

**BULLETIN OF NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

ISSN 1991-3494

Volume 1, Number 359 (2016), 123 – 130

**CONCEPTUAL ASPECTS OF THE NOTION
OF ENTREPRENEURIAL CULTURE**

A. T. Abdiramanova

Kyzylorda state university of Korkyt Ata, Kyzylorda, Kazakhstan

Keywords: post-industrialism, entrepreneurship, entrepreneurial culture, manufacturing, small and medium business, labor, agriculture, economic culture.

Abstract. The involvement of the global crisis has a greater impact on the internal situation of individual countries. The economic sphere is particularly sensitive to all sorts of transformations. The ability of each state to confront such challenges is determined by its economic and financial potential. Recent economic turmoil includes not only financial, but also the manufacturing sector. Economic imbalance leads to social instability. In order to prevent such consequences, each country, including Kazakhstan, has to develop medium and small businesses, to form its own national business culture. This requires rethinking of some cultural aspects of the entrepreneurial culture.

ӘОЖ 1:338.22(574)

**КӨСІПКЕРЛІК МӘДЕНИЕТ ҰҒЫМЫНЫҢ
КОНЦЕПТУАЛДЫҚ ҚЫРЛАРЫ**

A. T. Әбдіраманова

Коркыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті, Қызылорда, Қазақстан

Тірек сөздер: енбек, кәсіпкерлік, кәсіпкерлік мәдениет, орта және шағын бизнес, өндіріс, постиндустриализм, шаруашылық, экономикалық мәдениет.

Аннотация. Қазіргі уақытта ауық-ауық қайталанып отырған жаһандық дағдарыс әр елдің ішкі жағдайына өзінің үлкен ықпалын тигізіп отыр. Өсіресе, әр алуан трансформацияларға экономика саласы барынша сезімтал екендігін көрсетуде. Кез келген мемлекеттің мұндай қатерге қарсы тұра білу қабілеті оның экономикалық және қаржылық қуатымен айқындалады. Қазіргі қаржылық-экономикалық дағдарыстар қаржы секторынан асып етіп, өндіріс саласына етіп кетуде. Экономикадағы дисбаланс әлеуметтік тұрақсыздық құбылыстарына да әкеледі. Әр мемлекет, оның ішінде Қазақстан мұндай салдарлардың алдын алу үшін өзінің өндіріс саласын, оның ішінде шағын және орта бизнесті өрістетіп, ұлттық өзіндік кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыра білуі керек. Бұл болса, кәсіпкерлік мәдениеттің кейбір мәдениет танымдық астарларын қайта пайымауды қажет етеді.

Мәдениет ұғымының өте курделі феномен екені белгілі, алайда қазіргі постиндустриалдық ақпараттық қоғам тұсында экономика (шаруашылық жүргізу) саласындағы мәдениеттің «қызыметін» зерттеу жағдайында бұл мәселе тағы бір қырынан терендей түседі. Соңғы уақыттардағы экономикалық жаһандану үдерістері бүкіл планетаны қамти бастаған кезеңде мәдениеттің мәні мен мазмұны, қоғамның дамуына ықпал ету тетіктері түбебейлі өзгерістерге ұшырады. Экономикалық мәдениет - бұл жалпыадамзаттық мәдениеттің ажырамас бөлігі. Ол экономикалық игіліктерді қалыптастыру үшін, адам мен жалпы қоғамның дамуы үшін қажет теориялық және практикалық білімдердің шаруашылық нормаларының, құндылықтар мен рәміздердің (символдардың) жиынтығын білдіреді. Индустріалдық қоғам жағдайында экономикалық мәдениеттің аталған құрамдас

элементтері сыртқы ықпалдың әсерінен өзгеріске түспейтін тұрқаты параметрлер ретінде қабылданды. Бұл бір жағынан, экономикалық мәдениеттің әртүрлі деңгейлерін: бұқаралық сананы, басқарушылар мен шенеуніктердің экономикалық мәдениетін, теориялық экономикалық мәдениетті қамтыса, ал екінші жағынан - оның әрқылы түрлерін: жеке адамның экономикалық мәдениетін, кәсіпорын мен мекеменің және жалпы қоғамның экономикалық мәдениеттің қамтыды. Индустріалдық өркениет тұсындағы мұндай экономикалық мәдениет өлі ағзаға немесе жабық жүйеге ұқсас болды, экономикалық кроссмәдениеттің өрісі тар болды, оның әлсіз импульстары үлттық экономиканың да, әлемдік экономиканың да дамуына әсер ете алмады.

ХХ ғасырда модерн дәуірі постмодернизммен, индустріалдық қоғам постиндустриализммен алмаса бастады. Постмодерн тұсында экономикалық мәдениет пен оның құрылышы ішкі және сыртқы ықпалдардың (факторлардың) әсерімен оның әрбір құрамдас бөліктегі ескісін жаңартып өндеп, жетіле түседі, өзінен көне догманың «жамылғысын» сипырып таставайды. Экономикалық постмодерн-мәдениет индустріализмге тән догматтық-диктаторлық амбицияны (өзімшілдікі) теріске шығарып, бұрынғы монопарадигмалық жағдайдан түбегейлі жаңа орталықсыздандырылған қалыпқа өтті және ол жетілген плюралистік мультимәдениетке негізделді.

Постмодернің таралуы барысында қоғамның өмірқамының барлық саласы, тек үлттық және әлемдік экономика емес, экономикалық мәдениет те өзгерістерге ұшырайды. Социумның бірігу-шілік (интеграциялық) қасиеттері жинақталғанымен қатар, бүкіл адамзаттың ғана емес, жеке индивидтің де болмысындағы әлеуметтік-экономикалық шығармашылыққа кең жол ашылады.

Жаңа ғасыр мен жаңа мыңжылдықтың бастаудың постиндустриалдық ақпараттық қоғамға өту барысындағы осындағы трансформациялық процестер нәтижесіндеғі ғаламдық өзгерістер мен әлемдік үрдістерден қазақстандық қоғам да тыс қала алмайды. Қазақстанның нарықтың экономикаға өтуі бұрынғы жоспарлы әміршіл-әкімшіл жүйеден мұра болып қалған санадағы сарқыншактардың әсерінен қыыншылықтарға душар болды. Экономикалық дамуы төмен елдерге тән кедейшілік, сыйбайлас жемқорлық пен парапорлық, рушылдық, тамыр-тәнисстық пен жең ұшынан жалғасушылық, бас шұлғушылық, қазына тонаушылық сияқты келенсіздіктер біздің қоғамымызда да көнінен етек алды. Бұл, әрине, бір жағынан, экономикалық өсімге социомәдени және институционалдық факторлармен салыстырғанда этикалық нормалардың тікелей ықпал ете алмайтындығымен де түсіндірледі [1, 6 б.].

Дегенмен қазақстандық үкімет өзге де посткенестік елдер сияқты экономиканы нарықтық рельске көшіріп қайта құру үшін қажетті бірқатар маңызды шараларды атқарды: мемлекеттік мен шікті жекешелендіру, каржылық, несиелік саясат, құнды қағаздар нарығын құру, жалпы нарықтық инфрақұрылымды қалыптастыру. Отпелі қоғамда жалпы экономиканы сауықтырудың маңызды факторы және дағдарыстан шығудың ағашқы қадамы кәсіпкерлікті дамыту болып саналады. Сондықтан да үкімет кезек күттірмейтін шаралар қатарына кәсіпкерлік қызметті қолдау, шағын және орта бизнесі дамыту мәселелерін қойды.

Алайда, көптеген ТМД елдерінде әртүрлі нұсқауларға, салықтарға, шектеулерге шыдай алмайтындықтан тек қайта құрылған кәсіпорындар ғана емес, ірі өндірістік алыптардың жабылу қаупі туып, кәсіпкерлік белсенділік төмендеді. Бұл «жағдайлардың себептерінің бірі фирманды тікелей басқару деңгейі мен аймақтың басқару деңгейінің және мемлекеттік деңгейде қамтылған кәсіпкерлікті басқарудың тұтас жүйесінің жоқтығы, сондай-ақ жеке салаларда кәсіпкерлікті дамытуды қамтамасыз ететін тиімді механизмнің жоқтығы болып табылады» [2, 3-4 бб.].

Кәсіпкерлік қайdan пайда болды, оның шаруашылық өмірдегі рөлі қандай, оның дәстүрлі мәдениет пен қазіргі өркениеттегі орны қандай деген сұрақтар бүгінгі тұтынушылық қоғам мен мәдениеттану ғылымиындағы күрделі мәселелер болып табылады. Бұл мәселелердің дүниетанымдық және концептуалдық түбірі адами қарым-қатынастардың өзгеше бір саласын қамтиды. Экономикалық қатынастар адамдардың өзара қарым-қатынастарының маңызды құрамдас бөліктегінен бірі болып саналады. Экономиканың жағдайы адам мен ұжымның, адам мен қоғамның арасындағы қатынастарды айқынтайтын. Сонымен қатар қоғамдық қатынастар да экономикаға ықпалын тигізеді. Қоғамдагы моральдың нормалары тек жекелеген адамның ғана емес, бүтіндей әлеуметтік ортаға да әсер етеді.

Антикалық заманның ұлы ойшылы Аристотельдің ғылыми айналымға енгізген экономика (грекше oikos – үй, шаруашылық; potos – ілім, заң) термині бастапқыда үй шаруашылығын

жүргізу туралы ілімді білдірсе, кейінірек екі мың жылдан астам эволюциядан кейін бұл сөз мынадай негізгі екі мағынаны білдірді: 1) қандай да бір елдің немесе бүкіл әлемнің шаруашылық (сондай-ақ оның бөліктегі – кәсіпорынның, өнеркәсіп салаларының, аймақтың) жүргізуі; 2) ұлттық және әлемдік шаруашылықты, оның құрамдас элементтерін (еңбек, тұрғылықты халық, өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы және т.б.) зерттейтін ғылыми пән. Бізді мұның алдыңғы ұғымы қызықтырады. Кез-келген шаруашылық әрекеттің мәні мен мағынасы ең алдымен экономиканың басты функциясы - адамдардың өмірқамы үшін қажетті *игіліктегі* ұдайы өндірумен тікелей байланысты. Адамдардың қажеттіліктерін өтейтін, олардың мақсат-мұдделеріне жауап беретін бүкіл игіліктерді екіге бөлуге болады: 1) адамзат баласының әуел бастан пайдаланған жаратылыстың табиги өнімдері (жер, өзендер, орман-тоғайлар, жемістер және т.б.); 2) адамдардың жасампаз өндірістік әрекетінің нәтижесі – экономикалық игіліктер.

Шаруашылық әрекеттің барлық негізгі түрлері (мысалы, өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы, құрылым, көлік, байланыс және т.б.) жетіліп, экономиканың дербес салаларына айналғанша бірнеше мың жыл өтті. XX ғасырда экономика орасан зор материалды және ақшалай құралдар жұмсалатын әлеуметтік саланы да қамтыды. Бұғаңға қоғамда экономика әрбір адамның өмірқамын қамтамасыз ететін құрделі ағзаны білдіреді.

Табиғаттағы заттар мен процестердің қайталанбалы айналымда болатындығы сияқты адамдардың үздіксіз өмірқамын қамтамасыз ететін қоғамдық байлық та мынадай циклді қозғалысты қайталайды: өндіріс – бөлініс – айырбас – тұтыныс. Пайдалы өнімді қалыптастыру процесі *өндіріс* деп аталады және бұл экономика үшін шешуші маңызға ие болады. Кез-келген елдегі адамдардың өмірлік деңгейі ондағы әрбір тұрғын үшін қанша игілік өндірілетіндігімен байланысты. Бұл көрсеткіш әр елде әр түрлі. Мысалы, 1992 жылы АҚШ-та ұлттық ішкі өнім (елде өндірілген тауарлар мен қызметтер құнынын сомасы) әрбір тұрғынға шакқанда 23,3 мың доллардан келді. Бұл кірістің шамасын 100 % деп алсақ, бұл көрсеткіш Германияда - 89%, Канадада - 85%, Францияда - 83%, Швецияда - 76%, Ұлыбританияда - 72%, Ресейде - 28% құрады.

Бөлініс құралған байлықтағы әрбір адамның үлесін білдіреді. Бұл үлес бөлініске түсетін игіліктің мөлшеріне байланысты болады. Бөлініс барысында түскен өнімді, адамдардың өзге игіліктерге де мұқтаждықтарына орай, жеке қажеттілікке жұмсап жіберуге болмайды. Мұқтаждықтың нәтижесінде өнімнің бір-біріне алмасу процесі *айырбас* деп аталады. Тұтыныс өз қажеттіліктерін өтеу үшін адамдардың материалдық игіліктерді пайдалануын білдіреді. Пайдалы өнім тұтыныс барысында жойылады, сондыктан да оны қайта өндіру қажет.

Адамзаттың бүкіл практикалық тәжірибесін қорыта келе, немістің ұлы ойшылы Гегель мынадай тоқтамға келеді: «Тарихқа терен үнілу бізді адамдардың әрекеті олардың тұтыныстарынан, олардың құмарлықтарынан, олардың мұдделерінен туындауды деп сендіреді... тек солар қана басты рөлді атқарады» [3, 156 б.]. Өндіріс пен тұтыныстың терен ішкі байланысы тұтыныстың өсу занылығымен түсінірледі. Қазіргі өркениет тұтыныстардың немесе қажеттіліктердің мынадай түрлерін бөліп көрсетеді: физиологиялық қажеттіліктер (тәғамға, суға, ұрпақ жалғастыруға деген қажеттілік); қауіпсіздік қажеттілігі (сыртқы жау мен қылмыстардан қорғаныс, сырқаттанғанда жәрдем күту, кедейшіліктен қорғану); әлеуметтік байланыска деген қажеттілік (ортак мұддеге сай адамдармен қатынас, достық пен сүйіспеншілікке деген қажеттілік); құрметке деген қажеттілік (өзінді құрметтеу, өзге адамдардан құрмет күту, белгілі бір қоғамдық беделге деген қажеттілік); өзіндік даму қажеттілігі (адамның мүмкіншіліктері мен қабілеттерін жетілдіруге деген қажеттілік).

Қоғамның экономикалық прогресі қажеттіліктердің өсу занылығына бағынады. Тарих даму барысында қоғамның қажеттілігі сандық тұрғыда өсіп, сапалық тұрғыда өзгереді. Тұтынушылықтың кейбірі жоғалып, жаңасы пайда болады да қажеттіліктің құрамы өзгереді. Соған сәйкес қоғамдық байлықтың құрылымы, адамдардың өмір сүру деңгейі өзгеріске түседі.

Әртүрлі елдердің шаруашылық өмірінде өндіріс пен тұтыныс арасындағы мөлшерлік пропорцияның негізгі үш үлгісі болады. Регрессивті (латынша regressus – кері қозғалыс) үлгіде шаруашылықтың ұзаққа созылған құлдырауының нәтижесінде тұтыныстың сандық және сапалық көрсеткіші барынша тәмендейді. Екінші – тоқырау үлгісінде «өндіріс-бөлініс-айырбас-тұтыныс» тұйық шенберді білдірсе, үшінші – прогрессивті үлгіде өндіріс сандық және сапалық тұрғыда жетіліп, тұтыныс пен қажеттіліктің деңгейі жоғарылайды. Бұл үрдісті Экономикалық келісім мен даму

ұйымына енген 24 елдің (АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Германия, Франция және т.б.) экономикалық дамуынан анғаруға болады.

Экономикалық дамудың деңгейі өндіріске енгізілген факторлардың (латынша factor – жасаушы, өндіруші) саны мен сапасына бағынышты болады. Кез-келген қоғамға тән оның мынадай натуралды-заттай түрлері ерекшеленеді.

Бірінші факторға (субъективті) өндіріс үшін қажет білімі мен кәсібі бар адам және оның жасампаз күші - еңбек жатады. Материалдық өндірістегі еңбек – бұл адамдардың өздері жасаған құралдарының арқасында табиғи нәрселерді өз қажеттіліктерін өтеу үшін бейімдеуге бағытталған мақсатты әрекеті.

Екінші факторға (заттай) – еңбек құралдары жатады. Оның құрамына еңбектің табиғи шарттары (мысалы, шаруашылық мақсатқа пайдаланылатын сарқырамалар), жасанды еңбек құралдары – техника (құралдар, машиналар, жабдықтар, өндіріс аппаратурасы және т.б.), соңдай-ақ еңбектің жалпы материалдық шарттары (өндірістік ғимараттар, каналдар, жолдар және т.б.).

Үшінші фактор - еңбек заттары. Еңбек құралдарының көмегімен түрін өзгертетін заттардың жиынтығын екіге бөлуге болады: еңбек колданылмаған табиғи заттар (мысалы, шахтадағы көмір қабаты, рудниктегі руда) және адам енбегінің ықпалынан өткен шикізат (руда және көмір қабатынан бөлініп алынып, онан әрі өндеуге жіберілген шикі материалдар).

Барлық осы факторларды қозғалыска келтіру үшін барлық заттай элементтер мен қызметкерлердің арасындағы дұрыс сандық қатынастарды табу қажет. Бұл міндетті табиғи және өзге заттарды өндеу мен дайын өнімдерді алудың тәсілдерін анықтай отырып, технология шешеді.

Өндірістің аталған факторларының барлығы да уақыттың әрбір мезгілінде тұтынысқа қатысты өзінің шектеулігімен көзге түседі. Бұл әсіресе ХХ ғасырда тұтыныс деңгейінің шектен тыс өсуінен байкалады және соған сәйкес қоғамның өндірістік потенциалын неғұрлым тиімді пайдалану мәселесі, яғни ресурстарды мейлінше аз және рационалды жұмысай отырып, тұтынысты өтеудің неғұрлым жоғары деңгейіне жету мәселесі алдыңғы орынға көтерілді.

Алайда дәстүрлі экономикалық теорияда осы үш фактор ғана өндірісті толыққанды жүзеге асырмайды. Ол үшін төртінші фактор – кәсіпкерлік қажет. Кәсіпкер дегеніміз – бұл фирманны ұйымдастыру мен басқарудағы жауапкершілік пен тәуекелді өз мойнына алған адам немесе адамдар тобы. Кәсіпкерліктің қазіргі экономикадағы орны мен рөлін талдамас бұрын, алдымен оның даму эволюциясы мен теориялық негіздеріне тоқтала кетейік.

Жалпы экономикалық теорияның ғылым ретінде қалыптаса бастауы XVII-XVIII ғасырларда жаңа капиталистік қатынастардың қоғамдық өмірге енген дәүірінде батысевропалық елдерде меркантилизм (итальянша mercante – саудагер, көпес), физиократтар (грекше prisis – табиғат, kratos – билік) мектептерінде, ағылшының классикалық саяси экономикасында қалыптасқаны белгілі. Саяси экономия деген атауды алғаш рет француз меркантилисті Антуан де Монкретьен өзінің «Саяси экономия бойынша трактат» (1615ж.) деген енбегінде саудадағы мемлекет мүддесін көздейтін шараларға қатысты қолданған болатын. Алайда экономикада сауда капиталы емес, өнеркәсіптік капитал үстемдік ете бастаған өндірістің индустріалдық сатысына көшу барысында меркантилизм классикалық (латынша classicus-ұлгілі) саяси экономияға жол берді. Капиталистік экономиканы тереңін зерттеп ұлттық байлықтың өсімі туралы өз ілімдерін қалыптастырған ағылшын саяси экономикасының көрнекті өкілдері қатарына Уильям Петти (1623-1687), Адам Смит (1723-1790) және Давид Рикардо (1772-1823) жатады.

Ал кәсіпкерлік (entrepreneur) туралы алғашқы теориялық концепция француз экономисті Ричард Кантільонның «'Коммерцияның жаратылысы туралы жалпы очерк» енбегінде кездеседі. Мұнда кәсіпкерлік тауарды өндіру мен өткізуде белгілі бір тәуекел мен жауапкершілікті өз мойнына алатын адам ретінде қарастырылды. Кантільонның пікірінше, кәсіпкерлердің басты ерекшелігі олардың тұрлаусыз жағдайларда жұмыс істеуі болып саналады.

XVIII ғасырдың екінші жартысында физиократтар кәсіпкерлік ұғымының аясын көңейте түсти. Мысалы, Николас Бауде шаруашылық жүргізуші субъектілердің әрекетінің жемісі олардың жанашылдықтар мен менеджментке бейімділіктеріне байланысты деп санады. Ол еңбек өнімділігін ұлғайтуда ғылым мен технологияның маңыздылығын ескертіп, жаңа енгізілімдерді басқарудың қажеттілігін, соңдай-ақ тәуекелдік деңгейін тек білім арқылы төмendetуге болатындығын дәлелді

түрде сипаттады. Сонымен қатар ол өндірісті ұйымдастыру өнері сияқты маңызды саланы игеруде мемлекеттік қолдаудың қажеттілігін көрсете отырып, монополиямен құрғас және салық жүйесіндегі тәртіп мәселесіне қоңыл қояды.

Ағылшын экономисті Адам Смит өзінің «Халық байлығының табиғаты мен себептерін зерттеу» атты еңбегінде негізгі өндіріс факторлары қатарына жерді, енбекті, капиталды жатқызығанымен [4], қәсіпкерліктің рөлі туралы ештеңе айтпайды. Бұл олқылықтың орнын 1810 жылы Жан Батист Сэй толтырды. Ол алғаш рет қәсіпкерліктің рөлі мен мәнін негізгі өндіріс факторларының бірі дәрежесіне дейін көтеріп, болашақта индустримальдық теңкөріспен қатар қәсіби менеджменттік төңкөрістің де өмірге енетіндігін болжады. Сэйдің пікірінше, «өндіріс шеберлерінің бойында мынадай қасиеттер болуы қажет: төлемге қабілетті, тәртіпті, сак, адаптациялық, капиталды тарта білу және несиені уақытында қайтара білу, әділеттілік, бизнесті жете менгерушілік, табандылық, тауарды өндіру әдісі мен оның сұранысын нақты бағалай білу және т.б.» [4, 62-б.]

Қәсіпкерлер әрқашан алдына қойған мақсаттарды және экономикалық қорсеткіштерді қадағалай отырып, керекті қызметкерлерді, қажет материалдарды, оны сатып алушыларды таба білуі керек, сондай-ақ әкімшілік ету мен басқару шеберлігіне ие болуы қажет. Олар өнімді сатып алушан бұрын, оның бағасы мен құнын дұрыс есептей білулері тиіс. Демек, Жан Батист Сэй қәсіпкерді қарапайым шаруашылық жүргізуі адам емес, дарынды менеджер ретінде қорсетіп тұр.

Қазіргі замандағы қәсіпкерліктің атасы ретінде Йозеф Шумпетер жиі аталады. Шындығында өзінің еңбегінде [5] Шумпетер экономикалық дамудың негізгі қорғаушы факторларының бірі реңтінде қәсіпкерліктің ерекше дербес рөлін атап қорсетеді. Ғылыми-техникалық прогресс саласындағы кейінгі практикалық зерттеулер жаңашылдықтарды енгізуінде қәсіпкерлік функциясының маңыздылығын қорсетіп берген Шумпетердің қөрекенділігін толығымен дәлелдеді. Оның қәсіпкерлік пен жаңашылдық концепциясы экономиканың дамуына үлкен үлес қосатыны белгілі болғанымен, оның зерттеулери бірқатар объективті себептерге байланысты жиырмасыншы ғасырдың соңғы ширегіне дейін өзінің онды жалғасын таппады.

Қазіргі кезеңде синергетикада, «креативті деструкцияның» шумпетерлік теориясынан математикалық негіз табуға ұмтылған зерттеулер көбеюде А. Қантарбаеваның [6], А. Мұстафиннің [7] және В. Радаевтың [8] енбектерінде қәсіпкерліктің теориясына қатысты эволюциялық тәсілді пайдаланады.

Шумпетер бойынша қәсіпкерлік әрекет - бұл қызмет те, қәсіп те емес, тәуекелшіл бизнес арқылы жаңашылдықтарды рынокқа енгізуін сирек кездесетін ерекше қабілетті. Оның пікірінше қәсіпкер капиталист емес. Қәсіпкерлік әрекет өзінің мазмұны бойынша жаңашылдық болып санағандықтан, ол экономикалық өсім мен экономиканы бәсекелестік тұрғыда қайта құрудың тұрақты бастауы болып саналады. Йозеф Шумпетер қәсіпкерлерді жай алыпсатарлар мен саудагерлерге, инвесторларға қарағанда әр түрлі бағдарлар мен әрекеттерді байланыстыру арқылы жана бизнес құратын әлеуметтік-экономикалық жаңашылдар деп атайды. Ол қәсіпкерлік енбектің ерекшелігі туралы ойын саралай келе, оның өндіріс құралдары мен әр түрлі материалдардың жайғана жинақталуынан тұрмайтындығын, ол тауар мен жайғана қызмет қорсетудің жаңа тұрларін, өндірістің жаңа әдісін, жаңа өткізу рыногын, жабдықтаудың жаңа көздерін және ұйымдастырудың жаңа түрін іздең, енгізу арқылы оларды тиімді қолданудан тұратындығын атап қорсетті. Сонымен қатар ол өз еңбегімен осы уақытқа дейін теңдесі болмаған пайда табады және ол қәсіпкерлік пайда деп аталауды.

Қазіргі заманғы теорияларда қәсіпкерліктің жеті концепциясы бөліп қорсетіледі:

- 1) Қәсіпкерліктің жеке тұлғалық қасиеттерді бағалау ұстанымындағы мектебі.
- 2) Қәсіпкерліктің психологиялық мектебі.
- 3) Қәсіпкерліктің класикалық мектебі.
- 4) Қәсіпкерліктің жетекші ұстанымындағы мектебі.
- 5) Қәсіпкерліктің ішкі мектебі.
- 6) Қәсіпкерліктің маркетингтік ұстанымындағы мектебі.
- 7) Қәсіпкерліктің менеджменттік ұстанымындағы мектебі.

Қазақстандық белгілі зерттеуші О. Сабденнің еңбегінде осы мектептердің түсініктемелеріне сәйкес қәсіпорынның әрбір даму кезеңінде қәсіпкерлікке қажетті мінез-құлықтар мен қабілеттерге сипаттама берілген [2, 18-19 бб.] (кестені қараныз).

Кәсіпкерлік мектептердің негізгі концепциялары

Мектептің атауы	Негізгі концепция	Мінез-құлыш және қабілет	Кәсіпорын сатысы
1. Жеке тұлғалық қасиеттерді бағалауды үстанушы	Кәсіпкер табиги қабілеттерге, сезімдегі б қабілетке ие ерекше тұлға	Сезім сергектік, жігерлік, қажырлық	Кәсіпорынды қалыптастыра бастау
2. Психологиялық мектеп	Кәсіпкерлер қызметін ынталандыратын ерекше қажеттіліктерге, көзқарастарға ие, жетістіктерге жетуге және тәуекелге бейім	Тәуекел қабілеттілік, жетістіктерге құштарлық, құндылықтар жүйесі	Кәсіпорының қалыптасусы бастамасы
3. Класикалық мектеп	Кәсіпкерлік үдерістің негізгі жаңартушылығын, табыскерлік мүмкіндіктерін іздестіру.	Жаңартпашылыш және іскерлік белсенділік	Кәсіпорының қалыптасусы бастамасы
4. Жетекшілік үстанымдағы мектеп	Кәсіпкер – басқалардың қызметін басқаратын және ынталандыратын, басқаларды соңынан ертетін жетекші «адам жаңының сөүлетшісі»	Дәлелдеу, басқарушылық және жетекшілік	Өсу және жетілу сатысы
5. Кәсіпкерліктің ішкі мектебі	Кәсіпкерлік шеберлік ір үйімдарда қызмет көрсету және еткізу нарығын кенейту мақсатында тәуелсіз құрылым бірліктерін құруда пайдаланылуы мүмкін	Анылған мүмкіндіктерді, онтайды шешімдерді қабылдау қабілеттілігі	Жетілу сатысы
6. Маркетингтік үстанымдағы мектеп	Кәсіпкерлік, онімді болу және жаңартушылық болу және жаңартушылық процессті үйімдастыру арқылы сұранысты қанағаттандыру және соңғы тұтынушылардың сұранысы мен қажетті тілектеріндегі өзгерістерді токтаусыз іздестіру процесі ретін де қарастырады	Маркетингтік талдау, нарықтық әлеуетті зерделеу	Өсу және жетілу сатысы
7. Менеджменттік үстанымдағы мектеп	Кәсіпорынды қәсіби басқаратын адамдарды басқарудың барлық қызметтеріне үйретуге болады.	Өндірісті, еңбекті, қаржы қорларын басқару	Өсу және жетілу сатысы

Кестеде көрсетілгендей, әрбір мектептің кәсіпкерлік пен кәсіпкерлік қызмет жайында өзіндік көзқарастары бар. Бір мектеп кәсіпкердің жеке тұлғалық қасиеттеріне баса назар аударса, екіншісі кәсіпкерлікті жаңа кәсіпорын құру мүмкіндіктерін табуымен байланыстырады, ушіншісі кәсіпкерлік әрекетті жетекшілік ету тәсілдері мен әдістерін үйрету арқылы жақсартуға болады деп санайды. Кейбірі маркетингтік үстанымды колдаса, келесілер менеджментке басымдылық береді. Бұл көзқарастардың қайсысы тиімді? Бұл сұрақтың накты жауабы жоқ, себебі мектептердің әркайсысы тұтастай алғанда кәсіпкерлік феноменін сипаттайтын бір ғана құбылыстың әртүрлі қырларын көрсетеді.

Сонымен кәсіпкерлік ұғымы өзінің пайда болған кезінен бастап бүгінге дейін осындағы эволюциялық жолдан өтті. Енді кәсіпкерліктің түрлеріне, типтеріне, атқаратын функцияларына тоқталайық.

Кәсіпкерлікті өзінің ауқымына және әрекетінің сипатына қарай екіге жіктеуге болады. Ауқымына қарай, индивидуалды (жеке) кәсіпкерлік және ұжымдық (коллективтік) кәсіпкерлік деп бөлінеді. *Индивидуалды* кәсіпкерлік бір адамның немесе оның отбасының кез-келген жасампаздық әрекеті (сауда дүнгіршіктерін, аптекаларды, қызмет көрсету бекеттерін және т.б. ашу). Бұл жерде жауапкершілікті кім алатыны белгілі. Ұжымдық кәсіпкерлікте немесе ортақ үлесті меншікке негізделген фирмаларда тәуекелмен байланысты жауапты шешімдерді бірнеше адамдар (сериктестіктердің мүшелері, акционерлер) қабылдайды. Кәсіпкерлердің әртүрлі міндеттерін адамдардың әртүрлі топтары атқарады, мысалы басқару шешімдерін директорлар, менеджерлер қабылдайды.

Ал өзінің сипаты жағынан кәсіпкерлік әрекеттің бірнеше формалары болады. *Коммерциялық* емес кәсіпкерлік баю мақсатында өнімдерді сатумен байланыстырылады. Мұндай филантропиялық әрекетті әртүрлі қайырымдылық және мәдени-агартушы ұйымдар жүргізеді. Мысалы, АҚШ отбасыларының 3/4-і, осы мақсаттарға жарна төлейді. 1980-жылдары бұл жарна әрбір отбасына шаққанда жылына, орташа есеппен, 790 долларды құрады. Олардың үлесіне қайрымдылық қорларының барлық құралдарының 90 % құраса, ал 5 %-ы корпорациялардан түсті [9, 206 б.].

Коммерциялық әрекет, немесе бизнес – кіріс әкелетін іс. Оның құрамына:

- *өндірістік емес* бизнес - кәсіби спорт, концерттік қызмет және т.б;
- *сауда* бизнесі – сауда кәсіпорындарында;
- *қызмет көрсету* саласындағы бизнес, мысалы туристік сервис, зангерлік кеңес;
- *өндірістік* бизнес - өнеркәсіп, ауыл шаруашылық, құрылым және т.б. кәсіпорындардағы кіріс әкелетін әрекет кіреді.

Кәсіпкерлік кез-келген шаруашылық жүйесінде көрінеді. Ол мемлекеттік кәсіпорындарда да көрініс таба алады. Бірақ бұл жерде шаруашылық жетекшісінің бастамасы жоғары тұрган органдардың бұйрықтары мен инструкцияларының қатан шенберімен тұмшаланады.

Нарық (рыноқ) жағдайында кәсіпкерліктің мұлдем өзге типі ғана табыс әкеледі. Әрбір адамның өмірі үшін ауа қандай қажет болса, мұнда да кәсіпкер-бизнесмен үшін оның шаруашылық әрекетінің *еркіндігі* аса маңызды. Бұл өзіне тиесілі немесе жалға берілген мүлікті пайдалану еркіндігі. Бұл – қалай өндіру, ұсынушылар мен тұтынушыларды таңдау, бағаны белгілеу, салықтарды төлегеннен қалған пайданы жұмсау және өзге де өндірістік мәселелерді шешу еркіндігі.

Ешкімге бағынбайтын ұсак кәсіпкер барлығынан да тәуелсіз, еркін деген пікір қалыптасқан. Алайда негізгі позициялар ірі кәсіпорындарға тиесілі қазіргі экономика жағдайында бұл бос қиял ғана. Танымал американдық ғалым Дж.Гэлбрейт былай деп жазады «... майда кәсіпкер қатаң еркіндіктің адамы ретінде дәріптеледі. Принципте де, тіршілік үшін кескілескен құрес практикасында да бұл тәуелсіздіктің шектеулі екендігі аңғарылмай қалады. Көбіне бұл еркіндік үйректер өлгенше шұқылап тастаған адамның еркіндігі» [10, 107- 108 бб.].

Қазіргі жағдайда дамыған елдерде кәсіпкерлік әрекеттің барлық түрлері біршама өсіп, кәсіпкерлік төңкеріс жүзеге асты. Бұл жетістік мемлекеттік кәсіпорындардың жекешелендірілуі өсерінен орын алды. Соңғы 20 жылда Жапонияда кәсіпкерлердің саны 2 есе, АҚШ-та 2,5 есе ұлғайды. Осыған орай қазіргі бизнесмендерді қалыптастыратын ұйымдардың торабы кеңейді (кәсіпкерлердің дайындастырын артүрлі орталықтар мен мектептер, өндірісті ұйымдастыру мен технологияның, техниканың соңғы жетістіктерін мұқият үйрететін жаңашылдық парктар).

Кәсіпкерлік әрекеттің кеңеюі мен жетілуі бизнес ұйымдастырушылары атқаратын қызметтердің маңызының артуымен тікелей байланысты.

Әлемдік экономикалық әдебиетте кәсіпкердің үш функциясы бөліп көрсетіледі. Оның біріншісі - *ресурстық* функция. Кез-келген шаруашылық әрекет үшін объективті факторлар да (өндіріс құралдары), субъективті факторлар да (жеткілікті білімі мен шеберлігі бар қызметкерлер) қажет.

Екіншісі - *ұйымдастырушылық* функциясы. Оның мәні алға қойған мақсатқа жетудің дұрыс жолын табуға ықпал ететіндегі өндіріс факторларын біріктіру және жинақтау.

Кәсіпкерлердің үшінші функциясы – *шаруашылық жаңашылдықтармен байланыстағы шығармашылық функциясы*. Бұл функцияның маңызы қазіргі ғылыми-техникалық прогресс пек бәсекелестіктің дамуы жағдайындағы бизнес үшін күрт өсті. Жаңашылдыққа (инновацияға, өндіріске жаңалық енгізуға) байланысты функциялардың өсуіне орай кәсіпкерлік үшін жаңа экономикалық климат қалыптасты. Техника мен технологияның жаңалықтарын енгізумен айналысатын венчур бизнесі немесе ғылыми-техникалық даярлықтар рыногы тез өсті. Кәсіпкерліктің ақпараттық инфраструктурасы жетілді - мемлекеттік органдарда пайдалы ақпараттарға қол жеткізу кеңейді, патенттік-лицензиялық қызмет бесіндегі, электронды-есептеуіш машиналардың көмегімен жинақталған банктың ақпараттық мәліметтердің торабы дамыды және т.б.

Қазірдің өзінде дамыған елдерде XXI ғасырдағы кәсіпкерліктің перспективалық бағыттары анықталып қойған. Мысалы, Жапонияда ақпараттық бизнеске басымдылық берілсе, Германияда, Ұлыбританияда және Францияда өнеркәсіптік технология басымдылыққа ие. АҚШ-да қызметкерлердің интеллектуалдық денгейін, олардың білімі мен квалификациясын арттыру басты назарда, өйткені бизнестің технологиялық потенциалы осыған байланысты.

Біз кәсіпкерліктің экономикалық негіздеріне, түрлеріне типтері мен функцияларына, оның даму эволюциясы мен теориялық негіздеріне шолу жасадық. Енді экономика мен этиканың, кәсіпкерлік пен моральдың, нарық пен адамның құндылықтың бағдарларының арақатынасын қарастырамыз.

ЭДЕБИЕТ

- [1] Габитов Т.Х., Жатканбаев Е.Б. Этика бизнеса. – Алматы–Анкара: ИЕПА, 1997. - 150 с.
- [2] Сәбден О., Тоқсанова А. Шағын кәсіпкерлікті басқару. – Алматы: Білім, 2002. – 304 б.
- [3] Гегель Г.В. Феноменология духа // Сочинения. – М.-Л., 1935. – Т. 8. – С. 40-219.
- [4] Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994. – 443 с.
- [5] Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
- [6] Кантарбаева А.К. Предпринимательство: институционально-эволюционный подход. – Алматы: Раритет, 2000. - 200 с.
- [7] Мустафин А.Т. Принципы самоорганизации в экономической эволюции. – Алматы, 1997. – 146 с.
- [8] Радаев В.В. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия // Полис. – 1993. – №5. – С. 79-87.
- [9] Борисов С.Б. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юристъ, 2002. – 568 с.
- [10] Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. – М., 1976. – 396 с.

REFERENCES

- [1] Gabitov T.Kh., Zhatkanbayev E.B. Business ethics. - Almaty - Ankara IEPA, 1997. - 150 p. (in Russ.).
- [2] Sabden O., Toksanova A. Small business management. - Almaty: Biltim, 2002. – 304 p. (in Kaz.).
- [3] Hegel G.V. Phenomenology of Mind Works. - M. - L., 1935. - V.8. - p. 40-219. (in Russ.).
- [4] Sombart B. Bourgeois. Studies on the history of the spiritual development of the modern economic man. - M : Nauka, 1994. - 443 p. (in Russ.).
- [5] Schumpeter I. The Theory of Economic razvitiya.- M : Progress, 1982. -455 p. (in Russ.).
- [6] Kantarbaeva A.K. Entrepreneurship: the institutional-evolutionary approach. - Almaty: Rarity, 2000. - 200 p. (in Russ.).
- [7] Mustafin A.T. The principles of self-organization in the economic evolution. - Almaty, 1997. - 146 p. (in Russ.).
- [8] Radaev V.V. Ethnic Entrepreneurship: International Experience and Russia // Polis. - 1993. -№5. - p. 79-87. (in Russ.).
- [9] Borisov S.B. Economic theory: textbook. - M : Lawyer, 2002. -568 p. (in Russ.).
- [10] Galbraith J.K. Economic theory and goals of society. - M., 1976. -396 p. (in Russ.).

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ

А. Т. Абдираманова

Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, Кызылорда, Казахстан

Ключевые слова: постиндустриализм, предпринимательство, предпринимательская культура, производство, средний и малый бизнес, труд, хозяйство, экономическая культура.

Аннотация. Участившиеся глобальные кризисы оказывают большое влияние на внутреннее положение отдельно взятых стран. Особую чувствительность к разного рода трансформациям проявляет экономическая сфера. Способность противостояния каждого государства к таким вызовам определяется его экономическим и финансовым потенциалом. Современные экономические потрясения охватывают не только финансовый, но и производственный сектор. Экономический дисбаланс приводит к социальной неустойчивости. С целью предотвращения таких последствий каждая страна, в том числе и Казахстан должен развивать средний и малый бизнес, сформировать свою собственную национальную предпринимательскую культуру. А это требует переосмыслиния некоторых культурологических аспектов предпринимательской культуры.

Поступила 10.02.2016 г.