

ҚАЗАҚСТАНДА ОРТА ЖӘНЕ ШАҒЫН БИЗНЕСТІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қазақстан

Тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан бастап Қазақстан нарықтық экономикаға көшу жолына түсті. Нарықтық экономикада мемлекеттік меншіктің үлесі мүмкіндігінше азайып, жеке сектордың үлесі басым болып келеді. Қазақстанда алғашқы мемлекеттік жекешелендіру бағдарламасы негізінде мемлекеттік меншікті жекешелендіру арқылы шағын және орта кәсіпкерлікті дамытуға үлкен мән берілді. Осы кезеңнен бастап шағын бизнесті дамыту, оған түрлі жағдайлар жасау және оны мемлекет тарапынан жан-жақты қолдау жұмыстары жүргізілуде [1]. Себебі, шағын бизнесті дамыту ол кез-келген ел экономикасының негізі. Бұл қосымша жұмыс орындарын құруға жағдай жасайды, қаржы нарығын жандандырады, бәсекелестікке қабілетті орта қалыптастырып, халықтың сатып алу қабілетін арттыруға және ірі бизнестің одан әрі даму мүмкіндігін кеңейтеді. Нәтижесінде, шағын бизнес халық үшін тартымды сипатқа ие болып, нарық экономикасының қажетті элементіне айналды. Шағын және орта бизнесті дамыту ХХІ ғасырда Қазақстанды индустриялық және инновациялық жаңғыртудың басты құралы және оның үлесі экономикасында артқан сайын еліміздің дамуы да орнықты бола түседі. Сондықтан шағын бизнесті жан-жақты қолдау, әсіресе жаңадан жұмыс бастаған шағын бизнес субъектілерінің жаңа бастамаларын қаржылық қолдау, мемлекет тарапынан бөлінген қаржыны реттеу арқылы тиісті салаларды дамытуға барлық мүмкіндіктерді жасауға бағытталған. Республикамызда нарықтық қатынастарды қалыптастырудағы маңызды міндеттерінің бірі орта және шағын кәсіпкерлікті дамыту болып саналады. Сондықтан, шағын және орта кәсіпорындарды дамыту үшін ең алдымен қандай мәселелерді шешу керектігін анықтап алған жөн. Республикада шағын және орта кәсіпорындардың дамуы мен қызмет жасауына қажетті ұйымдастырушылық, экономикалық және құқықтық шарттарды қалыптастырудың алғашқы қадамдары жасалынды. Қазақстан қазіргі таңда өзінің ұлттық экономикалық даму стратегиясын қалыптастыру үстінде. Шағын және орта бизнесті мемлекет тарапынан қолдап және дамытуда әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 30 елдің қатарына енуге бет алған Қазақстан үшін бұл сала қазір басты секторлардың біріне айналуда [2]. Еліміз алғашқы кезеңде мемлекеттік меншікке негізделген жоспарлы экономикадан меншіктің аралас нысандары әрекет ететін нарықтық экономикаға өту жолын таңдаған болатын. Мемлекет шаруашылық жүргізудің нарықтық жағдайына өтуде мемлекеттің ешқандай дайындықсыз, қысқа мерзімде жүзеге асыруы кезінде шағын және орта кәсіпорындарды қалыптастыруда біршама қиыншылықтар болды. Бұрынғы жүйедегі басқарудың ескі әдістерімен жұмыс жасаудың мүмкін еместігі және жаңа әдістерді меңгеру деңгейінің төмендігі олардың қызметіне қатты өз әсерін тигізді. Әсіресе, көптеген кәсіпорындардың нарық жағдайында өз бетінше жұмыс істеуге дайын еместігін және өз қызметтерін тоқтатуға мәжбүр

болғандығын көрсетті. Осы кезде тәуелсіздікке жаңа қадам басқан еліміздегі кәсіпорындардың көпшілігі дағдарыс жағдайында тұрды. Мұндай жағдайда кәсіпорындардың жұмысын оңтайлы түрде жүргізу үшін түбегейлі өзгерістер енгізуді талап етті [3]. Сондықтан, әртүрлі мәселелерді шешу жолдарының бірі ретінде әртүрлі меншік нысандарындағы кәсіпорындарды құру мен олардың тиімді қызмет етуін ұтымды ұйымдастыру, бәсекелік ортаны қалыптастыру үшін ең алдымен шағын және орта кәсіпорындарды басқару үрдісінің жаңа әдістерінің қажеттілігі туындай бастады. Жаңа жұмыс орындарын шағын кәсіпкерлік пен бизнес арқылы қалыптастыру, халықты кәсіпкерлік қызмет саласына да белсенді тартуға мүмкіндік береді. Мұның өзі аймақтардағы өмір сүру деңгейін көтеруге ықпал етіп, ондағы тұрғындардың жұмыссыздық салдарынан ірі қалаларға көшуін тоқтатты. Осыған орай жергілікті атқарушы органдардың шағын кәсіпкерлік пен орта бизнесті қолдау және дамыту үшін нақты іс-шараларды дайындаумен қатар, алдағы жылдары оның даму стратегиясын дамытуына үлкен мән берілді. Шағын кәсіпкерлік пен орта бизнесті дамытуда, мамандар даярлауда, олардың біліктілігін арттыру, қайта даярлау, кәсіпкерлік тәуекел дәрежесін төмендетумен қатар, оның нарық талаптарына сәйкес жоғары нәтижемен жұмыс істеуіне көмектеседі. Сондай-ақ, жалпы аймақтарда шағын және орта кәсіпорындарды дамыту тек халықты жұмыспен ғана қамтамасыз етіп қана қоймай, олардың әлеуметтік, рухани, экономикалық іргелі мәселелерін шешуге ықпалын тигізеді. Аймақтардағы өндірісті дамыту өз аумағында нарықты қажетті тауарлармен толықтыру, халықтың тұтынушылық қабілетін қанағаттандыру мақсатында Отандық, оның ішінде аймақтағы өнеркәсіптік өнімдерін көптеп шығарылуын қамтамасыз етеді. Мұның өзі тауарлар өндіру және сату шығындарын төмендете отырып, оның бағасын арзандатуға бірден бір себеп болып табылады. Өндірістік сектордың дамуы жергілікті бюджеттің толығына, аймақтың гүлденуіне, әлеуметтік жағдайдың көтерілуіне, қосымша жұмыс орындарының қалыптасуына ықпал етеді. Өнеркәсіптік өндірісті өрге бастыру үшін өндірістік инфрақұрылымды, соның ішінде кәсіпорын жанындағы энергетика, көлік, құрал-сайман, қойма және т.б. шаруашылықтарды дамытуда шағын кәсіпкерлік пен орта бизнеске жүгініп, оның тиімділігін арттырудың ең ұтымды түрлері мен жолдарын қарастыру және қолдану қажет. Қазақстан Республикасы қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын реттеу және қадағалау агенттігінің экономиканы және қаржы жүйесін тұрақтандыру жөніндегі 2020 жылдарға арналған бірлескен іс қимыл жоспарын жасалған болатын [4]. Әлемдік қаржы нарықтарындағы тұрақсыздық Қазақстанның даму қарқынына да әсер етті. Бұл отандық банктердің сырттан қаржылық ресурстарды тарту мүмкіндіктерінің төмендеуінен, демек, ішкі экономиканы несиелеу көлемінің қысқаруынан көрінеді. Бұдан басқа, әлемдік азық-түлік тауарлары нарығындағы бағаның шапшаң көтерілуі салдарынан экономикаға инфляциялық қыспақты едәуір күшейтті. Өтімділіктің жаһандық тапшылығын тудырған қаржы дағдарысының екінші толқыны әлемдік қаржы жүйесінің шеңберінен шығып, нақты секторға едәуір теріс әсер етті. Содан барып әлемдік экономиканың өсу қарқынының едәуір және соның салдары ретінде тауарлар мен қызмет көрсетулерге жаһандық сұраныстың баяулауы байқалды. Бұл отандық экономиканы

тұрақтандыру және оңалту жөнінде қосымша қабылдауды талап етті. Осыған байланысты жаһандық дағдарыстың Қазақстандағы әлеуметтік экономикалық ахуалға теріс салдарын жұмсартуға және болашақтағы сапалы экономикалық өсу үшін қажетті негізді қамтамасыз етуге бағытталған шаралар кешенін айқындап толықтырулар енгізген болатын.

Қазақстандағы шағын және орта кәсіпорындардың дамуындағы маркетингтің рөліне келер болсақ, шағын және орта кәсіпорындар индустрияланған мемлекеттердің гүлденуінде маңызы жоғары [5]. Барлық халықаралық нарықтарда маңызды рөл атқаратын кәсіпорындардың ешқайсысы да бірден үлкен болып құрылмайды. Шағын және орта деңгейдегі кәсіпорындарды жас мемлекеттердің даму локомотиві деп қарауға болады. Демек, Қазақстанда қызмет атқарып жүрген шағын бизнестің субъектілеріне мән беру керек. Әлемнің көптеген елдеріндегі шағын және орта бизнесті зерттеген кезде екі түрлі негізгі мәселеге көп мән берілген: біріншісі, қаржылық ресурстардың жетіспеуі, екіншісі, маркетинг туралы білім дәрежесінің төмендегі. Осы аталған мәселе Қазақстан үшін де қатысы бар. Жалпы шағын және орта бизнес экономикалық белсенділігі мен әлеуметтік бағдар ұстауының кепілі оның өздігінен қоғамның орташа топтарына жататындығы емес, оның дәулеті мен тұрмысының нақты шынайы меншікке негізделуі болып табылады. Қазір уақытта шағын кәсіпорындар жұмыс істеп тұрған барлық шаруашылық жүргізуші субъектілердің 50 пайызға жуығын құрайды. Осы жағдайда ескеретін жәйт, кәсіпкерлердің құқығын қорғайтын жүйе жасау, тексеруші органдардың және рұқсат беруші құжаттардың санын азайту. Кәсіпкерліктің күрделі мәселелерінің бірі несиелік ресурстарды алудың қиындығы, себебі несие алу үшін кепілге қоятын мүлік, бизнес-жоспар жоқ [6]. Осы себептен банктерде шағын және орта кәсіпкерлікті қаржыландыруға асықпайды. Сондықтан, шағын және орта кәсіпорындарды дамыту мен қолдау көрсетудің негізгі міндеттері жаңа жұмыс орындарын құру, өндіруші және өндеуші өндірістерден тұратын кластерлерді ұйымдастыру арқылы өндірістің және ауыл шаруашылығының шикізаттық негізін дамыту. Берілген міндеттер жаңа әлеуметтік-маңызды жобаларды енгізу және шағын және орта кәсіпорындарды әрекет етуші нысандарын кеңейту арқылы, сондай-ақ халыққа төменде аталған қызмет түрлерін көрсету арқылы толық ауқымда орындалуын қамтамасыз етуге бағытталған. Сондықтан, аймақтағы орта және шағын бизнесті дамытудың әдіснамалық негіздерін білу арқылы біз:

- біріншіден, осы сала түрлерін дамыту арқылы жастардың қоғамдық өмірге белсене араласуымен шаруашылық салаларын дамытуға да үлкен үлесін қосатындығын білсек,

- екіншіден мемлекеттің шағын және орта кәсіпорындарды дамытуы мен қолдауы арқылы еліміздің экономикасын көтеруге үлкен мүмкіндіктер болатынын айғақтауға болады.

Әдебиеттер тізімі

1. Сәбден О. Шағын кәсіпкерлікті басқару. – Алматы: Экономика, 2009. – 250 б.

2. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. – М.: Внешторгиздат, 1993. – Т1. – 222 б.
3. «Малый бизнес Казахстана» журналы. Алматы. 2014. № 1.
4. «Малый и средний бизнес Казахстана» журналы. Астана, 2015. №5
5. Деловой мир Казахстана: Журнал. Предпринимательство, инновация плюс информация. Алматы, 2007. № 1.
6. «Как вести свое дело в Казахстане» журналы. Қазақстандық меншік иелеріне арналған оқулық. Алматы. 2011.

Репозиторий Қарғу