспасөз бюллетень. №4. Алматы, 2009. с.60-61.
41. Статистикалық баспасөз бюллетень. №2. Алматы, 2008. с.51-52.
42. Қазақстан цифрларда. 2008. Алматы.,с.160 -161.
43. Регионы Казахстана. 2008. Алматы., с.267.
44. Қазақстан цифрларда. 2008. Алматы., с.165.
45. Егемен Қазақстан. 1 қараша. 2003 жыл.
46. «Коммерциялық банктердің шағын кәсіпкерлік субъектілерін несиелеудің минималды мөлшері туралы» 1997 жылғы 8 сәуірдегі №100 Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің Басқармасының Қаулысы.
47. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің статистикалық бюллетені №6 (103) маусым 2003, №1 (110) қаңтар 2004.
48. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің №1 (110) қаңтар 2004 жылғы статистикалық бюллетені.

49. Қазақстан Республикасының «Жер туралы» заңы.
50. Қазақстан Республикасының «Шаруа (фермер) қожалығы туралы» заңы. 31 наурыз 1998 жыл.
51. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы. Указ Президента Республики Казахстан 17.05.2003г.
52. Статистический бюллетень Алматы, Агентство республики Казахстан по статистике. 2004. №1.
53. Закон Республики Казахстан «Об инновационной деятельности» от июля 2002 года.
54. Кембаев Б.А., Васильева Н.В. Роль государства в развитии инновационной деятельности в Казахстане. Аналитический обзор. Алматы:Казгосинти,2004-566с.
55. Н.Ә. Назарбаев. «Қазақстан – 2030». Ел Президентінің Қазақстан халқына жолдауы. Егемен Қазақстан. 11 қазан 1997 жыл. 7 бет.
56. Долгополов Ю.Б. «Предпринимательство и безопасность», «Универсум», М.,1991.
57. Казакевич О.Ю. и др. «Предприниматель в опасности: способы защиты (практическое руководство для предпринимателей и бизнесменов)», Объединение УППИКС, М., 1992.
58. Предпринимательство.(под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, академика Г.Б. Поляка; проф. В.А.Швандера М. «Банки и биржа». Издательское объединение «Юнити».1999.,с.335.
59. Аменова С.С. Шағын және орта бизнестегі басқару: оқу құралы/ С. С. Аменова, А. А. Дүйсембаев; ҚарМУ. - Қарағанды: САНАТ - Полиграфия, 2006. - 158 б.
60. Ашимбаев Т.А. Экономика Казахстана на пути к рынку: тенденции и размышления. Алматы, 1994 г.
61. Берденов Қ. Қазақстан мемлекет ретінде қалыптасуы мен экономиканың дамуы. – Алматы, 1998 ж. – 216 б.
62. Воловой В.В. Политэкономика. М, 1999.
63. Валдайцев В.С. Оценка бизнеса и инновации: Учеб. пособие. - М.: Филинь, 1997.
64. Гленн М., Десмонд, Ричард Э. Келли. Руководство по оценке бизнеса. М.:РОО, 1996.
65. Григорьев В. В., Федотова М. А. Оценка предприятий: теория и практика / Под ред. В. В. Григорьева. М.: Инфра-М, 1997.
66. «Жеке кәсіпкерлік туралы» 2006 жылғы 31 қаңтардағы №124-III Қазақстан Республикасының Заңы //Орталық Қазақстан/
67. Есилов.А Основные направления использования инновационных проектов в системе малого бизнеса в Казахстане //Ж: Транзитная экономика/ №3,2006.
68. Елемесов Р. Переходная экономика: проблемы методологии и теории. Алматы, 1998 г.



69. Ермекова Э.М. Состояние и перспективы развития социальной сферы в Казахстане: занятость и уровень жизни населения // Вестник КазГУ 2001 №5.
70. Информационно-статистический сборник «Казахстан: 2003-2004годың, Алматы, Агенство РК по статистике.
71. Ихданов Ж.О, Орманбеков. Ә.О. Экономиканы мемлекеттік реттеудің өзекті мәселелері.- Алматы:экономика,2002,136-172 бет.
72. Кубаев Е. Экономическая политика и экономический рост. Алматы, 2000 г.
73. Кенжегузин М.Б., Додонов В.Ю. Шевелев С.А. Формирование и реализация казахстанской модели устойчивого экономического роста. Алматы, 2001 год.
74. Курс переходной экономики. Под.ред. Л.И. Абалкина. М, 1997 г.
75. Казахстан на пути к новой модели развития:тенденции,потенциал и императивы роста: Материалы междунар.студ.науч.-практич.конференции/ ред. О.А. Яновская. - Алматы: Экономика, 2001 - Ч.8. - 414с
76. Колесова Л., Бекжанова Т. "О проблемах малого предпринимательства Карагандинской области" // Альпари, №6, 2000
77. Косолапов.Г. Оценка бизнеса и стратегия развития крупной корпорации //Ж: Саясат, №5, 2006, 11-17 бет
78. ҚР Үкіметінің 2006-2008 жылдарға арналған бағдарламасы. //Г: Орталық Қазақстан/ 13 мамыр, 2006,5-9 бет
79. ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың халыққа жолдауы «Қазақстан өз дамуындағы жаңа серпіліс жасау қарсаңында:Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясында» //Г.Егемен Қазақстан / 2006жыл 1-наурыз
80. ҚР Үкіметінің 2006-2008 жылдарға арналған бағдарламасы. //Г: Орталық Қазақстан/ 13 мамыр, 2006,5-9 бет
81. Қарағанды облысындағы шағын бизнестің дамуы = Развитие малого бизнеса в Карагандинской области. - Қарағанды: [Б. к.], 2006. - 98 б.
82. «Қарағанды облыстық маслихатының шешімі» // Орталық Қазақстан, 2006.- 23 наурыз. – Б. 4-6.
83. Қазақстандағы өндіріс тиімділігін арттыруда материалдық ынталандыру жүйесін дамытудың бағыттары //Қаржы-Қаражат 2006.- №3-4.
84. Қазақстан тәуелсіздік жолында /ҚР статистика агенттігі, 2006 жыл
85. Мейірбеков.А.Қ, Әлімбеков.Қ.Ә Кәсіпорын экономикасы: Оқу құралы-Алматы: Экономика,2003.
86. Назарбаев.Н.Ә.//Жаңа кезең-жаңа экономика //Орталық Қазақстан, 2005. 4-қаңтар, 2-5 бет.
87. Сабден О. Экономикалық басымдықтар және уақыт талабы //Егемен Қазақстан, 18 сәуір, 2006 жыл
88. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие/ под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка, В. А. Швандара. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2004. - 525 с. - Библиогр.: с. 494

89. Сабден О. ХХІ қандай экономикамен келем. – Алматы. – Қазақстан. - 1996 ж. 120 б.
90. Общий обзор социально-экономического развития. Агенство РК по статистике // Банки Казахстана 2004 №4.
91. Сексенұлы.С. Шағын кәсіпкерлік және әлеуметтік мәселе //Орталық Қазақстан/ 29 сәуір, 2003
92. Сидоров М.Н., Федотов А.А. Национальный доход: факторы роста. Структура. Методы прогнозирования.
93. Сабден. О, Тоқсанова.А. Шағын кәсіпкерлікті басқару. – Алматы: «Білім», 2002, 169-181бет
94. «Экономика және қаржы» салалық ғылыми түсіндірме сөздігі. – Алматы «Мектеп», 2003
95. Экономическая теория. Под. ред. А.И. Добрынина, М, 1999.
96. Экономическая теория. Учебник. Под.ред. И.П. Николаевой. М, 1998 г.
97. Ясин Е. Бремя государства и экономической политики//Вопросы экономики. 2002 №11.