

ӘОК 316.334.23

## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ОТБАСЫЛЫҚ БИЗНЕСТІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН МҮМКІНДІКТЕРІ

**Исабаева Шынар Суиндиковна**

[isabaeva\\_82@list.ru](mailto:isabaeva_82@list.ru)

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ әлеуметтану кафедрасының докторанты,  
Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекші – ә.ғ.к., доцент, әлеуметтану кафедрасының профессоры  
Б.Ж. Смағамбет

ҚР Президентінің 2014 жылғы «Қазақстан жолы - 2050»: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан халқына жолдауында жеке меншік институтын заңнамалық нығайтудың кешенді шешімдерін енгізуді ескере отырып, шағын бизнес әлеуетін дамытудың мынадай жаңа бағыттары көрсетілген. Шағын бизнес ұрпақтан-ұрпаққа берілетін отбасы дәстүріне айналуы тиіс» [1]. Осыған байланысты, отбасылық бизнес шағын бизнестің әлеуетін дамытудың маңызды бағыттарының бірі болып табылады.

Бүгінгі таңда Қазақстанда «отбасылық бизнес» санаты заңды түрде бекітілмеген, яғни мәселені реттеу бойынша нақты заңнамалық нормалар жоқ. ҚР Үкіметінің қаулысымен өнімді жұмыспен қамтуды және жаппай кәсіпкерлікті дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған бағдарламасы және кәсіпкерлікпен, соның ішінде отбасылық жұмыспен айналысуды ынталандыру құралы болып табылатын «Бастау» жобасы бекітілді. Бұдан бөлек, Нұр-Отан партиясы 2011 жылы отбасылық бизнесті ашу және жүргізу бойынша ақпараттық-анықтамалық материалдар түрінде ұсынылған «Отбасылық бизнестің 100 түрі» бағдарламасын әзірледі. Осы ақпараттық-анықтамалық материалдарда отбасылық бизнесті жүргізу бойынша әртүрлі кейстер, өзін жұмыспен қамту, жеке қосалқы (үй) шаруашылықтарын іске асыру, шағын және орта бизнесті дамыту ретінде бизнесті ұйымдастыру және жүргізу бойынша әдіснама (технологиялар) бар [2].

Қазақстандағы отбасылық бизнес – А.М.Джулаеваның [3], А.Е.Мұқановтың, М.А. Өмірзақованың, Ж.Б. Смагулованың, У.Д.Берікболованың [4], Д.К.Күлейменовтің [5] және т.б. жұмыстарында зерттелген.

Көп жағдайда отбасылық бизнесті қарастыра отырып, отандық зерттеушілер отбасылық кәсіпкерлікпен айналысатын нақты үй шаруашылықтарымен жұмыс жасайды. Бірақ біздің елде отбасылық бизнес жүргізетін үй шаруашылықтарын есепке алу жүргізілмейді, ресми деректер болған жағдайда нақты мәселелерді анықтау және шешу және оның нарықтық экономикадағы тиімділігін анықтау жөніндегі ғылыми зерттеулер үшін пайдаланылуы мүмкін. Осыған байланысты бүгінгі таңда қазақстандық ғылыми қоғамдастықта әлеуметтану саласындағы отбасылық кәсіпкерлік мәселесі бойынша ірі зерттеулер жүргізілмеген. Бұл мәселені зерттеуге отандық және шетелдік экономистер үлкен назар аударды.

Әлеуметтанушы Д.К.Күлейменовтың жұмысында үй шаруашылықтарының дамуына толық талдау жасалған. Үй шаруашылықтарының транзиттік және әлеуметтік өзгерістер жағдайында дәстүрлі түрде ортақ стратегияларды, сондай-ақ тіршілікті қамтамасыз етудің жаңа тұрақты стратегияларын ұстануға мәжбүр. Автор тұрақты даму концептісімен негізделген [5, б.14].

Перспективаларды анықтау мақсатында отбасылық кәсіпкерлікті дамыту үрдісі мәселесін қарастыруда зерттеушілердің назары капиталдың құрылымы мен бөлінуіне ауды.

Осылайша, А.Е.Муханованың, М.А.Өмирзакованың және басқа да қазақстандық зерттеушілердің пікірінше, отбасылық бизнес екі топқа бөлінеді. Біріншісіне тек қана отбасы мүшелері мен олардың жақын туыстары жұмыс жасайтын тар мағынадағы отбасылық бизнес жатады. Мысалы, Канадада немесе Америкада, дегенмен, біздің елде де көпшілікті құрайды. Бұл ең алдымен, жақын уақытқа дейін ЗТҚДК «занды тұлға құрмаған дара кәсіпкерлер» деп аталған ЖК. Мұндай компанияларда өкілеттіктерді нақты лауазымдық бөлу жоқ [4, б.1020]. Екінші топқа, авторлардың пікірі бойынша құрылымы күрделірек фирмалар жатады, олар ұрпақтан-ұрпаққа мұра болып беріледі, толық туысқандар тобы олардың иесі болып табылады [4,б.1021]. Авторлар шетелдік тәжірибенің жалпы деректеріне сүйене отырып, қазақстандық қоғамда жеке кәсіпкерлер ретінде рәсімделіп шағын отбасылық фирмалар ретінде жұмыс істейтін, бағыну құрылымы жоқ отбасылық бизнестің дамуына кедергі келтіретін мәселелерді көтеруге тырысуда. Отбасы фирмаларындағы көшбасшылық отбасы басшысына тиесілі, ал отбасының қалған мүшелері өз жұмысын атқарады.

Отбасылық бизнес мәселелері бойынша қазақстандық зерттеуші А.М.Джулаеваның пікірі бойынша «Қазақстандағы отбасылық бизнес – отбасының дәстүрлі жұмысы, ол бір ұрпақтан екіншісіне мұра етіп беріледі және отбасы мәдениетін сақтау мен білдірудің табиғи формасы болып табылады. Экономиканың барлық салаларының ішінде ауыл шаруашылығы, адамдардың ауылда өмір сүру бейімділігіне байланысты, дәстүрлі сипатқа көбірек ие және отбасылық бизнесті дамыту үшін қалыпты орта болып табылады. Алайда, Қазақстанда 200 мың шаруа және фермер қожалықтары ғана бар, ал Оңтүстік Кореяда 1,5 млн., Жапонияда 1,8 млн., АҚШ-та 2 млн. астам. Отбасылық фермалар неғұрлым көп болса, әлеуметтік-экономикалық мәселелер мен елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелері соғұрлым тиімді шешілетін болады» [3, б.22].

Зерттеуші А.М.Джулаеваның дәстүрді жаңғырту және отбасы ісін дамыту мәселесін шешуде тиімді басқару моделін әзірледі, ол мынадай сипаттамаларды есепке ала отырып институттық әрекет ету тәсіліне негізделеді: әлеуметтік-демографиялық, мәдени, экономикалық және ұйымдық-құқықтық параметрлер.

Осылайша, транзит, әлеуметтік өзгерістер және күнделікті экономикалық практикалар жағдайында кәсіпкерліктің қайта жандануы және қоғамның әлеуметтік құрылымында кәсіпкерлердің жаңа тобын қалыптастыру қызмет тәсілі ретінде белгіленген.

Ресей Федерациясында да отбасылық бизнесті дамыту мәселелерін үйрену және зерттеу бойынша осындай жағдай орын алуда. Бастапқыда отбасылық экономика Ресейдегі кәсіпкерлікті дамытудың балама ресурсы ретінде қарастырылған жоқ. Нарықтық қатынастарға көшу жұмыссыздық деңгейінің өсуіне алып келді, сондықтан отбасылық кәсіпкерлік отбасының табыс әкелетін маңызды экономикалық функциясына айналды.

Ресей зерттеушісі К.С.Шипицынаның пікірінше «Ресейдегі отбасылық (жеке) кәсіпкерліктің ағымдағы дамуының басты мәселесі бизнестің осы түрін нақты құбылыс ретінде нормативтік-құқықтық реттеудің болмауында, бұл бірқатар қиындықтар тудырады. Отбасылық кәсіпорынды осындай түрінде тіркеуге мүмкіндік жоқ, сондықтан басқа ұйымдық-құқықтық құрылымдарды пайдалануға және кәсіпкерлік саласындағы отбасылық қарым-қатынас мәніне қайшы келетін жалпы ережелерді осындай бизнеске қолдануға тура келеді» [6, б.634].

Осылайша, отбасы мүшелері не жеке дара кәсіпкер ретінде тіркеліп бизнесті серіктес ретінде жүргізуге, не «жұмыс беруші – қызметкер» конструкциясын пайдалануға, не бірлескен кәсіпорын шеңберінде заңды тұлғалар үшін көзделген ұйымдық-құқықтық нысандардың бірі - бизнеске үлестік қатысу құқығында қарым-қатынас құруға мәжбүр.

Отбасылық бизнесті ашуға және осы бизнес қызмет етуінің құқықтық базасы жоқ болғандықтан, кәсіпкерліктің мұндай түрінің ресми статистикасы жоқ, сондықтан өз бизнесін отбасы мүшелерінің кәсіби дағдыларын, шығармашылық қабілеттерін пайдалана отырып құратын кәсіпкерлердің нақты санын келтіру мүмкін емес. Сонымен қатар, Ресейде отбасылық кәсіпкерлікке толық құқығы бар заңды тұлғалар көп, шағын және орта

кәсіпкерліктің 45% астамы отбасылық іс форматында әрекет етеді деген деректі жоққа шығару мүмкін емес [6, б.635].

Ресей жеке және отбасылық компаниялар арасында халықаралық Pricewaterhouse Coopers компаниялар желісі жүргізіп жатқан отбасылық бизнестің даму мәселелері бойынша әлеуметтанулық зерттеуге белсенді қатысты. Зерттеу нәтижелері бойынша, 2018 жылы Ресейдегі жеке және отбасылық компаниялардың өсу қарқыны жалпы әлемдік деңгейге сәйкес келді, алайда ресейлік компаниялар болашақта белсенді өсуге бағытталған. Биылғы жылы Ресейде сауалнамаға қатысқан респонденттердің пікірінше, олардың қызметі мен дамуындағы негізгі сын-тегеуріндер экономикалық жағдайлар (80%), заңнама талаптарын сақтау (67%), ішкі нарықтағы бәсекелестік (63%) және өзінің көшбасшылық жағдайын сақтау үшін инновацияларға қажеттілік (63%) болып табылады. Аталған факторлар әлемдегі компанияларға қарағанда Ресейдегі компаниялар үшін аса маңызды. 2016 жылы алдағы күтілетін бес жылдық перспектива ретінде де дәл осы факторлар бірінші кезектілер ретінде айтылған болатын [7, б.22]. Жоғарыдағы факторлар өзінің көшбасшылық жағдайын сақтау мақсатында компаниялар үшін жоғары дәрежеде маңызды.

Сонымен қатар, жүргізілген сауалнамаға қатысушылардың көпшілігінің пікірінше, Ресейдегі отбасылық бизнестің іргелі құндылықтары қалыптасты, олар компанияларға табысты дамуға және болашаққа сеніммен қарауға көмектеседі, бұл – топтық рух, шешім қабылдауда икемділік, күрделі жағдайларда жылдам әрекет етуге дайындық және адамдар мен қоғамға жауапкершілікпен қарау [7, б.3].

Ресейдегі теориялық-тұжырымдамалық отбасылық бизнес феноменіне шолу жасау мәселесін қарастыруда ғылыми қауымдастық мұрагерлік, тұрақтылық, басқарудағы гендерлік аспектіге, отбасылық бизнестегі кедергілерге назар аударады.

Ресейлік зерттеушілер фирмаға ие отбасы мүшелері арасындағы интеграция, бәсекелестік және даулы қатынастарға арналған жұмыстарында қолданатын шетелдік теориялық тұжырымдамалар арасында жүйелік теорияға негізделеді. Бұл тәсіл талдау объектілері арасындағы өзара әрекеттесу тұрғысынан отбасылық кәсіпорынды зерттеуге бағытталған. Бұл контексте «отбасы» және «бизнес» жаңа мүшелерді біріктіру және өзгерту үшін өзінің жеке ерекшеліктері мен ашықтық дәрежесі бар екі жүйе ретінде қарастырылады. Мұрагерлік, бәсекеге қабілеттілік және гендерлік тепе-теңдік мәселелерінде бизнесті екінші ұрпаққа беру кезінде екі базалық жүйеге үшінші «басқару» қосылады [8, б.200]. Алайда, пайдалану ыңғайлылығына қарамастан, бұл теория басқа авторлардың тарапынан қатаң сынға ұшырады [10, б.168]. Жиі қолданылатын тағы бір теориялық парадигма фирма басшысы мен жалдамалы қызметкерлердің немесе ірі отбасылық кәсіпорындар иелерінің және олардың мұрагерлерінің қатынастарын зерттеуге негізделген «агенттердің қарым-қатынастары» теориясы болып табылады. Ұзақ уақыт бойы мұндай тәсіл менеджерлер немесе жалдамалы қызметкерлер арасында туындайтын келіспеушіліктерді зерттеу барысында ғана алғашқы орында болды. Алайда, зерттеушілер отбасылық фирмаларды зерттеуде «агенттер» мәселесінің ерекше түрін көрсетеді. Сондықтан, бұл теория фирмалардың меншік иелері ұрпақтары арасындағы ішкі қақтығыстарды талдауға да қолданылады. Мысалы, туысқандары мен жақындарына қатысты альтруизм рухы кәсіпорында бизнесті жүргізуге бейімделмеген отбасы мүшелері арасында міндеттерді бөлу жүйесі орнатылатынына әкеліп соғуы мүмкін [8, б.204]. Бұл теория – отбасылық бизнесті зерттеу үшін жоғары рөлді парадигмалардың бірі.

Отбасылық фирмалар мүшелерінің қатысын зерттейтін теориялардың бірі – «стратегиялық басқару теориясы», онда отбасының қатысуы қажетті шарт болып табылады, отбасы мүшелерінің қатысуы белгілі бір ерекшелікті тудыратын мінез-құлыққа бағытталуы тиіс. Егер олар отбасылық қарым-қатынаста ниет, көзқарас немесе мінез-құлық жетіспесе, отбасының қатысу дәрежесі бірдей фирмалар отбасылық кәсіпорындар бола алмайды [9, б.558].

«Агенттер қарым-қатынасы» теориясына қарама-қарсы «психологиялық» және «ситуациялық» екі тұжырымдамаға сүйене отырып, корпоративтік басқару мен

кәсіпорындардың даму нәтижелерін қарастыратын «Қорғаншылық» парадигмасы жиі қойылады. Осылайша, осы бағыт жақтастарының көзқарасына сәйкес тек мінез-құлық факторлары мен агенттің мотивация деңгейіне ғана емес, сонымен қатар отбасылық бизнес шеңберіндегі мәдени контекстік жағдайларға негізделген отбасылық фирмалардың ерекше құрылымының қалыптасу себептері релевантты. Басқаша айтқанда, бұл теория кәсіпорынды стратегиялық басқару белгілі бір агенттің жеке қасиеттеріне ғана емес, сонымен қатар фирманың басшылығы құрған мәдени жағдайларға да байланысты [11, б.277].

Көп зерттеушілер кәсіпорындардың мұрагерлігін және бизнестегі әйелдерді зерттеуде «Көшбасшылық» теориясын пайдаланады, олар таңдалған зерттеу объектісі жеке және ұйымдастыру мақсаттарына қол жеткізетін құралдарды, ықпал ету процестерін және интеграцияны талдауға негізделген [12, б.22]. Бұл теория өзінің жеке бизнесін дамытып отырған көшбасшы әйелдер тап болатын билік қарым- қатынастарын және жеке кедергілерді бөлуге назар аударады.

Зерттеушілер қолданатын әдістерінің ішінде респонденттерге сұхбат берудің әртүрлі түрлерін атап көрсеткен жөн. Құрылымданбаған сұхбат ең жиі кездеседі. Мысалы, Е.Е.Чирикованың жұмысында бизнес ашқан 65 әйелмен жұмсақ сұхбат жүргізілді [13, б.358]. құрылымданбаған және жартылай құрылымданған сұхбат тәсілін қолданған зерттеу жұмыстарының ішінен Р.Насонның мен П.Труманның «Father-Daughter Succession in Family Business: A Cross Cultural Perspective» [14] еңбегін атап өткен жөн. Олар, сондай-ақ, «Case studies», салыстырмалы талдау, микс-әдістер сияқты басқа да әдістерді қолданған.

Шетелдік экономикалық практикада отбасы пайдаланатын, Қазақстанда табысты іске асырылуы мүмкін отбасылық бизнестің негізгі мүмкіндіктерін атап өтеміз:

- кәсіпорынды жылдам ашу (заңды рәсімдеу процедурасы қарапайым және тіркеу үлкен қаржылық және материалдық шығындарды талап етпейді);
- отбасы мүшелерінің басқарудағы және иеленудегі жеке қызығушылықтары;
- отбасылық фирманың ішінде басқару үлгісін еркін таңдау;
- барынша икемділік, нарық қажеттіліктеріне тез жауап беру мүмкіндігі, отандық өнім өндірісін жолға қою қабілеті, қосымша жұмыс орындарын құру, барлық деңгейдегі бюджеттерге «тірі» ақшаның келуін қамтамасыз ету, орта таптың қалыптасу мүмкіндігі [15, б.901].

- қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық жағдайды тұрақтандыру және жағымды іскерлік ортаны қалыптастыру факторы [15, б.901].

- терроризмге қарсы экономикалық және әлеуметтік әрекет факторы.

Сонымен, отбасылық кәсіпкерлікті дамыту болашақта елдің экономикалық тұрақтылығы үшін сенімді тірек бола алатын шағын бизнес әлеуетінің маңызды бағыттарының бірі болып табылады. Ол үшін отбасылық бизнестің дамуына кедергі келтіретін мынадай мәселелерді шешу қажет:

- құқықтық қолдау. «Отбасылық фирма» ұғымы біздің еліміздің заңнамасында айқындалмаған, демек, олардың құқықтық қорғалуы қиын, отбасылық компаниялар бойынша ресми статистика да қолжетімді емес;

- отбасылық бизнес отбасылық кәсіпкерлікпен айналысатын жеке үй шаруашылықтарын дамыту шеңберінде ғана қарастырылмауы тиіс. Отбасылық бизнес тіршілікті қамтамасыз ету стратегиясын әзірлеу қызметінің кең қырлары бар дербес, тәуелсіз буын ретінде болуы тиіс;

- отбасылық бизнес, әдетте, көлемі шағын және отбасы иесіне көп болмаса да, лайықты табыс алып келуші. Алайда, отбасылық бизнес шағын және орта ғана емес, ірі бизнес болуы да мүмкін. Бірақ, ұлттық экономиканың тұрақты негізін құру контекстінде, ең алдымен, отбасылардың шағын және орта бизнесі туралы сөз болып отыр;

- қаржыландыруға қол жеткізуді қамтамасыз ету, бюрократиялық кедергілерді жою және мұндай компаниялар бір ұрпақтан екінші ұрпаққа ауысқан кезеңде салықтық жүктемені қысқарту;

- салық салу жүйесін жетілдіру. Жеке және отбасылық кәсіпорындарды көбінесе ыңғайлы болуы тиіс, қолайлы салық режимін жеңілдетуге ұмтылыстары біріктіреді.
- мұрагерлікті жоспарлау, оқыту және қолдау жүйелеріне қол жеткізуді қамтамасыз ету, шиеленісті реттеу, шағын отбасылық бизнестің шетел нарықтарындағы әртүрлі мәдени, коммерциялық және құқықтық жағдайларға бейімделу мәселелерінде көмек алуға көмектесу.
- теориялық-концептуалдық және әдіснамалық негіздерді пайдалана отырып, ғылыми қоғамдастықпен отбасылық бизнесті дамыту мәселелерін үйрену мен зерттеуді қамтамасыз ету.

#### **Қолданылған әдебиеттер тізімі:**

1. Электрондық ресурс: [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-presidenta-respubliki-kazakhstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-17-yanvary-a-2014-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-presidenta-respubliki-kazakhstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-17-yanvary-a-2014-g) (Дата обращения: 25.03.19г).
2. Электрондық ресурс: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=30978491#pos=8;-181](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30978491#pos=8;-181)(Дата обращения: 26.03.19г).
3. Джулаева А.М. Проблемы развития семейного бизнеса в современной экономике // Вестник КазНУ 2014. - № 3 <https://articlekz.com/article/15428>
4. Муханова А.Е., Умирзакова М., Смагулова Ж.Б., Берикболова У.Д. Особенности развития семейного бизнеса как формы предпринимательства // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-6. – С. 1210-1214: URL: <http://www.fundamentalresearch.ru/ru/article/view?id=39721> (дата обращения: 05.12.2018).
5. Кулейменов Д.К. Домохозяйства в РК: социально-территориальные различия в адаптации к рынку. Дисс. Астана - 2014г. 204с.
6. Шипицына К.С. Перспективы и проблемы семейного предпринимательства: Российская реальность // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 8 (часть 3) – С. 633-635
7. Частный и семейный бизнес в России, 2018. Семейные ценности – долгосрочное преимущество в цифровую эпоху. <https://www.pwc.ru/ru/publications/family-business-survey-2018.html> (Дата обращения 28.03.2019г).
8. Davis J.A. & Tagiuri, R. Bivalent attributes of the family firm // Family business review. 1996. № 9.
9. James J. Chrisman ., Jess H. Chua, Pramodita Sharma. Trends and Directions in the Development of a Strategic Management Theory of the Family Firm. September, 2005 by Baylor University. Электронный ресурс: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00098.x> (Дата обращения 28.03.2019г).
10. Barret M. Theories to define and understand family firms // A window into business research. 2014. № 3.
11. Craig, J.B., Dibrell, C. & Neubaum, D. (2011) Stewardship behavior as governance in family businesses. In: Farrar, J. & Watson, S. (eds.) Contemporary issues in corporate governance. Christchurch, New Zealand: The Centre for Commercial & Corporate Law Inc. pp. 277–296.
12. Patel G. Gender differences in leadership styles and the impact within corporate boards. Social transformation program division. 2013.
13. Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы. М.: Изд-тво Института социологии РАН, 1998
14. Thurman P.W., Nason R.S. Father-Daughter Succession in Family Business: A Cross-Cultural . Perspective. NY. Routledge. 2011.
15. Рамазанова Э.А. Проблемы и перспективы развития семейного предпринимательства // Экономика и предпринимательство № 12-4 (53) Год: 2014. С. 900-902