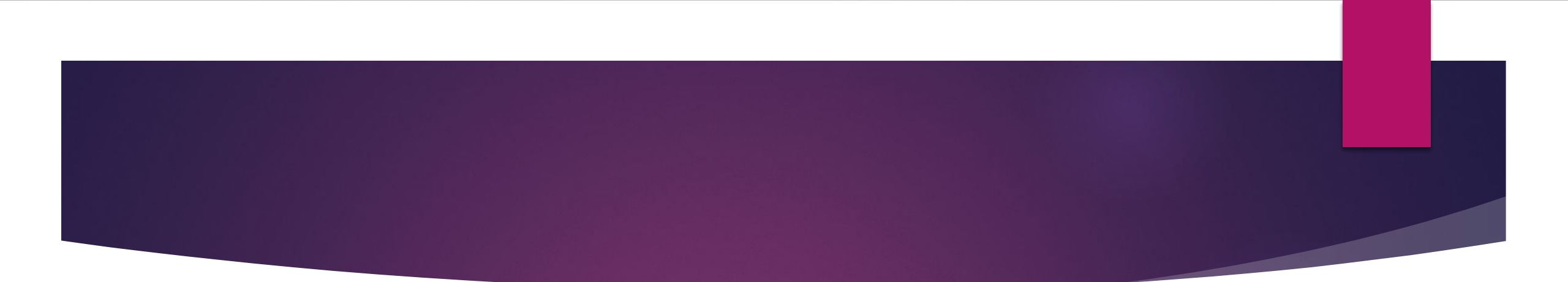


2-ші тақырып. Кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысандары

- ▶ 1. Кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысандары мен олардың ерекшеліктері.
- ▶ 2. Кәсіпкерліктің түрлері, нысандары мен жіктелуі.
- ▶ 3. Өзінің жеке кәсіпорнын құру жағдайлары мен шарттары.
- ▶ 4. Франчайзинг және кәсіпкерлік.



1. Кәсіпкерліктің
ұйымдық-құқықтық
нысандары мен
олардың ерекшеліктері

Кәсіпкерліктің ұйымдастыру-құқықтық формалары:

1. Жеке-дара кәсіпкерлік – бұл бір адамның иелігіндегі іс. Оның келесі артықшылықтары бар:

- ▶ а) әрбір меншік иесі кәсіпорынның барлық табысына иелік етеді;
- ▶ б) меншік иелері өз-өзіне билік етеді және кез-келген өзгерістер еңгізуге құқылы;
- ▶ в) заңдар жеке иелерге ең төменгі шектеулер қояды.

Жеке-дара кәсіпкерліктің кемшіліктері:

- ▶ а) толық мүлктік жауапкершілік;
- ▶ б) капитал көлемінің шектеулігі.

2. Серіктестік дегеніміз - кәсіпорынның екі немесе бірнеше иеленушілердің болуы.

Оның артықшылықтары:

- ▶ а) серіктестердің бірігуі қосымша қаржыны тартуға мүмкіндік береді;
- ▶ б) әр серіктес бұл іске өзінің жаңа шығармашылық идеяларын немесе талантын еңдіреді;
- ▶ в) серіктестік салыстырмалы түрде оңай ұйымдастырылады және оған ерекше салық салынбайды.

Кемшіліктері:

- ▶ а) көп жағдайда серіктестердің барлығы шектелмеген мүліктік жауапкершілікте болады;
- ▶ б) егер серіктестердің біреуі істен шығатын болса, онда серіктестік өзінің жұмысын ресми тоқтатады. Өз қызметін әрі қарай жалғастыру үшін серіктестік жаңа келісім жасауы тиіс;
- ▶ в) серіктестіктің өзіне тартатын капитал көлемінің шектеулігі;
- ▶ г) серіктестердің фирманы басқарудағы көзқарастарының сәйкес келмеуінің салдарынан фирманың өміріне қауіп төнуі мүмкін.

Серіктестіктің түрлері:

- ▶ толық серіктестік – ол барлық мүшелерінің толық мүлдік жауапкершілігімен ерекшеленеді;
- ▶ жауапкершілігі шектеулі серіктестік;
- ▶ аралас (коммандиттік) серіктестік.

3. Акционерлік қоғам, немесе корпорация, – бұл өзінің әр түрлі тауарларды өндіру мен қызмет көрсетуді жүзеге асыру үшін жеке және заңды тұлғалардың қаражаттарын тарту мақсатында акцияларды шығаруға негізделген кәсіпорын.

АҚ артықшылықтары:

- ▶ а) мүшелерді біріктірудің ұйымдық-корпоративтік сипаты;
- ▶ б) шектеулі жауапкершілік;
- ▶ в) операцияларды жүзеге асырудың қарапайымдылығы;
- ▶ г) өмір сүруінің шексіздігі.

АҚ кемшіліктері:

- ▶ а) құрудың күрделілігі және қымбаттылығы;
- ▶ б) ерекше салықтарды төлеу қажеттілігі;
- ▶ в) ашық акционерлік қоғам коммерциялы құпияны сақтай алмайды.

Акционерлік қоғамдар ашық және жабық АҚ деп бөлінеді.

Ашық АҚ-ның жарғылық қоры акцияларды ашық рынокта сату нәтижесінде қалыптасады.

Жабық АҚ-ның жарғылық қоры өзінің құрылтайшыларының акциялары негізінде қалыптастасады.

Бірдей бөліктерден тұратын
жарғылық қор көлеміне сәйкес

келетін АҚ шығарған құнды қағаз
акция деп аталады және бұл
акциялар әр акционерге олардың
қосқан үлесіне сәйкес бөлінеді.

Акцияға келетін табыс дивиденд деп
аталады. Дивиденд көлемі АҚ
шаруашылық қызметінің нәтижесіне
тәуелді.

Акциялардың сатылу бағасы оның бағамы деп аталады. Акциялардың бақылау пакеті – АҚ шығарған

акциялар санындағы белгілі бір акционерден басқа акционерлердің акциялар санымен салыстырғандағы үлкен үлесі (50%-тен көп). Акциялардың бақылау пакеті оның иесіне АҚ қабылдайтын шешімдерін анықтауға мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексіндегі баптар:

▶ 34 бап.

Коммерциялық ұйым болып табылатын заңды тұлға мемлекеттік кәсіпорын, шаруашылық серіктестік, акционерлік қоғам, өндірістік кооператив нысандарында ғана құрылуы мүмкін.

58 бап.

1. Жарғылық капиталы құрылтайшылардың (қатысушылардың) үлесіне (салымдарына) бөлінген коммерциялық ұйым шаруашылық серіктестік деп танылады. Құрылтайшылардың (қатысушылардың) салымдары есебінен құрылған, сондай-ақ шаруашылық серіктестік өз қызметі үрдісінде өндірген және алған мүлік меншік құқығы бойынша серіктестікке тиесілі болады.

2. Шаруашылық серіктестіктер толық серіктестік, сенім серіктестігі, жауапкершілігі шектеулі серіктестік, қосымша жауапкершілігі бар серіктестік нысандарында құрылуы мүмкін.

72 бап.

Серіктестіктің міндеттемелері бойынша
өзінің бүкіл мүлкімен (толық
серіктерімен) қосымша жауап беретін
бір немесе одан да көп
қатысушылармен қатар, серіктестіктің
(салымшылардың) мүлкіне өздері
салған салымдардың жиынтығымен
шектелетін бір немесе одан көп
қатысушыларды да енгізетін және
серіктестіктің кәсіпкерлік қызметті жүзеге
асыруға қатыспайтын серіктестік сенім
серіктестігі деп танылады

77 бап.

Бір немесе бірнеше адам құрған,
жарғылық капиталы құрылтай
құжаттарымен белгіленген мөлшерде
үлеске бөлінген серіктестік
жауапкершілігі шектеулі серіктестік деп
танылады; жауапкершілігі шектеулі
серіктестікке қатысушылар оның
міндеттемелері бойынша жауап
бермейді және серіктестіктің қызметіне
байланысты залалдарға өздерінің қосқан
салымдарының құны шегінде тәуекел
етеді.

84 бап.

Қатысушылары серіктестік

міндеттемелері бойынша өздерінің

жарғылық капиталға салымдарымен

жауап беретін, ал бұл сомалар

жеткіліксіз болған жағдайда өздеріне

тиесілі мүлікпен оған өздері еселенген

мөлшерде енгізген салымдар арқылы

жауап беретін серіктестік қосымша

жауапкершілігі бар серіктестік деп

танылады.

85 бап.

Өзінің қызметін жүзеге

асыру үшін қаражат тарту

мақсатында акциялар

шығаратын заңды тұлға

акционерлік қоғам болып

танылады.

96 бап.

Азаматтардың бірлескен кәсіпкерлік қызмет үшін мүшелік негізде

олардың өз еңбегімен қатысуына

және өндірістік кооператив

мүшелерінің мүліктік жарналарын

біріктіруіне негізделген ерікті

бірлестігі өндірістік кооператив деп

танылады.

2. Кәсіпкерліктің түрлері, нысандары мен жіктелуі.

- ▶ Кәсіпкерлік бірнеше түрлері бар.
Атқаратын қызметіне қарай былай
бөлінеді: өндірістік, коммерциялық,
қаржылық және консультациялық.

Өндірістік кәсіпкерлікке –

тұтынушылардың кейіннен сатып

алуына тиісті өнім өндіру,

жұмыстар жүргізу және қызмет

көрсету, жинау, өңдеу және

ақпарат беру, рухани құндылық

жасау тағы тағыларға

бағытталған қызметтер жатады.

Коммерциялық

кәсіпкерлікке – қызмет түрін

сипаттайтын, оның

мазмұнының мәнін

айқындайтын тауар-ақша

қатынастары, тауар-

айырбастау операциялары

жатады.

Мұның өндірістік кәсіпкерліктен айырмашылығы – мұнда өнім өндіруге – байланысты өндірістік ресурстарды

қамтамасыз ету қажеттілігі тұмайды.

Технологияның бастапқы сатысы ретінде,

не сатып алу, нені қайта мәселелерді

іске асыру, ең алдымен тауар

бағасының өткізу бағасы жағдайында

көтерме сатып алу бағасы елеулі

жоғары болуы керек екеніне сүйену

қажет

Қаржылық кәсіпкерлік –

коммерциялық кәсіпкерліктің бір түрі, солай болғандықтан оның сатып алу, сату объектісі айрықшалығы – тауар болып есептеледі: ақшалар, валюта, құнды қағаздар (акциялар, облигациялар, вексельдер, кепілдіктер және т.б.), яғни бірдей ақшаларды сату тікелей немесе жанама формада жүргізіледі.

**Қаржылық кәсіпкерлік – бұл
коммерцияның бір түрі, онда**

қаржылық кәсіпкерінің
технологиялық мәмілесі
коммерциялық технология
мәмілесімен ұқсас болады,
айырмасы тек тауар-қаржы
активі болып саналады

Консультациялық кәсіпкерлік.

Шетелдік тәжірибеде басқару сұрақтары бойынша коммерциялық, ақылық консультация консалтинг деп аталады.

Менеджмент-консалтинг тәуелсіз кеңес беру және көмек көрсетумен айналасады. Дамыған елдерде консалтингтік қызмет көрсету өте тиімді салаларға жатады.

Меншік түрлеріне бойынша жеке
меншік, мемлекеттік,
муниципалды, сонымен бірге
қоғамдық құрылымдар меншігі.

Меншіктер саны бойынша
кәсіпкерлік іс жеке адамның
немесе коллективтің құрамы
болуы керек.

Кәсіпкерліктің ұжымдық-экономикалық формалары

- ▶ Концерн – көпсалалы акционерлік қоғам, әр түрлі компаниялардың бақылау пакеттерін сатып алады.
- ▶ Ассоциация – экономикалық дербес кәсіпорындардың ерікті бірлестігі. Маманданған кәсіпорынның негізгі мақсаты ғылыми-техникалық, өндірістік, экономикалық және әлеуметтік міндеттерді бірігіп шешу.
- ▶ Консорциум – бұл ірі қаржы операцияларын істеу үшін біріккен кәсіпкерлердің бірлестігі.
- ▶ Синдикат – бір саланың кәсіпкерлерін тауар сатуға біріктіру.

Картель – тауар, қызмет көрсету бағасы, нарық аудандарын бөлу, өндіріс мөлшері жөнінде келісім.

Қаржы — өнеркәсіп тобы – банк, сақтандыру және сауда капиталының бірлестігі.

Унитарлы кәсіпорын – коммерциялық мекеме, меншіктік құқығы жоқ. Унитарлық кәсіпорынның мүліктері бөлінбейді. Унитарлық кәсіпорын тек мемлекеттік немесе муниципалдық болады. Унитарлы кәсіпорын федералдық қазына кәсіпорны болып есептеледі.

3. Өзінің жеке кәсіпорнын құру жағдайлары мен шарттары.

Жеке кәсіпорынды құру тәртібі
келесідей бірнеше кезеңдерден
тұрады.

1. Кәсіпорынды құру үшін

жиналу.

Болашақ құрылтайшылар жиналып

төмендегілерді анықтау қажет: фирманың атауын; фирманың әріптестері кімдер болатынын (жеке тұлғалар немесе заңды тұлғалар); кәсіпорынның ұйымдық-құқықтық нысанын; құрылтайшылардың үлесінің мөлшерін және жарқылық қорды; кәсіпорынның орналасатын жерін; кәсіпорынның қызмет түрін және өзге де қызмет түрлерін; кәсіпорынны басқару органдарын; кәсіпорынды басқаруға уәкілетті тұлғалар және олардың өкілеттіліктерін т.б.

Құрылтай құжаттарын дайындау; Құрылтай құжаттарына құрылт шарты мен жарғы жатқызылады.

Мұнда фирманың атауы, оның орналасқан жері, тіркелген күні, қызмет түрі, фирманың міндеттемелері бойынша қатысушылардың аты-жөндері мен меке жайлары т.с.с. көрсетілуі керек. Сондай-ақ елеміздің заңнамаларына қайшы келмейтін басқа да мәліметтер кіргізілуі мүмкін.

3. Банктен депозиттік шот ашу және тіркелу кезінде банкке салынуға тиіс жарғылық қордың бір бөлігін енгізу;

4. Құрылтай жиналысын шақыру;

5. Кәсіпорынды тіркегені үшін алым төлеу. ШБС үшін 2 АЕК, заңды тұлғалар, филиалдар мен өкілдіктер үшін 6,5 АЕК.

6. Кәсіпорынды тіркеуден өткізу үшін қажеттік құжаттарды жинау және халыққа қызмет көрсету орталығына (ХҚКО) өткізу.

ХҚКО-ның маманы құжаттарды әділет органына ұсынады.

Шетелдің қатысуынсыз құрылған заңды тұлғаларды тіркеу үшін мынадай құжаттар қажет:

- ▶ тіркеу туралы өтініш;
- ▶ Нотариялдық түрде куәландырылған құрылтайшылармен бекітілген жарғы (3 дана);
- ▶ құрылтай жиналысының хаттамасы;
- ▶ мемлекеттік тіркегені үшін алым сомасын төлегені туралы құжат.

- Сенімхат (құжаттарды үшінші тұлға өткізген жағдайда)

- Кәсіпорын басшысының жеке

құжаттарының көшірмелері

- Кәсіпорын құрылтайшыларының жеке құжаттарының көшірмелері

Шетелдің қатысуымен құрыған заңды тұлғалар жоғарыда атағандарға қосымша мынадай құжаттарды ұсынады:

- ▶ шетелдік заңды тұлға-құрылтайшылар үшін – нотариуспен куәландырылған сауда реестерінің көшірмесі немесе бұл субъект өз елінің заңнамасы бойынша заңды тұлға болып табылатындығын растайтын құжат;
- ▶ шетелдік жеке тұлға –құрылтайшы үшін – нотариуспен куәландырылған төлқұжат көшірмесі немесе жеке тұлға екендігін растайтын басқа да құжат. (Барлық құжаттар қазақ және орыс тілдеріне аударылып өткізілуі тиіс).

Типтік жарғы бойынша жұмыс жасайтын шағын, орта, шарш бизнес субъектерін мемлекеттік тіркеу қажетті құжаттар тіркелген өтініш өткізілген күннен бастап 3 жұмыс күнінен кешіктірмен жүзеге асырылады.

Тіркеу органы тіркелген күннен бастап 1 жұмыс күні ішінде мемлекеттік

статистика органвна заңды тұлғаны

мемлекеттік тіркеуден өткізгені туралы хабарламаны жібереді. Статистика органы 1 жұмыс күні ішінде заңды тұлғаға унифицирленген идентификациялық және басқа да жүйелік-есептік кодтарды белгілеп, салық төлеуші ретінде тіркеу үшін салық органына хабарлама жібереді.

7) Өтініш беруші қолхатта көрсетілген күні жеке куәлігімен келіп мынадай құжаттарды алады:

заңды тұлғаны мемлекеттік тіркеу туралы куәлік, салық төлеуші куәлігін алады.

Мемлекеттік тіркеуден өткеннен кейін 20 күннің ішінде жергілікті салық органына келіп салық режимін таңдауы тиіс .

8) Мөр және мөртаңба дайындау

9) Банктік шот ашу

10) Әртүрлі рұқсат ету органдарынан сәйкес құжаттар алу.

Мысалы, лицензия алу, санитарлық –
эпидемиологиялық (станция)
басқарма, өрт сөндіру, электр
торабы т.с.с. рұқсат алу.

4. Франчайзинг және кәсіпкерлік.

Франчайзинг , франшизинг (ағылш. franchise — жеңілдік; ағылш. franchising — артықшылық) — ұсақ және ірі кәсіпкерліктің аралас нысаны, ірі компанияның (франчайзердің) өзінің фирмалық таңбасы мен тауар өндіруге (қызмет көрсетуге) лицензиясын (франшизаны) біреуге (франчайзиге), әдетте белгілі бір кезеңге және шектеулі аумақта беруі.

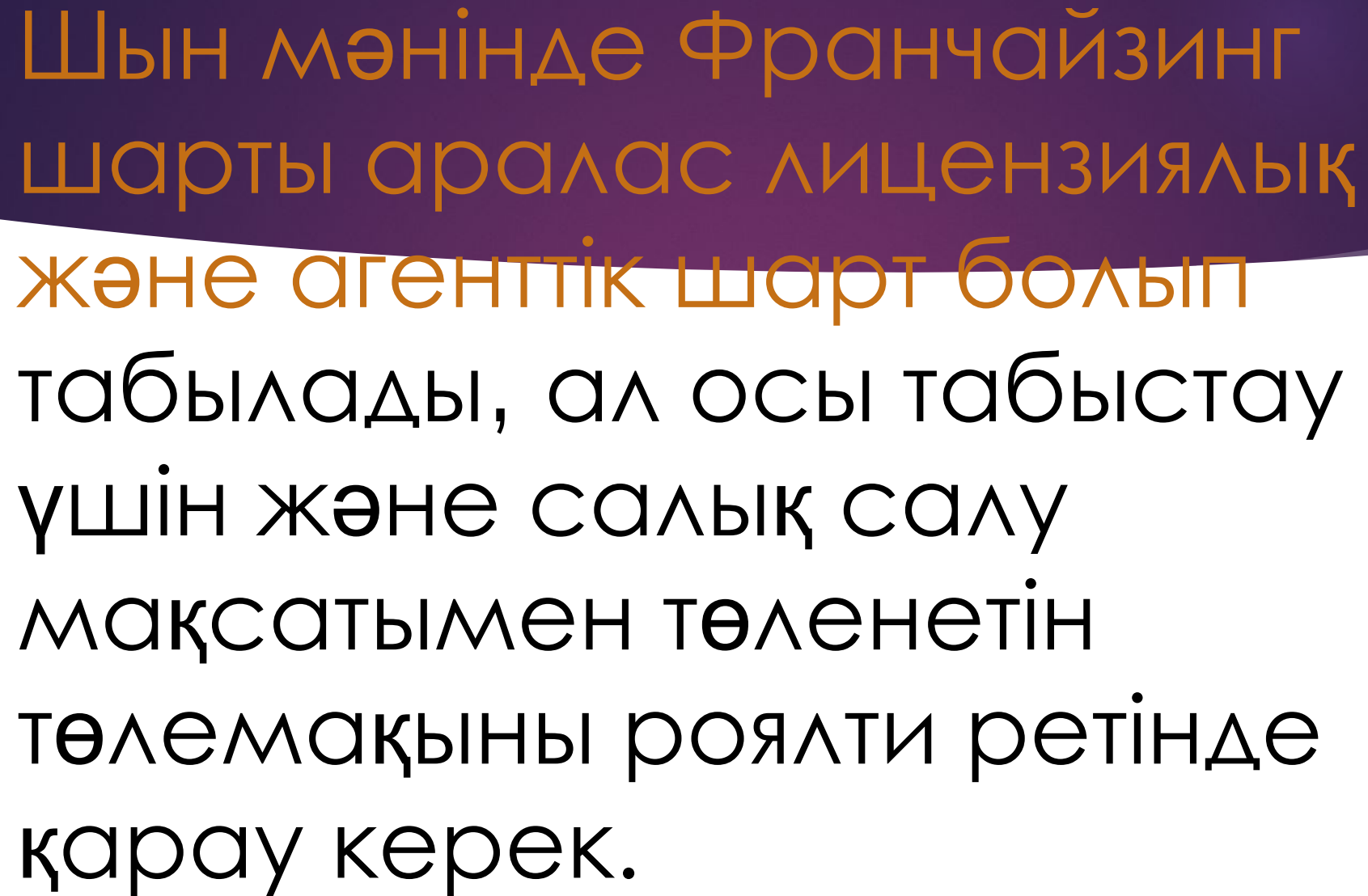
Мұнда тауарлар мен қызметтер нарығында жоғары беделге, жақсы атаққа ие болған “ата компаниялар”

басты фирманың атынан әрекет жасау, оның таңбасы мен белгісін пайдалану құқығын пайдалану жөнінде ұсақ фирмалармен немесе жекелеген заңды тұлғалармен (франчайзилермен) шарт жасасады.

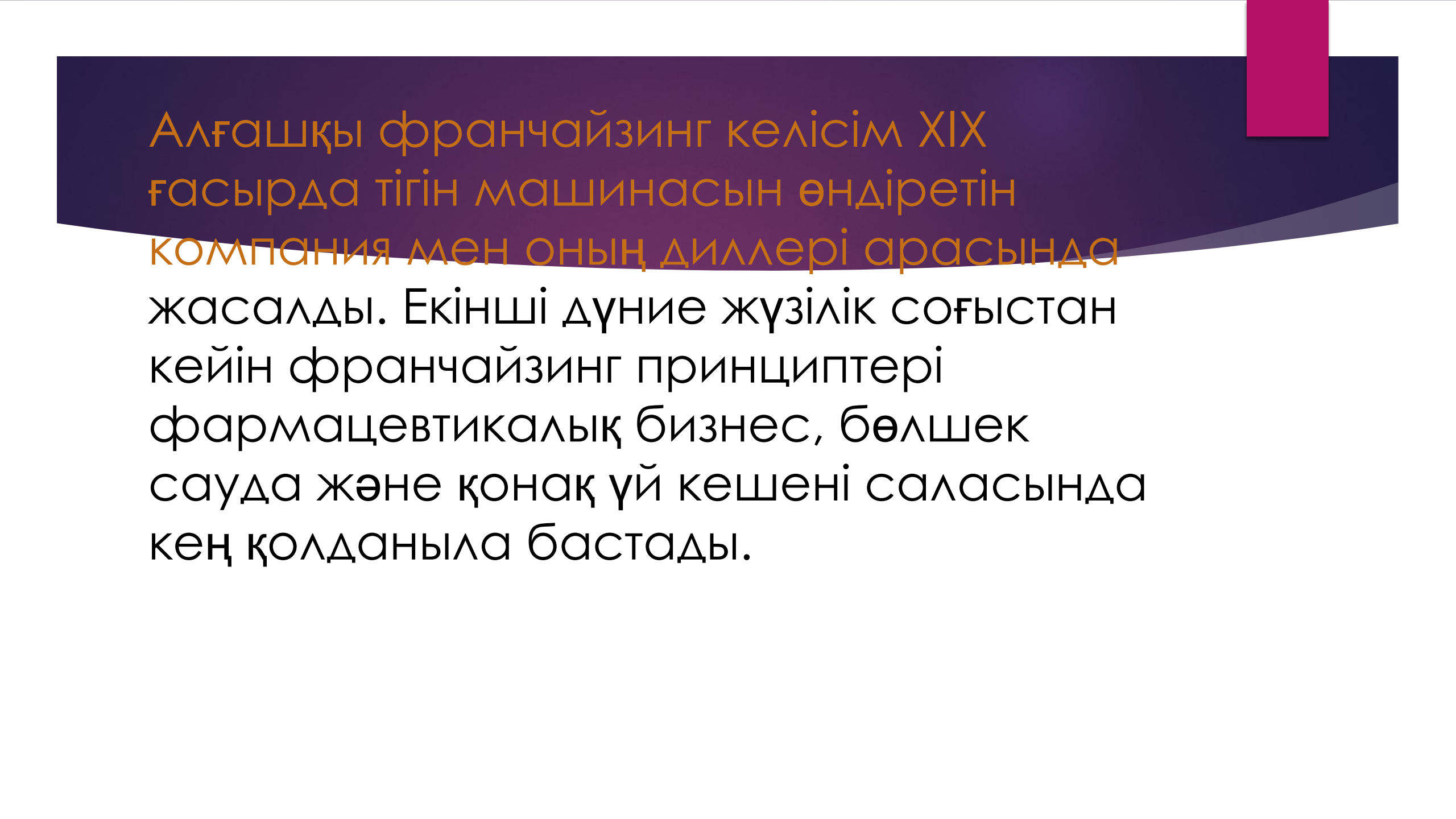
Бұл орайда франчайзер
франчайзиді тауармен,
технологиялармен жабдықтауға,
ақыл-кеңес беруге, т.б. міндеттенеді,
франчайзи өзінің бизнесін тек басты
фирма белгілеген нысанда ғана
және белгілі бір уақыт бойына ғана
жүзеге асыруға, белгілі бір төлемақы
аударып тұруға тиіс.

Негізінен екі нысанда — бұйымдар мен айналым Франчайзингі нысандарында көрініс табады

Бұйымдар Франчайзингі бойынша дайындаушы бұйымды қатаң түрде белгіленген нарықта не белгілі бір аумақта сату құқығын береді, өз кезегінде Франчайзингіні пайдаланушы тауарды тек дайындаушы-лицензиаттан ғана сатып алуға міндеттенеді. Айналым Франчайзингінің мәні лицензиатқа қызметтер пакетін ұсынуында, олар: өндіріс құпиясы, “ноу-хау”, жинақталған тәжірибе, тауар белгілері, қызмет көрсету белгілері, т.б.



Шын мәнінде Франчайзинг шарты аралас лицензиялық және агенттік шарт болып табылады, ал осы табыстау үшін және салық салу мақсатымен төленетін төлемақыны роялти ретінде қарау керек.



Алғашқы франчайзинг келісім XIX ғасырда тігін машинасын өндіретін компания мен оның диллері арасында жасалды. Екінші дүние жүзілік соғыстан кейін франчайзинг принциптері фармацевтикалық бизнес, бөлшек сауда және қонақ үй кешені саласында кең қолданыла бастады.

Франчайзинг компаниясы өзінің франчайзи – мүшелеріне фирма атын, сауда маркасын, өнімін, технологиясын және т.с.с. пайдалану құқығын береді. Франчайзинг жаңадан

бастаушы кәсіпкерлер үшін жаңа бизнеске, бүгінгі күндегі кәсіпорын мен оның жұмысшылары жинақталған үлкен тәжірибелерді пайдалануға мүмкіндік береді, сондықтан шетелдегі әрбір 12-ші кәсіпорынның франчайзингтік болуы кездейсоқтық емес. Франчайзингтік қатынастар жүйесі – тек қана бізде емес, сондай-ақ шет елде де айтарлықтай жаңа құбылыс, сондықтан бұл түсініктің терминологиясына толығырақ тоқталу қажет.

Франчайзингтік қатынастың 3 типі бар:

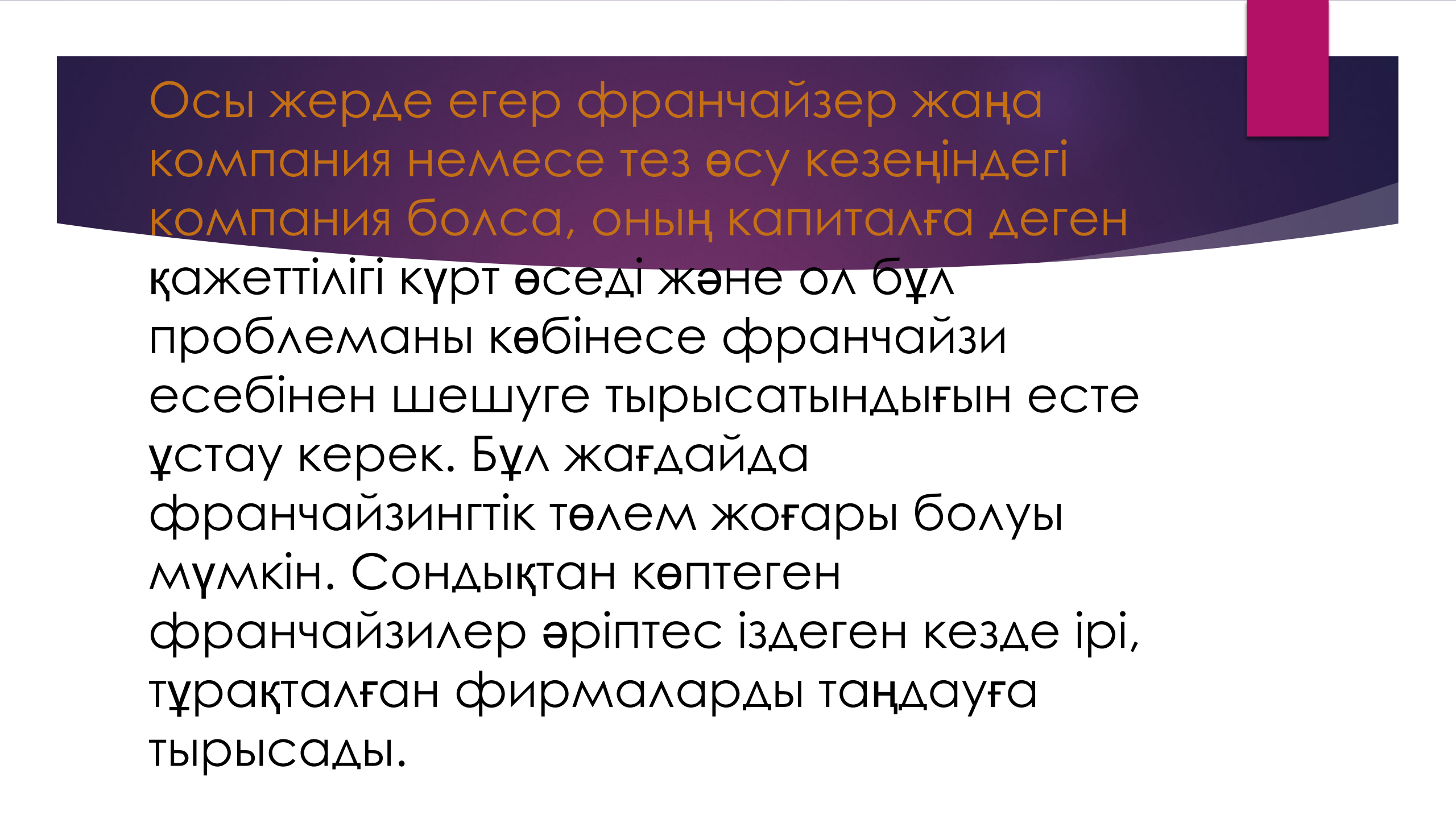
- ▶ 1. Франчайзер - өнім өндіруші немесе қызмет көрсетуші фирма, өзінің өнім өндіру немесе қызмет көрсету құқығын франчайзиға береді.
- ▶ 2. Франчайзер – негізгі өнім өндіруші, өз өнімінің көтерме сату құқығын франчайзиға береді.
- ▶ 3. Франчайзер – көтерме сатушы, тауарды бөлшек сату құқығын франчайзи фирмасына береді.

Маркетингтік көмектің мәні – бұл франчайзи тарапынан франчайзердің жақсы танылған және айтарлықтай кең ауқымды тұтынушылары бар сауда маркасы мен атын пайдаланылуы болып табылады. Франчайзидің

жарнамаға және тауардың алға жылжуына қосымша шығын жұмсауының керегі жоқ, себебі онымен франчайзер фирмасы айналысуда. Франчайзер оқытып, әзірлеу процесінде бизнесті басқарудың негізгі әдістерін де жиі үйретеді. Франчайзер фирмасының мұндай арсеналын иеленген Франчайзи бұрыннан бері жинақтаған тәжірибесін пайдалана отырып, тек бизнесті тез бастауға ғана емес, сондай-ақ бизнестің ең басынан табысты жұмыс істеу мүмкіндігіне ие болады.

Франчайзингтік қатынастардың негізгі кемшіліктеріне франчайзингтің құнын, фирма өсімінің, шарт мерзімінің және тәуелсіздіктің шектеулілігін жатқызу шарт.

Франчайзингтің құнына ең алдымен франчайзи франчайзердің сауда маркасын, атын, өнімін, технологиясын, «ноу-хау» және т.б. пайдалану құқығын алғаны үшін төлейтін франчайзингтік төлем кіреді.



Осы жерде егер франчайзер жаңа компания немесе тез өсу кезеңіндегі компания болса, оның капиталға деген

қажеттілігі күрт өседі және ол бұл проблеманы көбінесе франчайзи есебінен шешуге тырысатындығын есте ұстау керек. Бұл жағдайда франчайзингтік төлем жоғары болуы мүмкін. Сондықтан көптеген франчайзилер әріптес іздеген кезде ірі, тұрақталған фирмаларды таңдауға тырысады.

Франчайзи бұдан басқа материалдар мен толықтырушыларға, құрал-жабдықтарға, еңбек ақы төлеуге кететін шығындарды көтереді.

Шығынның мөлшері мен құрылымы франчайзи-фирмасының түрі мен франчайзингтік қатынастың сипатына тәуелді. Фирма қызметінің аумақтық өрісін кеңейтуі көбіне оның негізгі өсу жолы болып табылады. Дегенмен дәл осы фактор франчайзингтік шартта шектеуші факторға айналады. Франчайзи тек шартта көрсетілген аумақта ғана әрекет ете алады.

Көрсетілген кемшіліктерге қарамастан франчайзингтік нысан бүкіл әлемде бизнесті ұйымдастырудың толық құқықты түрі болып есептеледі. Оның үстіне соңғы жылдары оның одан әрі қарай таралу тенденциясы байқалуда. 1970 жылдан 1990 жылға дейін франчайзингтік фирмалар арқылы жүзеге асырылған сатылым көлемі 10-нан 15%-ға дейін өсті. Шағын бизнесті ұйымдастырудың бір нысаны ретінде франчайзингтің кең ауқымдық сипатқа ие болғандығы жайлы келесі сандардан көруге болады. АҚШ-та франчайзингтік жүйе арқылы жүзеге асырылған сату мен қызмет көрсету көлемі 758 млрд долларды құрады, франчайзерлердің саны 2177, ал франчайзи 542000 бірлікке тең. АҚШ-та 374 франчайзердің шет елде 35000 франчайзилері бар, олардың 75% - Канадада, Жапонияда, Шығыс Еуропада және Австралияда.

Франчайзингтік қатынастардың
интернационализациясы туралы айтқан
кезде, ең алдымен оның салған

капиталы жоғары дәрежеде пайда
әкелетін, бөлшек және сервистік желісі
дамыған елдерге ұмтылатындығын атап
кету қажет. Сонымен қатар әлеуеті
жоғары нарықтарды жаулап алып, ол
жерде өз әсерін орнатуға деген ұмтылыс
франчайзер үшін басты дәлелдеуші
факторға айналады.

Халықаралық франчайзинг ұстанатын факторларға шетелге шығумен байланысты шығындар жатады. Бұл жерде франчайзер

әрине нарықтық стратегиясын өзгертуді қажет етпейтін және табыс табу деңгейі бұрынғыдай болатын елдерді табуға ұмтылады.

Интернационалдық франчайзингтің дамуын тоқтататын факторларға, шығындардан басқа көбінесе халықаралық менеджменттегі тәжірибенің жеткіліксіздігі және басқа мемлекеттер тарапынан белгіленген заңды тосқауылдар жатады.

Қазақстандық кәсіпкерлер үшін халықаралық франчайзинг ең алдымен біріккен кәсіпорын, лицензия сатып алу, тікелей инвестиция және мемлекеттік деңгейдігі келісім түрінде болуы

мүмкін. Көп нәрсе осы бағтта іске асырылуда, бірақ өкінішке орай батыс бизнесмендерінің қолдарындағы Қазақстан нарығы оның әлеуеті мен дамуы туралы алған мәліметтері аз.

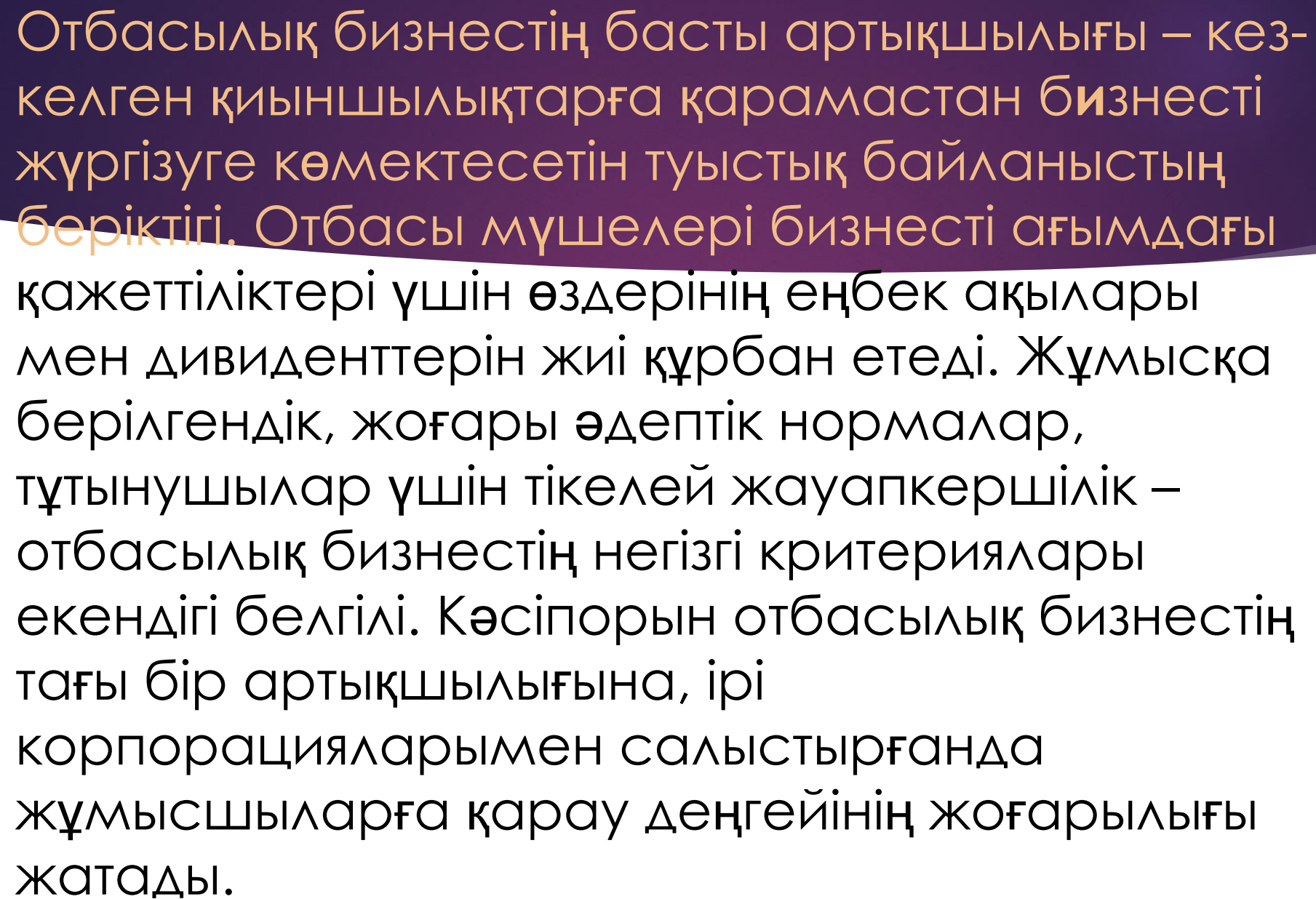
Шетелдік франчайзерлер үшін арзан жұмысшы күші мен жоғары білікті мамандардың болуы, қолда бар ресурстар, оңтайландырылған инфрақұрылым, саяси тұрақтылық және кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған мемлекеттік саясат ұтымды факторлар бола алар елі.

Шағын бизнестің негізін қалаудың төртінші жолы – бір отбасы

мүшелерінің күшімен негізі қаланып,
жұмыс істеп жатқан отбасылық
бизнес. Отбасылық бизнестің көбісі –
шабын, бірақ отбасылық бизнестің
ірі кәсіпорынға айналып, отбасылық
болып қала беретін мысалдары да
іс жүзінде аз кездеспейді.

Кез келген отбасылық бизнес – бұл отбасы мен бизнестің симбиозы.

Отбасының мақсаты – балаларды тәрбиелеу және отбасы мүшелеріне қарау. **Бизнестің мақсаты** - өндіріс жолымен немесе тауар сатып, қызмет көрсетіп пайда табу. Бұл екі мақсат көбінесе бір-бірін толықтырып отырады, бірақ ұрыс-керіс жағдайлар да болуы мүмкін. Менеджер қызметкерді жұмысқа кешігіп келгені үшін сөгуі мүмкін, бірақ сол кешігіп келген қызметші өз отбасының мүшесі болса, онда бұл проблематикалық жағдайға айналады.



Отбасылық бизнестің басты артықшылығы – кез-келген қиыншылықтарға қарамастан бизнесті жүргізуге көмектесетін туыстық байланыстың беріктігі. Отбасы мүшелері бизнесті ағымдағы қажеттіліктері үшін өздерінің еңбек ақылары мен дивиденттерін жиі құрбан етеді. Жұмысқа берілгендік, жоғары әдептік нормалар, тұтынушылар үшін тікелей жауапкершілік – отбасылық бизнестің негізгі критериялары екендігі белгілі. Кәсіпорын отбасылық бизнестің тағы бір артықшылығына, ірі корпорацияларымен салыстырғанда жұмысшыларға қарау деңгейінің жоғарылығы жатады.

Отбасылық бизнес кәсіпорындары көлемдері бойынша, ұсынатын өнімдері мен қызмет түрлері бойынша әр алуан болуымен ерекшеленеді.

Отбасының бизнеске қатысу деңгейі бойынша былай айыруға болады:

- ▶ 1) толығымен отбасы басқаратын және бақылайтын бизнес.
- ▶ 2) Отбасы бақылайтын, бірақ маман менеджерлер басқаратын бизнес.
- ▶ 3) Отбасы тарапынан басқарылмайтын бизнес.