Е. С. Дүйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин,
Н. Е. Жұлдызбаев



КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ

ОҚУЛЫҚ
11-сынып

2-бөлім

Алматы, 2020

© «Келешек-2030»

ӘОЖ 373.167.1
КБЖ 65.290-2я72
Д 79

Жалпы редакциясын басқарғандар:
А. С. Ахметова, лингвист
А. А. Гуляева, филолог, бизнес-журналист
А. М. Фазылжанова, лингвист, филология ғылымдарының кандидаты
М. Э. Кипритиди, маркетинг магистрі
Э. В. Мельникова, лингвист
А. Серікбаева, лингвист
Е. Әлиев, тарихшы, тарих пәнінің мұғалімі
Ж. Сәбитов, тарихшы, PhD (саясат ғылымдары)
Т. Картаева, тарихшы, тарих ғылымдарының кандидаты, профессор
Г. Қасенова, психолог, балалар психологі
А. Бақытжанова, психолог, психология докторы, профессор
А. Күзембаева, әдіскер, жоғары санатты мұғалім
А. С. Успаева, әдіскер, бизнес-тренер, экономика ғылымдарының магистрі

Халықаралық бизнес академиясы колледжінің директоры, іскерлік әкімшілік магистрі А. А. Хисматуллинаның басшылығымен колледждегі экономика пәнінің оқытушылары

Дүйсенханов Е. С.

Д 79 **Кәсіпкерлік және бизнес негіздері:** 11-сыныпқа арналған оқулық. 2-бөлім. / Е. С. Дүйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, Н. Е. Жұлдызбаев. — Алматы: Көкжиек-Горизонт, 2020. — 246 бет.

ISBN 978-601-7817-29-9

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығында кәсіпкерлік, бизнес, экономика, менеджмент, маркетинг бойынша қазақстандық және халықаралық тәжірибелерге негізделген базалық білімнің кіріспе курсы берілген. Оқулық 11-сынып оқушысының бойында кәсіпкерлік ойлауды қалыптастыруға, XXI ғасырдың дағдыларын игеруге мүмкіндік беретін оқытудың практикалық-бағдарланған моделіне сәйкес әзірленді.

ӘОЖ 373.167.1
КБЖ 65.290-2я72

ISBN 978-601-7817-29-9

© «Көкжиек-Горизонт» ЖШС, 2020

Назар аударыңыз! Оқулық тауар мен қызметтерге жарнама жасамайды. Компания мен бренділер туралы ақпарат таныстыру мақсатында ғана берілді. Ал бизнес-кейс өндірушілер тарапынан ұсынылды.

3-БӨЛІМ. КӘСІПКЕРДІҢ ӨЗІН-ӨЗІ ЖЕТІЛДІРУІ



«Кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі» атты бөлімі оқушыларда қаржылық сауаттылық негіздерін қалыптастыратын әлеуметтік дағдыларды дамытуды жалғастырып, отбасының жеке қаржылық жоспарын тиімді үйлестіре білу жолдарын үйретеді, банк жүйесімен және халықаралық нарықпен таныстырады. Бөлімнің негізгі ерекшелігі — оқушылар демошотты пайдалана отырып, Қазақстанның қор биржасының (KASE) нақты мәліметтері негізінде ойын платформасы арқылы инвестициялау дағдыларын меңгереді. Сол арқылы талдай білу қабілеті артып, оқиғалардың мәнін, олардың экономикалық көрсеткіштерге ықпалын түсінеді.

33-сабақ. Жеке активтер мен пассивтер

- Бюджет, актив пен пассивтердің мәнін түсіну.
- Кіріс пен шығынды айыра білу.

Үшінші тоқсанның бірінші сабағына қош келдіңіздер! Сіздер стартап акселераторының екі бөлімін өттіңіздер. Бұл тоқсанда ақша ағымы, несие мен депозит, бюджетті басқару және т.с.с. тақырыптарды қарастырамыз. Сол арқылы заманауи бизнес әлеміне икемделіп, қаржыңыздың тиімді жүйесін құруды үйренесіз, өз-өзіңізді жетілдіресіз.

Сіздің өз бизнесіңіз бар делік. Ол тұрақты болуы үшін ***ақша ағымын*** бақылап отыруыңыз керек, яғни белгілі бір уақыт аралықтарына бөлінген кіріс пен шығынды қадағалауыңыз керек. Сізде шығын болады, яғни жалдау ақысын бересіз, қызметкерлердің жалақысын төлейсіз, материал сатып аласыз және т.с.с. Сонымен қатар клиенттерге өнімді сатудан, ресурстағы жарнамадан және т.с.с. кіріс түседі. Шығын мен кіріс бизнесіңіздің ақша ағымын құрайды.

Ақша ағымын жіктеу

Ақша ағымы:

- оң сипатты: яғни операциялардың бәрінен түсетін бүкіл кіріс (ол «ақша қаражаттарының кірісі» деп те аталады);
- теріс сипатты: яғни операциялардың бәріне жұмсалатын шығын (ол «ақша қаражаттарының шығысы» деп те аталады).

Бұл екі ағым өзара тығыз байланысты: оң сипаттағы ағым азайып кетсе, қажет материалды сатып ала алмайсыз, қызметкерлерге жалақысын толық төлей алмайсыз және т.с.с. Яғни теріс сипаттағы ағым да қысқарады.

«Активтер» және «пассивтер» ұғымын алғаш рет XV ғасырда «Шоттар мен жазбалар туралы трактат» еңбегін жазған итальяндық Лука Пачоли енгізді. Ол бухгалтерлік кітаптың бетін екіге бөліп, бір бөлігіне дебетті (кірісті), ал екінші бөлігіне несиені (шығысты) жазу керегін айтады. Белгілі бір уақыт кезеңіне (әдетте бір жылға) кірістер мен шығыстар сметасы «бюджет» деп аталады.

Бұл тәсіл бухгалтерлік есеп үшін классикалық болып саналса да, біз белгілі бизнесмен, инвестор және жазушы Роберт Кийосакидің[1] «актив» және «пассив» түсініктеріне көзқарасын қарастырамыз.

[1] Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. — М.: Попурри, 2009. — 223 с.

Қарапайым тілмен түсіндірер болсақ, актив сізге қаржы әкеледі, яғни ақша ағымын қалыптастырады. Ал пассив сіздің ақшаңызды алады. Ұғымдардың мәнін түсіну үшін әрқайсысын нақты мысалдармен сипаттау қажет.

Активке не жатады?

- Жалға тапсырсаңыз, жылжымайтын мүлкіңіз (үй, пәтер, бөлме, жер телімі және т.б.) сіздің негізгі активіңіз болуы мүмкін. Яғни сіз көп уақыт тұрғын үй сатып алу үшін қаражат жинап, кейін оны біреулерге жалға берсеңіз, сізге тұрақты түрде пассивті табыс түсіп тұрады. Уақыт өте келе мүлкіңізді сатып жіберсеңіз, біраз ақшаға ие боласыз.
- Түрлі компаниялардың акциялары. Біреудің бизнесінің белгілі бір бөлігін (акциясын) сатып алсаңыз, болашақта компанияның пайдасына түскен табыстың бір бөлігін ала аласыз. Жылжымайтын мүлікті сатқандай, уақыт өте келе құнды қағаздарыңызды да алған бағаңыздан қымбатырақ сатып жіберуіңізге болады.
- Зияткерлік меншігіңізден түсетін авторлық қаламақы мен аударымдар да активіңізге жатады. Кітап, сурет, музыка, бейнежазба, фильм, сайт т.с.с. дүниелеріңізді сатуыңызға болады.
- Ақшаңызды қандай да бір жеке тұлғаға не компанияға өсіммен қарызға берсеңіз, ол да активіңізге жатады, себебі одан да бергеніңізден көбірек пайда түсіресіз.

Пассивке не жатады?

- Жылжымайтын мүлік. Есіңізде болсын, үйіңізді жалға берсеңіз, одан пайда аласыз, яғни активке жатады. Ал бүкіл коммуналдық шығынды төлеп, мүлік иесіне қосымша ақша берсеңіз, пайда түспейді, ол пассивке жатады. Екеуінің айырмашылығы жер мен көктей.
- Автокөлік. Бұл да — осыған ұқсас жағдай. Көлігіңізді такси ретінде пайдаланып, пайда табатын болсаңыз, ол активке жатады. Ал көлігіңізді керегіңізге пайдаланып, жанармайын өзіңіз құйып, техникалық қызмет, жөндеу үшін өзіңіз төлесеңіз, ол пассивке жатады.
- Сондай-ақ төлейтін несие, берешектеріңіздің бәрі пассивке жатады.

Қаржы активі мен пассивінің балансын сақтау

Жоғарыда келтірілген мысалдар жылжымайтын мүлік пен көлігіңізді керегіңізге пайдаланып, оларға ақша шығындап жатсаңыз, бірден сатып жіберу керек екенін білдірмейді. Әйтсе де әл-ауқатыңыз біртіндеп артуы үшін актив пен пассивтің балансын сақтай білуіңіз керек. Яғни активтен түсетін табысыңыз пассивке жұмсалатын шығыннан асып түсуі керек. Активіңіз көбейген сайын қаржыға тәуелді болмайсыз, себебі ақшаңыз сіздің пайдаңызға жұмыс істейді.

Актив құруды неден бастау керек?

Көп адам жалақыға қарап отырады, одан басқа активі болмайды. Алайда тапқаныңды жұмсай салып қарап отырғаннан гөрі басқа да табыс көзін іздеген дұрыс. Әрине, бірден бірнеше үй сатып алып, бәрін жалға беріп қою мүмкін емес. Сонда да ақша жинап, банкте депозит ашуға бәрінің де шамасы жетеді (депозит келесі сабақтарда қарастырылады). Депозитке не банк шотына ақша жинақтау үшін кірісті рәсуа етпей, ұқыпты пайдалану керек. Ақшаңызды жинақтаған соң оларды активке айналдыру жолдарын қарастыруыңызға болады. Ол үшін қарыз түріндегі пассивтерден тез арада құтылу керек. Актив құруға кем дегенде 5-10 жыл қажет болуы мүмкін. Жалақыға байланбай-ақ жақсы өмір сүре алатындай деңгейге жеткізетін көлемдегі активіңіз болуы үшін асқан төзімділік, талап, сабырлылық қажет.

Енді қаржылық актив пен пассивтің не екенін, олардың айырмашылығын білесіз, алған біліміңіз қаржылық тәуелсіздікке қол жеткіздіреді. Дәл қазір барлық ісіңізді жоспарлап, осы айда қанша ақша жинайтыныңызды, кейін оны қайда инвестициялайтыныңызды жоспарлап қойсаңыз, тіпті жақсы. Ең бастысы — активтен түсетін табыс сомасы пассивке жұмсалатын шығын сомасынан көп болуы керек. Ол көбейген сайын қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізесіз.

1-тапсырма

Роберт Кийосаки туралы мәтінді оқыңыз. Кәсіпкердің өмір жолынан қандай тұжырым жасауға болады?

Қызық екен!

Бүгінгі таңда Роберт Кийосакидің табысы 2 млрд АҚШ долларынан асады, халықаралық қаржы кеңесшісі ретінде оған сұраныс өте жоғары. 47 жасында миллионер болған ол бай адамдардың ойлау қабілетіне үйретететін оқуларды ұйымдастыру үшін, яғни өзіне ұнайтын іспен айналысуға мүмкіндік беретін қажетті сома жинады. Ол табысқа қалай қол жеткізді?

Роберт Кийосаки 1947 жылы Гавайи аралының бас порты — Хило қаласында дүниеге келген. Ата-анасы Жапонияда туғанмен, АҚШ-та тұратын. Роберт ең үздік жергілікті мектепте оқып, ауқатты отбасында тәрбиеленген балалармен араласты.

Әкесі — философия докторы, Гавайи штатында білім министрі болды. Алайда Роберт Кийосаки не себепті әкесін «кедей әке» деп атады? «Бай әке» кім еді?

Роберт 9 жасқа келгенде досының әкесі — Майкпен танысып, қаржы білімі бойынша дәріс ала бастайды, ол дәрісін кейін де 30 жыл бойы жалғастырады. Өзінің осындай адам болып қалыптасуына ықпал еткені үшін Роберт Майкты «бай әке» деп атайды.

Өмірлік ұстазы болған осы екі кісінің ақшаға қатысты ұстанымы жайында Кийосаки былай деп еске алады: *«Кедей әкем»: «Менің балаларым бар, сондықтан мен бай емеспін», — дейтін. Ал «бай әкем»: «Мен бай болуым керек, өйткені менің балаларым бар», — дейтін.*

«Бай әкем мен кедей әкем» деген кітабына өзек болған өмір жолы Кийосакиді бүкіл әлемге танымал етті. Өмірде қаншалық биіктікті бағындыруыңыз ойыңызға байланысты. «Бай әкесі» Робертке ақша туралы көп ақыл-кеңес айтты.

Орта мектепті бітірген соң Роберт Нью-Йоркке кетіп қалды. Сол жерде сауда флотының академиясына түсіп, оны бітірген соң сауда кемесіне жұмысқа орналасты. Әлемді шарлаған соң Кийосаки күтпеген жерден АҚШ теңіз жаяу әскерінің корпусына оқуға түспек болды. «Ең үлкен қателік — аз қате жасау» деп түсінген ол қиындықтарға мойымады.

АҚШ-тың әскери-теңіз күштерінде қызмет істеп жүріп, ол Вьетнамдағы соғысқа аттанады да, мықты офицер ретінде танылады. 1975 жылы Кийосаки қызметін тастайды да, сауда жасауды үйренгісі келіп, «Xerox» компаниясына агент болып орналасады. Екі жылдан кейін жалдамалы жұмысын тастап, нейлон әмиян сататын компания құрды. Роберт іскерлікке бет бұрып, бастапқыда біраз табысқа қол жеткізді.

Алайда кейін бизнесі құлдырай бастады. Кийосакидің айтуынша, бұл кезде басқа бизнесмендер сияқты кәсіпкердің өзі өрескел қателіктер жіберіп алған. Бастапқы капиталды жинаған соң, Кийосаки оны дұрыс инвестициялауға тырысқан. Ол лицензия алып, рокерлерге футболка шығара бастады. Бұрынғымен салыстырғанда, бұл іс біршама табысты болды. Алайда Роберт оны да місе тұтпайды.

Қор нарығындағы ойындар мен инвестицияны дұрыс жұмсамаудың салдарынан біраз қаражатынан айырылып қалады. Алайда ауқатты, табысты адамдарша ойлап, қиындыққа мойымаған Роберт Кийосаки күдерін үзбеді. Кәсіпкер кедейлік пен банкроттықтың айырмасын — «банкроттық уақытша, ал кедейлік мәңгілік» екенін түсіне білді.

Сол себепті Роберт Кийосаки қажымай-талмай ақшаға тәуелділіктен құтылудың жаңа жолдарын іздестірді. «Мүмкін емес», «болмайды» деген сөздерді лексиконынан шығарып тастаған кәсіпкер *«ауқаттылармен салыстырғанда, кедейлер мен жалқаулар «мүмкін емес» деген сөзді көбірек қолданады»* деген сенімде болды.

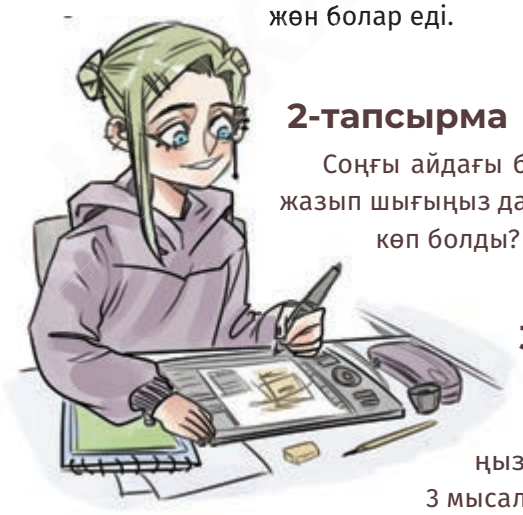
Роберт бар күш-жігерін салып еңбек етті. Алдымен «Ақша және сіз» деген семинарды жүргізді. Кейін 1985 жылы «миллионерлер тәрбиелеуші» деген атқа ие болып, «Rich Dad's Organization» («Бай әкенің компаниясы») атты білім беру компаниясын құрды.

Бұл жоба жастарды қаржылық сауаттылыққа баулыды. Роберт *«жаңа ғасырда үнемі оқығаннан ұялмайтын адамдар ғана табысқа жететініне»* сенімді.

Бүгінгі таңда Роберт қаржы кеңесшісі қызметін ойдағыдай атқарып келеді. Ол адамдарға қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізіп, кірісті дұрыс пайдалана білу жолдарын үйретеді. Кийосаки «Адам табысты бола алатынына алдымен өзі сенуі керек, сонда басқалар да сенеді» деген қағидасын қайталаудан шаршамайды. Позитивті ойлау керектігін айта келіп: *«Бәрі көңіл күйімізге байланысты. Қадағалап отырмаса, олар ырқымызға көнбей қояды»*, — деп тұжырымдайды.

Сондықтан бизнесмен болғысы келетіндер алдымен ниетін дұрыстап, жақсы нәрсе ойлау керегін ескерте келіп: *«Басыңыз негізгі активіңіз болуы керек. Онда қандай ақпарат барын, ақпараттың қайдан келіп жатқанын бақылап тұруыңыз керек»*, — дейді.

Сонымен, кез келген ақша актив не пассив қатарын толықтыратыны белгілі болды. Яғни ақшаны болашаққа инвестиция ретінде пайдалануыңыз мүмкін не жұмсап жіберуіңіз мүмкін. Фотомодель үшін әдемі, қымбат киім инвестиция, яғни актив болады, себебі сол арқылы оған басқалардың назарына ілігіп, жаңа келісімшарт жасасуы мүмкін. Ал банкте жұмыс істейтін қыз үшін киімге кеткен ақша шығын, пассив болады, себебі ол үшін жалақысының біраз бөлігін жұмсайды. Оған ақшаны біліктілік арттыру курстарына жұмсағаны жөн болар еді.



2-тапсырма

Соңғы айдағы барлық шығыныңызды (кем дегенде 10) жазып шығыңыз да, актив пен пассивке жіктеңіз. Қайсысы көп болды? Не себепті?

3-тапсырма

Туған күніңізге сыйлық ретінде 50 000 теңге берілді. Оны қалай (ақшаңыздың актив не пассив болуы жайында 3 мысалдан) жұмсайсыз?

34-сабақ. Жеке активтер және пассивтер

- Бюджет, актив пен пассивтің мәнін түсіну.
- Кіріс пен шығынды ажырата білу.

Актив пен пассив туралы ойымызды әрі қарай жалғастырайық. Бизнесте табысқа қол жеткізу үшін күрделі пайыздарды дұрыс қолдана білу керек. Қандай да бір ақшаны 20 жыл бойы жинап, инвестициялап отыру қажет. Кейін одан түскен дивидендті (не өзге де кірістерді) қайта инвестициялап отырсаңыз, ақшаға кенелетініңізге күмән жоқ.

Көз алдыңызға елестетіп көріңізші: сіз шөлдің ортасында келесіз, үстібасыңыз шаң-шаң, шөлдеп келесіз. Ыдыстан суды ішіп, қалған сумен бетіқолыңызды жудыңыз. 1-2 күнде су таппай, шөл қысатыны есіңізге түскенде оңбай қателескеніңізді түсінесіз. Алайда адамдар көп жағдайда осындай қателіктерге ұрынып жатады, болашақтағы игілігін ойламастан, ақшаны күнделікті қажетіне (демалыс орындары, жаңа (беті жазық) теледидар, су жаңа көлік) рәсуа етеді.

Экономистер мұны «бүгінге бойұрушылық» деп атайды. Ертеңгі күнін ойламайтын адамдардың тапқан ақшасының барлығын өздерінің қазіргі қанағаты үшін жұмсауы, ақшасын инвестициялауға және болашақты қамтамасыз етуге (ескерілмеген шығындарды өтеуге, жұмыстан айырылып қалған жағдайда немесе зейнетке шыққанда қажетті) қор жинамауына әкеліп соғады.

Экономистер «экспоненциалды өрлеу тенденциялығына» да алаңдайды. Адамдар салымдағы ақшаның қаншалық пайда әкелетінін ескермейді. Жылына 7% өсіммен 100$ салғанда, келесі жылы бар болғаны 7$ пайда табасыз. Алайда өсім жыл сайын көбейе береді. 10 жылдан кейін инвестицияңыз екі есе көбейіп, жылына 14$ әкеледі. Тағы 10 жылдан кейін ол тағы екі еселеніп, жылына 27$ пайда түседі.

Кейбір адамдар мұны түсінбейді. Олар: «Жыл сайын түсетін пайда біркелкі болады», — деп ойлайды. Сондықтан банкке ақша салғаннан гөрі теңізге қыдырып қайтқанды не теледидар сатып алғанды жөн көреді.

Кейде қандай да бір ісіміздің қате екенін біле тұра, өз-өзімізді тежей алмай жатамыз. Ертеңіне өкінетінімізді білсек те, ұйықтап, демалудың орнына сериалдың жалғасын қарап отырамыз. Алайда дұрыс емес екенін түсінген жағдайда көп нәрсені өзгертуге болады. Қателесіп жүргеніңізді сезсеңіз, айналаңыздан ақыл сұрайсыз. Не уақыт өте келе қателеспеуге тырысасыз. Мысалы, «бүгінгіні ғана ойлаудан» бас тартып, жалақыңыздың белгілі бір пайызын депозитке салып отырсаңыз болады.

Мәңгілік өмір сүрмейтінімізді кейде ұмытып жатамыз. Егер жақсылап ойлансаңыз, онда ақшаңыздың бір бөлігін инвестиция жасап, активтерді құру үшін зейнеткерлікке дейін тек 30 жылға жуық белсенді жұмыс істеуге болатынын түсінесіз.

Жыл сайын 100 000 теңге салсаңыз, жылына 15% пайда табасыз, бұл соманы 30 жыл бойы қайта инвестициялап, салымыңыз жыл сайын 5% өсіп отырса, 61,9 миллион теңге жинақтайсыз.



Қанша ақша инвестициялай алатыныңызды түсіну үшін кіріс пен шығынның не екенін біліп алу керек.

Табыс — *жалақы, рента, пайыз, пайда ретінде алатын немесе жұмыс жасамаған жағдайда ата-анаңыздың сізге беретін ақша-қаражаты.*

Жылжымайтын мүлкіңіз болып, оны жалға берген жағдайда одан түсетін рента табысқа жатады. Банк депозитінде ақшаңыз болса, депозиттен түсетін пайыз түріндегі кіріс те (ол туралы кейінгі сабақтарда сөз етеміз) табысқа жатады.

Шығын — *жұмсалатын барлық ақша: көп уақыт пайдаланатын тауарды (мысалы, ұялы телефон немесе киім), аз уақыт пайдаланатын тауарды (мысалы, азық-түлік) сатып алу, түрлі қызмет (мысалы, пәтер ақысы, ағылшын тілі курстары, шаштараз қызметі т.с.с.) үшін төленетін ақша.*

1-тапсырма

Кіріс, шығын ұғымдарының актив, пассив ұғымдарына қатысы қандай? Олардың ұқсастығы мен айырмашылығы қандай?

2-тапсырма

Шахмат тақтасы туралы аңызды оқып шығыңыз. Күрделі пайыз теориясын ескере отырып, мұны қалай түсіндіруге болады?

Қызық екен!

Аңыз бойынша, ежелгі үнді математигі шахмат жасап шығып, билеушіге көрсеткен кезде көңілі толған билеуші осы еңбегінің ақысын өнертапқыштың қалауына өзі белгілеуіне рұқсат етеді. Данышпан шахмат тақтасының бірінші торы үшін бір түйір бидай, екіншісіне екі түйір, үшіншісіне төрт түйір т.с.с. түрде келесі торларға екі еселей отырып төлеуін өтінеді. Есепке шорқақ билеуші данышпанның өз туындысын тым төмен бағалағанына налып, бірден келіседі де, қазынашыға есептеп, еңбегінің ақысын өтеп беруді бұйырады. Алайда қазынашы бір аптадан кейін де дәннің санын анықтай алмайды. Билеуші оның себебін сұрағанда қазынашы есебін көрсетіп, мұхит-теңіздің бәрін құрғатып, түгелдей бидай ексе де, данышпанмен есептесу мүмкін еместігін айтады.

Дәннің көлемі әлемдік бидайдың бір жылдық өнімінен 1800 есе артық, яғни адамзат тарихында жиналған бидайдың бүкіл өнімінен асып түседі. Масса бірлігімен есептесек, 1 түйір бидайдың салмағы 0,065 грамм болса, шахмат тақтасында бидайдың жалпы салмағы 1200 миллиард тонна немесе 1,2 триллион тонна болады.

Айналымы 500 млн доллар құрайтын, BI Group холдингінің акционері, директорлар кеңесінің төрағасы Айдын Рақымбаев өз бизнесін 500 доллардан бастаған. Студент кезінде түні бойы жұмыс істеп, вагоннан жүк түсіріп, пайда тапқан. Қасындағылар ақшасын шашып жүргенде ол үнемдеп, жинаған. Кейін Айдын шай, темекі т.б. сатып, ақшасын 5 мың долларға жеткізген. Ол кезде бұл ақшаға Целиноградтың орталығынан екі бөлмелі пәтер сатып алуға болатын еді. Алайда ол соншалық бейнетпен тапқан ақшасынан айырылып қалғысы келмеді. Ақшасын бизнеске инвестициялап, күрделі пайыз теориясының көмегімен активке айналдырды. Уақыт өте келе 50 мың долларға жеткізіп, құрылыс бизнесіне кірісті.

Айдын Рақымбаев біреуден қарыз алмай, ақшаны өзі жинауы керектігін айтады: *«Жігіттер, іске кірісу үшін біреуден көмек күтіп, қарыз сұраудың қажеті жоқ. «Ағам, көкем, құдам, туысым, мемлекет т.с.с. қашан ақша береді?» деп қол қусырып отырғанша уақытты босқа өткізбей, жұмыс істеп, ақша жинау керек. Қордаланған ақшаның көмегімен аяқтан тұрып кетесіз. Себебі сонша еңбекпен келген ақшадан айырылып қалғыңыз келмейді. Ал біреуден алған ақшадан ақша құралмайды. Ісіңіз жүрмейді».*

3-тапсырма

Сіздер күрделі пайыз теориясы туралы білдіңіздер. Оны ойлап тапқан Уоррен Баффеттің[1] ұстанымы бүкіл өміріне өзгеріс әкелген. Кәсіпкердің ақшасын қалай активке айналдырғаны, соңында қандай табысқа кенелгені туралы мәтінді оқып шығыңдар.

Қызық екен!

Уоррен Баффет — әлемдегі ең ықпалды инвесторлардың бірі, «Forbes» журналының сараптамасы бойынша, ол бірнеше жыл бойы әлемдегі ең ауқаттылардың тізімінде көш бастап келеді.

«Мен бай болатыныма сенімді болдым. Оған ешқашан күмәнданып көрген емеспін».

Уоррен 11 жасында-ақ әрқайсысына 38 $ төлеп, «Cities Service» фирмасының 3 акциясын сатып алған. Бастапқыда бір акцияның құны 27 $-ға дейін арзандап, кейін 40 $-ға дейін қымбаттады. Баффет көп ойланбастан оларды сатып жібереді. Алайда қуанышы ұзаққа созылмады, себебі көп ұзамай акциялар 200 $-ға дейін қымбаттап кетті! Уоррен қор биржасында абай болу керектігін түсінді.

Тәуекелшіл де тапқыр Уоррен құрдастарына ұқсамайтын. Олар ойнап, еркелеп жүрген кезде Уоррен ақша жасады. *«Ақшаға соншалық қызыққан емеспін. Ақша жасап, оның қалай өсіп жатқанын бақылаудың өзі қызық болды».*

Уоррен 13 жасында пошташы болып жүріп те бірқатар табысқа қол жеткізді: газет таратудың тиімді жолдарын тауып алып, көп абонентке қызмет көрсетті, соның арқасында көп ақша жинады. Жасөспірімнің ай сайынғы жалақысы пошта бөлімшесінің директорының кірісімен бірдей болды.

Ертеңін ойлаған Баффет ақшасын жинап, жер телімін сатып алады да, жалға беріп қояды! Сонымен қатар бұзылып қалған ойын автоматтарын сатып алып, жөндетеді де, шаштараздарға орнатып қояды. Бұдан да қомақты ақша түсіп тұрады.

Баффет университетіндегі оқуын бітірген соң отбасы мен достарының қолдауымен «Buffett Associates» деп аталатын алғашқы инвестициялық серіктестігін ұйымдастырады. Ол 105 мың доллар құрайтын фирманың бастапқы капиталын 7 миллионға жеткізеді!

[1] Баффет У. Правила богатства. — М.: АВ Паблишинг Трейд, 2016. — 38 с.

1965 жылы Баффет «Berkshire Hathaway» тоқыма компаниясының бақылау пакетін сатып алады. Бұл кәсіпорын шығынға көп ұшырағандықтан, Баффет оны («Berkshire Hathaway» компаниясын) сақтандыру және инвестициялармен айналысатын үлкен холдингіге айналдырды. Он жылдан кейін кәсіпорын нарықтың жиһаз өндірісі, баспа ісі, қаржы қызметі т.с.с. салаларының 40-тан астам компаниясын бақылайтын болды.
2010 жылы Уоррен Баффет 75%-дан астам табысын қайырымдылық ұйымдарына беретінін жариялады. 2019 жылы ол 35 млрд долларын қайырымдылыққа жұмсап, «әлемдегі ең мәрт миллиардер» атанды. Қаржыгердің өсиеті бойынша, капиталының 99%-ы қайырымдылық қорларына өтеді.

4-тапсырма

Күрделі пайызды есептеуге арналған формула:

$S = A * (1+R)^T$

A — салымның көлемі;

R — пайыз мөлшерлемесі;

T — кезең саны;

S — алынатын сома.

Күрделі пайыздық мөлшерлемесі жылына 10% құрайтындай есеппен 1000 теңге салынған жағдайда 3 жылдан кейін алынатын соманы анықтаңыз.

5-тапсырма

Бастапқы жарна ретінде 100 000 теңге салған салымшы 2 жылдан кейін 120 000 теңге алғысы келсе, банкке ақшаны неше пайыздық мөлшерлемемен салуы керек?

6-тапсырма

Күрделі пайыздық мөлшерлеме жылына 8% құрайтындай есеппен 10 000 теңге неше жылда 20 000 теңгеге айналады?

35-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер

- ҚР екі деңгейлі банктік жүйені ажырата білу.
- Депозит пен несиенің мәнін түсіну.
- Инфляцияны несиелік және депозиттік мөлшерлемеге әсер етуші фактор ретінде түсіну.
- Депозиттік және несиелік мөлшерлемелерді есептеу дағдыларын қолдану.

Осы уақытқа дейін қаржы ағымы, актив, пассив, күрделі пайыз туралы білдік. Ендігі сабақтарда несие және депозиттің не екенін білеміз.

Банк *(итал. banco — монеталар қойылатын үстел, орындық, орындар) — үкіметке, заңды және жеке тұлғаларға қаржылық қызмет көрсететін, ақшамен, құнды қағаздармен түрлі операциялар жасайтын қаржы-несие ұйымы.*

Банктерде жеке тұлғалар (өзіңіз де ата-анаңызбен бірге картадан ақша алу, карточка балансын толықтыру, несие не депозит рәсімдеу т.с.с. үшін банкке бірнеше рет барған шығарсыз) мен заңды тұлғаларға (яғни компанияларға) қызмет көрсетіледі. Банктерде заңды тұлғаларға деген құрмет бөлек, себебі банк капиталының көп бөлігі кәсіпкерлерден түседі. Сондықтан банктер өздеріне жүгінетін компанияларға түрлі жеңілдік береді: олар ақшаны алып-салғаны үшін комиссия төлемейді, банк шығындарынан үнемдейді, несиелеуде жеңілдіктерге ие болады және т.б.

Банк ісінің тарихы

Ежелгі кезең

Пайызбен өсімге ақша берушілер ежелгі дәуірде де болған. Банк ісі б.з.д. VIII ғасырда Бабыл (Вавилония) мемлекетінде пайда болған. Вавилон көпестері «гуду» (hudu) деп аталған, алтынмен қатар қолданылған банк билетін пайдаланған.

Ежелгі Грекияда трапезиттер (τραπεζῖται, τράπεζα — үстел) төлемді салымшылардың есебінен жүргізу мақсатында салымдарды сақтауға қабылдаған. Оларға құнды құжаттарды, шарттарды, даулы сомаларды да сақтауға берген. Грек банкирлері мүлік, құл, үй, жерлерді кепілге алып, өздеріне сеніп тапсырылған капиталды пайдаланған. Ежелгі грек ғибадатханалары жеке банкирлерге бәсекелес болып, ғибадатхананың қазынасынан жеке адамдарға, қоғамдық кәсіпорындарға қомақты қаржыны қарызға беріп отырған. Ғибадатхана қазынасына қол сұғуға бол-

майтынын желеу етіп, жеке адамдардан, билеушілер мен қалалардан салымдарды қабылдап отырған.

Ежелгі Римде банкирлерді «менсари» (mensarii) және «аргентари» (argentarii) деп атаған. Аргентарилер салым қабылдады, несие берді, солардың көмегімен ақшаны басқа қалаға жіберуге болатын еді.

Орта ғасырлар

Орта ғасырларда жергілікті монеталық жүйелердің әртүрлілігіне байланысты ақша айырбастау ісі жақсы дамыды. Кейін адамдар айырбас орындарына қомақты қаржыны сақтауға бере бастады, олар төлем жасайтын болды. Айырбас орындары базарда орналасты, айырбастаушылар жасыл шұғамен жабылған үстелде саудаларын жүргізді. Ақша айырбастаушыларды Италияда «банкир» bancherii (итал. banco — үстел, сөре) деп атай бастады. Банкирлердің кітаптарындағы соманы бірінен екіншісінің шотына аударып, есептен шығару арқылы төлем жүргізу өте тиімді болды, себебі онда тасымалдау, бағалау, ақшаны есептеп жатудың қажеті болмады. Банк ісімен, негізінен, италиялықтар мен еврейлер айналысты.

Жеке банкирлердің қызметі арқылы «montes pietatis» (итал. monte di pieta, фр. mont de piété) деп аталатын Италияның түрлі қалаларында мұқтаждарға арзан, шағын несие беру үшін құрылған ерекше банктер өзара бәсекелестікке түсті. Олар несие бойынша өз шығындарын жабу үшін үстеме ақша алды, олардың капиталы жеке не қоғамдық қайырымдылықтардың есебінен құралды.

Венеция Республикасының Сенаты 1584 жылы қоғамдық банк құру туралы декрет шығарды. Ол «Banco della Piaza de Rialto» деп аталды. Банк ісі республиканың монополиясы ретінде жарияланды, жеке адамдардың ол іспен айналысуына тыйым салынды.

Жаңа кезең

1609 жылы Амстердам қалалық билігі Амстердам банкін құрды. Банк күмістің белгілі бір мөлшерінің құнына тең, өзгермейтін бірлікті бекітті. «Банк флорині» деп аталатын бірлік таза күмістің 211,91 АС мөлшеріне тең еді. Банк салымға кез келген монетаны қабылдағанмен, есеп банк флориндерімен жүргізілді.

Ағылшын Уильям Петерсон Амстердам банкінде салымдардың төрттен бірі ғана сақталатыны туралы көп уақыт құпия болып келген мәліметті негізге ала отырып, «банк міндеттемелерінің бәрін нақты монета күйінде шығарудың қажеті жоқ» деген шешімге келді. Ол өз жобасын Англия банкіне ұсынды. Мұнда негізгі капитал несие операцияларын қамтамасыз ететін мемлекеттік пайыздық қағаздарда сақталады. 1694 жылы ағылшын үкіметі қаржылық дағдарыс кезінде осы жобаны қабылдады. Англия банкі акционерлік қоғам түрінде құрылды.

Қазіргі кезең

Қаржы мен банк жүйесінің дамуы қолма-қол ақшаны керек қылмады, бұл банк операцияларының сипатын айтарлықтай өзгертті. Қаржы қолма-қол ақша түрінде ғана көрінбей, банктің клиенттерге қарызы клиенттердің шоттарындағы есептік жазба, банк қолхаттары — банкнот түрінде көрініс тапты.

Несие беру арқылы банктер ақша табады. Іс жүзінде төлем қолма-қол ақшасыз жасалған кезде банк қарыз алушыға төлем міндеттемесін береді, сол арқылы қарыз алушы банктің борышкері болады, ал банк қарыз алушының борышкері болады. Жиынтық баланс бұзылмайды, бірақ банктік қарыздар ақшаның орнына жүреді, біз онымен міндеттемелерімізді төлейміз.

Банк түрлері

Қазақстан Республикасында екі деңгейлі банк жүйесі жұмыс істейді. Қазақстан Республикасының Ұлттық банкі — бірінші деңгейдегі бірден-бір банк. Ерекше құқықтық мәртебесі бар Қазақстан Даму банкін қоспағанда, қалған банктердің барлығы екінші деңгейдегі банкке жатады.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 28 екінші деңгейлі банк бар. 2019 жылы олардың жиынтық активтері 24,58 трлн теңге құрады. Ең ірілері — «Халық банкі» (8,52 трлн теңге), «Сбербанк» (1,91 трлн теңге) және «Kaspi Bank» (1,8 трлн теңге).

Қазақстан Ұлттық банкі — мемлекеттік орган, республикалық мемлекеттік мекеме. Ол бүкіл мемлекеттің ақша-несие саясатын жүргізеді, төлем жүйелерінің жұмысын қамтамасыз етеді, валюталарды реттеп, қадағалайды, қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз етуге жәрдемдеседі, қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын мемлекеттік реттеу, бақылау, қадағалау жұмыстарын жүргізеді, мемлекеттік статистика жүргізіп, қаржы қызметін тұтынушылардың құқықтарын қорғайды.

Ұлттық банк несие бермейді, шот ашпайды, жеке тұлғалардың салымдарын өз шоттарына қабылдамайды. Ұлттық банк белгілеген тәртіппен банктер мен заңды тұлғалар ғана Ұлттық банкіде шот аша алады.

Банктердің қызметі

Банктер бастапқыда клиенттердің ақшасын сақтайтын.

Банкте ақшасын сақтайтын клиент көп болғандықтан, банк шоттағы жазбаларды өзгерту арқылы (қолма-қол ақшасыз есеп айырысу) бірінен екіншісіне ақша аудара алады. Сонымен қатар банктер несие береді.

Банк ресурстары

- Меншікті капитал — банк өтімділігін жоғалтқан жағдайда жағдайда салымшылар мен кредиторлардың шығынын өтеп, қорғайтын негізгі құрал.

Өтімділік *(лат. «liquidus» — «сұйық», «ағын») — активтердің нарықтық бағаға жақын бағамен тез сатылу қасиеті.* ***Өтімді*** *— ақшаға айналу дегенді білдіреді.*

- заңды және жеке тұлғалардың депозиттері.

Қызық екен!

Банк қызметін пайдаланғанмен, біз олардың жұмыс істеу тетіктерін біле бермейміз. Басқа коммерциялық құрылымдар сияқты банк те, тіпті мемлекетке тиесілі банк болса да, ақша табады. Экономиканың нақты секторының кәсіпорындары тауар мен қызметтерді сату және сатып алумен айналысса, ал банктер ақшаны және ақшаны басқарумен қатысты қызметтерді сату және сатып алумен айналысады.

Экономиканың нақты секторы — қаржы-кредит және биржалық операцияларды қоспағанда, материалдық және материалдық емес тауарлар мен қызметтер өндіретін экономика салаларының жиынтығы.

Несие бере отырып, банк өзінің меншікті қаражатымен емес (банктің меншікті капиталы оның сенімділігінің кепілі функциясын орындайды), қарыз қаражатымен жұмыс істейді. Банк ол ақшаны қарыз алушы — жеке тұлғаға не кәсіпорынға несие түрінде береді. Бұл жағдайда банктің кірісі — несиенің пайызы мен салымның өсімінен құралады. Оны жақсы түсіну үшін қарапайым мысалды келтірейік. Айталық, клиент 1 жылдық пайыз мөлшерлемесі 14%. Банк клиенттерден алынған қаражаттың бір бөлігін резервке қоюға міндетті. Бұл — салымшылар мен шот иелері қаражатын мерзімінен бұрын сұрап қалған жағдайда банк ақша тауып бере алатындай болуы үшін қажет. Барлық салымшы не көпшілігі бір уақытта банктен ақшаны сұрап қалған жағдайда ол ақшаны тауып бере алмай қалуы да мүмкін, себебі несие түрінде беріліп қойған ақшаны банк аз уақыттың ішінде тауып бере алмайды. Әдетте, банк дағдарыс кезінде салымшылардың ақшасын сұрауы, несие алушылардың дер кезінде төлемеуі салдарынан жабылып қалып жатады. Сонымен қатар салымшы жеке тұлғалардан түскен ақшаның бір бөлігін салымдарды сақтандыру жүйесіне аударуы қажет.

Алайда заманауи банк несие мен депозитпен ғана айналыспайды. Көп адам пластикалық карталарды, ақша аудару жүйесін пайдаланады, банкте шоттарын төлейді. Банк үшін мұның бәрі комиссиялық кіріс көзіне жатады. Кіріспен қатар шығын да болады: үй-жайды жалдау не сатып алу, қызметкерлерге жалақы беру, IT-жүйе мен қауіпсіздік үшін жұмсалатын шығын, жабдық сатып алу т.с.с. Басқа кәсіпорындар сияқты банктер де табысын көбейтіп, шығынды азайтқысы келеді, алайда оның мүмкіндігі шектеулі.

Табысты көбейту үшін несие мөлшерлемесін арттырып, депозиттердің пайызын азайту керек, операциялардың комиссиясын көбейтуге болады. Алайда банк нарығында бәсекелестік орнағандықтан, тарифтерді көтерген жағдайда клиенттер басқа банкке кетіп қалады. Сондай-ақ шығынды да көбейте беруге болмайды, үй-жайға, қызметкерлердің жалақысына кететін шығынды азайту да оңтайлы болмайды. Сондықтан банк мұның бәрін ескеруі тиіс.

Ұлттық банктің коммерциялық банктен айырмашылығы

Банктің бір түрі болғанымен, Ұлттық банктің өзіндік ерекшеліктері бар. Айырмашылығы — экономикалық қатынастардың макродеңгейінде жұмыс істеп, халық шаруашылық қажетін өтейді. Басқа банктердің құзыретіне кірмейтін, экономикаға қолма-қол ақшаны айналысқа шығарады.

Ұлттық банктің коммерциялық банктерден басқа да айырмашылығы көп:

Мақсаты бойынша: Ұлттық банк тек қана пайда табуды мақсат етпейді. Ал коммерциялық банктер пайда үшін жұмыс істейді;

Меншік түрі бойынша: Ұлттық банк капиталы көбінесе мемлекетке тиесілі болады, ал коммерциялық банктер үшін нарықтық экономикада капиталға меншіктің акционерлік сипаты тән;

Саны мен капитал қоры бойынша: әр елдің бірыңғай Ұлттық банкі болады; ұлттық дәстүрге, экономиканың ауқымына, аумағына қарай ондаған, жүздеген, тіпті мыңдаған коммерциялық банк болуы мүмкін.

1-тапсырма

Екі деңгейлі банк жүйесі не үшін керек? Не себепті бір ғана Ұлттық банк болмайды? Басқа банктер не үшін қажет?

2-тапсырма

Банктердің ломбард сияқты қаржы саласында жұмыс істейтін басқа ұйымдардан қандай ерекшелігі бар?

36-сабақ. Жинақтаулар, несиелер мен депозиттер

- ҚР екі деңгейлі банк жүйесінің ерекшеліктері.
- Депозит пен несиелеудің мәнін түсіну.
- Инфляцияны несиелік және депозиттік мөлшерлемеге әсер етуші фактор ретінде түсіну.
- Депозиттік және несиелік мөлшерлемелерді есептеу дағдыларын қолдану.

Несие мен депозитті талқыламас бұрын ағылшын экономисі Джон Мейнард Кейнстің[1] жинақтау теориясын сөз етейік. Тұтынушы сұранысы, жеке адамның тұтынуы жиынтық табысқа, оның жұмсалуына байланысты болады. Басқаша айтқанда, табыстың күнделікті қажетке жұмсалуы мен жинақталуына байланысты. Егер сіз бір ай ішінде 150 000 теңге тапсаңыз, одан өз қажеттілігіңізге (тұрғын үй, азық-түлік, гигиеналық заттар, күтім және денсаулық, оқу және т. б.) қанша ақша жұмсайсыз және қанша ақшаны кейінге қалдыра аласыз, яғни үнемдейсіз? Табыс өскен сайын сұраныс та артады, тұтыну шығындары ұлғаяды. Алайда үнемі өсе бермейді. Табыс көбейген сайын тұтыну қажеттілігі азаяды. Яғни айына 150 000 теңге ала отырып, сіз күнделікті қажеттіліктеріңізге 130 000 теңге жұмсап, 20 000 теңге жинақтап отырдыңыз делік. Сіз 200 000 теңге табыс тапқанда, көп жұмсай бастадыңыз (өйткені қымбат заттарды сатып алуға мүмкіндік бар), бірақ 50 000 теңгеге емес (сіздің қазіргі және өткен жалақыңыз арасындағы айырмашылық), 30 000 теңгеге. Яғни енді сіз айына 40 000 теңге жинай бастадыңыз. Кейнстің сөзімен айтқанда, бұл — «негізгі психологиялық заң»: адам байыған сайын бәрін жұмсай салғысы келмейді, жинақталатын кіріс көлемі артады (жинақтау — бұл табыс көлемі мен тұтыну деңгейінің арасындағы айырмашылық).

Жинақ теориясын талқылап болсақ, несие мен депозиттерді зерделеуге көшуімізге болады.

Несиеге не жатады? Несиенің түрлері

Несие *— ақшаны пайдаланғаны үшін кредитор (банк) пайыздық өсіммен қарыз алушыға беретін қарыз. Несие жеке және заңды тұлғаларға беріледі.*

[1] Кейнс Дж.-М. Общая теория занятости, процента и денег. — М.: Гелиос АРВ, 2002. — 343 с.

Мысалы, осы аптада мектеп асханасынан тамақ сатып алуға ақшаңыз жетпей қалды, ата-анаңыздың берген ақшасын жұмсап жібердіңіз. Сіз досыңыздан қарызға 1000 теңге сұрап аласыз. Келесі аптада тағы ақша берген кезде қарызыңызды қайтарып беретіңізге сенімдісіз. Несиенің ерекшелігі — ақшаны пайдаланғаныңыз үшін әр күнге үстеме ақша төлеп тұрасыз. Мысалы, күніне 50 теңге беруіңіз мүмкін. Яғни 7 күннен кейін 1000 теңге емес, 1000 + (50 * 7) = 1350 теңге беруіңіз керек болады.

Азаматтарға берілетін несие мақсатты (тұрғын үй, автокөлік сатып алуға, жөндеуге арналған) және мақсатсыз (банк қарыз алушының мұқтажына белгілі бір соманы берген кезде) болып бөлінеді.

Шартты түрде несиені кепілді және кепілсіз деп бөлуге болады. Мысалы, ақша берген кезде пәтер не басқа жылжымайтын мүлік кепілге алынады, әдетте, ол ***ипотека*** деп аталады.

Кепілсіз несиенің мөлшерлемесі жоғары (18-25%), ал автокөлік не жылжымайтын мүлік кепілге қойылған жағдайда несиенің пайыздық мөлшерлемесі төмен болады.

Досыңыз кепілсіз несие берсе, 1000 теңге бере салар еді. Ал кепілді несие болса, қарызыңызды қайтаруыңыздың кепілі ретінде бірдеңеңізді алады. Мысалы, ұялы телефонның құлаққабын өзіне қалдыруы мүмкін. Қарызды келісілген мерзімде толығымен қайтарсаңыз, ол құлаққапты қайтарып берер еді. Ал уәдеде тұра алмай, қайтара алмай қалсаңыз, 1350 теңгелік несиенің өтемақысы ретінде құлаққапты өзінде қалдырып қояр еді.

Несие беруде жеңілдікті ұсыныстар да болады; мысалы, бірқатар банкте жас отбасылар үшін тұрғын үй сатып алудың арнайы бағдарламалары бар.

Несие беру қағидаттары

Банк несие беруде бірқатар қағидатты басшылыққа алады:

- *мерзімділік* қағидаты бойынша, несие белгілі бір мерзімге беріледі (жоғарыдағы мысал бойынша, 7 күнге беріледі);
- *қайтарымдылық* қағидаты шартта белгіленген мерзімде барлық несие сомасы толығымен қайтарылуы тиіс (яғни 7 күн ішінде сіз досыңызға қарызды толық қайтарасыз);
- *ақылық* қағидаты бойынша, несиені пайдалану құқығын алу үшін қарыз алушы келісілген пайыз сомасын төлеуі тиіс (яғни досының 1000 теңгесін 7 күн пайдаланғаны үшін 350 теңге қосып беруі тиіс);
- *несие мәмілесін заңнама нормалары мен банк ережелеріне сәйкес жасау* қағидаты, яғни міндетті түрде заңға, нормативтік актілерге қайшы келмейтін несие шартын не жазбаша келісім жасау (досыңызбен несие шартын жасамауыңызға да болады, бірақ банкпен міндетті түрде несие шартын жасайсыз, заңды тұрғыда ресімделген құжат өзіңіздің де, банктің

де қауіпсіздігінің кепілі болады, сол арқылы несие талаптары толық сақталатынын жазбаша растайсыз);

- *несие шарттарын өзгертпеу* қағидаты, яғни несие шартының (келісімнің) талаптарын өзгерту несие шартында не арнайы қосымшасындағы ережелерге сәйкес жүргізілуге тиіс (өзіңіз не банк несие шартын өзгерткен жағдайда ол туралы жаңадан жазбаша келісімшарт жасау керек болады);
- *несие мәмілесінің өзара тиімділігі қағидаты* бойынша, мәміленің шарттарында екі тараптың да коммерциялық мүдделері мен мүмкіндіктері ескерілуі тиіс (несие алу арқылы сіз ұтасыз: қажет болған кезде ақшалы болып, керегіңізге жаратасыз (әйтпесе бір апта бойы тамақтана алмас едіңіз), несие беретін ұйымның да есесі түгел: несиені пайдаланғаныңыз үшін үстеме ақы алады).

Әдетте, бизнес ашу мақсатында бастапқы капитал немесе бизнесті кеңейту үшін қосымша қаражат керек болған кезде несие алуға тура келеді.

Қарызгер (бизнесмен) несиенің талаптарын, оны қалай қайтаратынын түсінсе, соған сай әрекет ететін болса, несие алудың еш зияны жоқ.

Несие ұғымын бұрын сөз еткен пассив, актив ұғымдарымен байланыстыра отырып, «көлік, үй сатып алу үшін, үйлену, қыдыру үшін алынған несие пассивке жатады» деуге болады. Несие білім алуға не бизнесті дамытуға алынса, ол актив болады, себебі ол болашақта пайда әкеліп, осындай несиені өтеуге немесе қарызгердің табысын арттыруға мүмкіндік береді. Сондықтан несие алмас бұрын мұқият ойланып, бәрін ескеру қажет.

ТҰТЫНУШЫЛЫҚ НЕСИЕ

> ***Тұтынушылық несие*** *— азаматтардың күнделікті қажетіне (үй шаруасына) берілетін несие.*

Мұндай несиені ұзақ пайдаланатын дүниелер (пәтер, жиһаз, автокөлік және т. б.) үшін ғана емес, ұялы телефон, тұрмыстық техника, азық-түлік т.с.с. заттар үшін де алады. Қарыз тауарлардың төлем мерзімін шегеру арқылы не тұтынушының мақсатына сәйкес банктен не кредит карталары арқылы беріледі. Оның пайыздық мөлшерлемесі де өте жоғары болады.

Тауарды несиеге алудың тиімді және тиімсіз жақтары

Тауарды несиеге алудың тиімді жағы:

- несиеге алу арқылы болашақта қымбаттауы мүмкін тауарды арзанға алуыңыз мүмкін;
- несиеге алу арқылы кейін таба алмай қалуыңыз мүмкін затыңызға ие боласыз;

- несиеге алынатын тауар дүкенде болған жағдайда қалаған затыңызды сол бойда сатып алуға мүмкіндігіңіз болады;
- несиеге алу арқылы сол кезде өзіңізге қажет болған дүниені аласыз;
- тауарды несиеге алу арқылы бірнеше ай бойы аз ғана ақшадан төлеп тұрасыз.



Тауарды несиеге алудың тиімсіз жағы:

- несиеге алынған тауар өзіндік құнынан біраз қымбатқа түседі;
- тауарды несиеге алған кезде психологиялық тұрғыдан көңіліңіз бұзылады, себебі ол тауарды бұрын алып қойғандықтан, бірнеше ай бойы бөліп төлеген кезде жаңа зат алғандай қуанбайсыз;
- несиеге алғаныңыз үшін несие берушіге әлдеқайда көбірек ақша беруіңіз мүмкін, себебі банктер пайыздық мөлшерлемесін нақты көрсете бермейді.

1-тапсырма

Несиеге зат алудың тиімді және тиімсіз жақтарына өмірден нақты мысал келтіріңіз.

Заңды тұлғаларға арналған несие — *заңды тұлғаға белгілі бір кезеңге берілетін, несиенің пайызы бойынша мөлшерлемесін төлеп, қайтарып беруге тиісті ақшалай қарыз.*

Бизнеске берілетін несиенің түрлері:

- *Бизнесті дамытуға берілетін несие* қаржыландырудың ең қарапайым түріне жатады. Бұл жағдайда кепіл талап етілмейді. Пайыздық мөлшерлеме несиенің мерзімі мен мөлшеріне байланысты болады. Несие лимиті компанияның сол кездегі айналымына қарай белгіленеді.
- *Автокөлік, арнайы техника, жылжымайтын мүлік т.с.с. негізгі құралдарды сатып алуға арналған несие.* Несие тең үлестермен өтеледі. Кепіл ретінде айналымдағы тауар, құрал-жабдық, автокөлік, арнайы техника, жылжымайтын мүлік, несие қаражатына сатып алынатын тауарлар алынады. Қарыз алушыға қойылатын талап — соңғы бір жылдағы кәсіпкерлік қызметі кірісті болуы керек.
- *Коммерциялық ипотека.* Тұрғын үй санатына жатпайтын жайларды, қойма не кеңсені сатып алуға арналған несие. Кепілге коммерциялық жылжы-

майтын мүлік алынады. Тұрғын үйге берілетін несиемен салыстырғанда, пайыздық мөлшерлемесі жоғары болады.

- *Инвестициялық несие.* Нақты инвестициялық бағдарламаға беріледі. Мерзімі — 3-тен 10 жылға дейін. Қарыз алушы банкке инвестициялық жобаның бизнес-жоспары мен соңғы жылдардағы қаржы есебін беруі тиіс. Несие бойынша кепілге қолда бар актив қойылады.

Бизнеске несие алу үшін қажет құжаттар:

- өтініш (түпнұсқа);
- коммерциялық қызметтің жарғысы (көшірме);
- салық органында тіркелгені туралы белгісі бар бухгалтерлік баланс (көшірме);
- құрылтай шарты (көшірме);
- коммерциялық қызметке лицензия немесе рұқсат (көшірме).

Құжаттардың түпнұсқаларын тиісті лауазымды адамдар куәландыруы тиіс, ал көшірмелерін фирмалық мөр бедері бар нотариалдық органдар куәландырады. Банктер басқа да құжаттарды талап етуі мүмкін.

2-тапсырма

Төмендегі мәтінді оқып шығып, несиенің пайда болуы адамзат тарихына, мемлекет экономикасына, әр адамның өміріне қалай әсер еткені туралы ойларыңызды ортаға салыңыздар.

Көп уақыт бойы ақшаның орнына тұз, мал, құл, киім, бақалшық, кептірілген балық т.с.с. заттар қолданылған. Бұл заттарды басқа заттармен айырбастап алуға болатын еді. Алтын мен күмістің физикалық қасиеттері бірте-бірте ақшаның орнына қолданылатын заттарды ығыстырып, бәрінің орнына қолданыла бастады. Зергерлер бағалы металдардан монеталарды құйып, алтын мен күмістің қызметін күшейтті. Олар бағалы металдарды мықты сейфтерде сақтады. Өздерінің байлықтарын сақтап қоюмен қатар, зергерлер ақшалары мен бағалы заттарын сондай сейфтерде сақтағысы келетін адамдарға жалға беріп, қосымша пайда тапты. Уақыт өте келе зергерлер салымшылар алтындарын түгелдей ала салмайтынын байқады. Алтынды сақтап қоюға алған зергердің қолхаты нарықта алтынмен тең бағаланып, ақша ретінде қолданыла бастады. Іс жүзінде бұл қағаз ақша еді. Ауыр монеталарға қарағанда, олар өте ыңғайлы болды.

Сол кезде зергерлер алтынды несие түрінде өсімге бере бастады. Қарыз қолхаттары айналымда ақшаның орнына қолданылғандықтан, қарызгерлер алтынның орнына сол қолхаттарды ала бастады. Экономика дамыған сайын

несие алушылар көбейе берді. Соған байланысты зергерлер қарыз қолхаттарын (яғни қағаз ақшаны) басқа кісілердің сейфтегі алтынын кепіл етіп несие бере бастады. Себебі салымшылар бәрібір де бүкіл алтынын бірден алмайды.

Осылайша, зергер өзінің алтынын ғана емес, салымшылардың алтынын да пайдаланып, несие беріп, пайда түсіре бастады. Несие беру зергердің негізгі табыс көзіне айналды, зергер біреудің алтынын білдіртпей кепілге қоя отырып, қарыз беру арқылы өсімқорға айналды. Зергерлердің әрекеттері әшкере болған соң салымшылар алтындарын қайтарып берулерін немесе түскен пайдадан үлестерін беріп отыруларын талап етті. Зергерлер келісуге мәжбүр болды.

Осыған байланысты бұрын салымшылар алтынды сақтағаны үшін зергерге төлеп келсе, енді зергер салымшыға өсімақша ретінде төлей бастады. Нәтижесінде зергер банкирге айналды, сақталған алтын салымшылардың оған берген несиесіне айналды. Банктер осылай пайда болды.

Банкирлер үстеме ақша арқылы пайда тапты. Несиені салымшыларға берілетін мөлшерлемеден әлдеқайда жоғары пайызбен бере бастады. Сонда да банкирге айналған зергерлер салымшыға берілгеннен қалатын ақшаны місе тұтпады. Еуропалықтар көп елді отарлап, иеліктерін кеңейткен сайын несиеге сұраныс арта берді. Сейфтеріндегі алтынның көлемі шектеулі болғандықтан, банкирлер күн санап үдеп келе жатқан сұранысты қанағаттандыра алмады. Банкирлер тағы да қулық ойлап тапты. Сейфтерінде қанша алтын жатқанын банкирлерден басқа ешкім білмейтіндіктен, жоқ алтынды кепіл етіп қарыз қолхаттар бере бастады.

Банкирлердің бұл қулығын ешкім білмеді. Себебі салымшылардың бәрі бір уақытта барлық алтынын қайтарып беруді талап етпейтін. Алаяқ банкирлер жоқтан бар жасап, пайда тапты. Соның нәтижесінде олар ақшаға қарық болды. Бұған күмәнданған салымшылар алтындарын қайтарып берулерін талап ете бастады. Салымшылар алаяқтардың кесірінен алтындарынан айырылып қалуы мүмкін екенін түсінді. Банктер банкрот болып, жабылып қалды, банкирлер сенімнен айырылды.

Алайда мемлекет банкирлердің мұндай әрекетіне тыйым салудың орнына оны заңдастырып берді. Енді банкирлер несиеге беретін ақшаның мөлшерін біршама шектеді. Заң бойынша, орта есеппен бір алтынға тоғыз несие берілетін болды. Инспекциялар заңның орындалуын қадағалады. Сондай-ақ заңда қажет болған жағдайда орталық банк жергілікті банктерге алтын беріп, қолдайтыны туралы да жазылды. Сондықтан барлық банк өз резервін бір мезгілде жұмсап жіберген жағдайда ғана банк жүйесі дағдарысқа ұшырауы мүмкін еді.

37-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер

- ҚР екі деңгейлі банктік жүйені ажырата білу.
- Депозит пен несиенің мәнін түсіну.
- Инфляцияны несиелік және депозиттік мөлшерлемеге әсер етуші фактор ретінде түсіну.
- Депозиттік және несиелік мөлшерлемелерді есептеу дағдыларын қолдану.

Өткен сабақта біз несиенің не екенін түсіндік. Айталық, өз бизнесіңізді дамытуға несие алуды шештіңіз. Банктердің ұсынатын несиелері ішінен қайсысын таңдайсыз? Несие мөлшерлемесі аз болған сайын (яғни біз несиені пайдалану мүмкіндігі үшін артық төлейтін сома) сол несие біз үшін тиімдірек. Бүгінгі сабақта мөлшерлеменің қандай екені, түрлері, оған қалай әсер етуге болатыны жайында толығырақ мәлімет аласыздар.

«ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ» ДЕГЕНІМІЗ НЕ?

Пайыздық мөлшерлеме *— қарыз алушының белгілі бір уақыт аралығында (күн, апта, ай, жыл және т.с.с.) қарызға берілген ақшаны пайдаланғаны үшін берілген несиенің үстіне төленетін пайызбен есептелген ақша сомасы.*

Қысқаша айтқанда, бұл «Алынған несие үстінен қанша ақша қайтарып төлеуім керек және қандай мерзімге?» деген сұраққа жауап. Әдетте, жылдық пайыздық мөлшерлемені, яғни несиені бір жыл пайдаланғанымыз үшін өсім ақша төлеп жатамыз.



Шағын тәжірибе жасап көрейік. Кез келген несие калькуляторын ашыңыз (оларды кез келген іздеу жүйесі арқылы тауып алуға болады) да, несиенің келесі параметрлерімен төлем кестесін есептеңіз: сома — 100 мың теңге; мерзімі — 1 жыл (12 ай); несие бойынша пайыз — 10%; төлем түрі — аннуитетті. Нәтижесінде 5 499 теңгені артық төлейсіз. Есіңізде болсын, бұл сома 10%-бен берілген 100 мың емес (10 мың теңге), одан әлдеқайда аз. Не себепті?

1-кесте. Пайыздық мөлшерлемесін есептеу мысалы

Есептеу нәтижесі	
Төлемдер	Сомасы
Ай сайынғы төлем	8 791,59
Артық төлем	5 499,06
Артық төлем, %	5,50%
Төлемнің жалпы сомасы	105 499,06

2-кесте. Несие бойынша төлемдер мысалы

Несие бойынша төлемнің жоспары					
Кезең	Несие	Пайызы	Комиссия	Қалғаны	Айына
1	7 958.26	833.33	0.00	100 000.00	8 791.59
2	8 024.57	767.01	0.00	92 041.74	8 791.59
3	8 091.45	700.14	0.00	84 017.17	8 791.59
4	8 158.87	632.71	0.00	75 925.72	8 791.59
5	8 226.86	564.72	0.00	67 766.85	8 791.59
6	8 295.42	496.17	0.00	59 539.99	8 791.59
7	8 364.55	427.04	0.00	51 244.56	8 791.59
8	8 434.26	357.33	0.00	42 880.01	8 791.59
9	8 504.54	287.05	0.00	34 445.76	8 791.59
10	8 575.41	216.18	0.00	25 941.22	8 791.59
11	8 646.87	144.72	0.00	17 365.80	8 791.59
12	8 718.93	72.66	0.00	8 718.93	8 791.59
Барлығы	105 499.06				

Оп-оңай. Өйткені төлем кестесі қарызды ай сайын өтеуге есептелген (олардың түрлері туралы кейінірек айтамыз). Кезекті өтеуден кейін қарыз сомасы (несиенің негізгі сомасы) ай сайынғы жарна мөлшеріне азаяды, сонан соң ай сайын кеміп жатқан берешек қалдыққа пайыз қосылады. Сол себепті жиынтық артық төлем мәлімделген мөлшерден аз болады.

Бүкіл соманы бір-ақ төлеп тастасаңыз, 110 мың төлеуге тура келеді. Банктерге кредитті бір-ақ төлеп тастаған тиімді болғанымен, қарыздар бөліп төленеді, көбінесе төлем ай сайын түсіп тұрады. Бұл клиент үшін ғана ыңғайлы емес. Банктер

қарыз алушының келісімшарттағы міндеттемелерін уақытылы орындауға қаншалық қабілетті екенін бақылап отырады, уақытында төлей алмай қалған жағдайда шара қолданады.

Банк беретін несие соған жұмсалған банк ресурсынан аз болмайды. Кім шығынға жұмыс істейді? Дұрысында, ақша — пайдаланғаны үшін ақы төлеуге татитын тауар.

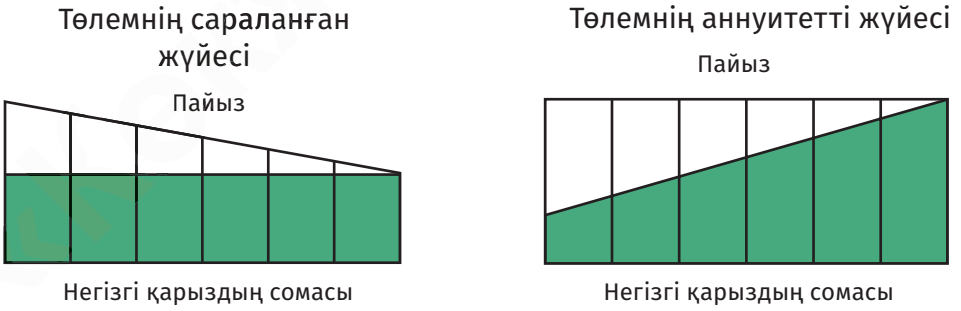
Нақты мөлшерлеме туралы айтқан кезде несиенің толық құнын (НТҚ) көрсететін тиімді пайыздық мөлшерлеме жайында сөз қозғаймыз. Заң бойынша, НТҚ несиелік келісімшарттың бірінші бетінің оң жақ жоғарғы бұрышындағы қоршауда ірі қаріппен көрсетілуі тиіс. Ол қарызды рәсімдеуге қатысты барлық шығынды қамтып, шын мәнінде несиенің құнына тең болады. Басқа банктердің ұсыныстарын осы параметр бойынша салыстыру керек. НТҚ міндетті түрде жылдық мөлшерлеме түрінде көрсетіледі.

Артық төлем есебі

Банкке соңында қайтарылатын сома төлем түріне байланысты болады, ол сараланған не аннуитетті болуы мүмкін.

Сараланған өтем схемасында несиенің негізгі сомасы төлемнің болжамды санына қарай тең бөліктерге бөлінеді (мұны төлем кестесінен білуге болады). Әр тең мәнді бөлікке берешек қалдыққа есептелген пайыз қосылады, оның ең көбі бірінші төлемге, ең азы соңғы төлемге қосылады. Осылайша, төлем сомасы ай сайын азая береді.

Аннуитетті схемада барлық төлем бірдей болады. Мұнда да пайыз берешек қалдыққа қосылады. Бірақ бірінші төлемдегі несиенің негізгі сомасының көлемі ең аз болады, төлемнің негізгі бөлігі несиенің пайызына кетеді. Осылайша, сіз алдымен өсімді (пайыз) төлеп, кейін негізгі борышты өтейсіз.



1-сурет. Сараланған және аннуитетті төлем схемаларын салыстыру

Көбінесе банктер аннуитетті схеманы пайдаланады.
Ай сайынғы төлемдерді есептеу үшін келесі формулалар қолданылады:

Сараланған төлемді есептеу формуласы:

$$\text{Айлық төлем мөлшері} = \frac{S}{t} + \frac{S * R * dm}{DY}$$

S — төлемнің қалған сомасы;

t — өтеуге дейінгі ай саны;

R — жылдық пайыздық мөлшерлеме;

dm — айдағы күн саны;

DY — жылдағы күн саны.

Аннуитетті төлемді есептеу формуласы:

$$\text{Ай сайынғы төлем} = S * \frac{r*(1+r)^n}{(1+r)^n-1}$$

S — несие сомасы;

r — айлық пайыздық мөлшерлеме;

n — ақша алынған айлардың саны.

Артық төлем мөлшерін банк несие шартының ажырамас бөлігі ретінде беретін төлем кестесінен көре аласыз немесе банктің сайты не басқа да интернет ресурсындағы несие калькуляторымен есептей аласыз.

Инфляцияның несие мөлшерлемесіне әсері

Инфляция — *бұл ақшаның құнсыздануы, оның сатып алу қабілетінің төмендеуі.* Ол барлық елде болады, маңызды экономикалық көрсеткіш болғандықтан, оны үнемі қадағалап отырады. Инфляция қарыз, депозит беруде пайыздарға, тұрғындардың салық төлеміне, тарифтерге т.с.с. ықпал етеді.

Инфляцияға байланысты пайыз мөлшерлемесін номиналды және нақты түрлеріне жіктейді.

Номиналды пайыз мөлшерлемесі (i) — бұл инфляция деңгейін ескермейтін ағымдағы нарықтық мөлшерлеме.

Нақты пайыз мөлшерлемесі (r) — инфляцияның күтілетін қарқынын (π) шегергендегі номиналды мөлшерлеме.

Американдық экономист Ирвинг Фишер номиналды және нақты мөлшерлеме арасындағы байланысқа қатысты гипотезаны ұсынды. Инфляцияның төмен қарқыны кезінде инфляцияның пайыздық мөлшерлеме шамасына әсерін көрсететін **Фишер формуласын** пайдалана отырып, нақты пайыз мөлшерлемесі r шамасын есептеуге болады:

$$r = i - \pi$$

Инфляцияның жоғары қарқыны үшін қолданылатын нақты пайыз мөлшерлемесінің формуласы күрделірек:

$$r = \frac{i - \pi}{1 + \pi}$$

Айталық, біз банктен жылдық 12%-бен мерзімді депозит алдық. Салынған сомадан 12%-ға байыдық па? Иә, біз осы шамаға көбейген ақша сомасын алдық. Алайда егер салымды сақтау кезеңінде инфляция жылына 7%-ға өссе, пайыздарымен қоса депозит сомасының сатып алу қабілеті инфляция қарқынының шамасына қысқарды. Бұл жағдайда біз тауарларды 7%-ға аз сатып ала аламыз және біздің үлесімізден алынған ұтысымыз 12% емес, жылдық 5%-ды құрайды. Бұл — нақты пайыз мөлшерлемесі. Басқаша айтқанда, нақты пайыз мөлшерлемесі — бұл инфляция қарқынына түзетілген депозиттен түскен пайыздар сомасының сатып алу қабілетінің өзгеруі.

Инфляция несие пайызының мөлшерлемесіне әсер етеді. Ол мына схема бойынша қалыптасады: банкті Ұлттық банк (ҰБ) қайта қаржыландыру мөлшерлемесі бойынша несиелейді. Мөлшерлемені Ұлттық банк белгілейді. Тұрғындарға, компанияларға несие беру үшін банктер Ұлттық банктен қаражат алады. Қарыз бекерден-бекер берілмейтіндіктен, ҰБ нақты пайызды белгілейді, ол «қайта қаржыландыру мөлшерлемесі» деп аталады.

Елдегі инфляция деңгейі төмендегенде ақша құнды болады. ҰБ қайта қаржыландыру мөлшерлемесін азайтады. Бұл кезде банктер жеке тұлғалар мен заңды тұлғаларға арзан несие бере алады. Инфляция деңгейі өссе, қайта қаржыландыру мөлшерлемесі де көтеріледі. Банктердің тұрғындарға несие беру үшін жұмсайтын шығыны да көбейеді. Несие тым қымбаттап кетсе, тұрғындар өте жоғары пайызды несиелер мен ипотекаларды ала алмай қалады.

Қайта қаржыландыру мөлшерлемесі бойынша несие берген соң банк шығынын (үй-жайды жалдау, қызметкерлердің жалақысы, электр энергиясына төлеу т.с.с. төлемдер), тәуекелдер мен кіріс деңгейін мөлшерлемеге қосады. Бұл орайда тәуекелге ерекше мән беріледі. Елдегі жағдай ушыққан сайын тұрақсыздық жайлап, несие қайтарылмай қалуы мүмкін. Соған байланысты тәуекел артып, қымбаттап кетеді. Орта есеппен алғанда, тиімді пайыздық мөлшерлемесі жылына 30%-ға жуықтайды.

Жарты жылға 300 000 теңге көлемінде 15,5%-бен несие алған болайық. Банктің несие калькуляторын пайдалансаңыз, 13 707 теңге мөлшерінде артық төлеуіңіз мүмкін.

Енді инфляцияны ескере отырып, несиенің қаншалық «күйіп кеткенін» есептеу керек. Инфляцияның айлық деңгейі шамамен 0,5% құрайды (Қазақстан Республикасының 2019 жылғы жай-күйі). Яғни ай сайын несие арзандай береді. 6 айда артық төлем 6854 теңге болады, қалған соманы (6853 теңге) инфляция «жеп қояды». Сонда нақты пайыздық мөлшерлеме бастапқыда мәлімделгеннен әлдеқайда аз болып шығады.

1-тапсырма

20 наурызда осы жылдың 15 тамызына дейінгі мерзімге жылдық 30% мөлшерлемемен 500 000 теңге көлемінде несие алынды. Сараланған және аннуитетті схемалармен төленетін несиенің пайызын анықтаңыз.

2-тапсырма

Банк жылдық 30% күрделі мөлшерлеме бойынша ұзақмерзімді несие береді. 2,5 жылдан кейін бір жолғы төлем арқылы 2 әдіспен өтелген 200 мың теңге мөлшеріндегі несие үшін алынған пайыздың сомасын анықтаңыз. Кредиторға қай схема тиімді?

1-әдіс:

Күрделі пайыз бойынша өсім мына формуламен есептеледі:

$$P_n = P_0 (1 + i)^n,$$

Мұндағы

P_n — n кезең саны арқылы өскен сома;

P_0 — қарыздың бастапқы мөлшері;

i — күрделі өсімнің мөлшерлемесі;

n = a + b — өсім кезеңдерінің (жыл) саны;

a — кезеңнің тұтас бөлігі;

b — кезеңнің бөлшек бөлігі;

$(1 + i)^n$ — күрделі пайыз бойынша көбейткіш.

2-әдіс:

Аралас есеп әдісіне сәйкес пайызды есептеуде жылдардың бүтін саны үшін күрделі пайыз формуласы, жылдың бөлшек бөлігі үшін қарапайым пайыз формуласы қолданылады:

$$P_n = P_0 * (1 + i)^a * (1 + bi),$$

Мұндағы

P_n — n кезең саны арқылы өскен сома;

P_0 — қарыздың бастапқы мөлшері;

i — күрделі өсім мөлшерлемесі;

a — жылдың бүтін саны;

b — жылдың бөлшек бөлігі.

3-тапсырма

Инфляция 6 ай мерзімге алынған несиеге қалай әсер ететінін түсіндік. Несие ұзақ мерзімге берілсе, жағдай қалай өзгеретінін тексерейік. 2 жыл мерзімге 15,5%-бен 300 000 теңге несиеге алсаңыз, 2 жылдан кейін инфляция есебінен артық төлем көлемі қаншалық азаятынын есептеп шығыңыз.

38-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер

- ҚР екі деңгейлі банктік жүйені ажырата білу.
- Депозит пен несиенің мәнін түсіну.
- Инфляцияны несиелік және депозиттік мөлшерлемеге әсер етуші фактор ретінде түсіну.
- Депозиттік және несиелік мөлшерлемелерді есептеу дағдыларын қолдану.

Өткен сабақтарда несие жайында сөз қозғағанбыз. Енді депозит туралы айтамыз.

Банк салымы *(немесе банк депозиті) — салыммен қаржы операциялары барысында пайыз түрінде табыс табу мақсатымен жеке адамның несие ұйымына берген ақша сомасы.*

Енді досыңызға бір аптаға депозит ретінде 5 000 теңге берген болыңыз. Бір аптадан кейін ол сізге 5 500 теңге етіп қайтаруы тиіс. Досыңыз ағаштан бұйымдар жасайтын шебер болсын. Сіздің ақшаңызға алқа, ілмектер сатып алып, ағаштан түрлі бұйымдар жасады да, жәрмеңкеде сатып жіберді. Осылайша 5 500 теңге жұмсап, ол 10 000 теңге табыс алды.

Есептеу

Пайыз таңдалған уақыт аралығындағы әр айға емес, таңдалған уақытқа ғана төленеді, яғни 1 айға 6%-дық салым таңдалса, айдың соңында салым сомасының 6%-ы төленеді, 4 айға 7,8%-дық салым таңдалса, әр айға 7,8% емес, төрт ай өткеннен кейін салым сомасының 7,8%-ы төленеді. Мысалы, досыңызға 10%-бен (500 теңге) 5 000 теңге берген болыңыз. Алайда 3 күннен кейін ақшаңызды қайтып алатын болсаңыз, досыңыз 5 000 теңгеңізді ғана береді. Себебі депозиттің мерзімі біткен жоқ. Ал 7 күн күтсеңіз, 10%-ыңызды (500 теңге) аласыз.

Депозит түрлері

Талап етілгенге дейінгі салым *— сақтау мерзімі көрсетілмей, салымшы талап еткен бойда қайтарылатын депозит. Әдетте, жинақ салымдарына жедел депозиттермен салыстырғанда пайыз аз қосылады.*

Жедел салым — белгілі бір мерзімге салынып, келісілген мерзім өткеннен кейін толық алынатын пайыздық депозит.

Талап етілгенге дейінгі жинақпен салыстырғанда жедел депозит аз пайдаланылады, алайда онда кіріс әлдеқайда көп болады.

Яғни егер досыңызға бір аптаға 5 000 теңге берсеңіз, мөлшерлемесі 10% болады. Алайда бір апта өтпейінше сіз досыңыздан ол ақшаны ала алмайсыз (жедел салым). Талап еткен бойда ақшаны қайтарып алғыңыз келсе, талап етілгенге дейінгі салымды таңдайсыз. Онда пайыз 10% емес, 2% болуы мүмкін.

Жедел салым мақсатына қарай екіге бөлінеді:

- сақтаушы салым — жедел салымның ең қарапайым түрі, мұнда салымды толықтыруға немесе қандай да бір мөлшерде шешіп алуға болмайды (бұл жағдайда бір апта өтпейінше досыңыздан 5 000 теңгеңізді ала алмайсыз, оны толықтыра да алмайсыз);
- жинақтаушы салым — келісімшартта көрсетілген мерзім аралығында депозитті толтыруға мүмкіндік берілетін салым (бұл жағдайда күн сайын досыңызға 200 теңгеден беріп тұруыңызға болады. Бір аптадан кейін депозитіңіз 5 000 + (200 * 7) = 6 400 теңге болады. 10%-ыңыз 640 теңгеге айналады. Яғни бір аптада 6 400 теңге салып, 6 400 + 640 = 7 040 теңге аласыз);
- есептік салым (әмбебап салым) — депозитті бақылап, кіріс-шығыс операцияларын жүргізуге мүмкіндік беретін салым (ақшаңызды қалаған кезіңізде алуыңызға, толықтыруыңызға болады).

Не себепті ақшаны үйде сақтағаннан депозит ашқан дұрыс?

Біріншіден, бүгінгі экономикада инфляциядан қашып құтыла алмаймыз. Ал банк сыйақы — пайыз береді. Банк клиенті жыл сайын кем дегенде жинағының 7-8 пайызын жоғалтпайды. Ал үйде сақтаған жағдайда ақша құнсызданып кетеді. Депозиттің табыстылығы инфляция деңгейінен асып кетсе, салымшы ұтады.

Екіншіден, ақшаны үйде сақтау қауіпті болумен қатар, психологиялық тұрғыдан да өте ыңғайсыз.

Үшіншіден, үйде сақтап, қомақты қаржы жинақтау мүмкін емес.

Ақша қолжетімді болып, көз алдымызда тұрса, тез жұмсалып кетеді. Сол кезде қажет болып көрінген ұсақ-түйекке жұмсала береді. Шетінен ғана алып, кейін қайта салып қоймақ болғанмен, көп жағдайда алынған ақша қайта салынбайды. Соның салдарынан ақшаның басы құралмайды. Ақша көз алдымызда тұрмай, алыста болса, ол тез жұмсалып кетпейді.

Қазір банк шотындағы ақша өте қолжетімді. Заманауи банкте қашықтан қызмет көрсету жолы көп: салымшы пластикалық карточканы рәсімдеп, интернет банкингіні пайдалана алады. Сервистің көмегімен банк салымшылары ақшасын қалаған уақыттарында пайдалана алады: cash-in қызметі бар банкоматтар не интернет банкинг арқылы шоттарын толтыра алады, төлеп,

ақшасын ала алады т.с.с. Сонымен қатар автоматты толықтыруына да болады: банк клиент көрсеткен шоттан қаражатты депозитке аударып береді.

Салымның өсімін қалай есептеу керек?

Көп адам салымның пайыздық мөлшерлемесін салымның табыстылығының көрсеткіші ретінде қабылдайды. Солай ма? Жоқ, пайызды жинақтау, мерзімділігі, толықтыру мүмкіндігі, сондай-ақ салымның бір бөлігін алу сияқты банк салымдарының ерекшелігін ескеру қажет. Салымнан түсетін кірісті мөлшерлеу үшін пайызды санай білу қажет.

12 ай мерзімге 100 000 теңге салынған болсын. Пайыз жинақтауға бағытталған үш түрлі депозит бар (бастапқы сомаға белгілі бір кезеңде қосылатын пайыз):

- пайызды ай сайын жинақтау;
- пайызды тоқсан сайын жинақтау;
- пайызды мерзімнің соңында жинақтау.

Пайыздық мөлшерлемені есептеу үшін, әдетте, екі формула қолданылады:

- қарапайым пайызды есептеуге арналған формула;
- күрделі пайызды есептеуге арналған формула.

Қарапайым пайыздың формуласы

Қарапайым пайызда өсім салым мерзімінің соңында есептеледі. Мысалы, салым мерзімінің соңында пайызды төлеп, бір жылға салым ашылады. Онда

S = (P * I * t / K) / 100 формуласы қолданылады, мұндағы:

I — жылдық пайыздық мөлшерлеме;

t — салым бойынша пайыз есептелетін күн саны;

K — күнтізбелік жылдағы күн саны (365 не 366);

P — депозиттегі ақшаның бастапқы сомасы;

S — есептелген пайыздар сомасы.

Күрделі пайыздың формуласы

Күрделі пайыздың формуласын осы тоқсанның екінші сабағында қарастырғанбыз. Депозит есептеуде оны қалай пайдаланатымызды пысықтайық.

Күрделі пайызда салым мерзіміндегі (ай сайынғы, тоқсан сайынғы) өсім жинақталады. Мысалы, бір жылға салым ашылған болсын. Пайыз бір жыл бойы жинақталса, күрделі пайызды есептеу үшін

S = (P * I * j / K) / 100 формуласы қолданылады, мұндағы:

I — жылдық пайыздық мөлшерлеме;

j — банк есептелген пайызды жинақтайтын мерзімдегі күнтізбелік күн саны;

K — күнтізбелік жылдағы күн саны (365 не 366);

P — салымға тартылған ақша қаражатының бастапқы сомасы, сондай-ақ пайыз жинақталғаннан кейінгі сома;

S — қайтарылатын ақша сомасы, ол тартылған қаражаттың бастапқы сомасы мен үстеме есептелген пайыздың жинақталған мөлшеріне тең болады.

3-кесте. Өсімнің ай сайын жинақталуы

ӨСІМНІҢ АЙ САЙЫН ЖИНАҚТАЛУЫ					
Ай	**Депозит сомасы**	**Пайыз**	**Күн саны**	**Жылдағы күн**	**Пайыздық өсімі**
қаңтар	100000	14	31	365	1189,04
ақпан	101189,04	14	28	365	1086,74
наурыз	102275,78	14	31	365	1216,10
сәуір	103491,88	14	30	365	1190,87
мамыр	104682,75	14	31	365	1244,72
маусым	105927,47	14	30	365	1218,89
шілде	107146,36	14	31	365	1274,01
тамыз	108420,38	14	31	365	1289,16
қыргүйек	109709,54	14	30	365	1262,41
қазан	110971,95	14	31	365	1319,50
қараша	112291,45	14	30	365	1292,12
желтоқсан	113583,57	14	31	365	1350,56
өсімімен қосып есептегендегі бүкіл сома: 114934,13					

Мұнда күрделі пайыз формуласы қолданылады, өйткені пайыз ай сайын жинақталады.

Қаңтар: S = (100 000 * 14 * 31 / 365) / 100

S = 1189,04 теңге

Содан соң 1189,04 теңге мөлшерінде алынған пайызды бастапқы салымымыз 100 000 теңгеге қосамыз. Нәтижесінде 101 189,04 теңге шығады. Ай сайынғы жинақтау осылай көрінеді. Ақпан айы 28 не 29 күннен тұратынын ескеру қажет.

Ақпан: S = (101 189.04 * 14 * 28 / 365) / 100

S = 1086,74 теңге (сомасы аздау болды, себебі алдыңғы аймен салыстырғанда ақпанда күн аз). Алынған пайызды қосамыз: 1086,74 + 101189,04 = 102275,78 теңге.

Әрі қарай алынған пайызды алдыңғы сомаға қосамыз да, келесі айдың есебін бастапқы салым мен жинақталған бүкіл өсімін ескере отырып жасаймыз.

4-кесте. Өсімнің тоқсан сайын жинақталуы

ӨСІМНІҢ ТОҚСАН САЙЫН ЖИНАҚТАЛУЫ					
Ай	**Депозит сомасы**	**Пайыз**	**Күн саны**	**Жылдағы күн**	**Пайыздық өсімі**
қаңтар	100000	14	31	365	0,00
ақпан	100000,00	14	28	365	0,00
наурыз	100000,00	14	31	365	3452,05
сәуір	103452,05	14	30	365	0,00
мамыр	103452,05	14	31	365	0,00
маусым	103452,05	14	30	365	3610,90
шілде	107062,96	14	31	365	0,00
тамыз	107062,96	14	31	365	0,00
қыргүйек	107062,96	14	30	365	3778,00
қазан	110840,96	14	31	365	0,00
қараша	110840,96	14	30	365	0,00
желтоқсан	110840,96	14	31	365	3911,32
өсімімен қосып есептегендегі бүкіл сома: 114752,28					

90 күн

Күрделі пайыз формуласын қолданамыз. Бұл да алғашқы мысалға ұқсас. Бірақ формуладағы j айдағы күн санын көрсету үшін емес, жалпы күнтізбелік кезеңдегі күн саны үшін қолданылады. Ол үшін 3 айдағы күндердің санын қосып, әр тоқсандағы күн санын шығарамыз.

Бірінші тоқсанда 90 не 91 күн болады, ол ақпандағы күн санына байланысты. Мысалы: қаңтар (31 күн) + ақпан (28 күн) + наурыз (31 күн) = 90 күн.

Екінші тоқсанда — 91 күн: сәуір (30 күн) + мамыр (31 күн) + маусым (30 күн) = 91 күн.

Үшінші тоқсанда — 92 күн: шілде (31 күн) + тамыз (31 күн) + қыргүйек (30 күн) = 92 күн.

Төртінші тоқсанда — 92 күн: қазан (31 күн) + қараша (30 күн) + желтоқсан (31 күн) = 92 күн.

1-тоқсан: S = (100 000 * 14 * 90 / 365) / 100

S = 3452,05 теңге. Мұны бастапқы сомаға қосқанда 103452,05 теңге шығады. Әрі қарай бірінші мысалға ұқсас.

5-кесте. Мерзім соңындағы өсімнің жинақталуы

МЕРЗІМ СОҢЫНДАҒЫ ӨСІМНІҢ ЖИНАҚТАЛУЫ					
Ай	**Депозит сомасы**	**Пайыз**	**Күн саны**	**Жылдағы күн**	**Пайыздық өсімі**
қаңтар	100000	14	31	365	0,00
ақпан	100000,00	14	28	365	0,00
наурыз	100000,00	14	31	365	0,00
сәуір	100000,00	14	30	365	0,00
мамыр	100000,00	14	31	365	0,00
маусым	100000,00	14	30	365	0,00
шілде	100000,00	14	31	365	0,00
тамыз	100000,00	14	31	365	0,00
қыргүйек	100000,00	14	30	365	0,00
қазан	100000,00	14	31	365	0,00
қараша	100000,00	14	30	365	0,00
желтоқсан	100000,00	14	31	365	14000,00
өсімімен қосып есептегендегі бүкіл сома: 114000,00					

Мұнда қарапайым пайыз формуласы қолданылады.

S = (100 000 * 14 * 365/365) / 100

S = 14000 теңге.

1-тапсырма

Банк салымдарға ай сайын 26% номиналды мөлшерлеме бойынша өсім қосады. Күрделі пайыздардың жылдық мөлшерлемесі бойынша салымның кірісін анықтаңыздар.

$(1 + i)^n = (1 + j / m)^{mn}$,

мұндағы:

j — пайыздың номиналды жылдық мөлшерлемесі;

m — есептеу кезеңдерінің саны;

n — салым кезеңі.

Сәйкесінше,

$i = (1 + j / m)^m — 1.$

$j = 26\% = 0,26$

$m = 12$

2-тапсырма

Күрделі пайыз салымдарға ай сайын 36% номиналды мөлшерлеме бойынша қосылады. Екі жылда 2000 теңге салымға есептелген үстеме өсімнің көлемін анықтау қажет.

Жылдардың бөлшек санына есептелген үстеме пайызды күрделі пайыз формуласы бойынша есептеуге болады:

P_n (немесе S) = P_0 $(1 + i/m)^{nm} = P_0 (1 + j)^{nm}$;

мұндағы P_n (немесе S) — n кезең саны бойынша есептелген үстеме сома;

P_0 — қарыздың бастапқы мөлшері;

I — өсімнің номиналды пайыздық мөлшерлемесі;

n — өсім жылдарының саны;

m — бір жылдағы кезең саны;

j = i / m — i мөлшерлемесі бойынша бір кезеңде есептелген үстеме пайыз;

nm — өсім саны.

P_0 = 2000 теңге

i = 36% = 0,36

m = 12

n = 2



© Электронный ресурс

39-сабақ. Дүниежүзілік ақша бірліктері, электронды ақшалар

- Әлемдік ақша бірліктерінің жүйесін сипаттау.
- Қолма-қол және қолма-қол ақшасыз есеп айырысуды ажырату.

Қазақстандық кәсіпкерлерге басқа елдердің кәсіпкерлерімен жиі жұмыс істеуге тура келеді. Мысалы, балалар киімін сататын болсаңыз, алдымен оны киім өндірушілерден, мысалы, Қытай мен Ресейден сатып алуыңыз керек болады. Алайда оларға тапсырыс берген кезде төлемін теңгемен аудара алмайсыз, себебі Қытайда юаньмен, Ресейде рубльмен есептесуіңіз керек болады. Оның үстіне ақшаны конвертте жібере алмайсыз. Демек, сіз қолма-қол есеп айырыса алмайсыз (банк арқылы аударуыңыз керек), ақшаны сол кездегі валюта бағамы бойынша айырбастауыңыз (теңгені юань не рубльге айналдыруыңыз) қажет. Бұл орайда қолма-қол ақша айырбастамағаныңыз үшін аударылған соманың пайызы ретінде кешбэк алуыңыз мүмкін. Бүгінгі сабақта осы жүйелер қалай жұмыс істейтіні туралы сөз қозғаймыз.

Ақшаның адам өміріндегі орны



Ақшаны біз күнделікті пайдаланамыз. Ақша арқылы біз тауар мен қызметтердің құнын анықтаймыз, ақшаны тауар мен қызметтерге айырбастай аламыз. Айталық, сіз шаштараз болып жұмыс жасайсыз. Сонымен бірге сізге апталық азық-түлік алу қажет. Шаштараз қызметін көрсете отырып, сіз азық-түлік сатып алатын ақша табасыз. Ақшаның пайда болуымен шаш қиюға азық-түлікті айырбастау үшін азық-түлік иесін іздеп жатудың қажеті жоқ. Өз қызметіңізді көрсете отырып, сіз қажетті тауарлар мен қызметтерді айырбастауға болатын өз ақшаңызды алып отырасыз.

Одан бөлек, ақша көмегімен басқа елдермен сауда жасауға болады. Осылайша, ақша әлемнің және мемлекеттің экономикасына қызмет етеді. Тұтынушы ақшаға айырбастау арқылы азық-түлік сатып алады, бизнесмендер өз ақшалары арқылы мемлекеттік бюджетке салықтар төлейді, мемлекет салықтан түскен қаражаттарды, мысалы, тұтынушылар да, кәсіпкерлер де жүретін жолдарды жөндеуге жұмсайды.

Ақша мемлекет, бизнес, азамат арасында дәнекер болып, елдің экономикасын көтере алады[1].

1-тапсырма

Төмендегі суретке қарап, ақшаның қоғамдағы орны туралы ойыңызды ортаға салыңыз. Әр тармаққа мысал келтіріңіз.



2-сурет. Ақшаның қоғамдағы рөлі

Ақша қатынастарының дамуы банк ісін, сауданы дамытуға ықпал етті, сондай-ақ тауарлар мен қызметтерді көбейтуге жол ашты. Ақшаның елде қаншалықты болуына байланысты (яғни түрлі тауар мен қызметтерді сатып алуға халық қанша ақша жұмсайтыны) ел экономикасының жағдайын сипаттауға болады (неғұрлым халықта ақша көп болған сайын, соғұрлым түрлі тауарлар мен қызметтерді сатып алатындар саны көп болады, бизнесмендер соғұрлым көбірек тауарлар мен қызметтерді өндіре бастайды, олар мемлекеттік бюджетке соғұрлым көбірек салық төлей бастайды, халықтың белгілі бір өмір сүру деңгейін қамтамасыз ету үшін (медициналық қызмет, білім беру, құрылыс және т.с.с.) мемлекетте соғұрлым ақша қаражаты көп болады).

[1] Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М: Эксмо, 2016. — 1770 с.

Валюта

Валюта *(итал. valuta) — қолма-қол (банкнот, монета түрінде) әрі қолма-қол емес формада (банк шоттары мен банк салымдарында) төлемнің заңды құралы болатын, ұлттық, шетелдік, халықаралық ақша.*

«Валюта» сөзі XX ғасырдың екінші жартысында ғана айналымға енді. «Валюта» атауын (мемлекеттің негізгі ақша бірлігі ретінде) «ақша» ұғымымен сәйкестендіруге болмайды. Кейде ақшаның орнына тауарлар (тауарлы ақша) пайдаланылады. Мысалы, Африканың батыс жағалауындағы халықтар ақшаның орнына теңіз бақалшықтарын қолданған.

Валюталық қатынастар — бұл әртүрлі бизнес, тұтынушылар мен бизнес, азаматтар және т.б. арасындағы валюта айырбасы.

Әлемдік ақша

Әлемдік валюта жүйесі әлемдік ақшаға негізделген.

XIX ғасырдың басында алтын әлемдік валюта жүйесінде басымдыққа ие болып, «алтын стандарт» атауы пайда болды. Мысалы, Ресей империясында өндірілген тауарды АҚШ долларының құнымен есептеу үшін, тауар құнын алтынға теңестіріп алу қажет болған. Ресей империясының рублімен сол тауарға қанша алтын алуға болатынын білгеннен кейін, сол алтынға АҚШ-та қанша АҚШ долларын алуға болатынын есептеуге болады.

Британ империясы белгілеген бағам бойынша алтынға ресми теңестірілген бірінші валюта бірлігі фунт стерлинг болды. Кейін оған АҚШ, Еуропа мемлекеттері, Ресей империясы қосылды.

1922 жылы Италияда алтын-девиз стандартын енгізу туралы ресми құжатқа қол қойылды. Фунт стерлинг пен алтынмен қатар, АҚШ долларын айналымға енгізу туралы шешім қабылданды. Бұл ақша бірліктері әлемдік деңгейдегі төлем құралдары ретінде қолданылды. Әлемдік экономикада қолма-қол ақшасыз төлем мен несие басымдыққа ие болды.

1944 жылы Солтүстік Американың Бреттон-Вудс қаласында өткен конференцияда әлемдегі валюта-несие қатынастарының жаңа тетігі анықталды. Алтынмен қатар АҚШ долларына басымдық берілді. Қатысушы мемлекеттер ұлттық валютаның бағамын Америка валютасымен сәйкестендіріп отыруы тиіс болды.

1976 жылы әлемдік ақша жүйесі тағы өзгертілді. Ямайка аралындағы кездесудің қорытындысы бойынша, мемлекеттер валюта бағамының ыңғайлы режімін өздері таңдай алатын болды. Ұлтаралық валюта қатынасы тепе-тең бағасына сәйкес келетін құбылмалы бағамдар негізінде құрылды.

1999 жылдан бастап АҚШ долларының үстемдігі азая бастады, себебі еуро ауқымды экономикада қолданылып, көп ел еуроны ұлттық валюта ретінде қабылдады. Еуро неміс маркасының (DM) негізгі қор валюталарының бірі ретіндегі мәртебесіне ие болды. Содан бері ресми қорда еуровалютаның үлесі артып келеді. Себебі банктер өз қорын әртараптандыруға тырысады, еуроаймақ елдерінің саудасы дамып келеді. Доллармен теңестіргендей, бірқатар елдер валюталарының бағамын еуромен байланыстыра бастады.

Қазіргі кезде әлемдік валюта жүйесі:

- елдер арасындағы экономика мәселелері бойынша іс-қимылды реттейді;
- түрлі ұлттық валюталары бар мемлекеттер арасында есеп айырысады;
- табиғи өндіріс үдерісіне, тауарды тұрақты өткізуге оңтайлы жағдай жасайды;
- өзара тиімді іс-қимыл үшін жекелеген қатысушылардың валюта жүйелерін реттейді;
- мемлекеттердегі ішкі заңдармен үйлесім тауып, заңды серіктестік орнату мақсатында валюта қатынастарының бірыңғай стандартын әзірлеп, қолдау жасайды.

Валюта айырбастау

Әлемдік валюта жүйесі халықаралық сауданы дамытуға мүдделі болғандықтан, кез келген ұлттық валюта сыртқы, ішкі айналымға түсе алатындай, яғни басқа мемлекеттердің валюталарына айырбасталатындай болуы тиіс. Валютаның айырбасталуы валютаның сапасын танытады. Айырбасталу деңгейіне қарай валюта үшке (дәрежеге) бөлінеді:

1. **Еркін айырбасталатын валюта (ЕАВ).** Мұндай валюта шетел валюталарына еркін, шектеусіз айырбасталады, яғни ЕАВ-тың ішкі, сыртқы айналымы жеткілікті деңгейде. Еркін айырбасталатын валютаға АҚШ доллары (USD), ағылшын фунт стерлингі (GBP), Швейцария франкі (CHF) т.б. жатады.
2. **Ішінара айырбасталатын валюта (ІАВ).** Оған резидентке, бірқатар айырбас операцияларына шектеу қойылған елдердің ұлттық валютасы жатады. Ішінара айырбасталатын валютаға Ресей рублі мен Қазақстан теңгесі жатады.
3. **Айырбасталмайтын (жабық) валюта (АВ).** Елдің өз ішінде ғана қолданылатын, шетелдік валюталарға айырбасталмайтын ұлттық валюта.

Валюта разрядын Халықаралық валюта қоры (ХВҚ) анықтайды.

Валюта бағамы

Валюта бағамы халықаралық экономикалық қатынасқа ерекше әсер етеді. Ақша ел ішінде ғана тауардың құнын көрсетіп, айналымда жүреді. Сонымен

қатар сатып алуға жарамдылығы шетел валюталарымен салыстыру арқылы айқындалып, ақшаның сыртқы құны шетел валюталарымен көрсетіледі.

Сатып алу қабілетінің паритеті — *түрлі елдердің ақша бірліктерін тауар мен қызмет жиынтығын сатып алуға қабілеттігі бойынша сәйкестендіру.* Ол әлемдік нарықта тауар бір валютада есептелетін болса, барлық елдегі бағасы да бірдей болуы керегін білдіреді. Алайда әлемдік нарықта тауарлардың бағасы әртүрлі, сол себепті валюталар арасында сәйкестік болуы тиіс.

Бұл сәйкестік Кессель формуласымен беріледі. Мысалы, 1 доллар = 1,5 еуро немесе 1 еуро = 0,75 доллар. Яғни 1 долларға да, 1,5 еуроға да бірдей мөлшердегі тауарды сатып алуға болатынын білдіреді.

$$S = P_d/P_f$$

P_d — тауардың ішкі бағасы (domestic price), P_f — шетелдегі, көрші елдегі (foreign price) бағасы болсын. Бұл бағалар осы елде де, шетелде де тауарға берілетін ұлттық валюта мен шетелдік валютаның мөлшерін білдіреді. Бағаның қатынасы осы тауарды сатып алу үшін жұмсалатын валютаны басқа валютаға айырбастағанда берілетін ақшамен тең болады.

Валюта бағамы — *екі валютаның арақатынасы немесе валютаның басқа валютамен көрсетілген құны.*

Номиналды валюта бағамы бір валютаның басқа валюта бірлігіндегі нақты бағасын білдіреді. Мысалы, 2019 жылдың сәуірінде Қазақстан нарығында АҚШ-тың 1 долларының құны 381 теңге болды, ал бір теңгенің құны шамамен АҚШ-тың 0,0026 долларына тең болды.

Қолма-қол ақшасыз есеп айырысу

Қолма-қол ақшасыз есеп айырысу — *несие мекемелеріндегі шоттарға ақша аудару, өзара талаптарды ескере отырып, қолма-қол ақшаны пайдаланбай жүзеге асырылатын төлем.*



3-сурет. «Сбербанк Қазақстан ұсынған Visa тиімді бөліп төлеу картасы» жарнамасы

Мысалы, сіздің карточкалық шотыңызда 5 000 теңге бар, сіз оларды қолма-қол ақшаға айналдырмай (яғни нақты ақшамен емес, сіздің шотыңыздағы сандармен операция жасай отырып) досыңыздың шотына аудара аласыз. Бұл банктің сізге төлеуге тиісті 5 000 теңгені сіздің талабыңыз бойынша досыңызға беруін білдіреді, яғни енді банк аталған соманы сізге емес, оған төлеуге міндетті.

Қолма-қол ақшасыз төлемдер қолма-қол ақшаға қарағанда ыңғайлы, өйткені олар жеке адамдардың қатысуынсыз тауарлар мен қызметтерді төлеуге мүмкіндік береді, яғни әлдеқайда жылдам. Қандай да бір қазақстандық компания Қытайда тауар сатып алғанын елестетіп көрейік. Оны төлеу үшін ол Қытай компаниясының шотына қолма-қол ақшасыз төлеммен ақша аударды. Содан кейін ол өз тауарларын Қазақстанда сата бастады, сатып алушы оны қолма-қол ақшасыз төлем жасап сатып алды. Тауар қозғалысының барлық тізбегі — өндірушіден жеткізушіге дейін, содан кейін сатып алушыға дейін мәмілеге қатысқан тұлғалардың банктік шоттарындағы сандар жазбаларын өзгерту есебінен нақты ақшаны пайдаланбай жасалды.

Бұдан басқа, қолма-қол ақшаны басып шығару қағазға, бояуға, су белгілерін басу технологиясына, оларды басып шығаратын қызметкерлердің, ғимарат нысандарын күзетушілердің жалақысына, басылған банкноттарды банкілерге тасымалдағаны үшін жүргізушілерге және т.б. жұмсалатын шығындармен байланысты.

Қолма-қол ақшасыз есеп айырысуда чек қолданылады.

***Чек** — чекті пайдаланушы үшін сома көрсетілген кәдімгі қағаз.*

Чек беруші — банкте ақшасы бар, оны еркін пайдалана алу құқы бар адам.

Чекті пайдаланушы — чек алған адам, ондағы соманы чек берушінің ақшасы сақталған банк төлейді.

Есептік чек — чек берушінің банкке өз есебіндегі ақшаны чекті пайдаланушының есебіне аударуға қатысты талабы көрсетілген құжат.

Кешбэк

> ***Кешбэк** (ағылш. cashback немесе амер. cash back — қолма-қол ақшаны қайтару) — интернет сауда, банк ісі мен ойын бизнесінде қолданылатын термин, ол клиент тарту, оларға ыңғайлы ету мақсатында бонустық бағдарламаның түрін көрсетеді.*

Бөлшек сауда мен интернет саудадағы кешбэк — айырбастауға/қайтаруға берілген уақыт өткен соң клиентке қайтарылатын, кейінге шегерілген жеңілдік.

Банк саласындағы кешбэк — клиенттің пластикалық карта арқылы сатып алуына мүмкіндік беретін ыңғайлы бағдарлама.

Кешбэктің схемасы әдеттегі дисконт схемалары мен жеңілдіктерден бөлек болады. Оны пайдалана отырып, клиент сатушыға бөлшек бағаны төлейді (бұл рет-

те сатушы жариялаған жеңілдіктер мен акциялар ескерілуі мүмкін); клиент сатып алғаны үшін тауар құнының бір бөлігін (бонус) сатушыдан емес, сатып алушыларды шақыратын, жинайтын интернет-дүкен немесе ақылы сайттан алады.

Кешбэк көзі сатушының әр сатып алушы үшін интернет-дүкендегі немесе ақылы сайттағы серіктесіне (аффилиатқа) төлейтін комиссиялық төлемнен құралады. Кешбэк сайттардың иелері сатып алушыларға порталындағы тауарлар мен қызметтерді көрсетіп, ынталандырады да, комиссиялық төлемін бөліседі.

Мәселен, Қазақстанда «Рахмет» мобильдік қосымшасы жұмыс істейді. Айталық, Шымбұлақ тау шаңғы курортына абонемент сатып алу арқылы, сатып алушы сатып алынған соманың 5%-ын кешбэк ретінде алып, оны Traveler's Coffee кофеханасына тапсырысты төлеуге жұмсауына болады. Сатып алушы кешбэкты қолма-қол ақшаға айналдыра алмайды, бірақ «Рахмет» желісіне кіретін компаниялардың тауарлары мен қызметтерін төлеу кезінде үнемдей алады.

2-тапсырма

Қағаз ақша мен электрондық ақшаның қандай ұқсастық, айырмашылықтары бар? «Электрондық ақша» толыққанды валютаға жата ма? Әлде ол қаржы суррогаты ма? Жауаптарыңызды негіздеңіздер.

3-тапсырма

Валютаны алтын емес, басқа валютамен, мысалы, АҚШ долларымен есептеудің артықшылықтары мен кемшіліктері туралы айтып беріңіз. Мұнда қандай қиындықтар кездесуі мүмкін?

Қосымша доллар шығару, купюраның құнсыздануы жергілікті валюта алтынмен емес, АҚШ долларымен есептелетін елдерге қалай әсер етеді?

40-сабақ. Қор нарығы

- Қор нарығының жұмыс істеу механизмін білу.
- Қор нарығына экономикалық циклдердің әсерін білу.
- Құнды қағаздар түрлерінің арасындағы айырмашылықтарын айқындау.

Компания дами отырып, нәтижесінде ірі кәсіпорынға айналып, нарықта белгілі бір көрсеткіштерге ие болады, сарапшылар жоғары бағалайды. Сол кезде компанияны иелену акцияларға бөлінеді (IPO, акциялары алғаш рет жарияланады). Акциялар биржаға түседі де, қалаған адам оған ие болып, компаниядан үлесін алып отыра алады. Осылайша компания бизнесін одан әрі дамыту үшін ақша ала алады. Ал акционерлер компанияның пайдасынан үлесін алып отырады. Акция иелері оларды биржада сата алады. Бизнеске басқа факторлар да әсер етеді. 10$-ға сатып алған акция бір жылдан кейін 100$ тұруы мүмкін. Немесе, керісінше, 1$-ға дейін түсіп, құнсызданып кетуі мүмкін. Бүгінгі сабақта қор биржаларының қалай жұмыс істейтіні туралы сөз қозғаймыз.

Қор нарығы дегеніміз не?

Мұндағы негізгі түйінді сөз — нарық. Нарық болғандықтан, тауар ұсынатын сатушылар және сол тауарды алатын сатып алушылар болады. Қор нарығындағы тауар — құнды қағаздар. Сондықтан қор нарығын «құнды қағаздар нарығы» деп атауға да болады.

Құнды қағазға акция, облигация, вексель, чек, инвестициялық пай, фьючерс пен опциондар жатады.

Акция *(нем. aktie, нидерл. actie, лат. actio — құқық (сотта қорғалуы мүмкін бір нәрсе) — иесінің (акционердің) акционерлік қоғам пайдасының бір бөлігін дивиденд түрінде алу, акционерлік қоғамды басқару, тарап кеткеннен кейін иеленушінің меншігіндегі акция санына байланысты қалған мүліктің бір бөлігіне иелік ету құқын беретін, компанияны иеленуде үлесі бар екенін білдіретін құнды қағаз.*

Облигация *(лат. obligatio «міндеттеме» ; ағылш. bond — ұзақмерзімді, note — қолхат) — борыштық құнды қағаз; оның иесі облигацияны шығарған адамнан (облигация эмитенті) келісілген мерзімде оның номиналды құнын ақшалай не балама түрінде затпен ала алады. Сондай-ақ облигацияның иесі (пайдаланушы) атаулы құнынан өсім (купон) ала алады немесе өзге де мүлікке ие бола алады.*

Вексель *(нем. wechsel) — вексель берілген адамға (вексельді пайдаланушыға) борышкерден вексельде көрсетілген соманы алуға құқық беретін, қатаң үлгіде ресімделген құнды қағаз.*

Инвестициялық пай *— иесінің меншік құқығында үлесі бар екенін білдіретін, пай инвестициялық қорын құрайтын, атаулы құнды қағаз.*

Фьючерс *(ағылш. futures contract немесе ағылш. futures, фьючерстік келісімшарт немесе фьючерстік шарт) — базалық активті (тауар, құнды қағаз және т.б.) сатып алу-сату биржасындағы туынды қаржы құралы (келісімшарт), фьючерс жасасқан тараптар (сатушы мен сатып алушы) бағасы, жеткізу мерзімі туралы ғана уағдаласады.*

Опцион *(лат. optio — таңдау, тілек, қалау) — шарт; шарт бойынша, опционды сатып алушы (базалық актив — тауар, құнды қағаздың әлеуетті сатып алушысы немесе әлеуетті сатушысы) болашақта не белгілі бір уақыт аралығында алдын ала келісілген бағамен активті сатып алу немесе сату құқын иеленеді (бірақ міндеттелмейді). Опционды сатушы шарт талаптарына сәйкес активті тиісінше сатуға немесе опционды сатып алушыдан сатып алуға міндеттеледі.*

Қор нарығы ақша экономиканың бір секторынан екіншісіне өтуін қамтамасыз етеді.

Түсінікті болу үшін қарапайым мысал келтірейік. Белгілі бір тауарды өндіретін компанияға өндірісін жалғастыру үшін ақша аздық етеді. Ақша табу үшін кәсіпорын өз атынан қор нарығына қандай да бір құнды қағазды шығарады.



Осы кезде қажет ақша сомасы бар басқа компания ол қағаздарды сатып алады. Осылайша, капитал кәсіпорындар мен салалар арасында қайта бөлінеді.

Қор нарығының қатысушылары:

- құнды қағазды нарыққа шығаратын (шығаратын) эмитенттер;
- құнды қағаздарды сатып алушы инвесторлар;

- нарықтың кәсіби қатысушылары — жеке тұлғалар мен компаниялар қатыса алады. Олар қор нарығында дилер, брокер, трейдер т.с.с. болып қызмет етеді.

Дилер *(ағылш. dealer «саудагер») — өз атынан, өз есебінен құнды қағаздармен операция жасайтын құнды қағаз нарығының кәсіби қатысушысы.*

Брокер *— клиенттің тапсырмасы бойынша, соның есебінен немесе өз атынан, клиентпен ақылы шарт жасасу арқылы клиенттің есебінен құнды қағазбен операция жасайтын сауда өкілі, заңды тұлға, құнды қағаз нарығының кәсіби қатысушысы.*

Трейдер *(ағылш. trader «саудагер») — өз еркімен жұмыс істейтін, саудадан пайда табуға тырысатын саудагер.*

Олар немен айналысатынын қарапайым тілмен түсіндіріп көрейік. Инвесторлардан айырмашылығы — олар құнды қағаз сатып алмайды, өз клиенттерінің тапсырмасы бойынша сауда-саттыққа қатысады. Яғни олар делдалға ұқсайды.

Олар қор нарығында белгілі бір операцияларды жасау арқылы клиенттің капиталын көбейтуді мақсат етеді. Іс жүзінде олар «арзанға сатып алып, қымбатқа сату» арқылы делдалдық қызметпен айналысады.

Олар жұмысы үшін сауда-саттықтағы табыстың өсімінен ақшалай алады. Сонымен қатар қор биржасында жұмыс істеу үшін олар құзыреттілігін растап, лицензия алулары керек.

Лицензияны мамандандырылған мемлекеттік құрылым береді. Лицензия әркімге беріле салмайды, қандай да бір ақау, тәртіпбұзушылық орын алған жағдайда лицензияны алып қояды. Сол себепті қор нарығында алаяқтар жұмыс істей алмайды, кім болса да, лицензиясынан айырылып қалмауға тырысады.

Қор нарықтарын жіктеу

Қор нарықтары екі түрлі болады: бастапқы және қайталама.

Бастапқы нарық — жаңа шыққан құнды қағаздар сатылатын нарық.

Қайталама нарық — бұрын шыққан, бастапқы нарықта сатып алынған құнды қағаздар саудасы.

Яғни бастапқы нарықта сатып алушы тауарды эмитенттің өзінен (өндірушіден) алса, қайталама нарықта қайта сатып алушыдан (делдалдан) алады.

Әлемдегі негізгі қор биржалары

6-кесте. Әлемдегі негізгі қор биржалары

Қор биржасы	Аймақ
New York Stock Exchange	Нью-Йорк, АҚШ
NASDAQ	Нью-Йорк, АҚШ
London Stock Exchange	Лондон, Ұлыбритания
Borsa Italiana	Милан, Италия
Japan Exchange Group	Токио, Жапония
Hong Kong	Гонконг
Frankfurt Exchange	Франкфурт, Германия
Shanghai stock exchange	Шанхай, Қытай
Euronext	Амстердам, Нидерланд

Қор нарығының қызметі

Қор нарығының мәні мен қызметі басқа нарықтардан көп ерекшеленбейді. Нарық — сатушылар мен сатып алушылар кездесетін орын.

Сатып алушылар мен сатушылар кездескен кезде, сатып алушылар ұсынылған көптеген тауар ішінен өзіне қажеттісін таңдайды. Осылайша, мәміле жасалған соң, нарық барлық капиталды (бағалы қағаздар сатып алуға кеткен қаражаттарды) шоғырландырады.

Содан кейін жинақталған капитал бір кәсіпорыннан басқасына өту арқылы экономиканың түрлі салалары арасында бөлінеді.

Қор нарығы арқылы шетел капиталын да тартуға болады. Мәселен, егер қазақстандық нарықта тиімді және болашағы зор компания пайда болса, онда ол өз дамуы үшін қазақстандық нарықта пайдаланылатын шетел инвесторларының ақшасын тарта алады.

Осылайша, ол тек шетел капиталын тартқан компанияға ғана емес, сонымен қатар жаңадан құрылатын жұмыс орындарына үміткер Қазақстан тұрғындарына да тиімді. Компания жұмыс жасайтын елдің немесе сол өңірдің бюджеті де ұтыста болады, өйткені компания қызметінен салықтар көптеп түсе бастайды.

Құнды қағаздармен сауда қалай жүргізіледі?

Қор нарығындағы сауда-саттықты ұйымдастырушылардың орны ерекше. Солардың арқасында құнды қағаздардың саудасы қызады. Әдетте, сауда-саттықты қор биржасы ұйымдастырады.

Егер сізде бос ақша қаражаты болып, оны банк депозитіне салудың орнына, қандай да бір компанияның акциясын сатып алып пайда тапқыңыз келсе, онда қор биржасының көмегінсіз, өз бетіңізше ештеңе істей алмайсыз.

Біріншіден, лицензияңыз болуы керек; ол үшін арнайы оқу керек.

Екіншіден, биржадағы сауда-саттыққа қатысу үшін жарна төлеуіңіз керек.

Үшіншіден, арнайы бағдарламаңыз болуы керек, ол да өте қымбат тұрады.

Сіздің атыңыздан биржада сауда-саттықты бастау үшін брокерге жүгінуіңізге тура келеді.

1-тапсырма

Төмендегі мәтінді оқып шығыңыз. Брокерлік компанияға сенім білдірмес бұрын не істеу керек? Кемінде 5 тармақтан тұратын жоспар құрыңыз.

Астана қаласындағы Ішкі істер департаменті алаяқтыққа қатысы бар деген күдікпен «Teletrade Central Asia» ЖШС қызметкерлеріне қатысты қылмыстық істі тергеуде деп хабарлайды Kazpravda.kz.

«Астаналық ІІД Тергеу басқармасы «Teletrade Central Asia» ЖШС қызметкерлеріне қатысты ҚР ҚК 190-бабы (аса ірі көлемдегі алаяқтық) бойынша сотқа дейінгі тергеу жүргізуде, олар «2014-2016 жылдар аралығында «Forex» әлемдік қор нарығында брокерлік, трейдерлік қызмет көрсетілді» деген желеумен Астана қаласы мен басқа да өңірлердің тұрғындарының ақшасын жымқырған», — делінген хабарламада.

Тергеу материалдары бойынша жәбірленушілер бүкіл Қазақстандағы инвесторлар ретінде «Teletrade Central Asia» ЖШС компаниясының трейдерлерімен сауда операцияларын жүргізуге қатысты келісімшарт жасасқан, интернет арқылы биржада виртуалды сауда жасаған трейдерлерге өздерінің жеке есепшоттарының парольдерін берген. Кейін инвесторларға «Forex» нарығындағы конъюнктураның күрделі екенін айтып, олар шығынға ұшырағанын хабарлаған.

Жәбірленушілер «кәсіби трейдерлердің» қордың биржалық нарығында жұмыс істеуі үшін өз жинақтарын бере отырып, біраз мәселе бойынша күдіктенді:

1) *олардың «Forex» биржасында валютаны сатып алу не сату туралы талаптары шын мәнінде нарыққа жеткізіліп, іске асырылғанын растайтын құжаттың болмауы. Трейдер электрондық платформада көзбояушылықпен айналысып, нақты биржада ештеңе істемеуі де мүмкін;*
2) *трейдер өз қоржынын толтыру мақсатымен шотты өзі пайдаланып кетуге тырысып, ұтылып қалғандай етіп көрсетуі мүмкін. Себебі мәміледен ешқандай пайда түспейтінін алдын ала біліп, алдауы мүмкін.*

2-тапсырма

Қор биржаларының орналасқан жерін анықтаңыз. Не себепті құнды қағаздарды сату/сатып алуда Америка биржасы басымдыққа ие болып отырғанын дәлелдеңіз.

41-сабақ. Қор нарығы

- Қор нарығының жұмыс істеу механизмін білу.
- Қор нарығына экономикалық циклдердің әсерін білу.
- Құнды қағаздар түрлерінің арасындағы айырмашылықтарын айқындау.

Бүгінгі сабақта қор нарығы туралы әңгімемізді жалғастырамыз. Атап айтқанда, Қазақстан қор биржасы (KASE) қалай жұмыс істейтінін қарастырамыз.

KASE

Қазақстан қор биржасы (Kazakhstan Stock Exchange — KASE) — штаб-пәтері Алматы қаласында орналасқан қор биржасы, акция нарығын шоғырландыру бойынша (яғни биржада саудаға түсетін барлық акцияның құны бойынша) ТМД биржаларының арасында екінші орын алады. Биржа 1993 жылы құрылды.

1993 жылдың 15 қарашасында Қазақстанда ұлттық валюта — теңге айналымға енгізілді. Екі күннен кейін — 1993 жылдың 17 қарашасында Қазақстан Республикасының Ұлттық банкі мен Қазақстандағы 23 жетекші коммерциялық банк валюта биржасын құру туралы шешім қабылдады. Жаңа биржа теңгенің енгізілуіне байланысты ұлттық валюта нарығын ұйымдастырып, дамытуды мақсат етті.

Бүгінгі таңда биржа акционерлік қоғамның ұйымдастыру-құқықтық нысанында жұмыс істейтін коммерциялық ұйымға айналды.

KASE-те үш санат бар: «валюта», «қор», «дериватив». Қаржы құралдарын таңдауына қарай ұйым KASE санаттарына («валюта», «қор», «дериватив») мүше бола алады. Қатарынан екі не үш санаттың мүшесі болуға да болады.

Дериватив *(ағылш. derivative) — шарт (келісімшарт); соның негізінде тараптар базалық активке қатысты іс-әрекетті орындауға құқылы немесе міндетті болады.*

Әдетте, сатып алу, сату, ұсыну, тауар не құнды қағаз алу мүмкіндігіне ие болады. Сатып алу/сату келісімшартымен салыстырғанда, дериватив формальды, стандартты болып келеді. Бастапқыда тараптардың бірі ғана осы келісімшартты сата алады, яғни құнды қағазға жатады.

2018 жылғы 1 қазандағы күйі бойынша, 53 кәсіби қатысушы KASE мүшесі болды.

KASE:

- әлемдік қор нарығының бүкіл биржа айналымы шоғырланған, әлемнің 60-тан астам биржасын біріктіретін Дүниежүзілік биржалар федерациясының (WFE) мүшесі;
- Еуропа мен Азияның дамушы қор нарықтарында жұмыс істейтін биржа индустриясының 50-ге жуық кәсіби ұйымын біріктіретін Еуразия қор биржалары федерациясының (FEAS) мүшесі;
- ТМД-ның 9 елінің 20 шақты ұйымын біріктіретін Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығы елдерінің Халықаралық биржалар қауымдастығының мүшесі;
- әлемдегі ірі биржалар, банктер, брокерлік және инвестициялық компаниялар, жетекші ақпарат агенттіктерінен құралған 200-ден астам мүшесі бар, қаржы ақпаратын таратушылар мен тұтынушылар халықаралық қауымдастығының (SIIA / FISD) мүшесі;
- Қазақстан Республикасының қаржы нарығындағы ең ірі кәсіби бірлестік — Қазақстан қаржыгерлер қауымдастығының (ҚҚҚ) мүшесі;
- Ислам Ынтымақтастығы Ұйымының (ИЫҰ) компаниялары мен институттарының өкілдері арасында халықаралық ынтымақтастыққа қатысты мәселені талқылайтын платформа — Ислам Ынтымақтастығы Ұйымы (ИЫҰ) елдерінің биржалық форумының қатысушысы.

KASE нарығы

KASE:

- құнды қағаз (акция, пай, корпоративтік облигация, мемлекеттік құнды қағаздарды қоса есептегенде);
- шетелдік валюта;
- ақша;
- дериватив нарықтарында қызмет етеді.

1-тапсырма

Төмендегі мәтінді оқып шығыңыз. Оқып шыққан соң Kase.kz сайтының деректерінде берілген тізімдегі компаниялардың бірін таңдап алыңыз. Оның акцияларына ақша салар ма едіңіз? Не себепті? Жауабыңызды дәйектеңіз (IPO, SPO — акцияларды бастапқы және қайталама жариялау).

7-кесте. KASE-тегі компаниялардың IPO және SPO туралы деректері

IPO және SPO							
Коды	**Компания**	**Мерзімі**	**Бағасы, KZT**	**Акция-лар, дана**	**Көлемі, млн KZT**	**Келісім**	**Сұра-ныс, %**
ABBN	Астана банкі	29.06.17	1 150,00	5 652 174	6 500,0	1 798	116,15
BAST	БАСТ	09.03.17	30 500,00	38 886	1 125,0	7	103,10
AKZM	АЗМ	21.07.16	11 177,00	71 577	800,0	1 481	371,90
BAST	БАСТ	08.04.15	21 827,00	18 450	359,6	522	106,07
KEGC	KEGOC	18.12.14	505,00	25 999 999	13 130,0	41 991	127, 01
KZTO	КазТрансОйл	20.12.12	725,00	38 463 559	27 886,1	34 687	213,04
KCEL	Kcell	12.12.12	1 578,68	4 721 907	7 454,4	307	15,52

* соңғы 5 жылдағы деректер

Акциялардың бағасына (бағамына) не әсер етеді?

Әрине, іске жаңа кіріскен инвестор не трейдер акцияның бағасына не ықпал ететіні туралы көп ойланады. Курстың не себепті өзгеретінін біліп алған соң қалай өзгеретінін болжауға болады. Сол арқылы әр істің алдын алып, уақытында сатып алуға не сатып жіберуге болады.

Акциялардың бағасына ықпал ететін факторлар:

1. Шетелдік және әлемдік биржалардағы жағдай, әлемдік қор индекстері.

2. Мемлекеттің саясаты:

- *орталық банктің қайта қаржыландыру мөлшерлемесі (яғни несиенің қандай пайызбен берілетіні);*
- *мемлекеттің кәсіпорындарды қолдап, қарыз, жеңілдік беруі;*
- *мемлекеттік тапсырыстар;*
- *экономикадан тыс саяси ахуал.*

Саясат пен экономика тығыз байланысты. Елде саяси жағдай ушығып, саяси тұрақсыздық орын алса, шетелдік капиталды тарту оңайға түспейді. Себебі шетелдік инвесторлар ақшасынан айырылып қалудан қорқып, тәуекел ете бермейді.

3. Мұнай бағасы. Мұнайға фьючерс көтерілген бойда мұнай-газ саласындағы алыптар бағаны шарықтатып жібереді, сондықтан биржа индекстері де бірден өсіп кетеді.

4. Соңғы тұтынушының мінез-құлқы, іс-қимылы. Жыл сайын «жаңажылдық ралли» болады: желтоқсан айының соңында акциялардың курсы қарыштап өсіп кетеді. Себебі жаңа жыл қарсаңында сыйлық, азық-түлік, саяхатқа сұраныс артады. Осы кезде компаниялар көп пайда түсіреді, акция бағамдары да өседі.

5. Мемлекеттік не жеке кәсіпорындардың статистиканы жариялауы.

Инвесторлардың көңіл күйіне кәсіпорындардың кірісі мен шығыны туралы есептер де әсер етеді. Әрине, кәсіпорынның тасы өрге домалап, табысқа кенеліп тұрса, акциялары да өседі. Инвесторлар оларға ақша салуға мүдделі болады.

6. Сарапшылардың нарықтың болашақтағы дамуы туралы пікірлері жағдайды сипаттап қана қоймай, солай болуына ықпал етеді.

Танымал сарапшы қандай да бір активтің өсетіні жайында айтып, ол сөзі көпшілікке тарайтын болса, беделді аналитиктің сөзіне сенген инвесторлар оларды сатып алуға тырысады, нәтижесінде шынымен де сол активтер қымбаттайды.

7. Кейде нарық себепсізден себепсіз (бірде-бір есеп жарияланбаса да, сарапшылар ешқандай ақпарат бермесе де, мемлекеттің саясаты өзгермесе де) өсіп не құлдырап кетуі мүмкін. Яғни нарықтағы ірі ойыншылар алыпсатарлықпен айналысып, жаппай сатып алу не сатып жіберу арқылы акциялардың бағасын қолдан көтерулері не түсіріп жіберулері мүмкін.

2-тапсырма

Вексель мен облигацияның қандай айырмашылығы бар? Алдыңғы екі сабақ пен интернеттегі ақпаратты пайдалана отырып, жауап беріңіздер.

Экономикалық циклдер[1]

Экономикалық цикл *— іскерлік белсенділік деңгейінің экономикалық бір экономикалық құлдыраудың басталуынан екіншісінің басталуына дейінгі кезеңді білдіретін термин.* Іскерлік белсенділік циклінде төрт фазасы болады. Олар: өрлеу (шыңы), құлдырау, тоқырау немесе төменгі нүктесі, жандану.

Іскерлік белсенділіктің шарықтау шегі немесе шыңы — экономикалық өрлеудің «жоғары нүктесі». Бұл нүктеде жұмыссыздық азаяды, экономика барынша қарқынды дамиды, яғни елдегі барлық дерлік капитал да, еңбек ресурстары да іске қосылады.

Өндіріс көлемі қысқарып, іскерлік белсенділік бәсеңдеген кез құлдырау деп аталады. Әдетте, бұл кезде жұмыссыздық көбейеді. Экономистердің көпшілігі іскерлік белсенділік алты ай бойы бәсеңдеген кезді ғана ресми экономикалық құлдырау немесе рецессияға жатқызуға болатынын айтады.

Экономикалық циклдің ең төменгі нүктесінде (тоқырау) өндіріс тоқтап, тұрғындар жұмыспен қамтылмайды. Әдетте, құлдырау циклінің бұл сатысы ұзаққа созылмайды. Дегенмен олай болмаған кездер де болған. Мысалы, 1930

[1] Хансен Э.-Х. Экономические циклы и национальный доход. — М.: Финансовая Академия, 2008. — 466 с.

жылдары іскерлік белсенділік жиі ауытқығанмен, депрессия он шақты жылға созылды.

Циклдің ең төменгі нүктесіне жеткеннен кейін жандану фазасы басталады, бұл кезде тұрғындар жұмыспен қамтылып, өндіріс өсе бастайды.

Экономикалық циклден бөлек, ел экономикасына әсер ететін тағы басқа да факторлар бар. Мысалы, маусымдық тербелістер: Жаңа жылдың алдында бөлшек сауда саласында адамдар мейрамға сыйлықтар мен азық-түлікті көптеп алып, сатып алушылардың іскерлік белсенділігі арта бастайды. Маусымдық тербелістер ауылшаруашылығында да, автокөлік өнеркәсібінде де және экономиканың тағы басқа салаларында болып тұрады. Жыл мезгілдері, мерекелер және адамдардың маусымдық әдеттері бизнестің іскерлік белсенділігінің өзгерісіне әсер етеді.

Ел экономикалық циклдің қай стадиясында екенін анықтау үшін өндіріс көлеміне назар аударуға болады. Өндіріс көлемі жалпы ішкі өніммен (ЖІӨ), яғни бір жылда ел экономикасында өндірілген барлық өнім мен қызмет көрсетудің құнымен өлшенеді. Мұнда ЖІӨ мәніне емес, оның өсіміне көңіл аудару керек, яғни өсу қарқыны жоғары болған сайын, соғұрлым ел экономикалық өрлеу деңгейіне жақын болады. Егер ЖІӨ деңгейінің өсу қарқыны теріс мәнге ие болса (яғни өткен жылмен салыстырғанда елдегі жыл сайынғы өндірілетін тауар мен қызмет көрсетулер азайса), онда экономика құлдырауды бастан кешіріп жатыр деп айтуға болады.

Экономикалық циклдердің әсері

Экономикадағы құлдыраудан қысқамерзімді пайдаланатын тауарларын өндірушілер мен сатушылар аз зардап шегеді, себебі халықтың ақшасы аз болса да, азық-түлікті, тазалау құралдарын, балалар киімдерін сатып алуды тоқтатпайды. Атап айтқанда, ломбардтар мен банкроттыққа маманданған заңгерлердің қызметіне сұраныс артады. Өндіріс құралдары мен ұзақ уақыт пайдаланылатын тұтыну тауарларын шығаратын фирмалар экономикадағы құлдырауға төтеп бере алмай жатады. Бұл салалар құлдырау кезінде қаншалық зардап шексе, экономикалық өрлеуде бірден аяғынан қаз тұрып, дамып кетеді.

Экономика құлдыраған кезде күрделі жабдықты сатып алу кейінге қалдырылуы мүмкін; ондай кезде өндірушілер жаңа мәшинелер мен жабдықтар сатып алудан, жаңа ғимарат салудан бас тартып жатады. Экономикалық құлдырау ұзаққа созылған жағдайда фирмалар жаңа жабдық сатып алу үшін қомақты қаржы жұмсағаннан гөрі ескі жабдықты жөндеп, жаңғыртуға тырысады.

Соған байланысты экономикалық құлдырау кезеңінде өндірістік мақсаттағы тауарларға қаржы (инвестиция) бөлінбейді. Сондай-ақ көп уақыт пайдаланылатын тұтыну тауарларының өндірісі де тежеледі. Азық-түлік, киім-кешек сияқты күнделікті қажеттіліктермен салыстырғанда сәнді автомобиль, қымбат тұрмыстық техниканы кейін, тұрмыс жағдайы жақсарған кезде алуға болады.

Экономикалық құлдырау кезеңінде адамдар көбінесе көп уақыт пайдаланылатын тұтыну тауарларын жөндеп алып, пайдалана беруге тырысады. Әрине, бұл кезде азық-түлік, киім-кешектің сатылымы да біршама шектелгенмен, көп уақыт пайдаланылатын тұтыну тауарларымен салыстырғанда олар біршама өтімді болады.

Өндіріс құралдары мен көп уақыт пайдаланылатын тұтыну тауарларын шығаратын салаларда монополиялық билік орнағандықтан, осы тауарлардың нарықтарында ат төбеліндей ірі фирмалар ғана үстемдік етеді. Экономикалық құлдырау кезінде сұраныстың төмендегенін ескеріп, олар өндірісті азайтқанмен, бұрынғы бағасын сақтап қалады. Соның салдарынан сұраныстың азаюына байланысты өндіріс тоқтап, жұмыссыздық көбейгенмен, баға сол қалпында қала береді. Ал аз уақыт пайдаланылатын тауарларды шығаратын салалар сұраныстың азаюына байланысты бағасын түсіріп, арзандатады. Себебі бірде-бір фирманың монополиялық билігі жоқ, сондықтан үстемдік ете алмайды.

Ауытқу себептері

Іскерлік белсенділік циклі кәсіпорындар үшін де, үкімет үшін де, халық үшін де өте маңызды, экономикалық құлдырау мен өсу мәселесі қай кезде де өте өзекті. Экономикалық өрлеу мен құлдыраудың себебін экономистер түрліше сипаттайды. Бірқатар зерттеушілер экономикадағы өрлеуді жаңалықтармен байланыстыра келіп (теміржолдың пайда болуы, синтетикалық материалдың жасалуы т.с.с.), экономикада құлдырау, ғылымдағы тоқырау, дағдарыстың салдарынан болатынын ескертеді.

Бірқатар зерттеушілер экономикалық ауытқудың себептерін соғыс пен оның салдарымен байланыстырады. Экономистердің тағы бір тобы экономикалық цикл ақша-несие саласындағы өзгерістерге байланысты болатынын айтады. Мысалы, қолма-қол ақша, несие құралдарын қамтитын қаржы көлемін арттыру экономикаға серпін береді, ал қаржының азаюы қарқынын тежейді. Тарихқа жүгінсек, іскерлік белсенділік циклі көбінесе қаржы көлемінің ауытқуына тәуелді болады.

42-сабақ. Жеке бюджетті басқару

- Жеке бюджетті басқарудың негізін түсіну.
- Жеке бюджетті басқару құралдарын қолдану.

Бүгін біз жеке қаржы, қаржыны жоспарлау, бюджет жайында сөз қозғаймыз. Әрине, бұл ұғымдар сіздерге бұрыннан таныс болуы керек. Күнделікті өмірде не үшін қажет екенін түсіну үшін әрқайсысына арнайы тоқталайық.

Сонымен, ***жеке қаржы*** — *қысқамерзімді немесе ұзақмерзімді мақсаттарыңызға қол жеткізу үшін жұмсайтын барлық ақшаңыз.*

Қазіргі кезде жеке қаржыңыздың негізгі бөлігі ата-анаңыздың күнделікті қажеттілікке берген ақшасынан құралады.

Қаржыңыз:

1) ата-анаңыздың күнделікті беретін ақшасынан;

2) ата-анаңыздан сұрап алған ақшаңыздан;

3) қандай да бір зат сатып алған соң қайтарған ақшадан;

4) туыстардың берген ақшасынан;

5) өзіңіздің тапқан ақшаңыздан;

6) ата-анаңызға айтпастан өзіңіз үйден алған ақшадан құралуы мүмкін.

Ата-анаңыздың күнделікті беретін ақшасынан (ата-анаңыз ол ақшаны есеппен беруі де мүмкін) басқа ақшаңыз болмауы да мүмкін. Сонда да біраз қаржы жинағы мен қаржы көздері бар деп есептейік.

1-тапсырма

Нұрлан 11-сыныпта оқиды. Ата-анасы Нұрланның тамағына, жолына, шоколад, шырын, сағыз т.с.с. ұсақ-түйек үшін ай сайын 20 000 теңге беріп тұрады. Нұрлан күн сайын достарымен дүкенге барып, шырын мен шоколад сатып алады, кейде достарына да әпереді. Нұрлан ай сайын беретін ақшадан бөлек кейде киноға, достарының туған күнінде сыйлық алу үшін қосымша ақша сұрайды. Шамамен ай сайын 10-20 000 теңгедей ақша алады.

Нұрлан аптасына 3 рет ағылшын тілі сабағына қатысады. Әр сабақтан кейін ол самса не тоқаш сатып алады, жақсы көретін журналын алады. Нұрлан ата-анасының ай сайын дағдылы түрде беретін ақшасын жеткізе алмайды, сондықтан қосымша ақша сұрап алады.

Нұрланның ата-анасы берген ақшасының бәрін есептеп отырады. Сондықтан қосымша ақша сұраған кезде ренжиді. Ақша есептеулі

болғандықтан, өздерінің керегіне жұмсау үшін сақтап жүрген ақшаларынан беруге мәжбүр болады.

1) Сіз бұған қатысты не дейсіз?
2) Мұндай жағдай жиі кездесе ме?
3) Мұның дұрыс, теріс жақтары қандай?
4) Нұрланға, оның ата-анасына қандай кеңес берер едіңіз?

Жаңа ғана Нұрланға, ата-анасына ақыл-кеңесіңізді айттыңыз. Енді ол үшін не істеу керектігін ойланайық. Сонымен, бюджет дегеніміз не?

2-тапсырма

Бюджетті қалай түсінесіз және оған анықтама беріңіз.

Бюджетті орындау табысты болу үшін белгілі бір ережелерді сақтау керек.

3-тапсырма

Екі топқа бөлініңіздер. Бір топ бюджеттің кіріс жоспары неден құралатыны туралы ойларын ортаға салсын. Табыс тұрақты, тұрақсыз, мерзімді, маусымдық, уақытша болатынын ескеріңіздер. Сондай-ақ болуы мүмкін табыс көздері де қаперлеріңізде болсын.

Екінші топ қандай шығындар болуы мүмкін екені туралы ойларын айтсын. Ай сайынғы төлемдерді, әр кезде біраз дүние сатып алуға тура келетінін, маусым ауысқан сайын алынатын заттарды т.с.с. ескерсін.

Енді өздеріңіздің кірістеріңіз бен шығындарыңызды кестеге түсірейік. Сол арқылы шығын мен кірістің жоспарын жасап, бюджет құрастырамыз.

8-кесте. Бюджет (кірістер мен шығындар) құру кестесі

Бюджет	
Кіріс	**Сома**
Ата-анам ай сайын белгілі бір соманы береді	
Ата-анам сұраған кезде ақша береді	
Зат сатып алған соң қайтарған ақша өзімде қалады	
Ақшаны басқа туыстарым да береді	
Өзім табамын	
Барлығы	
Шығын	
Міндетті шығын	

Тамақ	
Көлікке берілетін ақша	
Басқа	
Барлығы	
Ойын-сауыққа жұмсалатын ақша	
Достарымның туған күніне сыйлық алу үшін жұмсалатын ақша	
Кинотеатр т.с.с.	
Барлығы	
Бүкіл шығын	
Жинақ	

4-тапсырма

Бюджет құрудың қаншалық қажеті бар? Кіріс пен шығынды кестеге түсіру қиын ба?

Назар аударыңыздар: бұл кезеңде екі жаңа термин — жинақ, қаржылық мақсат атаулары пайда болды.

5-тапсырма

Қаржыны жоспарлау туралы не білесіз? Сіздің қандай арманыңыз бар?

Алдымен нақтылап алайық: қаржылық мақсат деген атауды ірі шығындарға қатысты қолданамыз. Күнделікті тамақтану, басқа да ұсақ-түйекке жұмсалатын шығын қаржылық мақсатқа жатпайды. Мақсат әртүрлі болуы мүмкін: ол күнделікті қажеттіліктерге де, көлік сатып алуға да қатысты болуы мүмкін. Кей мақсаттар тез арада орындала қалса, енді бірқатары көп уақытты қажет етеді.

Сіз кіріс пен шығынның не екенін білесіз. Бірақ осы уақытқа дейін, негізінен, бір ай, жарты жыл, бір жыл сияқты қысқамерзімді мақсаттарды ғана сөз еттік. Жоспар бір жылдан көп уақытқа құрылса, бюджетте ұзақмерзімді қаржылық мақсат көрсетілуі тиіс.

Қаржылық мақсатты жоспарлау үшін мына кестені пайдалануға болады:

9-кесте. Қаржылық мақсаттарды жоспарлау кестесі

Мақсат (ақшаның не үшін жиналатыны)	Қажет сома	Мерзім	Жинақтау мүмкіндігі

6-тапсырма

Кестеге қаржылық мақсатыңыз туралы жазыңыз. Қаржылық мақсатты жоспарлау үшін қандай ақпарат қажет?

Әр мақсатқа жету үшін айына қанша ақшаны кейінге қалдыруыңыз керек екенін анықтау мақсатында жинаған ақшаңыздан барлық шығынды шегеріп тастағаннан кейін қалатын соманы дәл білуіңіз керек. Бюджет жүргізген кезде адам, әдетте, шығындарының кем дегенде 10%-ын үнемдеуге тырысады, шығындарды жоспарламаса, ақшаны босқа ысырап етіп жіберуі мүмкін.

Қағазға жазылған мақсаттар шындыққа айналуы үшін белгілі бір қағидаларды басшылыққа алу қажет. Бүгінгі сабақта олардың біразы аталды.



1. Ай сайын бюджет жасап алыңыз да, соны сақтауға тырысыңыз.
2. Шығындарды есептеп жүріңіз.
3. Шығын жоспарланғаннан асып кеткен жағдайда сарап-тап, нақтылаңыз.
4. Барлық шығын шегерілгеннен кейін қалған соманы емес, бюджетте жоспарланған соманы кейінге қалдырыңыз.
5. Қаржылық мақсатты дұрыс жоспарлаңыз: қанша ақша, қай кезде керек екенін, қанша үнемдеуге болатынын ескеріңіз.
6. Мақсатыңызды қайта қарап, маңызын, орындалу мүмкіндігін сарапқа салыңыз.
7. Табандылық танытып, өміріңізді бүгіннен бастап жоспарлаңыз.

43-сабақ. Жеке бюджетті басқару

- Жеке бюджетті басқарудың негізін түсіну.
- Жеке бюджетті басқару құралдарын қолдану.

Өткен сабақта жеке бюджетті қалай басқаруға болатынын білдіңіздер, жеке қаржы жоспарының құрылымымен таныстыңыздар. Бүгінгі сабақта сарапшылардың қаржылық жоспарлау туралы кеңестеріне негізделген жеке бюджетті жүргізуге қатысты нақты ұсыныстармен таныса аласыздар.

Пәтер мен автокөліктің құны

Ең қымбат автокөліктің бағасы 12 айдағы табыс мөлшерінен құралуы керек. Егер айына 200 мың теңге жинасаңыз, мәшинеңің бағасы 2 400 000 теңгеден аспауы керек. Мұндай автокөлік ыңғайлы болумен қатар, ақшадан да таршылық көрсетпейді. Одан қымбат болса, сатып алуға шамаңыз жетпейді.

Тұрғын үй отбасы мүшелерінің 4 жылдағы табысынан аспауы керек. Егер 200 мың теңге алатын болсаңыз, екі адам айына 400 мың теңге жинай алады. 4 жылда табыс 19 200 000 теңгеге жетеді. Бұл ақшаға пәтер сатып алуға болады.

Кез келген адам аяқастынан қандай да бір жағдай (форс-мажор) орын алған кезде жұмсауға болатын резервті сақтауы қажет. Резервтің ең аз мөлшері 6 айдағы кіріс болуы тиіс. Ең тиімдісі — 1 жыл ішіндегі табыс.

Мұндай резерв болған жағдайда уақытша қиындықтарға мойымай, оңай құтыласыз, қажет болған жағдайда мамандығыңызды ауыстырып алуыңызға болады.

Шығынды бақылап, қалай үнемдеуге болады?

Әдетте, көп ақша басы артық, қажетсіз шығындарға жұмсалады. Күніне 500 теңгеге кофе сатып алып ішсеңіз, айына 15 мың теңге, жылына 180 мың теңге шығындайсыз. Сондықтан шығынды бақылау арқылы біраз үнемдеуге болады, яғни ақшаны орнымен жұмсап, керек затыңызды алу үшін жинай аласыз.

Шығындарды былайша жіктеген жөн:

- Ең аз дегенде табыстың 10%-ын *жинақтаңыз*. Бұл ақшаны кейінге қалдырып, банк шотына тапсырыңыз.
- *Төлем, телефон, интернет шығындары.* Қаласаңыз да, қаламасаңыз да, төлеуіңіз керек. Сондықтан бірден төлеп тастағаныңыз жөн.

- *Тамаққа кететін ақша.* Оған да ақша бөліп, қалай жұмсалып жатқанын қадағалап отыру керек. Мысалы, тамаққа айына 40 000 теңге жұмсауды жоспарласаңыз, аптасына 10 000 теңгеден артық жұмсамауыңыз керек. Әйтпесе алғашқы аптада тым көп жұмсап қойып, кейінгі апталарда аш қалуыңыз немесе бюджеттен ақша алуыңыз мүмкін.
- *Киім-кешекке жұмсалатын ақша.* Киім-кешегіңізді түгендеп, әр заттың бағасын, қанша жыл киетініңізді есептеп қоюға болады. Соны негізге ала отырып, жыл бойына киім-кешекке қанша ақша жұмсайтыныңызды есептеп шығаруға болады.
- *Көлік шығыны.* Автокөлік сақтандыру үшін жұмсалатын ақшаны алдын ала бөлек қойып, жөндеу, сервиске керек болатын ақшаны арнайы жазып қойған дұрыс. Кейін айына көлігіңіз үшін қанша ақша жұмсайтыныңызды есептеп шығаруыңызға болады.
- *Демалыс, ойын-сауыққа жұмсалатын ақша.* Тез арада ақша жинауыңыз керек болса да, ойын-сауықтан бас тартпаңыз, әйтпесе депрессияға ұшырауыңыз мүмкін.
- *Оқу-білім, біліктілікті арттыру үшін жұмсалатын ақша.* Табысты болу үшін әрдайым біліктілігіңізді арттырып отыруыңыз қажет.
- *Оқыс шығындар мен резерв.* Аяқастынан болып қалатын шығындарды да ескеруіңіз керек. Шамамен табыстың 3-5%-ы болуы керек. Кенеттен бір нәрсе сатып алуыңыз керек болып қалуы мүмкін. Қазақта бұл жөнінде «Түстік өмірің болса, кештік мал жина» дейді.

1-тапсырма

Жұмыс істеп жүрген болыңыз. Салықтарды алып тастағаннан кейінгі алғашқы жалақыңыз 150 000 теңге болды. Осы ақшаны: 1) жинақтау үшін сақталатын ақша; 2) пәтерақы, телефон, интернет үшін жұмсалатын ақша; 3) тамаққа жұмсалатын ақша; 4) киім-кешек алуға жұмсалатын ақша; 5) көлікке кететін ақша; 6) демалыс, ойын-сауық үшін жұмсалатын ақша; 7) оқу-білімге жұмсалатын ақша; 8) аяқасты, күтпеген жерден болатын шығын түрінде жіктеңіз.

Қалай үнемдеуге болады?

Ақша тез жиналғанын қаласаңыз, қалай үнемдеу керегін білуіңіз керек. Мысалы, киім-кешек, демалыс, ойын-сауыққа жұмсалатын ақшадан үнемдеуге болады. Ол үшін жұмсалған ақшаның бәрін жазып жүріп, байыппен талдап отыру керек. Бұл орайда арнайы бағдарламаны пайдаланған жөн.

Бірнеше бағдарламаны (мысалы, Money Lover, Money Manager немесе Zenmoney) қарап шығып, өзіңізге қолайлысын таңдап алыңыз. Бағдарламада

шығынды түрліше бөліп, әрқайсысы қалай жұмсалғанын есептеп, саралап отыруға мүмкіндігіңіз болғаны дұрыс.

Бағдарламада әртүрлі баптарға шығындарды бөлу, әр бап бойынша шығындар статистикасын алу, әртүрлі деректер сүзгілерін пайдалану мүмкіндігі болуы маңызды.

Көлік не басқа да қымбат зат алу үшін ақшаны қалай тез жинауға болады?

Жаңа көлік сатып алу үшін ақшаны тез жинағыңыз келсе, алдымен қай кезде қанша ақша керек болатынын нақтылап алуыңыз керек. Айына қанша ақша қалдырып отыруыңыз керек болатынын анықтап алған соң, қажет мөлшердегі ақшаны жинау үшін қалай үнемдеуге болатынын нақтылаңыз. Ақшаңыз жетпей жатса, сол сомаға жеткізу үшін қосымша ақша табу жолдарын ойластырыңыз.

Қымбат затыңызды өзге жиынтықта не аксессуарсыз сатып алу жағын ойластырыңыз. Мысалы, қымбат автокөлік жиынтығына ақшаңыз жетпесе, қарапайымдау түрін сатып алыңыз, сонда кәдімгідей арзанға шығады. Автокөлік не дүкен сатып алған жағдайда су жаңа автокөліктің орнына ұсталған көлікті немесе жаңадан салынған дүкеннің орнына бұрын қолданыста болған дүкенді алуыңызға болады. Сол арқылы көп шығынға ұрынбайсыз.

2-тапсырма

Не сатып алғыңыз келеді? Мына алгоритмді пайдаланыңыз:

1. Қанша ақша керек екенін анықтап алыңыз.
2. Шығындарыңызды есептеп, айына қанша үнемдеуіңіз керек екенін нақтылаңыз.
3. Қажет соманы жинау үшін неше ай керек болатынын есептеңіз.
4. Ақшаны тезірек жинап алу үшін қай шығынды азайтуға болатынын ойластырыңыз.

Кейде өз ақшамызды жинақтауға аса мән бермейміз. Ақша тауып, жинауға әлі ерте, көп уақытымыз бардай көрінеді. Бұл орайда қаперіңізде болатын нәрсе: өз ақшаңызды өзіңіз жинамасаңыз, басқа адам жинамайды. Адам өз ақшасын жинау қамына неғұрлым ертерек кіріскені дұрыс. Сонда ғана болашағына нық сеніммен қарай алады.

Әдетте, соңғы 2-3 жылдағы өміріміз ешқашан өзгермейтіндей көрінеді. Алайда адам есейген сайын қажеттілік те көбейеді, ақшаны көбірек жұмсауға тура келеді. Көп кешікпей өз керегіңізге, ойын-сауыққа ақшаны өзіңіз табуыңыз керек болады. Бала-шағалы болсаңыз, оларға да ақша бөлуіңіз керек. Үй не пәтер, көлік сатып алғыңыз келеді, отбасымен қыдырмақ боласыз, балабақшаға, мектепке

төлеуіңіз т.с.с. керек болады. Сондықтан ақша жинақтауға ертерек кіріскеніңіз жөн.

Жұмыс істеп, ақша тапқан соң жеке бюджетіңізді қалыптастыру үшін қандай қағидаттарды басшылыққа алу керегін сараптайық.

Қаржы қызметінің үш сценарийі

Әр адам өмірінде қаржы сценарийлерінің бірінде — *кедейлік, жайлылық не байлық* шеңберінде өмір сүреді. Бұл шоттағы ақшаға байланысты емес. «*Кедей*» адам бар ақшасын күнделікті керегіне жұмсайды. Айына қанша ақша табатыны маңызды емес: 100 000 теңге тапса да, 1 млн теңге тапса да, бәрібір. Нәтиже бірдей. Күтпеген жерден экономикалық дағдарыс орын алған жағдайда оны жұмыстан шығарып жіберсе, ауырып қалып, жұмыстан шығып қалса т.с.с. ол тақыр кедейге айналады. Себебі ертеңін ойламастан, тапқан-таянғанының бәрін жоқ қылып отырады.

Жайлылық стратегиясы бойынша, адам ақшасын беталды шашпай, жинайды, пассив табысы болады. Адам ертеңгі күнін ойлап, дағдарысқа тап болған жағдайда, зейнетке шығып, бұрынғыдай көл-көсір ақша таба алмай қалған, мардымсыз зейнетақыға қарап қалған жағдайда күні не болатынын ойлап, алдын ала қам жасайды. Жарты жыл жұмыссыз отырғанда немесе зейнетке шыққан соң дұрыс өмір сүруі үшін қанша ақша керек болатынын ойластырып, ай сайын белгілі бір ақшаны инвестициялап отырады не аз да болса, тұрақты түсіп тұратындай пассив табыс көзін іздейді.

Байлық сценарийі бойынша, адамның активі өте көп болады да, ол ертеңгі күніне алаңдамайды. Дағдарысқа тап болса да, инфляция болса да, жұмыс істей алмай қалса да, ол ақшасыз қалмайды. Ондай адам өте аз: олар бүкіл ғаламшардың 2%-ын ғана құрайды.

Екінің бірі ондай бай бола алмағанымен, «жайлылық» сценарийі бойынша өмір сүруге болады. Ол үшін ақшаңызды дұрыс есептей білуіңіз керек. Аяқастынан лотереядан ұтып алып, қомақты қаржыға ие болған адамдар көп жағдайда ақшаны бейберекет шашып, бұрынғы кедейлігіне қайта оралады. Оған жол бермеу үшін адам нәпсісін тыйып, ақшасын күнделікті қажеттіліктері үшін беталды шаша бермей, жинақтауы керек. Сол баяғы қазақ айтпақшы: «Тарта жесең, тай қалады, қоя жесең, қой қалады, ал қоймай жесең не қалады?» деп үнемдеуді де ұмытпаған жөн.

Экономика мен психология тоғысындағы «гедонистік бейімделу» ұғымын да ұмытпауымыз керек. Лотерея ұтып алып, жаңа көлік сатып алып, қуанышыңыз қойныңызға сыймай жүргенмен, 3 айдан кейін бәрі басылады. Адам қанша қуанса да, 3 айдан кейін сабасына түседі.

3-тапсырма

Төмендегі мәтінді оқып шығыңыз да, қандай да бір зат сатып алғыңыз келгенде қандай уәжге жүгінетініңізді айтып беріңіз. Көрсеқызар болып, көрінген нәрсені сатып ала бермеу үшін не істеу керегін айтып беріңіз.

Не үшін сатып аламыз: бес негізгі себеп

1. Шоппинг — ем

Зерттеушілер бірдеңе сатып алған кезде адамның қанында серотонин — қуаныш гормоны көбейетінін айтады. Депрессия кезінде не күздігүні тұнжырап, жабырқап жүрген кезде жарқ-жұрқ етіп тұрған сауда орталықтары, манекендер, киім сататын жерлер еріксіз көз тартады. Жаңа аяққиім сатып алсаңыз, төбеңіз көкке жеткендей қуана қоймағаныңызбен, біраз уақыт көңіліңіз көтеріліп қалады. Статистикаға жүгінсек, қыз-келіншектердің 90%-дан астамы бірдеңе сатып алу арқылы көңілдерін көтереді. Алайда жадырап жүру үшін қажетсіз дүниеге босқа ақша шаша беретін болсаңыз, күндердің күнінде көрсеқызар шопоголикке айналып кетуіңіз әбден мүмкін.

Бірдеңе сатып алу арқылы адам депрессиядан құтыла алмайды. Керісінше, басқа қиындықтарға тап болуы мүмкін. Керексіз дүниеге босқа ақша жұмсап, несие алуы да мүмкін.

2. Шоппинг арқылы деңгейін көрсету

Louis Vuitton сөмкесі, Vogue көзілдірігі, Calvin Klein белбеуі, iPhone, Converse аяққиімдері, Fred Perry полосы мен MonCler ішігі... Бір қарағанда, жаман емес. Көптеген брендінің өнімі сапалы болады, сондықтан оларды көп жыл пайдалануға болады. Алайда бренділерге тым қызығып, соңына түсіп алуға да болмайды.

Арасында сапалы сөмке, техника, аяққиім сатып алғанның әбестігі жоқ. Алайда Zara мен H&M сияқты масс-маркеттерді айналып өтіп, базарда сауда жасамау, арзанға түсетін «Чистая линия» желісінің сусабындарына көз қырын да салмай қою дұрыс болмайды.

Мүмкіндігіңізді ескермей, қымбат бренд сатып ала беру салдарынан ақшаңыз босқа рәсуа болады, мұндай әрекетіңіз актив әкелмейді, керісінше, пассивке ұрындыруы мүмкін.

3. Шоппинг арқылы өзін-өзі бағалау

Жаңа нәрсе адамға түрлі ой салады. Кейде жаңа көйлек кисек, ісіміз оңға басатындай көрінеді. Жаңа спорттық киім киіп, бәрін таңдай қақтығымыз келеді.

Жаңа киім сатып алу арқылы дәрежемізді көтергіміз келеді. Алайда киіммен көзге түскісі келетін жандар басқалардың ол туралы не ойлайтынын ескермейді. Әрине, киімі арқылы адамның беделі көтерілмейді. Дегенмен «Ағаш көркі —

жапырақ, адам көркі — шүберек» деп, көпшіліктің киімге ерекше мән беретіні де жасырын емес. Сонда да өзін-өзі алдап, шоппингінің соңына түсіп кетуге болмайды.

Өзін көрсету үшін қыруар ақша жұмсап, ай сайын жаңа зат сатып алғанша, сол ақшаны көпшілік алдында сөйлеу дағдыларын қалыптастыратын курстарға беріп, шешен сөйлеу тәсілдерін меңгеріп, сенімділігін нығайтқан жөн.

4. Шоппинг арқылы бала кездегі арманына қол жеткізу

Әдетте, адамдар кезінде қол жеткізе алмай қалған нәрсесіне ие болу үшін сатып алып жатады. Бала кезінде ата-анасы қызыққан нәрселерінің бәрін алып бере алмаған болуы мүмкін. Ақша таба бастаған кезде әдемі киінгіңіз келетіні түсінікті. Жаңа киім сатып алғанда тұрған ештеңе жоқ. Алайда көрсеқызарлыққа салынбау керек. Өткенді ұмыта алмай, әр нәрсеге қызыға берудің қажеті жоқ.

Ақшаны есепсіз жұмсау салдарынан керек дүние сатып алу не инвестициялау үшін жинақтап жүрген қаржыңыздан жұрдай болуыңыз мүмкін.



5. Шоппинг арқылы өмірін бақылау

Жалақы алған бойда не несие карточкасын аштырған бойда дүкенге барсаңыз, бүкіл тағдырыңыз өз қолыңызда тұрғандай сезінуіңіз мүмкін. Еркінсініп, ақшаңызды оңды-солды жұмсап, қалағаныңыздың бәрін сатып алу арқылы өміріңізді қайта бастағыңыз келеді.

Бұл — мүмкін емес нәрсе! Қиялыңызға ерік беру арқылы керексіз нәрсеге босқа шашылып, ақшаңызды рәсуа етіп алуыңыз мүмкін.

Сондықтан талап-тілегіңізді бақылап, тежеп отырғаныңыз абзал.

Сонымен, қорыта келе айтарымыз: жеке бюджетіңізді құрған кезде кіріс пен шығынды ескеруіңіз керек. Ой елегінен өткізу үшін жазып жүру керек. Дәптерге не мобильді қосымшаға жазып жүру арқылы ақшаны босқа ысырап етпей, бюджет қалыптастырасыз, қарыздарыңызды ұмытпай, төлемдеріңізді уақытылы жауып жүресіз.

4-тапсырма

Келесі айда ақшаңызды қалай жұмсайтыныңызды жоспарлаңыз. Сонан соң шығынды ескере отырып, бюджетіңіз қандай күйде болатынын, шығынды азайтып, ақшаны қалай үнемдеуге болатынын ойластырыңыз.

44-сабақ. Өзін-өзі жетілдіру

- Өзін-өзі жетілдірудің мәнін, оның құрамы мен жеке брендингіні түсіну.
- Құзыреттілік пен біліктіліктің айырмашылығын анықтау.

Осы уақытқа дейін қаржыға қатысты актив, пассивтер туралы сөз қозғадық. Ең басты актив — өзіңіз. Ол активті дұрыс пайдалана білу керек, яғни әрдайым жетілдіріп отыруыңыз керек.

Жұмыс беруші тапсырыс беруші, клиент сияқты болады. Клиенттің тапсырмасы орындалуы керек, ол сол үшін төлейді. Жұмыс берушінің қандай да бір тапсырмасын орындай алмай қалсақ, оған керексіз боп қаламыз. Қызметкер тапсырманы орындап қана қоймай, компанияның клиентіне күлімсіреп, көңілін табуға тырысуы керек. Фирманың қызметіне көңілі толған клиент оған жиі келіп тұрады.

Құзыреттілік пен біліктілік

Міндетіңізді дұрыс әрі сапалы етіп орындау үшін құзыреттілігіңіз болуы керек.

Құзыреттілік *— белгілі бір салада нақты міндеттерді орындауға қабілеттілік.*

Құзыретті болу — *маманның белгілі бір сала бойынша 1) білімі, 2) іскерлігі мен дағдысы, 3) тәжірибесі, 4) өзіндік ерекшелігі болуы.*

Қызметкер кәсібін шебер меңгерумен қатар дағды қалыптастыра білуі керек. Құзыреттілік бірнеше санатқа бөлінеді:

1. **Арнайы іс-әрекет құзыреттілігі** — кәсіби қызмет нормаларын меңгеру, жоғары тиімділік, тұрақты нәтижелердің болуы, кәсіби шеберлік.
2. **Әлеуметтік қоғамдық, коммуникативтік құзыреттілік** — кәсіби қауымдастықтың мүшесі ретінде сезіну, кәсіби қатынас нормаларын меңгеру, ынтымақтаса білу, көпшіл болу, тіл табыса білу, кәсібінде әлеуметтік қызметке бейім болу, өзгерістерге дайын болу.
3. **Тұлғалық құзыреттілік** — тұрақты кәсіби уәжділік, шығармашыл болу, кәсібіне шығармашылықпен қарау, кәсібін шебер меңгеру, кәсіби даралық.
4. **Жеке құзыреттілік** — өз ісінің шебері болу, кәсіби маман ретінде көріну, кәсіби біліктілігін арттырып отыру, өзін-өзі жетілдіру, тәжірибе жасауға бейімділік, кәсіби тұрғыдан шыңдалу, кәсібіне адал болу, кәсіби өзін-өзі тану, өзін кәсіби тұлға ретінде қабылдау, кәсіби өзін-өзі анықтау процесін үнемі тереңдетіп

отыру, өзін-өзі жобалау, өзін-өзі эксперименттеу, кәсіби өсудің өзіндік стратегиясын құру, өзінің кәсіби өмірінің сценарийін құру және іске асыру.

Қызметкердің барлық құзыреттілігі біліктілігінен көрінеді.

Біліктілік *— маманның кәсіби шеберлігі, кәсіп талабына сәйкестігі, кәсібін меңгеру деңгейі.*

Кәсіби құзыреттілігі бар қызметкер жұмысын жоғары деңгейде орындайды.

Университетті аяқтаған соң сіз бакалавр (4 жыл оқу) немесе маман (5 жыл оқу) біліктілігін аласыз. Бұл біліктілік сізге магистратураға түсуге құқық береді. Одан бөлек, теорияны меңгеріп, таңдаған мамандық бойынша базалық практикаға ие екеніңізді, яғни сіз жұмысқа кірісуге дайын екендігіңізді білдіреді.

Магистр біліктілігін алып, сіз докторантураға түсе аласыз. Сонымен қатар бұл терең бейінді білім алғандығыңызды және таңдаған мамандығыңызға байланысты көптеген міндетті орындай алатындығыңызды білдіреді.

1-тапсырма

Құзыреттіліктің барлық 4 санатын жазып алыңыз да, өз бойыңызда барын бір бөлек, енді қалыптастыруыңыз керек құзыреттіліктерді бір бөлек жазып шығыңыз. Екінші бағандағы құзыреттіліктердің әрқайсысын қалай дамытуға болатыны туралы ойларыңызды ортаға салыңыздар.

Өзін-өзі жетілдіру

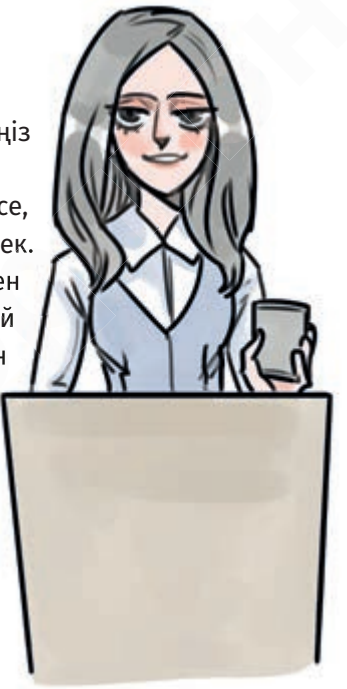
Алғаш кездескеніңізде адам қандай дағдыңыз, құзыреттігіңіз барын біле бермейді. Алайда жаңа жобаға қатысып, тұлға ретінде, кәсіби маман ретінде қалыптасуыңыз үшін ол адамның ойынан шығуыңыз керек. Сол себепті бойыңыздағы жақсы қасиеттеріңізді, құзыреттілігіңізді әріптестеріңізге, достарыңызға көрсету үшін әрдайым өзіңізді жетілдіріп отыруыңыз керек. Сіздің бойыңыздағы жақсы қасиеттеріңізді жақындарыңыз, достарыңыз ғана білуі мүмкін. Басқалар да сіздің қандай екеніңізді білуі үшін өзіңізді таныта білуіңіз керек.

Өзін-өзі жетілдіру *— қандай да бір қызметке, лауазымға тағайындауда өзгелерден оқ бойы озық көрініп, лайықты бағасын алу, басқалардан ерекшеленіп, біліктілігі мен құзыреттілігін көрсету.*

Өзін-өзі таныту *— өзін жақсы жағынан көрсету арқылы керек адамнан қолдау тауып, көңілінен шығу.*

Өзін-өзі танытуда адам елдің назарын өзіне аударып, жақсы жағынан көріне білуі керек, бойындағы жақсы қасиеттерін көрсете білуі қажет. Өзін-өзі танытудағы мақсат — басқаларға өзің туралы жақсы пікір қалыптастыра білу.

Өзгелермен қарым-қатынас жасап, бірлесе жұмыс істегенде адам өзінен сырт-көзбен қарап, өз мінін, қателігін түзей алады. Негізгі мақсат — басқалардың өзі туралы жақсы пікірін қалыптастыру. Бұл орайда адам өзгелердің іс-әрекетін де бақылай алады.



Өзін-өзі жетілдірудегі басты ережелер

1-ереже: Өзіңізді танытуда жан-жағыңызды ескеруіңіз керек.

Шетелдік компанияға жұмысқа тұрғыңыз келсе, ағылшын тілін жақсы меңгергеніңізді көрсетуіңіз керек. Достарыңыз үшін сіздің ағылшын тілін меңгергеніңізден гөрі әзіл-қалжыңыңыз ұнауы мүмкін. Сол себепті қай кезде өзіңізді қай қырыңыздан танытуыңыз керегін ескеруіңіз керек.

2-ереже: Әр іс-әрекетіңізге абай болыңыз.

3-ереже: Тосын әрекет әдейі жасалған әрекеттен әлдеқайда маңызды болуы мүмкін.

Мүмкіндігіңізді іс жүзінде көрсете алмасаңыз да, ол әрекеттерді теріске шығармауыңызға болады.

Өзін-өзі таныту мақтануға жатпайды. Өзін-өзі танытқан адам өзі туралы айтып қана қоймай, соны іс жүзінде дәлелдей алады немесе сонысын растайтын айғағы болады.

2-тапсырма

Төмендегі екі мысалды оқып шығыңыз. Мұғалімдердің іс-әрекеті өзін-өзі танытуға жата ма? Жоғарыда көрсетілген 3 ереже қалай көрініс тапқан?

Математика пәнінің мұғалімі: «Математикада ең бастысы — шапшаңдық!» — деп тақтаға бормен схема сала бастады. Жылдам қозғалатын мұғалімнің қолындағы бор түсіп кетеді. Көзі ілеспес шапшаңдықпен бірді бел деңгейінде ұстап алған мұғалім оқушыларына қарап: «Көрдіңіздер ме?! Шапшаңдық қажет! Өте шапшаң болу керек!» — деді.

«Психолог креативті болуы керек!» — деп психология пәнінің мұғалімі тақтаға бұрылды. Бордың таусылып қалғанын түсінген ол, бірден сулы шүберекті алып, тақтаға шүберекпен схема сала бастады.

ӨЗІН-ӨЗІ ТАНЫТУ ТӘСІЛДЕРІ

- Мүмкіндіктерді нақты көрсету;
- Сертификат, диплом, ресми пікір, патент, басылып шыққан жұмыстарды, бұйымдарды т.с.с. көрсету;
- Кесте, есеп, схемаларды көрсету;
- Өзіндік мақсаттарын ашып айту;
- Сұраныстары мен шарттарын қалыптастыру.

3-тапсырма

Төмендегі мысалды оқып шығыңыз. Онда өзін-өзі жетілдіріп, таныту тәсілдері қалай көрінген?

Жоғары білімі (техникалық) туралы диплом мен маркетинг курстарындағы оқу курсынан өткені туралы анықтаманы ұсынған соң сауда өкілі болғысы келетін үміткер: «Сіздің фирмада жұмыс істеп, өз мақсаттарымды да жүзеге асырғым келеді. Сауда өкілі ретінде жұмыс істеп, тәжірибе жинақтаған соң, маркетингіге мамандангым келеді. Осылайша, кейін маркетинг саласының білгір маманы болуды арман етем. Жалақым қазіргі фирмадағы жалақымнан ең болмағанда 20% артық болса, яғни 200 мың теңге көлемінде болғанын қалаймын. Сонымен қатар сатылым көлемі үшін де қосымша сыйақы алғым келеді», — деді.

ЖЕКЕ БРЕНДИНГ

Маркетинг сабақтарында брендинг ұғымымен таныстыңыздар. Енді бренд өндіретін өнім не қызмет қана емес, өзіңіз де брендіге жатасыз.

> ***Жеке бренд*** *— «елді өзіне қаратқан» танымал адамның есімі. Бренд болу үшін адам кәсібін керемет меңгеріп, өз ісінің шебері болуы керек.*

4-тапсырма

Айналаңыз сізді қалай қабылдағанын қалайсыз? Табысты бизнесмен, ақыл-парасаты мол адам, көпшіл, экстремал т.с.с. болып көрінгіңіз келе ме?

Жеке брендіңіз қандай болғанын қалайтыныңызды анықтап алған соң, басқаларды өзіңізге қалай тартуға, баурап алуға болатынын білейік.

Адамдарды баурап алудың негізгі стратегиялары

- **Басқа адамға деген сүйіспеншілігін білдіру**

Қасыңыздағы кісілерді жиі мақтап, қошеметтеп отырасыз ба? Ол кісілермен ақылдасып жүресіз бе? Бұл сұрақтарды бекер қойып отырғанымыз жоқ. Басқаларды өзіңізге тартып, баурап алу үшін осыларға мән беруіңіз қажет. Орнымен мақтап, қошеметтеп отырсаңыз, адамдар сізге үйіріліп тұрады.

Келесі әдіс — адамға күлімсірей қарап, қолдап отырыңыз (басыңызды изеп, көзіне тура қараңыз). Күлімсіреу арқылы көңіл күйіңіздің жақсы екенін, өзіңізді жақсы сезініп тұрғаныңызды білдіресіз. Сіз қаншалық жиі күлімсірейсіз? Үнемі күлімсіреп жүрмейтін шығарсыз, онда да жақын адамдарыңызға ғана күлімсірейсіз. Біреуге күлімсіреп қарасаңыз, ол да сізге күлімсірейді. Сол арқылы бір-біріңізді баурап аласыздар.

- **Ұқсауға тырысу**

Адамдар өздеріне не өздері ұнататын адамдарына ұқсайтын адамдарды жақсы көреді. Сырт келбеті, дауысы, киім киісі, сөйлеу мәнері ұқсас болуы, мүдделері ортақ болуы мүмкін. Басқа адамның пікірін қолдау, айтқанымен келісу арқылы оның сеніміне кіруге болады. Сондай-ақ өз пікіріңізді өзгерту арқылы да басқа адамға деген құрметіңізді білдіресіз.

- **Сүйкімді көріну**

Сүйкімді адамдар, басқалармен салыстырғанда, адамдарға көбірек ұнайды. Көпшілік сұлу адамдарды адал, мейірімді санайды. Сол себепті сырт келбеті үйлескен адамдардың өмірде жолы болғыш келеді, басқару ісіне көбірек тартылады. Осыған байланысты қазақта «Келбеті бардан келісім сұра» немесе «Жүзі жылыдан түңілме» деген мақалдар бар.

- **Қарапайым болып көріну**

Мақтаншақтардан гөрі жетістіктерін көп айта бермейтін адамдар елге көбірек ұнайды. Сондықтан қандай да бір жетістігіңіз жайында сөз еткен кезде ол ұжымның ортақ еңбегі, бірлескен күш-жігердің нәтижесі екенін айтып, кейбір ұсақ-түйек қателіктер сіздің тарапыңыздан кетіп қалғанын ескертіп қойғаныңыз жөн.

Алайда қарапайымдылықты бәрі бірдей дұрыс қабылдай бермейді. Танымайтын, көп білмейтін, әсіресе теріс пиғылды адамдар оны қабілетсіз, дарынсыз деп қабылдауы да мүмкін. Кішіпейілділігіңізді өтірік көлгірсу, момақансыну деп қабылдаулары да ғажап емес.

Имидж қалыптастыру үшін сүйкімді, тартымды болып көрінумен қатар құзыретті азамат ретінде танылуыңыз қажет. Сонда ғана айналасындағылар оны дұрыс бағалайды.

Даннинг-Крюгер әсері

Мұндай феномен туралы болжамды 1999 жылы Джастин Крюгер мен Дэвид Даннинг ұсынған.



4-сурет. «Даннинг-Крюгер әсерінің» графигі

Суретке зер салып қараңыздар. Феномен әсері білімі таяз, тәжірибесі аз адам «ақымақтық шыңына» жетіп, өзіне-өзі сенімді болады. Білімі мен тәжірибесі көбейген сайын адам білмейтіні әлі көп екенін түсініп, түңіле бастайды. Осыған байланысты қазақта «Білгенің — бір тоғыз, білмегенің — тоқсан тоғыз» деген сөз бар. Кейін білім мен тәжірибе жинақтай келіп, көзі ашылып, өзіне деген сенімі артады, соңында «тұрақтылық деңгейіне» жетеді.

Мысалмен түсіндіріп көрейік. Фотоға түсіруге әуестеніп жүрген адам камераны сатып алады да, нұсқаулықты оқып алып, суретке түсіре бастайды. Бірнеше күннен кейін ол суретке түсіруге маманданып алғандай болады, өз-өзіне сенімді болады. Кейін фотографтардың сайтына кіріп, көп нәрсені көрген соң жарықтың қалай түсетінін түсініп, диафрагманы дұрыс қою керектігін, объективтерді ажырата білу керектігін, экспозицияны нақтылай білу қажеттігін т.с.с. түсінеді.

Содан кейін ол фотографтардың сайттарын зерттей бастайды және оған жарықты өлшеу және үйлестіру негіздерімен танысу, диафрагманы дұрыс құруды үйрену, түрлі объективтердің ерекшеліктерін түсіну, экспозицияны анықтауды үйрену және т. б. қажет болады.

Жарты жылдан кейін өзіне-өзі көңілі толмай, кәсіби шебер болу әлі ерте екенін сезінеді, достарына өзін «фотографпын» деп айтуға да намыстанады. Шын мәнінде, камера сатып алғаннан кейін жарты жыл өткен соң ол әбден шыңдалып, фотоға түсіруді әбден меңгеріп, жаттығып алған еді. Алайда осы кезде ол өзінің осы уақытқа дейін «ақымақ» боп жүргенін зерделеп, өмірден түңіліп, «торыға» бастайды. Фотоға түсіруін қойып кетпесе, біраз уақыттан соң оның «көзі ашылып», «тұрақтылыққа» да ие болады. Ол кезде кәсіби тұрғыдан маманданып, өзіне деген сенімі артады.

5-тапсырма

Даннинг-Крюгер әсерінің құрбаны болмай, өзін-өзі жетілдірудің тиімді тәсілдерін ойлап тауып, бірнеше ереже дайындаңыздар.

© Көкжиек-Горизонт

45-сабақ. Түйіндеме және түйіндеме құру тәжірибесі

- Өз түйіндемесін құру дағдыларын қолдану.
- Оқу-ойын жағдайында жұмысқа орналасуда өзін-өзі дамыту дағдыларын қолдану.

Өткен сабақтарда өзін-өзі таныту жолдарын, құзыреттіліктерді көрсете білу амалдарын, оның маңызын егжей-тегжейлі сөз еттік. Алайда әрдайым көзбе-көз жүздесе бермейміз. Әдетте, ешкіммен бетпе-бет кездеспей-ақ электронды пошта немесе әлеуметтік желі арқылы өзіңізді таныстыруға тура келеді. Жұмыс берушімен алғаш кездескен кезде, университетке түсіп, шәкіртақыға өтініш берген кезде, волонтерлік бағдарламаларға қатысқан кезде т.с.с. көбінесе түйіндемеңізді ғана қалдырасыз. Сондықтан кәсіби өсу жолында түйіндемені дұрыс құрастыра білудің маңызы ерекше.

Түйіндеме дегеніміз не? Құрастырудағы 4 қағидат

Түйіндеме *— білік-дағдыларыңызды кәсіби маман ретінде де, жеке адам ретінде де таныстыруға мүмкіндік беретін, өзіңіз дайындайтын құжат.*

Осы құжат арқылы өзіңіздің жетістіктеріңізді, ерекшеліктеріңізді көрсете аласыз. Дәлірек айтсақ, түйіндеме — ізденушінің визиткасы іспетті.

Түйіндеме құрастыру жолдарын егжей-тегжейлі зерделеген кадр бөлімінде, жұмысқа орналастыру агенттіктерінде көп жыл жұмыс істеген мамандар төрт негізгі қағидатқа назар аудару керектігін ескертеді.

№1 қағидат. Қысқа әрі нұсқа болуы

Өз еңбегіңіз туралы көп жазып, дағдыларды қалай игергеніңіз, қандай кезеңдерді бастан кешіргеніңіз жайында толыққанды жазудың қажеті жоқ. Түйіндеме А4 форматындағы параққа сыятындай болуы керек. Еленбей қалудан қорықпаңыз. Керісінше, түйіндемені шолып шыққан адам негізгі ақпаратты бірден аңғаратындай болғаны жөн.

Он шақты түйіндемені бастан-аяқ оқи отырып, кадр бөлімінің маманы маңызды ақпаратқа ғана ден қояды. Әдетте, 3-4 беттік құжатты соңына дейін оқып жатпайды. Ондай түйіндемелер кейінге ысырыла береді.

№2 қағидат. Нақты болуы

Түйіндеме құрастырған кезде маңызды ақпарат (мерзімі, мекеменің аты т.с.с.) нақты көрсетілуі керек. Есіңізде қалмаған жағдайда ақпарат көздеріне жүгіну қажет. Қажет мәлімет қана берілгені жөн.

№3 қағидат. Шынайы болуы

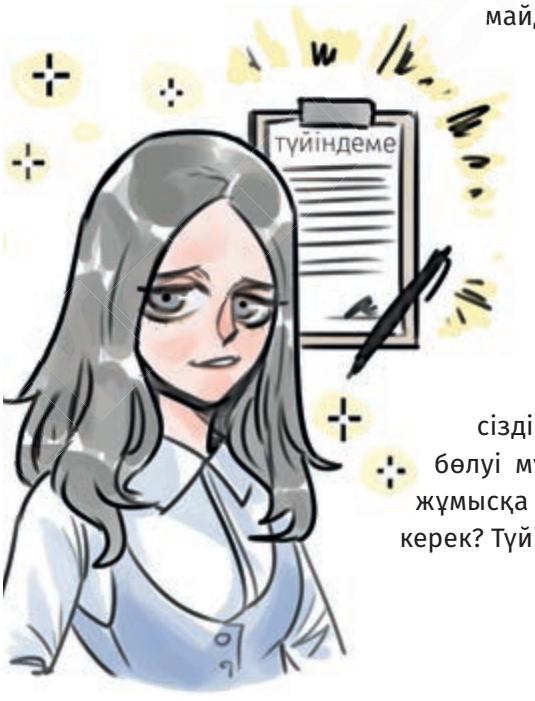
Шын мәнінде болмаған жетістіктер, аяқтай алмаған курстарды жазып, білікдағдыларыңыздың қатарын көбейте берудің қажеті жоқ. «Өтіріктің құйрығы — бір тұтам» деген нақыл сөз есіңізде болсын. Бастапқы іріктеуде көзге түсіп, жақсы әсер қалдырғаныңызбен, сұхбат барысында істің анық-қанығы мәлім болуы әбден ықтимал.

Түйіндемені жұмыс берушілермен шарт жасасатын мамандар агенттігіне жіберсеңіз, ондағы қызметкерлер өзіңіз көрсеткен ақпаратты тексеру үшін қоңырау шалып, нақтылауы мүмкін.

№4 қағидат. Іріктеп таңдай алу

Түйіндеме құрастырған кезде адам өзінің барлық жетістігін көрсетуді мақсат етпеуі керек. Түйіндемеде басы артық ақпарат болмауы керек. Мысалы, экономист болғысы келген адамның түйіндемесінде бір кездері аспаз курсын бітіргені туралы ақпараттың қажеті жоқ.

Институтта оқып жүргенде ғылыми мақала сияқты жұмыстар жазғаныңызбен, сантехник ретінде жұмысқа орналасатын кезде мұндай ақпараттың қажеті болмайды.



Түйіндеме құрастыруда нені ескеру қажет? Құрылымы, рәсімделуі

Кадр бөлімінің қызметкерінің алдына бір күнде бір емес, он шақты, тіпті үлкен компанияларда жүздеген түйіндеме келеді. Бәрі де жұмысқа тұрғысы келеді. Осының ішіндегі сіздің түйіндемеңізге екі минут қана көңіл бөлуі мүмкін. Басқалардан ерекшеленіп, сізді жұмысқа алу үшін түйіндемеңіз қандай болуы керек? Түйіндеме құрастыруда нені ескеру қажет?

Түйіндеме үлгісі — рәсімделуі

Түйіндеме дұрыс құрастырылуы үшін ақпарат қалай берілуі керектігін түсіндіру үшін нақтырақ тоқталайық.

- «Түйіндеме» сөзін жазудың қажеті жоқ.
- Word бағдарламасында жұмыс істей отырып, Times New Roman қарпінде жазу керек. Осы қаріп әдемі көрінеді әрі ыңғайлы саналады.
- Қаріп қара түсті болуы керек. Сол арқылы оқып отырған қызметкер алаңдамай, нақты ақпаратқа мән береді.
- 12 кегльге тең өлшемді шрифтіні таңдап алыңыз. Ал парақтың ең жоғарғы бөлігінде көрсетілген аты-жөніңіз 14-ші кегльмен, ерекшеленіп берілуі керек. Сол арқылы аты-жөніңізге мән беріліп, есте сақтап қалуға мүмкіндік беріледі әрі басқа түйіндемелердің арасынан тез тауып алу үшін ыңғайлы.
- Түйіндеменің жан-жағындағы параметрлеріне де мән беруіңіз қажет: жоғарғы жағынан — 2 см, төменгі жағынан — 2 см, оң жағынан — 2 см, сол жағынан 1 см бос кеңістік қалдырғаныңыз жөн. Бұл кейін жеке құжатыңызды толтырып, папкаға жинақтаған кезде қолайлы болады.
- Жоларалық интервал бірдей болғаны дұрыс. Бұл көп ақпаратты бір параққа сыйғызып, құжаттың құрылымын сақтауға мүмкіндік береді.
- Қандай да ақпаратқа ерекше көңіл бөлінгенін қаласаңыз, астын сызып, курсивпен бермей-ақ қою қаріппен беріп, ерекшелегеніңіз жөн. Сол арқылы мәтін нақты көрінеді әрі қабылдау оңай болады.
- Материалдың берілуіне қарай оқуға ыңғайлы болу үшін түйіндемені өз ішінен абзацтарға бөлген жөн.
- Визитканы рәсімдеген кезде түрлі қоршаулар мен таңбаларды пайдаланбау керек. Бұл іскери құжат болғандықтан, рәсімделуіне абай болғаныңыз жөн.
- Ақпаратты баяндау барысында нақты мақсатыңызды ескере отырып, негізгілерін ғана іскери тілмен бергеніңіз жөн.
- Түйіндемені көзбен шолып шығып, оқуға ыңғайлы болуын, ақпараттың қысқа да нұсқа болуын ескеріңіз. Роман не повесть емес, түйіндеме жазып отырғаныңызды ескеріп, құрмалас сөйлем, есімше, көсемше құрылымды сөйлемдердің болмауын қадағалаңыз. Ойыңызды жай сөйлеммен, түсінікті етіп жеткізуге тырысыңыз.

Түйіндемеде арнаулы терминдер мен анықтамаларды берудің қажеті жоқ. Біліміңізді сұхбат барысында көрсетуге болады, алайда құжатта басы артық ақпараттың болмағаны дұрыс.

Түйіндемені құрастырып болған соң тағы да қайталап оқып шығу керек, онда грамматикалық, орфографиялық қателер болмауы қажет. Бәріне мән беріп,

аса абай болғаныңыз жөн. Әлеуетті жұмыс беруші құжатқа көз салған кезде қателерді көріп, соңына дейін оқып шықпастан тастай салатындай болмасын.

Түйіндеменің мазмұны — құрылымы

Түйіндемеде жеткізгіңіз келген бүкіл ақпаратты 5 негізгі бөлікке жіктегеніңіз жөн:

1. Жеке мәлімет

Бұл бөлікте өзіңіз туралы нақты мәліметті көрсетіп, керек болған жағдайда бірден хабарласа алатындай ақпаратты беруіңіз керек.

Ерекшелеп, нақты түрде берілетін ақпарат:

- Аты-жөніңіз (толық);
- Мекенжайыңыз. Ол нақты болуы керек. Уақытша мекенжайыңыз көрсетілген жағдайда ол жерде қай кезге дейін болатыныңызды, кейін қайда болатыныңызды көрсетуіңіз керек. Түйіндемеңізді жіберген мекеме нақтылап, телефон соқпай-ақ пошта арқылы сұхбат қай күні болатыны туралы хабарлама жіберуі де мүмкін, сондықтан мекенжайды дәл көрсету керек;
- Телефон нөмірі. Нөміріңізді көрсеткен кезде маманға ыңғайлы болу үшін міндетті түрде қайсысы үйдің телефоны, қайсысы ұялы телефон екенін көрсетіңіз. Түйіндемеде қай кезде телефон шалуға болатынын да көрсетуіңізге болады. Басқа кезде телефон ала алмайтындай, кешке ғана хабарласу ыңғайлы болса, түйіндемеде ол туралы мәлімет беруіңізге болады;
- Кез келген уақытта белсенді болатын электронды поштаңыз. Skype сияқты басқа да байланыс арналарыңыз болса, оларды да көрсеткен дұрыс;
- Туған күніңіз бен жылыңызды көрсетіңіз.

2. Мақсатыңыз

Бұл бөлікте қалаған қызметіңізді ғана емес, жалақы мөлшерін де көрсеткеніңіз жөн. Бір емес, бірнеше бос жұмыс орнын керек етсеңіз, әрқайсысына жеке түйіндеме жасап, жібергеніңіз жөн.

Қандай қызметті қалайтыныңызды көрсетпей қоюға болмайды. Мекеме қызметкері сіздің жоспарыңызды білмейді, сондықтан қалаған қызметін, мақсатын нақты көрсеткен кандидаттарды алуға тырысады.

Жалақыңыздың қандай болғанын қалайтыныңызды көрсету үшін алдымен интернет арқылы сәйкес келетін бос жұмыс орындарын тауып алып, сондағы мәліметті басшылыққа алу қажет.

Жалақы мөлшерін тым арттырып жіберіп, шынайы болмыспен сәйкес келмейтін болса, басшылық сіздің талабыңызды құп көрмей, түйіндемеңіз жарамсыз болып қалуы мүмкін.

3. Біліміңіз

Бұл бөлікте білім деңгейіңізді куәландыратын дерек келтірілуі керек. Бастапқыда негізгі оқу орнын, оқыған жылдарын, біліктілігін, мамандығын жазу керек. Содан соң қосымша курс, тренинг, семинарларды көрсетуге болады.

Бірнеше оқу орнын бітірсеңіз, алдымен жоғары оқу орнын, содан соң арнайы орта білім, қосымша білім ошақтарын көрсетуге болады.

«Қай мекеме екенін бәрі біледі» деген оймен қысқарған күйінде беруге болмайды. Мұндай жағдайда түйіндемеңіз керексіз болып қалуы мүмкін.

Компьютер курсын не шет тілі курстарын бітірсеңіз, ол ақпаратты да көрсеткеніңіз дұрыс. Қазіргі қоғамда қарапайым пайдаланушы деңгейінде болса да, бағдарламамен жұмыс істей білсеңіз немесе сөздікпен болса да, шет тілді білсеңіз, ол сіздің артықшылығыңыз болуы әбден ықтимал. Мұндай ақпаратты оқыған кезіңіз бен қай жерде екенін көрсете отырып, «Қосымша мәлімет» бөлімінде жазуыңызға болады.

4. Жұмыс тәжірибеңіз

Бұл бөлікте еңбек жолыңыз туралы мәлімет беріледі. Оны қазіргі кезден, соңғы жұмыс істеген жеріңізден бастап, кейінгі қарай ойыса отырып, хронологиялық тәртіппен жазуыңыз керек.

Онда келтірілетін мәлімет:

- Жұмыс істеген жылдарыңыз. Яғни ол жұмысқа қашан тұрғаныңыз, қашан шыққаныңыз туралы ақпарат беріледі;
- Жұмыс істеген компанияның атауы;
- Қызмет еткен салаңыз. Ұйымның жұмыс бағытын қысқаша көрсету керек;
- Лауазымыңыз. Лауазымыңыздың нақты қалай аталғанын көрсетіңіз;
- Міндетіңіз. Қандай өкілеттігіңіз болғанын, қандай міндет атқарғаныңыз туралы жазыңыз. Болашақ басшыңыз қай жағынан тәжірибеңіз бар екенін түсінуі үшін ақпарат анық та нақты болуы қажет;
- Сол кездегі жетістіктеріңіз. Оны % не санмен көрсетуіңізге болады, бірақ ол нақты әрі шынайы болуы керек.

Жұмыс тәжірибеңіз болмаса, бұл бөлікте қандай іс-шараға, волонтерлік жоба, ғылыми олимпиадаларға т.с.с. қатысқаныңыз жөнінде жазуға болады.

5. Қосымша мәлімет

Бұл — соңғы блок, ол негізгі емес. Сонда да оны да ескерген жөн. Мұнда да басшыңыздың көңілін аударатындай ақпарат берілгені дұрыс.

«Қосымша ақпарат» бөлігінде қамтылатын мәлімет:

- Компьютерді меңгеру дәрежеңіз. Жұмыс істей алатын бағдарламалардың атауын, оларды қаншалық игергеніңізді жазыңыз;
- Шет тілдерін меңгеру дәрежеңіз. Қай тілді, қаншалық меңгергеніңізді көрсетіңіз. Мысалы, «еркін» немесе «сөздікпен» деп жазуға болады.
- Алдыңғы бөліктерде көрсетілмей қалған қандай да бір қосымша дағдыларыңыз болса әрі оларды қажет деп тапсаңыз, ол дағдылар сізді ерекшелеп, бірегейлігіңізді көрсететіндей болса, ол туралы міндетті түрде жазыңыз;
- Басқа ақпарат. Мысалы, сауда өкілі ретінде жұмысқа орналасқыңыз келеді, басты талаптардың бірі — жеке көлігінің болуы екенін түсінсеңіз, ол ақпаратты осы бөлімде келтіруіңізге болады. Сондай-ақ іссапарға бару, жұмыста кешігу, бос уақытыңызды жұмыста өткізу мүмкіндігіңіз жайында да жазуыңызға болады. Іссапарларға, ұйымның пайдасына жұмыстан кеш қалуға, бос уақытыңызды пайдалануға қатысты сіздің қарым-қатынасыңыз туралы жазғаныңыз дұрыс болады.

Түйіндемедегі жеке қасиеттер

Түйіндеме құрастырған кезде жеке қасиеттеріңізді көрсету барысында төмендегі қағидаларды ескеріңіз:

- Жеке қасиеттеріңізді бесеуден артық көрсетпегеніңіз жөн;
- Олар үміттеніп отырған қызметіңізге тікелей қатысты болуы керек;
- Әзіл-қалжың болмауы керек, іскерлік қарым-қатынас тілге тән стильді ұстанғаныңыз жөн;
- Қажет әрі пайдалы болатын қабілеттеріңізді көрсетіңіз. Ол үшін өзіңізді әлеуетті жұмыс берушінің орнына қойып, қандай қызметкерді жұмысқа қабылдағыңыз келетінін ойлап, көзіңізге елестетіп көріңіз.

Әдетте, түйіндемеде ұқыптылық, белсенділік, сыпайылық, зейінділік, жұмысқа қабілеттілік, бастамашылдық, тілектестік, мұқияттылық, креативтілік, кішіпейілділік, табандылық, оптимизм, парасаттылық, ұқыптылық, ыждағаттылық, әдептілік, өзін-өзі бақылай білу, әділдік, еңбексүйгіштік, өзіне сенімділік, топпен жұмыс істей білу, адалдық, жігерлілік, әзіл-қалжыңды түсіне білу т.с.с. қасиеттер көрсетіледі.

Есіңізде болсын! Кез келген жағдайға жарай беретін әмбебап түйіндеме болмайды. Талаптарды ескере отырып, әр жұмыс орнына арнайы түйіндеме құрастырған дұрыс. Түйіндемеде нақты позицияда қандай міндет атқара алатыныңыз, қандай нәтижеге қол жеткізе алатыныңыз көрсетілетіндіктен, бір түйіндеме бәріне жарай бермейді.

1-тапсырма

Іріктеу қағидасын басшылыққа алып, ойланыңыз:

1) еріктілер жобасына қатысу үшін құрастырылған түйіндеме мен ЖОО-ға түсу үшін құрастырылған түйіндеменің қандай өзгешелігі болатыны;

2) гуманитарлық мамандыққа түсу үшін құрастырылған түйіндеме мен техникалық мамандыққа түсу үшін жазылған түйіндеменің қандай айырмашылығы болатыны туралы айтып беріңіз.

2-тапсырма

Түйіндемеде жалған мәлімет беру мен өзін лайықты етіп көрсетудің қандай айырмашылығы бар? Түйіндемеде білік-дағдыларыңызды әсірелеп көрсеткен дұрыс па, әлде барын бар етіп, нақты жазған жөн бе? Шындықты жазғанмен, ол жұмыс берушіні қызықтырмайтынын түсінсеңіз, назарын аудару үшін қандай амал қолданған жөн?

© ҚКЕҚИМЕК-ГОРОНТЭ

46-сабақ. Түйіндеме және түйіндеме құру тәжірибесі

- Өз түйіндемесін құру дағдыларын пайдалану.
- Оқу-ойын жағдайында жұмысқа орналасу барысында өзін-өзі жетілдіру дағдыларын қолдану.

Түйіндеме құрастыру, өзін-өзі таныту туралы ойымызды әрі қарай сабақтаймыз.

Түйіндемегі кәсіби дағды

Әрине, кез келген басшы қызметкерінің кәсіби маман болғанын қалайды. Сондықтан түйіндеме құрастыруда кәсіби дағды дұрыс көрсетілуі керек. Сонда ғана сізге маман ретінде қызыға бастайды.

Болашақта өзіңіз де кәсіпкер болып, адамдарды жұмысқа алуыңыз, түйіндемелерді оқып, қандай да бір кандидатты жұмысқа орналастыруыңыз әбден мүмкін. Өз түйіндемеңізді құрастырған кезде немесе кандидаттардың түйіндемесін оқыған кезде қандай дағдыға ерекше мән берген жөн екенін біліп алайық.

Түйіндемеңізде білік-дағдыңызды қалай көрсететініңізді, неден бастайтыныңызды білмей, қиналсаңыз, өзіңізге ең жақын келетін үлгіні басшылыққа алуыңызға болады.

Іскерлік қатынас дағдысы. Яғни ықтимал клиенттермен не болашақ серіктестермен әңгімелесу, келіссөздер жүргізе білу; тапсырыс берушілердің көңілінен шығып, осы ұйымға қайта келуі, ұзақмерзімді ынтымақтастықты әрі қарай жалғастыруы үшін олармен тіл табысып, байланыс орната алуы.

Шет тілдерін меңгеруі. Бұл дағды туралы бұрын да айтылды. Әрине, кәсібін шебер меңгерсе, болашақта көп нәрсеге қол жеткізе алады. Тіл табысып, келісімшарт жасау, жедел аударымдар жасау т.с.с. міндеттерді атқара жүріп, кейін шетелдік іссапарларға шығу, шетелдік серіктестермен байланыс орнату, қосымша тағылымдамаларға бару сияқты жұмыстарға да араласа алады.

Клиенттермен жұмыс істеу дағдысы. Яғни жаңа контрагенттерді құру, дамыту, жұмысқа тарту, дұрыс бағдарланып, қажет ақпаратты бере білу. Сонымен қатар жүйелеу, жетілдіру, оңтайлы жүргізуге қатысты жұмыстар.

Бюджеттеу дағдысы. Бұл дағды мерзімді жоспарлау, барлық бөлімнің коммуникациясын, үйлестірілуін қамтамасыз ету, ұйымдағы орынды шығындар туралы хабардар болу, жеке бағалау, тиісті бақылау жүйесін құру, тиісті заңдар мен қол қойылған шарттарды қатар орындау т.с.с. қажет етеді.

Іскерлік хат алмасу дағдысы. Іскерлік этикетпен қатар дұрыс, сауатты жаза білу, өз ұйымының имиджін қолдау, әңгімелесушінің көңілін аулай біліп, бизнеске зиян келтірмейтіндей етіп, ойын дұрыс жеткізе білу.

Бухгалтерлік есеп пен салық есебін жүргізу дағдысы. Бухгалтерлік балансты, оның барлық негізгі қырын білу, белгіленген мерзімде тауардың түсуі, тасымалдануы, есептен шығарылуына қатысты операцияларды жүргізе білу. Барлық есеп пен төлемді уақытылы жүргізе білу, жалақы есебін қалыптастыру, тиісті органдар тексерген жағдайда есепті тапсыра білу. Мұндай дағдысы бар қызметкер салық органдарымен ынтымақтасып, қажет көрсеткіштерді, есеп нысандарын көрсете білуі қажет.

Кеңсенің тыныс-тіршілігін қамтамасыз ету дағдысы. Негізгі қажеттілікке жататын тауарлар мен қызметтерді сатып алудың ең тиімді әрі ыңғайлы шарттарын іздеу, қажет ассортиментті қалыптастыру, арнайы есепке алу жүйесін құру. Сондай-ақ ұйым басшылары мен қарапайым қызметкерлеріне тез әрі уақытылы қызмет көрсету, қызметтік көлікке мониторинг жүргізу, өндіріс алаңдарын бақылау.

Интернетпен жұмыс. Ақпаратты тез іздеу, сақтап, жүйелеу, іздеу жүйелерімен жұмыс істей білу, іздеу құралдарын білу.

Сатуды жоспарлау дағдысы. Компанияның күнделікті жағдайын, қаржы көрсеткіштерін, негізгі сатыларын, бизнестің пайдалылығын бағалай білу. Сонымен қатар клиенттердің қажеттілігін бағдарлап, тауарды, ол не үшін пайдаланылатынын білу қажет.

Тауар сатып алу дағдысы. Тауар айналымын, ондағы өзгерісті бағалай білу, кестелер құру, сатып алуға әсер ететін себептерді түсіну, үздік жеткізушілер мен ұсыныстарды іздеу. Сондай-ақ ассортимент матрицасын, бүкіл тауардың баға саясатын әзірлеу, сатуды қадағалау, сатып алуды жоспарлау.

Түгендеу дағдысы. Позицияларда тез бағдарлай білу, нақты материалдағы қателерді анықтау, тауарды сақтау шарттарын тексеру, өтпейтін не жатып қалған тауарды анықтай білу, нақты есепке сүйене отырып, нақты деректі ұсына білу.

Мерчендайзинг дағдысы. Дүкендер мен сауда орталықтарының сөрелерін реттеу, сырт келбетін қадағалау, тауардың дұрыс орналастырылуын бақылау, қойма қорын қадағалау.

Сатылымды талдау дағдысы. Сату динамикасы, құрылымын білу, тауарды өткізу үрдісін, қажет болған жағдайда пайда мен пайдалылықтың қарқынын анықтау.

1-тапсырма

Жоғарыда көрсетілген дағдыларды немесе толыққанды жұмыс тәжірибесі болмай тұрып, жұмыс берушіге қажетті басқа да пайдалы дағдыларды, мысалы, каникул кезінде қалай алуға болады? Мүмкін болатын барлық шешімдер тізімін жасаңыз.

ЖҰМЫС ТӘЖІРИБЕСІ БАР МАМАН ТҮЙІНДЕМЕСІНІҢ ҮЛГІСІ

суреттің орны

Әбішев Асан
Мақсаты: кадр бөлімінің бастығы лауазымына үміткер
Туған жылы: 20.10.1975 ж.
Қаласы: Алматы
Отбасы жағдайы: үйленген
Телефоны: +7-ххх-ххх-хх-хх
E-mail: mail@gmail.com
Білімі: Жоғары (күндізгі), 1992-1997 ж. Қазақ ұлттық университеті

Мамандығы: кәсіпорындағы кадрлар есебі
Жұмыс тәжірибесі:
04.02.2011-01.02.2013 «Импорт-Сауда» ЖШС
Лауазымы: кадр бөлімінің бастығы
Лауазымдық міндеттері:

- қызметкерлерді жұмысқа қабылдап, босату;
- сұхбат-әңгіме жүргізу;
- кадрлық іс жүргізу, кадр бөлімін басқару.

03.05.2005-04.02.2011 «Авка-СТ» ЖШС
Лауазымы: кадр бөлімінің маманы
Лауазымдық міндеттері:

- ағымдағы құжаттармен жұмыс;
- кадрлық іс жүргізу;
- кадр бөлімі бастығының тапсырмаларын орындау.

Қосымша ақпарат:
Тренингілер, курстар: 2012 жылы «Одуванчик» тренинг-орталығында біліктілікті арттыру курсынан өтті (Алматы қ.)
Шет тілдерін білу: ағылшын тілі
Компьютерді меңгеру: тәжірибелі пайдаланушы деңгейінде (Microsoft Office, интернет, 1С-кәсіпорын «Жалақы және кадрлар»)
Жеке қасиеттері: адамдармен тіл табыса білу, жанашырлық, жауапкершілік, зейінділік, орындаушылық, жұмысқа қабілеттілік

Бұрынғы жұмыс орнынан ұсыныстар:
«Импорт-Сауда» ЖШС
Бас директор: Ниязов Ахмет Бақытжанұлы
Т. +7-ххх-ххх-хх-хх

Күтілетін жалақы деңгейі: 250 000 теңге.
Жақын арада жұмысқа кірісуге дайынмын.

ЖҰМЫС ТӘЖІРИБЕСІ ЖОҚ МАМАН ТҮЙІНДЕМЕСІНІҢ ҮЛГІСІ

суреттің орны

Дүйсенбиев Әлібек
Мақсаты: тағылымдамадан өтуші лауазымына үміткер
Туған жылы: 25.12.1996 ж.
Қаласы: Алматы
Отбасы жағдайы: бойдақ
Телефоны: +7-ххх-ххх-хх-хх
E-mail: mail@gmail.com
Білімі: Жоғары (күндізгі) Қазақ ұлттық университеті (2014-2019 ж.)
Мамандығы: психология

Қосымша ақпарат: Шет тілдерін білу: ағылшын тілі (оқимын, сөздікпен аударамын)
Компьютерді меңгеру: тәжірибелі пайдаланушы деңгейінде (кеңселік бағдарламалар, Adobe Photoshop, интернет)
Жеке қасиеттері: жауапкершілік, зейінділік, орындаушылық, білімге құштарлық, көп ақпаратпен жұмыс істей білу.

Білік-дағдысы:
- кез келген тақырыпта қызық мақала жазу;
- интернет-сайттарды басқару;
- компьютерлік графика құру;
- жастарға, ата-аналарға психологиялық кеңес беру.

Қызығушылығы мен хоббиі: салауатты өмір салты, білімін жетілдіру, тұлғааралық коммуникация, психология.

Оқу орнынан ұсыныстар:
Әлеуметтік психологиялық факультетінің деканы
Мұхтаров Жеңіс
Т. +7-ххх-ххх-хх-хх

Күтілетін жалақы деңгейі: 50 000 теңге.
Жақын арада жұмысқа кірісуге дайынмын.

2-тапсырма

4 адамнан құралған топтарға бөлініңіздер. Біріншісі — жұмысқа үміткер, екіншісі — жұмыс берушінің өкілі, 2 адам — үміткердің көмекшісі.

Жұмысқа тұрғысы келген үміткер мен жұмыс берушінің сұхбатын ойнаңдар. Компанияны үміткердің ұсынысы бойынша (үміткердің болашақта орналасқысы келетін нақты компания болуы да мүмкін) таңдап, оның қандай компания екенін анықтаңыздар.

Көмекшілер үміткерді барынша дайындап, қандай қасиетін көрсетуі керектігін айтып берулері керек. Жұмыс берушінің өкілі жұмыс берушіні қызықтыратын сұрақтарды қоюы керек, арасында арандатушылық сипаттағы сұрақтар («Бұрынғы жұмысыңыз өзіңізге ұнаса, неге ол жақтан кетіп қалдыңыз?», «Сіздің жұмыс тәжірибеңіз жоқ екен, осы орынға сіздің лайықты екеніңізді қайдан білеміз?») қоюға да болады.

Ізденуші 3 минут әңгімелесіп, нақты, сенімді, дәйекті түрде әрі тез жауап беру; болашақта әңгіме-сұхбат барысында неге мән беру керектігін, түйіндемеде нені көрсету керектігін атау.

Достары әңгіме барысында көмектесе алмайды, бірақ тыңдап, өздеріне белгілеп отыра алады.

Соңында әр қатысушы әңгіме-сұхбаттың артықшылықтары мен кемшіліктері туралы алған әсерін айтып берулері керек. Нәтижені қорытындылармен түйіндеулері керек.

Кейін рөлдерді өзгертуге болады.

3-тапсырма

Рөлдік ойын барысында жасалған қорытындылар негізінде өз түйіндемеңізді құрастырыңыз. Қандай жұмысқа орналасқыңыз келетіні, жұмыс беруші қандай қабілеттеріңізге қызығуы мүмкін екені туралы ойыңызды ортаға салыңыз.

47-сабақ. Нетворкинг (кәсіби жүйелер)

- Адамдармен сенімді және ұзақмерзімді қатынастың маңызы және өзара көмектесу қажеттігін түсіну.
- Өз мәселесін шешу үшін екіжақты іс-әрекеттің кәсіби әлеуетін пайдалану мүмкіндігін өз көзқарасымен суреттеу.

Бұл сабақта іскерлік қатынастың нетворкинг сияқты маңызды бөлігі, яғни басқалармен тіл табысып, байланыс орнату туралы сөз қозғаймыз.

Бизнесмендерден «уақыт 10 жыл кейінге шегерілсе, өзіңізге қандай ақыл айтар едіңіз?» деп сұрағанда, көпшілігі «Іскер адамдармен көбірек аралас. Іскерлік байланыс орнату үшін түрлі іс-шараға бірге бар. Сол арқылы мансабыңның сырын түсініп, бизнесіңді ілгерілетуге мүмкіндік аласың. Тіл табыса білу жұмысыңа тың серпін береді» деп кеңес берер еді.

LinkedIn зерттеулері бойынша, жұмыс орындарының 85%-ы нетворкинг арқылы толтырылады, сондықтан бәрі де өзінің нетворкинг-дағдысы туралы ойлануға тиіс. Жұмыс орындарының шамамен 70-80%-ы ешқашан жарияланбайды екен. Яғни «байланыстарыңыз» көп болса, адамдар сізге өздері келеді.

Қарапайым сөзбен айтқанда, ***нетворкинг*** *дегеніміз — өз ісінің шебері саналатын мамандармен іскерлік байланыс орнату, солармен тығыз қарым-қатынаста болу: солар ақыл-кеңесін айтып, көмектесіп тұрады.*

«Нетворкинг» ұғымы 1960 жылдары американдық әлеуметтанушы ғалым Стенли Милгрэм мен психолог Джеффри Трэверс дайындаған «алты қол алысу теориясы» деп аталатын теорияға негізделген. Оның мәні — адамдардың ортақ таныстары бар, сол арқылы әр адам бүкіл жер бетіндегі басқа адамдармен тізбектеле байланысады. Орта есеппен алғанда, әр тізбек алты адамнан тұрады.

Нетворкингінің маңызын түсіндіріп көрейік.

Нетворкинг — бұл:

- сізді көтермелеп, табысқа жетелейтін жаңа орта;
- акселерация — мақсатқа жету жолында бірнеше есе қарқындату;
- жаңа танысқан әр адам сіз үшін ментор болып, ақыл-кеңесін бере алады, сол арқылы өзіңізге қажет көп нәрсені нақтылай аласыз, уақытыңызды босқа өлтірмейсіз.

Нетворкинг қағидалары

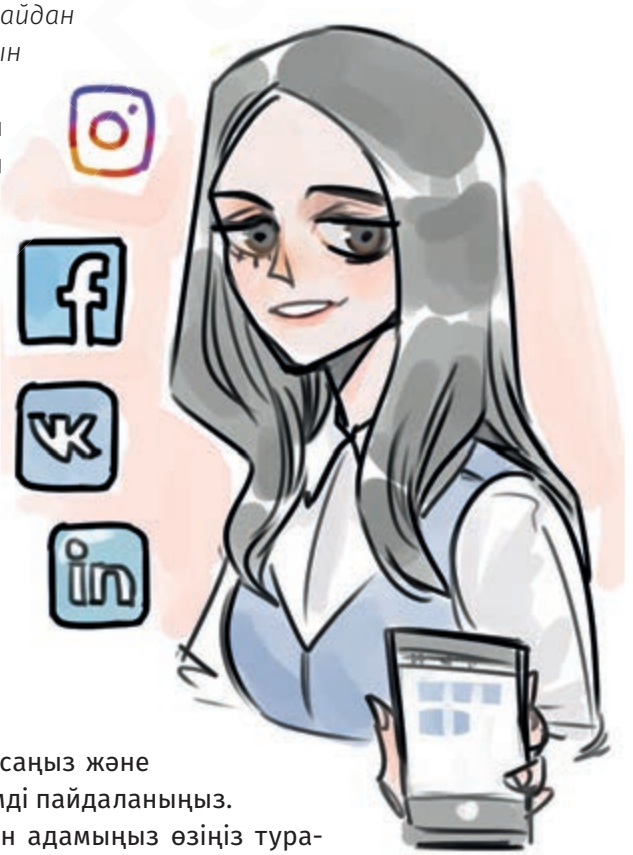
1. Өзіңізге көзге тартымды, қабылдауға ыңғайлы визиткалар жасап алыңыз.

Әлі күнге дейін визиткалар байланыс орнатып, қарым-қатынасты үзбеуге мүмкіндік беретін негізгі құралдардың бірі болып келеді. Қандай да бір шараға визиткасыз келсеңіз, нетворкинг мүмкіндігіңіз азаяды, себебі танысқан адамыңыз кейін сізді ұмытып қалуы мүмкін не хабарласа алмай қалуы ықтимал.

Ең бастысы — визиткада сіз туралы ақпарат анық та нақты түрде берілуі керек. Визиткаға оқуға оңай, адамның есінде қалатындай кейбір элементтерді қосып жіберуге болады. Мысалы, ерекше лауазым атауы, фотосурет, өніміңіздің кескіні бейнеленген суретті, тіпті ұнатып оқитын кітабыңызды, өніміңізге сілтеме жасай отырып, QR кодты (шағын) көрсетіп қоюыңызға болады.

Визитка қай кезде де тез тауып алатындай, қолжетімді жерде болуы керек: дұрысында, пиджактың алдыңғы қалтасында болғаны жөн. Бір қолыңызбен визитканы ұсынып жатқаныңызда екінші қолыңыз бос болуы керек.

2. Визиткаңыз жоқ болса, жағдайдан шығудың қандай да бір амалын қарастырыңыз.



Визиткаңызды қалдырып кеткеніңізді немесе ойламаған жерден бітіп қалғанын айта салыңыз. Басқа амал жоқ. Бірдеңе ойлап табу керек!

Содан соң іс-шарада таратылатын блокноттың бір парағына керек ақпаратты (аты-жөніңізді, компанияңызды, лауазымыңызды, электронды мекенжайыңызды, телефоныңызды) жазып беріңіз. Мұның бәрін визитканың стандартты өлшеміне (5х9 см) ұқсайтын қағазға өте ұқыпты етіп жазып беріңіз.

Ең бастысы — оны ұқыпты жасаңыз және визиткаға барынша жақын өлшемді пайдаланыңыз.

Сонымен қатар жаңа танысқан адамыңыз өзіңіз туралы ақпаратты бірден телефонына жазып алуын немесе

әлеуметтік желіден тауып алып, тіркеп қоюын өтінуіңізге болады. Ол кісі сізге телефон шалған бойда өзіңізге «тағы бір дос» ретінде қосып қоясыз.

1-тапсырма

Стартаперлердің кездесуіне визиткасыз келген болыңыз. Визитканың логотипі мен дизайнын ойлап табыңыз. Сондай-ақ деректі қандай материалға түсіретініңізді ойластырыңыз. Визитканы жасап алыңыз.

3. Ерте келіп, кеш кетіңіз.

Бұрын келген қонақ ретінде шара басталғанға дейін бірнеше қатысушымен жеке сөйлесіп алуыңызға болады. Басқалар амандасып, визитка алмасып жатқанда өзіңізді таныстырып үлгеріп қаласыз. Жарты сағаттың ішінде біраз адаммен танысып, тіл табысып кетуіңіз де мүмкін, сондықтан шараның соңына дейін қалудың қажеті болмай да қалады.

Кешірек кету де сол сияқты. Кейде ең қызық нәрселер соңына қарай болады: у-шу басылған соң жақсы ойлар айтылып, әңгіме қыза түсуі мүмкін, осы кезде адамдар да бір-біріне үйренісіп қалады. Мұндай мүмкіндіктерді жіберіп алмаңыз, сәл кідіре тұрыңыз. «Асықпаған арбамен қоян аулайды» деген бар ғой.

4. Демалуға тырысыңыз.

Шын мәнінде, *нетворкинг дегеніміз — достық қатынас, жаңа танысқан адамдармен тіл табысу.* Бұл жерде телефон арқылы бірдеңе сатқысы келетін адамдай арсын-гүрсін сөйлесуге болмайды. Бұл жерге келген адамдардың бірімен дос болып кетсеңіз, бірі — инвестор, бірі — жаңа жұмыс беруші не серіктесіңіз болып қалуы мүмкін. Визиткаңызды үлестіріп, танысқаныңызға мәз болмай, тіл табысып, байланыс орнатуға тырысу керек.

Күлімсіреп, жігерлі көрінуге тырысыңыз. Бейтаныс адамдармен бірден тіл табысып кету оңай емес. Ырғыр болсаңыз, әжетханаға барып, 2 минут бойы секіріңіз. Сол кезде бір серпіліп қаласыз.

Қонымды әрі кәсіби киініңіз. Жейде, бейресми пиджак пен джинсы киіп алсаңыз, табысты адам сияқты көрінесіз. Пиджак имиджіңізге үйлеспей жатса, қолайлы киініп алыңыз. Сонда да джинсы мен футболкаңыз елдің алдына шыққанда ұялмайтындай болсын, асықпай, дұрысын таңдап алыңыз.

5. Мақсатыңызды айқындап алыңыз: танысатын адамдарыңыздың санын нақтылаңыз.

Жоғарыдағы ақыл-кеңестің бәрін мүлтіксіз орындаған күннің өзінде де бейтаныс адамдармен сөйлесуге ыңғайсызданатын шығарсыз. Оның еш сөкеттігі жоқ!

Керемет кәсіпкер, шығармашыл тұлға, дарынды бағдарламашы болғаныңызбен, жасқаншақ болсаңыз, сіздің қандай екеніңізді ешкім біле алмайды.

Сондықтан іс-шараға келерде қанша адаммен сөйлесіп, тіл табысуға тырысатыныңызды алдын ала белгілеп алыңыз. 10 адаммен сөйлеспек болып жоспарласаңыз, алған бетіңізден қайтпаңыз. Сөзіңізде тұрған жағдайда өз-өзіңізді қошеметтеп, қалаған нәрсеңізді істеңіз.

2-тапсырма

Таяу жылдары мақсатыңызға жетуіңізге көмектесе алатын он адамның аты-жөнін жазып шығыңыз. Әрқайсысымен қай кезде танысатыныңызды белгілеңіз (3 айдан аспасын).

6. Бір адаммен әңгімелесу топпен қарым-қатынас жасаудан ерекшеленеді. Болмашы әңгімелермен ығыр болмаңыз!

Жападан-жалғыз, смартфонына үңіліп, жабырқап тұрған адаммен сөйлесу өте оңай. Ол кісі біреу қасына келіп, сөзге тартқанын қалайды. Сондықтан ондай адамдардың жанына барып, 1-2 минут сөйлескенде тұрған ештеңе жоқ. Алдымен әңгімеге тарту үшін бірнеше сұрақ қоюға болады. Немесе бірден өзіңіздің аты-жөніңізді атап, бүгінгі шара жайында әңгіме қозғауға болады.

Сөйлескіңіз келетін адам басқа біреумен әңгімелесіп тұрса, бұзып-жарып, кимелеп барып танысуға болмайды. Ұят болады. Өзіңізді байқайтындай жақын келіңіз немесе сөздерін тыңдап тұра тұрыңыз. Олардың әңгімесіне алып-қосарыңыз болса, бірден сөзге килігіп, ойыңызды айта беруіңізге болады. Айтарыңыз болмаса, сабырлық сақтаңыз. Түбінде сізді байқап, өздері сөзге тартады.

Топтың ішінде танысыңыз болса, сөз арасында өзіңізді таныстыруды өтініңіз. Әсіресе сөйлесушілердің ішінде нақты біреумен танысқыңыз келсе, бұл — нағыз орай. Танысыңыз сізге керек адамды білсе, сізді таныстыруын өтініп, жаңа танысыңызбен әңгіме өрбіте беруіңізге болады. Бұлай танысу өзіңіз барып танысқаннан гөрі әлдеқайда тиімді.

7. Қызықты емес, мүдделі болыңыз.

Нетворкинг — тіл табыса білу, басқа адамды танып-білуге тырысу. Сөзге тартқанда танысыңызға бизнес-идеяларыңыз, кәсіби дағдыңыз жайында айтып, ығыр қып жібермеуге тырысыңыз. Бірден өзіңіз туралы айта жөнелмей, іс-шараға не үшін келгенін сұрап, жеңіл-желпі сұрақтар қойыңыз. Осы бизнеспен не осы мамандықпен не себепті айналысып жүргені, жұмысы несімен ұнайтыны, соңғы кездері қандай жаңалық болғаны т.с.с. туралы сұрастырыңыз. Әңгімелеріңіз жараса бастаса, не ұнайтынын, отбасы туралы сұраңыз. Мұндай әңгімеден кейін бірден тіл табысып кетесіздер!

Жаңа танысыңызды біраз әңгімеге тартқан соң өзіңіз жайында да айтып беруіңізге болады. Сіздің тыңдағаныңыз сияқты, танысыңыз да сіздің ойыңызды білуге тырысады.

Сөзіне құлақ асып, барынша ықыласты болыңыз! Сұрай салып, басқа жаққа алаңдап тұрсаңыз, оның сөзіне немқұрайдылық танытып тұрғаныңызды түсініп қояды. Басқа жаққа алаңдап тұрып жарты сағат сөйлескеннен гөрі 2 минут сөйлесіп, әңгімесін зейін қойып тыңдаған әлдеқайда тиімді болады.

8. Ең алдымен, өзіңіз не үшін пайдалы екеніңізді ойланыңыз.

Іс-шарада басқаларға не бере алатыныңызды ойланыңыз! Сіздің қолыңыздан не келеді? Не білесіз, не істей аласыз? Жаңадан танысқан адамыңыздың ойы мен сіздің ойыңыз тоғыспайтын болса, ол кісімен араласып, ойыңыздағыдай қарым-қатынас орната қоюыңыз екіталай. Студент болсаңыз да, «Forbes» тізіміндегі миллиардермен немесе «Google» бас сәулетшісімен тіл табысып кетуіңіз әбден мүмкін. Қызық кітап не мақала жайында айтып беруіңізге болады, жаңа концерттердің не музыкалық альбомдардың қайсысын тыңдау керектігі жайында сөйлесуіңізге болады.

9. Әлеуметтік желі арқылы әңгімелесіңіз.

Әсіресе жұмысқа орналасқысы келетін адам әлеуметтік желіні пайдаланғаны жөн. Алдымен сол салада жұмыс істейтін кәсіби мамандарды немесе компанияда өзіңізге ұнайтын кәсіппен айналысып жүрген адамдарды тауып алыңыз. Көбінесе оларды екінші не үшінші адамдар арқылы (таныстарыңыздың таныстары) тауып жатады. Әлеуметтік желідегі достарыңыздың біріне өзіңізді таныстыруын өтінуіңізге болады. Ол мүмкін болмаған жағдайда өз атыңыздан хат жазып, ол кісімен не себепті араласқыңыз келетіні жайында жазып жіберіңіз. Ол кісілердің тәжірибесі жайында сұрап, бизнестің осы саласына қалай келгені, немен айналысқаны туралы айтып беруін өтінуіңізге болады. Ол кісінің «тарихын» тыңдап алған соң осы салада жұмыс істегісі келетін жастарға қандай ақыл-кеңес айтатынын да білуіңізге болады.

Сөзіңіздің соңында тағы кімдермен хабарласып, кеңес алуға болатынын сұраңыз. Алғысыңызды білдіріп, бос жұмыс орны болған жағдайда хабар беруін өтініңіз. Ынғайына қарай түйіндемеңізді де жіберуіңізге болады.

10. Өзіңіз туралы еске салып қойыңыз.

Ара-арасында өзіңіз хабарласып тұрмасаңыз, танысыңыз сізді ұмытып кетуі де мүмкін. Танысқан соң 48 сағаттың ішінде электронды пошта, SMS, әлеуметтік желі арқылы хат жазғаныңыз дұрыс не телефон шалыңыз. Танысыңызды ығыр қылмай, тіл табысып кетудің тиімді жолы қандай?

Жаңа танысыңызбен хабарласып, хал-жайын біліп тұрудың әбестігі жоқ. Таныстарыңыздың сөзін мұқият тыңдап, тіл табысып кеткен жағдайда әрқайсысының немен айналысатынын, нені ұнататынын жақсы білесіз. Мысалы, X жеке тұлғаның дамуы туралы кітаптарға қызығатынын, Y Arduino өнеркәсіп роботтарын құрастыратынын, Z медитацияға арналған қосымшаны іздеп жүргенін білесіз. Ұмытып қалудан қорықсаңыз, сөйлескен соң визиткаларына белгі қойып, жазып қойыңыз.

Жаңа танысыңызбен байланыс орнатқыңыз келсе, электронды пошта арқылы түкке қажеті жоқ ақпарат жіберудің орнына олар сөзсіз керек ететін, олар үшін пайдалы болатын мәлімет жіберіңіз: біріне жеке тұлғаны дамыту туралы жақында шыққан кітапқа рецензия жіберіңіз, екіншісіне eBay-дағы Arduino-ға арналған сенсорлар жиынтығы немесе сипаттамасы жазылған бағдарламаға сілтемені жолдап, оны пайдалануда нені ескеру керектігін жазып жіберіңіз. Мұндай хатты алған адам сізге ерекше риза болады. Ол кісінің жауабын алған соң жаңа танысыңызды кафеге шақыруыңызға болады.

3-тапсырма

2-тапсырмадағы тізімде көрсетілген адамдардың аты-жөнінің қасына әрқайсысының немен айналысатынын, сізге қандай пайдасы бар екенін жазып қойыңыз. Ол кісімен танысқан соң екеуіңізге де қызық болатын, ортақ дүниелерді іздестіріңіз.

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДЕГІ НЕТВОРКИНГІНІҢ ҚҰПИЯЛАРЫ

Егер сізден кіржуғыш ұнтақтың, шай, ұялы телефон маркаларын сұраса, алдымен өзіңіз пайдаланып жүрген, сатып алып жүрген маркаларды атайсыз. Адамдар да сол сияқты. Мысалы, сіздің ағылшын тілін үйретететін мектебіңіз бар. Адамдармен сөйлескен кезде сіз сол мектебіңіз туралы айтасыз. Танысыңызға ол ақпарат қазір қажетсіз болғанмен, кейін бір досы ағылшын тілін үйретететін қандай мектеп бар екенін сұраған кезде ол бірден сіздің мектебіңізді атайды. Себебі ағылшын тілін үйретететін мектепті сізбен байланыстырады. Сол себепті кездесу барысында, WhatsApp немесе Telegram арналары сияқты танымал месенджерлер арқылы хабарласқан кезде өзіңіздің қызметіңізді, курсыңызды т.с.с. жиі-жиі айтып отыру керек. Сонда ол контентті сізбен байланыстыратын болады. Өткен сабақтарда жеке брендинг туралы айтқандарымыз естеріңізде болсын: басқалармен бірлескен іс-қимылыңыз жеке брендингіңізді танытады.

Ең алдымен, әлеуметтік желідегі профиліңізді мұқият толтыруыңыз қажет. Себебі адам өзі туралы көбірек айтқан сайын сенімі де арта түседі. Жұмыс істеген жерлеріңізді, нені ұнататыныңызды, байланыс нөмірлеріңізді — бәрін мұқият жазып шығыңыз. Ақпарат неғұрлым көп болса, соғұрлым жақсы болады!

Фотографтың студиясына барып, дұрыстап суретке түсіңіз. Бұған ерекше мән берген дұрыс. Себебі суреттегі келбетіңіз ұсқынсыздау болса, дұрыс адам сізбен кездеспеуге тырысады. Фотосуреттеріңіз көп болуы керек. Олардың әртүрлі жерде түсірілгені де дұрыс. Басқалармен тіл табыса алмайтын адамдардың суреті аз болады не мүлде болмайды.

Іскерлік топтарға не қандай да бір кәсіби тақырыптық топтарға қатысуға тырысыңыз. Құлаққа жағымды әуен мен бейнежазба болуы керек: бизнес-баяндамалар мен семинарларды қосып қоюға болады.

Қабырғаға ерекше мән беріңіз. Онда немен айналысатыныңыз, не істейтініңіз, не сататыныңыз көрсетілуі керек. Басқаларға қандай пайдаңыз тиетіні көрініп тұруы керек.

Нетворкингіні неден бастау керек?

Нетворкинг үшін ең қолайлы орындардың бірі — коворкинг. Коворкингілерде іскери адамдар, бизнесмендер мен сала мамандары бас қосады. Коворкингілерде алуан түрлі, тегін іс-шара өткізіледі.

Әртүрлі бизнес мектептерге барыңыз. Ақылы болуы міндетті емес. Түрлі семинарларға, тренинг пен воркшоптарға баруға болады. Сондай-ақ қалаңызда қандай іскерлік бизнес клубтар бар екенін анықтауға болады.

Адамдардан тәлімгер («ментор») болуын өтінуге, сұхбат алуға болады.

Күнделікті жұмысыңыз адамдармен тіл табысып кетуіңізді керек етпесе де, әлеуметтік желілердің дамуын пайдалана отырып, жаңа идеялар алуыңызға, бұрынғы ұстанымдарыңыздан бас тартуыңызға болады.

Уақытыңызды босқа өткізбеңіз. Аптасына екі сағат уақыт бөліп, қосымша білік-дағдыңызды дамытыңыз. Стив Джобс колледжде оқып жүріп, каллиграфия сабағына қатысқан. Кейін ой келіп, Apple баспаханасын ашып алды. Осы есіңізде болсын! Бес досыңызға өтініш айтып, ай сайын жанында жүрген адамдармен танысуды әдетке айналдырыңыз.

4-тапсырма

Қағаз бетінде кішкене шеңбер сызып, «Мен» деп жазыңыз. Сонан соң нүктелер қойып, айналаңыздағы адамдардың аттарын белгілеңіз. Ол кісілермен тығыз қатынаста болсаңыз, нүктені шеңберге жақын орналастырыңыз. Шеңбер мен нүктелердің араларын жалғап алыңыз, бір-бірін танып, жақсы араласатын адамдардың арасын да қосыңыз. Енді кімдермен жақын араласатыныңызды, кімдермен орташа араласатыныңызды, ал кімдермен дұрыс араласа алмай жүргеніңізді анықтаңыз. Жақын араласып жүрген адамдарыңыз сізге көбірек ықпал ететінін, орташа араласатындарыңыз арасында ықпал ете алатынын, ал алыста тұрған

адамдар сізге көп ықпал ете алмайтыны есіңізде болсын. «Жақын араласатын адамдарым өмірлік мақсатыма, кәсіби мақсатыма жетуіме ықпал ете ала ма?» деген сұраққа жауап беріңіздер. Жақын араласып жүрген адамдарыңызды өзгерткіңіз келмей ме?

5-тапсырма

Нетворкингіңізді қалыптастыруға болатын жерлердің (кемінде 15 тармақ) тізімін жасаңыз.

© Көкжиек-Горизонт

48-сабақ. Кәсіпкердің іскерлік қарым-қатынасы — келіссөз және келіссөз жүргізу тәжірибесі

- Кәсіпкер үшін келіссөздердің маңызын түсіну.
- Оқу-ойын жағдайы шеңберінде оқушылардың өзара қатынасындағы келіссөз дағдыларын қолдану.

1-тапсырма

Іскерлік қатынас туралы сөз қозғамас бұрын «Іскерлік қатынас не үшін қажет?», «Іскерлік қатынас дағдысын дамыту не үшін керек?» деген сұрақтарға жауап беріңіздер.

Базарға барған кездеріңізді есіңізге түсіріңіз. Базарда көп адам картоп сатып тұр. Бірі сатып алушылардың асты-үстіне түсіп, сыпайы сөйлесіп тұр, мақтайды, картопты ұстап көруге болатынын айтады, көп сатып алса, арзанға беретінін ескертеді. Ал екіншісі дөрекі сөйлесіп, картопқа қол тигізбейді, «Арзан бере аласыз ба?» — деп сұраса, бірден дүңк еткізіп: «Онсыз да арзан беріп тұрмын. Ұнамаса, басқа жерге барыңыз!» — деп ұрса жөнеледі. Қай сатушының картобын сатып алар едіңіз? Демек, іскерлік қатынас сатып алушының таңдауына әсер етеді.

Іскерлік серіктестермен психологиялық байланыс орнатып, өзара түсіністік, ынтымақтастыққа қол жеткізу үшін, іскерлік серіктестерінің әрекетін болжап, ынталандыруға мүмкіндік беретін, адамдардың күнделікті өмірдегі, іскерлік саладағы іс-қимылын бағыттаудағы білім, білік, дағды **коммуникативтік мәдениетке** жатады. Коммуникативтік мәдениет сыпайылық, әдептілік, кішіпейілділік, қарапайымдылық, уәдеге беріктік, жанашырлық сияқты қарым-қатынасқа қойылатын талаптардан құралады.

Сыпайылық — басқаларға құрметпен қарау, оларды қадірлей білу, ол амандасу, тілек айту, дауыс интонациясы, ым-ишарат, қимыл-қозғалысынан көрінеді. Сыпайылықтың антиподы — дөрекілік.

Әдептілік — кез келген жағдайда, жанжал туындаған кезде де әдеп сақтай білу. Мүлде жаңа, тосын идеялар айтылып, пікір алуандығы, айтыс-тартыс туындаған кезде шектен аспай, әдептен озбаған дұрыс.

Кішіпейілділік — коммуникативтік мәдениеттің маңызды құрауыштарының бірі. Көкірек керіп, менмендікке салынбай, басқалардың көңіліне қарау, адамның намысына тимеу, сыйлап, құрметтеу. Адамның сырт келбетіндегі ақауды бетіне басып, басқалардың көзінше қорлап, басыну да кішіпейілділікке жатпайды.

Қарапайымдылық басқалардың ұстанымын, көзқарасын сыйлау, өзін басқалармен тең қою. Қарапайымдылықтың антиподы — кербездік, сырдаңдық, кеудемсоқтық.

Уәдеге беріктік — іскерлік қатынаста табысты болудың негізгі шарттарының бірі. Уәдесінде тұрмайтын, міндетіне жауапкершілікпен қарамайтын адамға ешкім сенбейді, сондықтан ондай адамдардың ісі кері кетеді. Уәдеге берік болмау алдампаздыққа, суайттыққа әкеледі.

Жанашырлық — басқа адамды құрметтеу, қиналған кезінде көмектесіп, қол ұшын беру.

2-тапсырма

Төмендегідей кестені сызып алыңыздар. Үш оқушы осы асыл қасиеттердің деңгейін көрсетіп, 5 балдық шкала бойынша белгілесін. Содан соң өз болмысының қай жағын жетілдіру керектігін айтып берсін.

10-кесте. Тиімді коммуникация құруға қажетті қасиеттерді анықтау

Аты-жөні _____ (бағаланушы)

№	Сыпайылық	Әдептілік	Кішіпейілділік	Қарапайымдылық	Уәдеге беріктік	Жанашырлық
1						
2						
3						

Коммуникативтік мәдениеті жоғары адамның бойындағы қасиеттер:

- эмпатия: басқалармен санаса біледі, олардың пікірін бағалап, құрметтейді;
- мейірімділік: адамдарға мейірімін төгіп, қолынан келгенше көмектеседі;
- қажырлылық: адамдарды алаламай, бәрін тең көреді;
- нақтылық: өз ойын нақты айтады, жасқанбайды, жағымпазданбайды;
- жігерлілік: әрдайым алда жүреді, қандай да бір істі қолға алуға дайын болады, басқалардың кірісуін күтпей, өз еркімен бастап кетеді;
- қайсарлық: ойындағысын бетке айтады, алған бетінен қайтпайды;

- адалдық: айналасына әділ баға беріп, сөзге берік болады, мұндай жандар шынайы болатындықтан, басқалар онымен дос болуға тырысады;
- сезімталдық: айналадағы іс-әрекет, болмысқа жанашырлықпен қарап, әсерленеді, қатыгездікке жаны қас болады;
- білімқұмарлық: айналасын зерттеп, ғылыми негізде қарайды, өзіндік ойы бар, басқалардың пікіріне құлақ асып, сараптайды.

Коммуникативтік мәдениетте сөйлеу әрекетіне қатысты білім, білік, дағды, яғни сөйлеу мәдениеті маңызды орын алады.

Іскерлік қатынаста сөйлеу мәдениетінің көрсеткіштері:

- сөздік құрам (бұл топқа боқтық сөздер, жаргон сөздер мен диалектизмдер жатпайды);
- сөздік қор (сөздік қоры бай болған сайын адамның сөзі әсерлі, көрікті болып шығады, адамдар ондай адамды тыңдаудан жалықпайды, елітіп, қызықтыра түседі, сөзі әсерлілігімен есте сақталып қалады);
- айтылуы;
- грамматика (іскерлік сөйлеуде грамматиканың негізгі қағидаттары сақталуы керек);
- стилистика (дұрыс сөйлейтін адамның сөзінде басы артық сөз болмайды, сөйлемдегі сөздердің орны сақталады, жаттанды, қате құрылымдар болмайды).

Корпоративтік қатынаста адамдар өзара пікір алмасып, ақпарат алады, тәжірибе бөліседі. Корпоративтік қатынаста белгілі бір мақсат-нақты міндет көзделеді. Қатынастың басқа түрлерінен осынысымен ерекшеленеді.

Іскерлік корпоративтік қатынаста әріптесінен айырылып қалмауға тырысады (ол екі жаққа да тиімсіз болады). Іскерлік қатынасқа жұмыс уақытында мекеменің ішіндегі қызметкерлердің өзара қарым-қатынасы жатады.

Корпоративтік қатынас түрлеріне іскерлік әңгіме; іскерлік келіссөз; дау, пікірталас, пікір алмасу; іскерлік кеңес; көпшілік алдындағы сөз; телефонмен сөйлесу; іскерлік хат жатады.

Іскерлік әңгіме — белгілі бір мәселе бойынша ақпарат алмасып, пікір бөлісу. Іскерлік әңгімеден кейін шешім қабылдау, мәмілеге келу міндетті емес.

Іскерлік әңгіме келіссөздің алдында өткізіліп, келіссөздің маңызды бөлігі болуы мүмкін.

Іскерлік келіссөз — мүдделі тараптардың қарым-қатынасы нәтижесінде шешім қабылдау құралы. Іскерлік келіссөздің әрдайым өзіндік мақсаты болады, келісім жасап, мәмілеге келу, келісімшарт жасау көзделеді.

Дау — қандай да бір мәселе бойынша туындаған пікір алалығы, келіспеушілік. Әр тарап өз ұстанымын қорғайды.

Іскерлік кеңес — мамандардың мәселені ашық түрде ұжым боп талқылау тәсілі.

Көпшілік алдындағы сөз — сөйлеушінің сөйлеу, шешендік өнер қағидаларын сақтай отырып, әртүрлі ақпаратты кең аудиторияға жеткізуі.

Іскерлік хат — мазмұны әртүрлі іскерлік құжаттардың жалпы атауы.

3-тапсырма

Базарда жүрген болыңыздар. Әрбір оқушы сегіз шағын парақ (стикерлерді) алуы керек. Әр параққа аттарыңызды анық етіп жазып, аттарыңыз көрінбейтіндей етіп бірнеше рет бүктеңіздер. Бүктелген қағаздарды үстелге не арнайы дайындалған қорап, қапшыққа салыңыздар. Мұғалім оларды әбден араластырсын.

Енді әр оқушы кезек-кезек 8 қағазды алсын. 5 минуттың ішінде дауласып, сендіру, көндіру арқылы атыңыз жазылған сегіз парақты қайтарып алуыңыз керек. Тауарды — өз аты жазылған 8 парақты басқалардан бұрын жинақтаған 3 сатып алушы жеңімпаз ретінде танылады.

Жаттығуды орындап болған соң жеңімпаздарға тапсырманы қалай тез орындап шыққаны, саудаласқан кезде қандай тактиканы (бар ынтасымен іздеу, күту, тез алмасу, басқаларды алдап соғуға тырысу, бірден бүкіл аудиторияны жұмылдыруға тырысу т.с.с.) қолданғаны туралы айтып беріңіз. Бұдан қандай қорытынды шығаруға болады?

Қарым-қатынасты басқарудың әлеуметтік-психологиялық әдістері

Еліту — тұлғаның белгілі бір психологиялық күйді бейсаналы, стихиялы түрде қабылдауы.

Сендіру — бір субъектінің екіншісіне белсенді әсер етуі. Сөйлеушінің сөзі нақтылыққа, шынайылыққа құрылып, қарсы пікір болмаған жағдайда пайда болады.

Еліктеу — өзге адамның болмысына, іс-әрекетіне, сөйлеу мәнеріне т.с.с. ұқсауға тырысып, үлгі ету.

Сенім — бір адамның көзқарасын, ұстанымын өзгертуге бағытталған мақсатты әрекет, жеке адамның санасына ықпал етудің негізгі әдісі. Онда жеке адамның ақпаратты қабылдай отырып, ойлау қабілетін жандандыру, сенімділігін қалыптастыру мақсат етіледі.

Кейде сенім адамдарға әсер етудің арнайы әдісі ретінде қолданылады. Ол міндетті түрде еліту, еліктеу арқылы жүзеге асады. Айырмашылығы — сенім адамдардың ақпаратты саналы түсінуі негізінде қалыптасса, еліту мен еліктеу сөйлеушінің беделіне, аудиторияның көңіл күйіне, қоғамдық пікірдің қысымына,

құндылықты бағалауына байланысты ақпаратты ойланбастан қабылдауына негізделеді.

Мұндай психологиялық әсер дәріс тыңдау, көпшілік театр, спорт ойындарын өткізген кезде байқалады. Еліктеу, еліту сән өнерінде айқын көрінеді.

Еліктеу әдісі адамдардың топтың психологиялық күйіне бейімділігіне негізделеді. Аристотельдің айтуынша, адамдар басқалардан еліктеуге бейімділігі арқылы ажыратылады, таным үдерісін адам еліктеу арқылы қабылдайды. Кейбір әрекеттерге саналы не санасыз түрде еліктеу мінез-құлықта, ойлау мәнерінде байқалады, ол іскерлік тәжірибеде де жиі кездеседі.

Сендіру әдісі әлдеқайда күрделі болып келеді. Онда сөзбен не басқа да тәсілмен адамның ерік-жігері мен зейініне ықпал ете отырып, белгілі бір психологиялық күйге (көңіл күй, әсер, іс-әрекет) түсіреді.

Еліктеудің сендіруден айырмашылығы — сендіруде ақпарат көзінің көрнекі мәнерлігі, ақпараттың тартымдылығы ықпал етеді. Мұнда бейненің әсері ақпаратты қабылдауға негіз болады. Ал сендіруде мақсат сөздің қуаты, эмоциялық әсеріне байланысты болады.

Алдыңғы әдістермен салыстырғанда мәжбүрлеу әдісінде адамды күштеу тәсілі қолданылады. Мұнда адамның қалауы мен сеніміне қарсы тұрып, басқа ұстаным ықтиярынсыз таңылады. Мәжбүрлеу, жазалау, қорқыныш т.с.с. адамға ұнамсыз, жағымсыз салдар арқылы жүзеге асады. Этикалық тұрғыдан мәжбүрлеу іс құқық тәртібін бұзу, қоғамда белгіленген моральдық нормаларды қарсы келуге қатысты болғанда ғана жағымды сипат алуы мүмкін.

Сендіру, еліктеу, еліту, мәжбүрлеу әдістері қарым-қатынаста өзара байланысты жүйелер ретінде қолданылады.

4-тапсырма

Төрт топқа бөлініңіздер. Әр топ қарым-қатынасты басқару әдістерінің бірін таңдап, осы әдіске қатысты 10 сөз тіркесін, сөйлем, қыстырма конструкциялар құруы керек. Соңында сынып алдында нәтижелерді көрсетіп, басқа оқушылар онымен қаншалық келісетінін талқылаулары қажет.

49-сабақ. Кәсіпкердің іскерлік қарым-қатынасы — келіссөздер және келіссөздер жүргізу тәжірибесі

- Кәсіпкер үшін келіссөздердің маңызын түсіну.
- Оқу-ойын жағдаятында оқушылардың өзара қатынасындағы келіссөз дағдыларын қолдану.

Бұл сабақта кәсіпкердің іскерлік қатынас қағидаларын әрі қарай талдаймыз. Қарым-қатынаста іскерлік қатынасты едәуір жеңілдетіп, тиімділігін арттыру, бизнесте басқалармен араласу барысында қателіктерді болдырмауға қатысты бірқатар ережелер бар. Бұл ереже іскерлік қатынастың жекелеген түрлеріне — «жоғарыдан төменге» (басшы-бағынышты), «төменнен жоғарыға» (бағынышты-басшы), «көлденең бағыттағы» (қызметкер-қызметкер) қатысты қолданылады.

Іскерлік қатынастың «жоғарыдан төменге» қағидаттары

Іскерлік қатынас нормасы ретінде көбінесе басшының қарамағындағыларға қатысты қолданатын нормалары мен принциптері арқылы қабылданады: қызметте қалай жүруге болатыны, қалай жүруге болмайтыны соған негізделеді. Басшы мен бағынышты қызметкерлердің арасында іскерлік қатынас этикасы сақталмаса, қызметкерлер ұжымда ыңғайсыз сезініп, жапа шегеді.

- Қызметкер өкімді орындамаған жағдайда ол жайында сіздің білетініңізді сезінуі керек, әйтпесе ол сізді алдадым деп түсінуі де мүмкін. Басшы бағынышты адамға ескерту жасап отырмаса, ол кейін де міндеттеріне салғырт қарап, орындамайтын болады.
- Адамның жеке басын емес, іс-әрекетін сынаңыз.
- Қарамағыңыздағылардың жеке шаруасына қатысты ақыл-кеңес айтпаңыз. Себебі ақыл-кеңесіңіз орынды болса да, ол үшін сізге ризашылығын білдірмейді. Ал орынсыз болған жағдайда сізге жауапкершілік жүктеледі.
- Қызметкерлеріңіздің алдында беделіңізді сақтағыңыз келсе, жағдайдан хабарсыз екеніңізді білдірмеңіз.
- Әділ болыңыз: неғұрлым көп еңбектенсе, сыйақысы да соғұрлым көп болуы керек.

- Басшылықтың арқасында ғана табысқа қол жеткізген жағдайда да ұжымыңызды мақтап, қолпаштап отырыңыз.
- Қол астыңыздағы қызметкерлер қадір-қасиетін сезінетіндей болсын. Жұмысты жақсы орындаған жағдайда материалдық тұрғыдан ғана емес, моральдық тұрғыдан да ынталандырыңыз. Қызметкерді мақтауға сараң болмаңыз.
- Қол астыңыздағы қызметкерлерді қорғап, қамқор болыңыз.
- Өкім бергенде екі факторды: (1) жағдайды, уақыттың қаншалық жеткілікті екенін, (2) алдыңызда қандай қызметкер отырғанын (адал, білікті қызметкер ме, әлде әр нәрсені айтып, шұқып көрсетіп отыруды керек ететін қызметкер ме?) ескеріңіз. Өкімнің түрі де, этикалық норма да осыған байланысты болады.

1-тапсырма

9 топқа бөлініңіздер. Әр топ жоғарыдағы қағидаттардың бірін таңдап алып, соған сәйкес қол астындағы қызметкерге айтатын сөзін (сөз тіркесін) құрастыруы керек. Әр топ сөз тіркесін не сөйлемді оқысын, сонан соң бүкіл сынып оның қаншалық дұрыс құрылғанын талдап, өз ұсыныстарын айтсын.

Іскерлік қатынастың «төменнен-жоғарыға» қағидаттары

Басшымен қалай сөйлесу, қалай қарым-қатынас жасау керектігін де білу қажет. Нормаларды басшылыққа ала отырып, басшыны өз жағыңызға шығаруға, одақтас етуге де болады, сол сияқты өзіне қарсы қойып, қырын қаратып қоюға да болады.

Басшымен іскерлік қатынаста қолдануға болатын этикалық нормалар мен қағидаттар:

- Ұжымның басшыны дұрыс қабылдауына тілектес болып, әділдіктің орнауына ықпал етуге тырысыңыз.
- Басшыға өз көзқарасыңызды таңып, өктемдік жасамаңыз. Ұсыныс-ескертулеріңізді әдеппен, сыпайы түрде жеткізіңіз. Оған тікелей бұйыра алмағаныңызбен «... болса, қалай қарайсыз?» т.с.с. түрде өз ойыңызды білдіріңіз.
- Басшымен үзілді-кесілді тонмен сөйлеспеңіз, «иә» не «жоқ» демеңіз. Үнемі мақұлдап, келісе беретін қызметкер ығыр қылып, жағымпаз адам ретінде әсер етеді. Әрдайым «жоқ» дей беретін қызметкер басшының намысына тиіп, зығырданын қайнатуы мүмкін.
- Адал, сенімді қызметкер болуға тырысыңыз, бірақ жағымпазданып кетпеңіз. Өзіндік ұстанымы, мінезі болмаған адамға сенім артуға болмайды, ойында не барын түсіну қиын болады.

- Шұғыл жағдай болмаса, басшыңыздан да жоғары жаққа жүгініп, көмек, кеңес сұрамаңыз, ұсыныс айтпаңыз.
- Оныңыз басшыға бағынбау, беделін сыйламау не басшының құзыреттілігіне күмән ретінде қабылдануы мүмкін.
- Сізге қандай да бір жауапкершілік жүктелсе, әдептен аспай өз құқығызды да ескертіп қойыңыз. Есіңізде болсын, жауапкершілікке ие болу үшін еркіндік те болуы керек.

2-тапсырма

7 топқа бөлініңіздер. Әр топ жоғарыдағы қағидаттардың бірін таңдап алып, соған сәйкес басшыға қатысты сөз тіркестерін құруы тиіс. Әр топ сөз тіркестерін не сөйлемдерді оқып болған соң бүкіл сынып оның қаншалық дұрыс құрастырылғанын талқылап, өз нұсқаларын айтады.

Іскерлік қатынастың «көлденең бағыттағы» қағидаттары

Мәртебесі тең қызметкерлермен іскерлік қатынасты дұрыс орнатып, тиісті нормаларды сақтау да оңай емес, себебі олар қызметте табысқа жету жолында өзара қарсылас болады. Екеуіңіз де бір басшыға бағынасыздар. Іскерлік қатынасқа қатысушылар өздерін тең дәрежеде сезінуі керек.

Әріптестер арасындағы іскерлік қатынас этикасының қағидаттары:

- Ортақ жұмысты орындаған кезде құқығыз бен жауапкершілікті нақты түсініп алыңыз.
- Міндетіңіз әріптестеріңіздің міндеттерімен тоғысып жатуы да мүмкін. Онда жағдай қиындау болады. Басшы сіздің міндетіңіз бен жауапкершілігіңізді басқалармен тең қараған жағдайда санаспай-ақ өзіңіз жасауға тырысыңыз.
- Орындай алмайтын болсаңыз, уәде бермеңіз. Шамаңызға қарамай, көп жауапкершілік алмаңыз. Орындай алмай қалған жағдайда объективті себептер болса да, ыңғайсыз болады.
- Әріптесіңізді ығыр етіп жібермеңіз. Жұмыста басқа қызметкердің жеке басына қатысты дүниелерді сіздің білуіңіз міндетті емес.
- Шын мәніндегі болмысыңыздан артық, ақылды, қызық болып көрінуге тырыспаңыз. Мұның жасанды екені байқалып, ерте ме, кеш пе, сырыңыз мәлім болады.
- Әріптесіңізді өз мақсатыңызға қол жеткізетін құрал ретінде емес, сыйлайтын керек тұлға ретінде қабылдаңыз.

3-тапсырма

6 топқа бөлініңіздер. Әр топ жоғарыдағы қағидаттардың бірін таңдап алып, соған сәйкес әріптеске қатысты сөз тіркестерін құруы тиіс. Әр топ сөз тіркестерін не сөйлемін оқыған соң бүкіл сынып оның қаншалық дұрыс құрастырылғанын талқылап, өз нұсқаларын ұсынады.

Қатынас стилі нәтижені белгілейді

Іскерлік қатынас әртүрлі жағдайда — телефон, хат алмасу не жүзбе-жүз кездесу арқылы жүзеге асуы мүмкін. Ірі келісімшарттардың көбі жүзбе-жүз кездесулер барысында жасалады. Ол іскерлік жағдайда өтуі, еркін жағдайда да өтуі мүмкін. Адам қабылдауының осы ерекшелігін ескере отырып, келіссөздердің арнайы әдістемесін қолдану қажет.

Іскерлік қатынаста басшылыққа алынатын қарапайым қағида: «Бізді ұнататындар бізге де ұнайды». Сондықтан келіссөз жүргізетін адам бірқатар ұстаным мен қағиданы басшылыққа алуы керек.

Олардың ең негізгілері:

- Сөйлеп отырған адамның сөзін бөлмеңіз. Өз ойын соңына дейін айтып шығуына мүмкіндік беріңіз. Тыныштық орнаған жерде сөйлеген ыңғайлы. Клиентті мұқият тыңдаңыз. Кейін ол тыныштықты толтыруға тырысып, сіздің сұрақтарыңызға жауап береді.
- Сағатыңызға қарамаңыз. Сағатқа қарауыңыз керек болған жағдайда да байқатпауға тырысыңыз. Олай болмаған жағдайда клиент бұл әрекетіңізді «қызықпай, тезірек құтылғысы кеп отыр» деп түсініп қалуы мүмкін.
- Сөйлеп отырған адамның сөзін бұзып-жарып, сөйлеп кетпеңіз. «Бұл туралы бұрын да естігенмін» дейтін болсаңыз, ол сізбен әрі қарай мүлде сөйлескісі келмей қалады.
- Сұрақ қойып, жауабын күтіңіз. Көп адам сұрақ қойғанмен, жауабын өзі айтып жатады. Онысын сөйлеушінің кідіріп қалуымен байланыстырады. Шындығында, кідірістің болғаны жақсы. «Әріптесіңіз ойланып жатыр» деген сөз, ол сіздің сұрағыңызға сол бойда жауап беруге міндетті емес.
- Бойыңызды тіктеп отырыңыз. Жантайып, бір жағыңызға қисайып отырмаңыз. Ол клиентке «айта бер, тыңдап отырмын» дегендей әсер қалдырады. Алға сәл ентелей түсіп, түзу отырыңыз. Еңкею адамның қызыққанын білдіреді.

4-тапсырма

Екі компания құрылысқа қатысты ауқымды жобаға үміткер болып отыр. Әр компания жобаны өзіне алғысы келеді, алайда бір компанияда қада қағатын қондырғы аз, оны бәсекелесінен жалға алмақшы (басқаларда 30%

қымбат). Екінші компания да жобаны өз бетінше орындай алмайды, себебі тапсырыс берушінің аумағына кіре алмайды. Тапсырыс берушінің аумағына техниканы жеткізу үшін бірінші компанияның ауыр техникаға арналған кең ауқымды пантонды көпірін пайдалануы керек. Басқа көпір салу тиімсіз, ол үшін маржаның (пайданың) 50%-ы кетіп қалады.

Әр тараптан 3 адамнан шығара отырып, кезек-кезек келіссөз жүргізген болыңыздар. Басқа оқушылар топтың қателіктерін қадағалап, пайдаланылмай қалған ұсыныстарды белгілеп отырулары керек. 3 минутқа созылған әр раундтан кейін келіссөздерді талдаңыздар.

Телефон арқылы іскерлік әңгімені тиімді жүргізу дағдысы

1. Сөйлесуге мұқият дайындалыңыз. Аяқ асты құрастыра салмаңыз. Сөйлесудегі мақсатыңызды анықтап алып, негізгілерін нақтылаңыз, әңгіме не туралы болатынын пысықтаңыз.

Телефонмен іскерлік сөйлесуге дайындалу үшін бланк дайындап алуға да болады. Сол арқылы болуы мүмкін жауаптарды ескере отырып, әңгіме құрастырыңыз.

11-кесте. Телефонмен іскерлік сөйлесу жазбасына арналған бланк

Күні	
Уақыты	
Телефон нөмірі	
Ұйым	
Аты-жөні	
Сұрақтар	
Болжанатын жауаптар	
Жауаптар	
Қорытындылар	

2. Әңгімеге қатысы бар құжат, ресми материалдарды, құжаттардың нөмірі мен күнін, адамдардың аты-жөнін ұмытып қалмау керек.

3. Қысқа да нұсқа сөйлеңіз. 4-5 минуттан артық сөйлеспеу керек. Өз уақытыңызды да, басқалардың уақытын да үнемдеу үшін іскерлік әңгіменің құрылымын сақтағаныңыз жөн. Ол мынадай бөліктерден құралады: 1) сәлемдесу; 2) танысу, 3) қоңырау шалуыңыздың себебін айту; 4) мәселенің байыбы; 5) қорытынды; 6) ризашылық білдіру; 7) қоштасу.

Сөйлесудің әр кезеңіндегі өз сөзіңізді және серіктесіңіздің ықтимал реакциясын ойластырыңыз. Телефонмен сөйлескен кезде сұрақтарыңыз әріптесіңіздің

жауабы «тұйық күйде» («иә», «жоқ», «білмеймін») болатындай құрылғаны абзал. Әр мәселе бойынша әңгіме де осындай жауаптармен аяқталғаны дұрыс.

4. Бейтарап сәлемдесулердің орнына ақпараттандырылған сәлемдесулерді қолданыңыз: алдымен өзіңізді, ұйымыңызды таныстырыңыз. Адамдар кіммен сөйлесіп тұрғанын сезінгісі келеді.

5. Әңгімелесу қағидаттарын ұстануға тырысыңыз. Бірқалыпты сөйлеңіз, эмоцияға берілмеңіз, сұхбаттасушының сөзін бөлмей, соңына дейін тыңдаңыз. Әңгіме барысында қысқа репликалармен қуаттап, қолдап отырыңыз. Әйтпесе сұхбаттасушы алаңдап, «тыңдамай жатыр» не «байланыс үзіліп кетті» деп ойлауы мүмкін.

6. Әңгімені хабарласқан адам, әлеуметтік мәртебесі жоғары не жасы үлкен адам аяқтауы тиіс. Әңгімені сыпайы аяқтау керек. Сөзді тез аяқтау қажет болған жағдайда «кешіріңіз, жиналысқа баруым керек еді» т.с.с. түріндегі фразаларды қолданған жөн. Сөз соңында сұхбаттасушыға ризашылығыңызды білдіріп, сыпайы қоштасуға тырысыңыз.

WhatsApp-тағы іскерлік қатынас

Бүгінгі таңда іскерлік қатынаста WhatsApp жиі қолданылады. Мессенджерлерде іскерлік хат алмасу қағидаттарымен таныстырайық.

1. Хат жазбас бұрын алдымен амандасып алып, өзіңізді таныстырыңыз.
2. Бір ғана хатпен жолдауға болатын нәрсені бірнеше хабарламамен жібермеңіз. 1. «Сәлеметсіз бе!». 2. «Менің атым ...». 3. «Мен ... қалаймын» т.с.с. сөйлемдерді бөлек-бөлек жіберудің қажеті жоқ. Әрқайсысы жеке-жеке келген кезде хабарламаны алушы адамның ызасын тудыруы мүмкін.
3. Іскерлік хат жазған кезде смайликтерді пайдаланбаған жөн.
4. Жұмысқа қатысты мәселені жұмыс уақытында ғана (таңертеңгі 9-дан кешкі 7-ге дейін) жазған дұрыс. Әйтпесе 10-да жатып қалған кісінің ұйқысын ашып жіберуіңіз мүмкін. Жазуға тура келген жағдайда (сонда да кешкі 10-нан бұрын) мазалағаныңыз үшін кешірім сұрауыңыз керек. Жауап бермеген жағдайда қайтара мазаламаңыз.
5. 4-5 мәрте қоңырау жіберіп, бір рет қана хабарласқан жағдайда тұтқаны көтермесе, өзі хабарласқанша 2 сағат күтуіңіз керек.
6. Бейнеқоңырау шалардан бұрын алдымен қоңырау шалу не жазу арқылы бейнеқоңырау шалуға рұқсат сұрау қажет. Рұқсат етпеген жағдайда қай кезде хабарласқан жөн (бейнебайланыспен) болатынын келісіп алу керек. Ескертпестен бейнеқоңырау шалу әдепсіздікке жатады.
7. Жұмыс чаттарында фото, бейне, гиф, түрлі демотиваторлар мен басқа да хабарларды, топ мүшелері үшін маңызды, қажет болмайтын ақпаратты жібермегеніңіз жөн.

8. Хабарламаны оқыған бойда көп кешіктірмей жауап бергеніңіз абзал. WhatsApp хабарламасының жеткені екі көк белгіден байқалады. Байланысушы тарап хабарламаны оқығаныңызды аңғарады, сонда да жауап беруге тырысу керек.
9. Ортақ топтар мен чаттарға аудиожазба жібермеген дұрыс. Аудиожазбаларды бәрі бірдей тыңдап отыра алмайды. Ол үшін ыңғайлы уақыт, қолайлы жер керек.
10. Басқа адамдардың аты-жөні, сол кісілерге қатысты деректер жазылған фотосурет пен скриншоттарды чаттарға жібермеңіз. Сізге келген экран скриншотындағы жіберушінің аты-жөнін қиып тастауға тырысыңыз. Чаттағылар өзіңізге басқа жақтан келген дүниені жіберіп отырғаныңызды білмегендері жөн. Сондықтан басқалардан келген суретті телефонда сақтап қойып, басқа чаттан жіберілгені туралы жазба шықпайтындай етіп қайта жіберіңіз.

5-тапсырма

Рөлдік ойын: компьютер құрастыратын компания мен компьютерге операциялық жүйе мен бағдарламалық қосымша орнататын компанияның серіктестері өнімді арзандату туралы келіссөз жүргізіп отыр. Соңғы өнім 10% арзандауы үшін бағдарламалық қосымшаны жеткізуші компьютер құрастырушы қызметінің бағасын төмендеткенін қалайды. Ал ол компания, керісінше, бағдарламалық қосымша орнататын компания өз қызметін арзан бағаға ұсынғанын қалайды. Өз ұстанымыңызды дәйектей отырып, зерттелген материал негізінде келіссөзде жеңіп шығуға тырысыңыз. Келіссөздердің әр раундына 5 минут беріледі.

50-сабақ. Эмоционалды интеллект

- Эмоционалды интеллект мәні мен мағынасын түсіну.
- Эмоционалды интеллектіні басқарудың көмегімен өз мақсаттарына жету мүмкіндіктерін зерттеу.

Өткен сабақтарда нетворкинг құрудың маңызы мен келіссөз жүргізе білу жайында сөз қозғадық. Бизнесте болсын, күнделікті өмірде болсын, басқалармен тіл табысу оңай емес. Әдетте, бәрі көңіл күйімізге байланысты болады. Біреу басынып, намысымызға тиіп жатса, өз-өзімізді ұстай алмай, ашуға мініп жатамыз, шаршасақ, еш нәрсеге зауқымыз соқпай қалады.

Эмоционалды интеллект (ЭИ) *— эмоциядағы ақпаратты өңдеу қабілеті.*

Эмоциялық күйді біліп, түсіну арқылы эмоцияны тежей аламыз. Эмоциямызды бақылай отырып, табысқа жету жолында күйзелісті жеңе білуге дағдыланамыз[1].

1-тапсырма

Эмоционалды интеллект туралы білу кәсіпкерге қаншалық пайдалы болатынын ойланыңыз. Сұраққа жауап бере отырып, кәсіпкерлік клиенттердің қажетін өтеуге бағытталатынын ескеріңіз. Сондай-ақ кәсіпкер жападан-жалғыз жұмыс істей алмайтынын, әрдайым серіктестері мен достарының көмегіне жүгінетіні қаперіңізде болсын. Не өндірсеңіз де түбінде оны сатуыңыз қажет болады. Тіпті онлайн арқылы сатып, клиентпен жүзбе-жүз сөйлеспесеңіз де, компанияңызбен хабарласқан кездегі клиентіңіздің көңіл күйі кейін қайта келіп, тұрақты клиентіңізге айналуына әсер етеді.

ЭИ (EI, EQ) терминін американдық психологтер — Джон Майер мен Питер Сэловей енгізген еді. Зерттеушілер ЭИ-ді өзінің көңіл күйі мен басқалардың көңіл күйін бақылап, ажырата білуге, ой мен іс-әрекетті қадағалауда ол мәліметті пайдалана білуге негізделген әлеуметтік интеллектінің ажырамас бөлігі ретінде сипаттайды.

---

[1] Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 544 с.

ЭИ тұжырымдамасы Чикаго университетінің профессоры, психолог Дэниел Гоулманның әлемдік деңгейдегі бестселлерге айналған «Emotional Intelligence» кітабы арқылы кеңінен насихатталды.

Эмоционалды интеллектінің ұстанымдары эмпатия, хабардарлық, баланс, жауапкершілік сияқты сипаттармен тығыз байланысты.

Эмпатия (жанашырлық) негізгі эмоционалды қабілетке жатады. Жанашырлық өзін басқа адамның орнына қойып, оған жаны ашу, көмектесуді білдіреді. Ол туралы 10-сыныпта ойлау дизайны сабақтарында да сөз болды.

Хабардарлық. Эмоционалды балансты сақтау үшін немесе қарапайым тілмен айтқанда, өзін толыққанды бақытты сезіну үшін адам өз сезімін түсінуі керек. Ол үшін нақты сезімді, оның алуан түрлі реңктері мен нюанстарын ажырата білу қажет, сезімнің түрлерін білу қажет, нақты жағдаятқа сәйкес сезімін көрсете білуі керек. Өсіп, жетіле келе адам әр нәрсеге қатысты сезімін білдіре алады, көңіл толқынысын сезім арқылы сыртқа шығарумен қатар, басқалардың да көңіл күйін сезініп, түсіне алады.

Баланс. Адамның көңіл күйі туралы ақпарат миында сақталады, мидың ол бөлігі жағдайды сипаттап, бағалау арқылы қауіп-қатер төнген кезді, мақтау-қошемет алатын кезді бағалап, талдайды. ЭИ теориясының басты ұстанымы эмоционалды интеллекті жоғары адамдар мидың өзара тығыз байланысты екі бөлігін баланста ұстауға қабілетті болатынын көрсетеді.

Жауапкершілік. ЭИ деңгейі жоғары адам әл-ауқатын да көтере алады. Көңіл күйінің құбылуы ондай адамдарды қандай да бір іс-әрекетке түрткі болады. Бекініп, шешім қабылдау арқылы өз ісіне жауапкершілік арқалайды. Индивидтің ісі өзіне де, басқаларға да зиян келтірмесе, өз ойын жинақтап, әр нәрсеге бола көңіл күйін түсіре бермейді, алған бетінен қайтпай, тәуекелге бел буады, жолы болмай қалса да, басқаларды кінәламай, бар жауапкершілікті өз мойнына алады, өзінің көңіл күйін де, басқалардың көңіл күйін де қадағалап, ешкімге қиянат жасамауға тырысады, екіжүзділікке салынбай, күш-жігерін жияды.

2-тапсырма

Бес балдық шкаланы пайдалана отырып, бойыңызда төмендегі қабілеттер қаншалық деңгейде барын көрсетіңіз. Алдымен сол қасиеттер көрініс берген жағдаяттарды есіңізге түсіріңіз: 1 — жоқ; 2 — елеусіз деңгейде; 3 — орташа деңгейде; 4 — елеулі деңгейде; 5 — әрдайым бар.

1. Ішкі психологиялық күйім түрлі эмоция арқылы шығады.
2. Қандай жағдайда да сезімімді сыртқа білдіре бермеймін.
3. Менің көңіл күйім басқаларға да әсер ететінін білемін.
4. Жанжал туындаған кезде өзім бірінші болып реттеуге тырысамын.
5. Ашуға булыққан кездерімде сабыр сақтаймын.
6. Қасымдағы адамның ызалана бастағанын сеземін.

7. Адамның күйзеліп жүргенін байқаймын.
8. Басқалармен татуласып, ымыраға келе аламын.
9. Айналамдағылардың көңіл күйін байқаймын.
10. Жұмыс көңіліме жақпаса да, оны соңына дейін жеткізуге тырысамын.
11. Басқаларға ақыл айтып, сезімнің ырқында кете беруге болмайтынын айтамын.
12. Қасымдағылардың өздерін жайлы сезінуіне көмектесемін.
13. Қасымдағы кісінің көңіл күйі өзгере бастағанын сеземін.
14. Қасымдағы кісі ызаланып тұрса да, сабырлық сақтай аламын.
15. Өзімді басқа адамның орнына қоя аламын.
16. Қажет болған жағдайда басқаларға ақыл айтып, көңіл күйін көтере аламын.
17. Қасымдағы кісі қорғанып, ақтала бастағанын сеземін.
18. Адамдардың сөзі мен ісі қаншалық сәйкес келетінін аңғара аламын.
19. Басқалар маған сырын ақтарып, сенім білдіреді.
20. Басқалармен араласқанда «Шалқайғанға шалқай — ол пайғамбардың ұлы емес, еңкейгенге еңкей — атаңнан қалған құл емес» деген ұстанымды басшылыққа аламын.

Эмоционалды интеллект деңгейін анықтау үшін барлық жиырма тармақ бойынша ұпай санын есептеп шығыңыз. Өзіндік сана 1, 6, 9, 13, 17-тармақтар; өзін-өзі бақылау 2, 5, 10, 14, 18-тармақтар; әлеуметтік сана 3, 7, 11, 15, 19-тармақтар; өзара қатынас менеджменті 4, 8, 12, 16, 20-тармақтардан көрінеді.

Ұпайыңыз 80-нен асса, эмоционалды интеллектіңіз жоғары болғаны. 50 мен 80-нің аралығында ұпай жинасаңыз, эмоционалды интеллектіңізді дамытуға мүмкіндігіңіз бар, ашуыңызды тежеп, көңіліңізді көтере аласыз. 50 балдан төмен болса, эмоционалды интеллектіңіз орташадан төмен екенін көрсетеді. Әр компонент үшін ұпай саны 20-дан асса, нәтиженің жоғары болғаны, ал 10-нан төмен болса, нәтиженің төмендігін көрсетеді. Нәтижелеріңізді жақсарту үшін не істейсіз?

Эмоционалды интеллектінің дамуы

Табысқа жетуде уәждің орны бөлек. Ол адамға ерекше серпін беріп, мақсатқа жету жолында күш-жігер береді. Уәжі болмаған адам амалсыз болады. Уәжі әлсіз болса, адам құлшына әрекет ете алмайды.

Сондықтан табысқа қол жеткізу үшін уәж таба білу керек. Сонда ғана адам мақсатына жету үшін кедергілерге қарсы тұрып, жігерленеді, алған бетінен қайтпайды.

Психологтер уәж көңіл күйге әсер ететінін айтады. Ниет еткен адам өмірін жақсартуға тырысып, өзін-өзі жетілдіреді. Мақсатқа жету жолында қажырланып,

қайсарлана түседі. Сол себепті көңіл күйіңізді қадағалап, сезімге ырық бермеуіңіз керек, ақылға салып ойланып, әр ісіңізді нық сеніммен бастауға дағдыланыңыз.

Эмоциялардың ерекшелігі — сіз оларды саналы түрде басқара аласыз. Бұл оны кез келген мақсатқа жету үшін қуатты құрал етеді. Ол үшін сіз өзіңіздің эмоцияларыңызды ертерек түсініп, оларды басқара алып, эмоционалды тәжірибе жинақтап, өз қызметіңізде саналы түрде қолдана бастауыңыз керек.

ЭМОЦИОНАЛДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ДАМУЫНЫҢ ПРИНЦИПТЕРІ

Оқыту. Адам кез келген жасында, кез келген уақытта, кез келген салада оқуын жалғастырып, өзін-өзі жетілдіре беруі керек. Әсіресе танымдық бағыттағы жалпы ғылымдарды игеріп, әлем, адамның әлемдегі орны туралы білуі керек. Сонда ғана көңіл күйдің адам өміріндегі орнын зерделей алады. Адам өзін-өзі түсініп, қабілет-дарынын байқаған соң қай саланың маманы болғысы келетінін айқындай алады. Бұл факторлар адамның өз ісінің шебері болып қалыптасуына да ықпал етеді.

Дұрыс кітаптарды оқу. Адам өзін-өзі жетілдіруі үшін кітаптарды, нұсқаулық, газет-журналды көбірек оқуы керек. Сонан соң оқығанын көңіліне тоқып, іс жүзінде пайдалана білуі керек. Кәсіби маман, сарапшылардың еңбектері, кітаптары мен нұсқаулықтары адамға ерекше ықпал етеді: ғылыми тұрғыдан негізделген ақпаратты берумен қатар, өзіндік ұстанымдарының қалыптасуына, мақсат-міндетін нақтылап, жігерлене түсуіне мұрындық болады, ең бастысы — іске кірісуге уәж болады. Сол себепті ЭИ дамыту үшін дұрыс кітаптарды таңдай білу қажет.

Күнделік жүргізу. ЭИ қабілеттерін шыңдау үшін алдымен адам өзін-өзі бақылай білуі керек. Өзіңнің іс-әрекетіңді басқалардың іс-әрекетімен салыстыра отырып талдаған жөн. Күнделікті көңіл күйіңізге әсер еткен түрлі жағдаяттардың бәрін жаза берген дұрыс. Сол кезде өзіңізді қалай сезінгеніңізді, қандай күйде болғаныңызды нақтылап жаза бергеніңіз жөн. Кейін оларды жіктеп, келесі жолы осындай жағдайда не істеу керектігіңізді де көрсетіп отырыңыз.

Қабілеттерді дамыту. ЭИ үлгілерінде келтірілген ЭИ-дің жекелеген компоненттерін, атап айтқанда, өзіндік сана, өзін-өзі бақылау, жетілдіру, жанашырлық (эмпатия) сияқты қабілеттерді дамыту керек.

Саяхат. Ортаңызды алмастыру арқылы рақат аймағын кеңейте отырып, түрлі қызық, өзгерістерді көресіз. Соның негізінде көңіл күйіңіз де құбылып, әсерленесіз. Ол әсер жаңа мақсаттарға түрткі болып, жаңа серпін, күш-жігер аласыз. Саяхаттың әсерімен құндылықтардың мәнін жаңаша түсініп, көзқарас,

дүниетанымыңыз өзгереді. Мәселен, кедейлік жайлаған елдерде болу арқылы тамақ, су, электр жарығы, техника сияқты қарапайым дүниелерге деген ұстанымыңыз өзгеруі мүмкін, олардың қадірін түсініп, үнемдей бастауыңыз мүмкін.

Икемділік. Шешім қабылдайтын кезде өзіңізге қаншалық дұрыс болатынын, өз ұстанымыңызды ғана ескермей, басқалар қалай қабылдайтынына да мән беріп, екі жаққа да тиімді ету жағын ойластыруға болады. Соның нәтижесінде керіс-жанжал, дау-тартыстың алдын алуға болады. Басқалардың пікірін ескермей, өз мақсатын күйттеген жағдайда айналасындағылардың наразылығына тап болып, табиғатқа да зардабын тигізуі мүмкін.

Қарым-қатынас. Әдетте, күнделікті қарым-қатынаста да көңіл күйіміз қырық құбылады. Жаңадан танысқан адамдармен не бұрынғы таныстарымызбен, достарымызбен қандай да бір тақырыпта сөйлескен кезде көңіл күйіміз сан рет өзгереді. Сезімнің әсеріне бөленбей, көңіл күйімізді бақылай білсек, нәтижесі де керемет болады. Мысалы, келіссөз барысында даурығып, ашуға мініп кетсек, серіктестерімізден, клиенттерімізден айырылып қалуымыз мүмкін. Ал ашуын жеңіп, сабырға келе білген адам серіктестерінің көңілінен шығып, олжаға кенелуі де мүмкін. Мысалы, дән риза болған демеушілері қомақты қаржы бөлуі әбден ықтимал.

Шығармашылық. Жаңа, бірегей нәрсе жасаған адам еңбегінің жанғанын көріп, рақатқа кенеледі. Елдің қызығушылығын иеленіп, сұраныс тудырған жаңа дүниесі үшін қолдап, қолпаштап жатса, адам әсерленіп, ерекше қуанады, шаттыққа бөленеді. Еңбегіңіз жанып, елдің ризашылығына бөленген адам шабыттанып, рухтанады.

Жеңіс, марапат, табыс. Жарыстарға қатысып, мақсаттарға қол жеткізіп, айтыс-тартыста жеңіп шыққан адам ерекше шаттыққа кенеледі. Жеңіс тұғырына көтеріліп, марапат алған кезде адамның қуанышы қойнына сыймайды. Жеңіске жету жолы қиын, азапты болған сайын, машақаты көп болған сайын, мақсатқа жету үшін қаржы көбірек жұмсалған сайын сәттіліктің қадірін біледі, бейнетінің зейнетін сезінеді, төбесі көкке жеткендей болады.

Көңіл күйі құбылған сайын адам эмоциясын ұстай білетін болады. Сезімнің жетегінде кетпей, сабырлық сақтай білуге дағдыланады. Қай кезде қандай эмоция пайда болатынын түсініп, олар кейінгі іс-әрекетіне қалай әсер ететінін біледі. Сондықтан сезіміне ырық бермей, тағатсыздықты жеңеді.

3-тапсырма



Құлағыңызды басып тұрып, айналаңызға зер сала қараңыз. Осы кезде бұрын ескермей, мән бермей жүрген дүниелерді байқайсыз. Енді көзіңізді жұмып, жан-жағыңыздағы дыбыстарға құлақ түріңіз. Әдетте, 1,5 метр қашықтықтағы дыбыстарды ғана елейміз. Енді есту қабілетімізге иек артып, көп дүниенің байыбына барғандай боламыз. Құлағыңызды басып, көзіңізді жұмсаңыз, денеңіз қоршаған ортаға қалай бейімделіп жатқанын байқайсыз.

Бұл жаттығуды аптасына бір рет жасап тұрған дұрыс, сол арқылы сөйлесушілердің дауыс интонациясындағы құбылыстарды байқайсыз, мимикаға мән бересіз. Соның нәтижесінде сөйлесушілердің дітте-ген ойын түсінесіз. Ең бастысы — айналаңызда болып жатқан үдерістер сізге қалай әсер етіп жатқанын сезінесіз. Сондай-ақ бүкіл денеңіз оны қалай қабылдап жатқанын, қандай сезімге бөленіп жатқанын түсінесіз.

4-тапсырма

Енді бір қызық ойынға кірісейік: қоржыннан кезек-кезек эмоция түрлері жазылған қағазды («ашулану», «қуану», «қайғыру», «таңдану», «қобалжу», «абдырау», «батылдану», «сенбеу», «қайраттану» т.с.с.) шығарып, іштей оқыңыз да, сол эмоцияны ым-ишарамен бейнелеңіз. Басқа оқушылар қандай эмоция екенін табулары керек. Осы ойын арқылы эмоция сыртқа қалай шығатынын түсінесіз әрі басқалардың қандай эмоцияда екенін сезінесіз. Бұл келіссөз барысында сөйлесушілердің көңіл күйін сезінуге мүмкіндік береді.

5-тапсырма

Сіз үшін маңызды болған күнделікті қатынас, іскерлік қатынастарды есіңізге түсіріңіз. Күнделікті қатынас үшін бір апта аралығындағы кезеңді, іскерлік қатынас үшін бір-екі ай аралығын алыңыз. Парақты ортасынан сызып, екіге бөліңіз. Сол жақтағы бағанды «+», оң жақты «-» деп белгілеңіз де, сол жақ бағанға қарым-қатынас кезіндегі жағымсыз эмоцияларыңызды (яғни әріптесіңіздің көңілін қалдырған, ренжіткен сәттегі әрекеттеріңізді), оң жақ бағанға жағымды эмоцияларды (әріптесіңізді қуантқан, риза еткен сәттегі әрекетіңізді) жазыңыз. Осы сәттерде әңгімелеріңіз қаншалық жарасқанын не әңгімелеріңіздің құты қашқанын естеріңізге түсіріңіздер.

51-сабақ. Тайм-менеджмент

- Тайм-менеджменттің мәні мен мағынасын түсіну.
- Өз тиімділігін арттыру мақсатында уақытты басқару дағдыларын қолдану.

Тайм-менеджмент дегеніміз не?

«Тайм-менеджмент» («time management») атауы ағылшын тілінен аударғанда «уақытты басқару» дегенді білдіреді. Тура мағынасында уақытты басқару мүмкін емес екені белгілі. Оқулықта «тайм-менеджмент» термині «уақытты барынша тиімді пайдалана білу» мәнінде қолданылды[1].

Уақытын тиімді пайдалана білетін адамдар бәріне үлгеріп, барша мұратына жетеді.

Уақытымызды дұрыс пайдалана отырып, мүмкіндігімізді арттырамыз: қалаған ісімізбен айналысамыз. Тайм-менеджменттің көмегімен бір күнгі (бір аптадағы, бір айдың ішіндегі) жұмысқа бөлетін уақытымыз бен өз шаруамызға бөлетін уақытымызды реттеп, басқа нәрсеге алаңдамай, аса маңызды, қажет шаруаларымызға үлгеруге мүмкіндік береді. Уақытты дұрыс жоспарлау арқылы өміріміздің жарқын да толыққанды болуына жол ашамыз. Кәсіби мамандардың айтуынша, уақытты үнемдей білген жағдайда бір жыл емес, бірнеше жыл ұтуға болады. Тіпті күніне екі сағат уақытыңызды босқа өткізсеңіз, аптасына 14 сағат, айына 56 сағат, жылына 672 сағат, яғни 28 күніңіз бекерге кетеді. Көңіліңіз толып, масайрай тындай ештеңе жасап үлгерместен, жыл сайын шамамен бір айыңызды жоғалтасыз. Демек, 12 жылда бір жылыңыз зая кетеді!

Уақыт үнемдеу туралы аңыздар

Уақытты дұрыс пайдалануға қатысты қатаң стереотип пен қауесет көп. Кейбіреулер «тайм-менеджментті жұмысқа ғана пайдалануға болады, бүкіл өмірін жоспарлап тастаған адам еркінен айырылып, роботқа айналады» деп есептейді.

[1] Архангельский Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 216 с.

1-миф. Уақытты ешкім басқара алмайды, бәріміз уақыттың құлымыз

Әрине, уақытты басқару мүмкін емес (уақытты басқара алатын мәшине жасап шығармаса). Ешкім уақытты ырқына бағындырып, баяулата да алмайды, тездете де алмайды, тоқтата да алмайды. Бірақ адам өз нәпсісін ырқына көндіре алады: нақты мақсат қойып, уақытылы жүріп, тұра алады, өзіне керегін нақтылай алады. Тайм-менеджментті дұрыс пайдалану да осыны меңзейді. Яғни адамның уақытты дұрыс пайдалана отырып, өмірлік мақсатына қол жеткізуіне жол ашады.

Әр ісіңе жауапкершілікпен қарап, уақытты орнымен пайдалана білген адам бірде-бір сәтін зая жібермейді. Ақылға салып, нәпсімен күресе отырып, әр сәтіңізді орынды пайдалана білсеңіз, қанша минут, қанша сағатымыздың артық қалатынын көресіз.

2-миф. Тайм-менеджмент тыным таппастан жұмыс істеуге мәжбүрлейді

Демалмастан, дамылсыз көп жұмыс істеген адам шаршап-шалдығып, күйзеліске түседі. Нәтижелі болуына мән бере отырып, жұмыс көлемін азайтуға тырысу қажет. Ол үшін не істеу керек? Қысқаша айтатын болсақ, жоспар бойынша жұмыс істеп, негізгі мақсатты айқындап алу қажет.

Тайм-менеджмент әдістерін тиімді пайдалана білу дегеніміз — жұмысты тез істеп, өнімділігін арттыру, тынбастан шапқылау емес. Қажетсіз дүниеге бой алдырып, уақытты босқа өткізіп алмау керек, сол арқылы көп нәрсеге қол жеткізуге болады.

Уақытты зая кетіретін хронофагтарға күні бойы поштаны қайта-қайта тексеру, әлеуметтік желілердегі жаңалықтарды көру, хабарлама жазу, мәнісі жоқ бос сөзге алдану т.с.с. күнделікті уақытымызды алып жатқан ұсақ-түйектер жатады.

Негізгі мақсатымызға қатысы жоқ нәрсемен айналысу прокрастинация деп аталады. Ол маңызды, керек дүниенің бәрін кейінге қалдыра беру, уақыт бөлмей қою дегенді білдіреді.

3-миф. Тайм-менеджмент мені еркімнен айырып, құл етеді, бәрін жоспарлап, қалаған нәрсеммен айналыса алмай қаламын

Адамдар роботқа айналудан қорқады, бірақ іс жүзінде олар роботтың тірлігін жасап жүр, қажетсіз нәрселерді әдетке айналдырып, уақытымызды зая кетіреміз де, сол әдеттердің құлы боламыз. Уақытты дұрыс пайдалану арқылы сол құлдықтан босай аламыз.

Уақытты зая кетірмей, дұрыс жұмсай білсек, мақсатымызға дер кезінде қол жеткізіп, демалысқа, күш-қайрат жинауға, жақын-туыстарымызбен араласуға уақыт бөле аламыз. Уақытты дұрыс пайдалану арқылы оны бекерге жұмсамай, жоспарлаған негізгі жұмысымызды ертерек бітіре аламыз.

1-тапсырма

Тайм-менеджмент туралы аңыздардың жаңсақ екеніне нақты мысал келтіріңіз.

Өмір менеджменті

Сәл аялдай тұрыңызшы. Не болды? Сағаттың тілі жылжып жатыр. Уақыт зымырап өтіп жатыр. Оны тоқтату мүмкін емес. Қанша тырыссаңыз да, уақытты кері қайтара алмайсыз! Алайда негізгі мақсатымызды айқындай отырып, уақытты өз мүддемізге пайдалануға тырысып көруге болады.

Уақытқа тәуелсіз болу, уақытты ырқына бағындыру үшін уақытыңызды жоспарлап, мақсатыңызға жету жолында басқа нәрсеге алаңдамауыңыз керек. Тайм-менеджментті орнымен пайдаланып, өмір менеджментінің бөлігі ретінде қарастыруымыз қажет.

Мысалы, аспаннан ақша жауып, 20 000 теңгелік купюралармен қатар, 500 теңгелік купюралар төгіліп жатса, адамдар алдымен қай купюраларға ұмтылар еді? Өзіңіз қайсысын көбірек жинап алуға ұмтылар едіңіз? Әрине, 20 000 теңгелік купюраларға жүгіретініңіз белгілі. Ал енді күн сайын, апта сайын, ай сайын не істеп жүргеніңізді ой елегінен өткізіп көріңізші. Басты нәрселерге, мысалы, университетке оқуға түсу үшін дайындалу сияқты маңызды мәселелерге көңіл бөлдіңіз бе? Бүгінгі таңда ол — сіз үшін 20 000 теңгелік купюра ғой. Әлде ұсақ-түйектен босай алмай жүрсіз бе?

Уақытыңызды босқа кетіріп, өміріңізді босқа өткізбеу дегеніміз — маңызды нәрселерге (оқу не жұмыс, денсаулық, отбасы, өмірдің мәні) көңіл бөліп, уақыт жұмсау ғана емес, осы төрт нәрсені өзара үйлестіре білу, әрқайсысына уақытты дұрыс бөлу.

12-кесте. Өмірді басқару сфералары

Жетістік, жұмыс / оқу	Дене	Қарым-қатынас	Өмірдің мәні
Жақсы мамандық Ақша, табыс Мансап Әл-ауқат Жетістік	Денсаулық Тамақтану Демалу Спорт	Достар Отбасы Қайырымдылық	Сүйіспеншілік Танылу Дін Философия Болашақ

Өмірде бәрі бір-бірімен тығыз байланысты. Оқуға шамадан тыс уақыт жұмсайтын болсақ, өзімізді жайсыз сезініп, денсаулығымызға зиян келуі мүмкін; сондай-ақ жақын-туыстарымызбен араласа алмай қалып, алыстап кетуіміз

мүмкін; негізгі құндылықтарға мән бермегеннің салдарынан мұның бәрі не үшін қажет екенін түсіне алмай, уәжін таба алмағандықтан, меселіміз қайтып қалуы да ықтимал.

Табысқа қол жеткізуді мақсат еткен адам басқа нәрселерге мән бермей қоюы мүмкін. Кейін жетістігінің қажеті болмай, өмірден түңіліп кетуі де мүмкін.

Өмірдің бүкіл төрт саласы 100%-ды құрайды делік. Енді қазір немен айналысып жүргеніңізді ой елегінен өткізіп көріңізші:

- Уақытыңыздың қанша бөлігін (пайызы) оқуға (жұмысқа) жұмсап, қанша уақыт демалып жүрсіз?
- Денсаулығыңызды нығайтуға қанша уақыт бөліп жүрсіз?
- Туыс-туған, дос-жараныңызға қанша уақыт бөлесіз?
- Өмірдің мәні, болашақ туралы қанша уақыт ойланасыз?

Көп ойланбастан, 100% уақытыңыздың қанша пайызын осы төрт салаға бөліп жүргеніңізді тез белгілеп шығыңызшы.

Төрт саланың теңгерімі өмірдің түрлі кезеңдерінде түрліше болады. 25 жасқа келгенше адам оқуға ерекше ден қояды, кейін отбасылы болып, жұмыс істеген кезіңізде оқуға көп көңіл бөле алмай қаласыз. 25-тен 35 жасқа дейін адам кәсібіне ерекше мән береді. 40-қа таяған кезіңізде қажыр-қайратыңыз кемиді. Отбасының қамы үшін жұмысыңызға көбірек көңіл бөлесіз, өз ісінің шебері болып, кәсібіңізді дөңгелетесіз. Егде тартқан шағыңызда еңбегіңіздің жемісін көріп, бизнесіңізбен қатар отбасыңызға, денсаулығыңызға, демалысқа көбірек уақыт бөлесіз.

Төрт саланың балансы әр адамда түрліше көрініс табады. Бір сағат бойы концерт тыңдап, рақаттануы да мүмкін. Демалыс күні бірнеше сағат бойы сабаққа дайындалуы да мүмкін. Мұндай кезді әр адам түрліше қабылдайды.

Төрт саланың біреуіне не екеуіне дұрыс көңіл бөлінбей қалса, ол басқаларына да әсер етеді.

Мысалы, жұмысқа әбден беріліп кеткен адамдардың денсаулығы ертерек сыр бере бастайды, көп нәрсеге зауқы болмай, ағайын-туыс, дос-жаранымен араласа алмай қалады. Соның салдарынан күйзеліске түсіп кетуі де мүмкін.

Денсаулығына мән беріп, шынығып жүретін спортшылар бүкіл уақытын жаттығу залдарында өткізеді. Спортта жарақат алса, кейінгі уақытта денсаулығын қалпына келтіруге тырысады. Сол себепті олар көп адаммен араласпай, оқшау қалады. Күндердің күнінде бәрінен жалығып, баз кешіп кетуі де мүмкін.

Уақытын тиімді пайдаланбай, нәпсісінің қалауымен жүрген адам кәсіби маман болып қалыптаса алмайды. Себебі достарымен қыдырып, бүкіл уақытын зая кетіреді де, соның салдарынан дұрыс оқи алмайды.

Есейе келе достары бұрынғыдай араласпай қалуы мүмкін: жұмысбасты, отбасылы болып, міндеттері көбеюі мүмкін. Жас кезіңізде оқуға көңіл бөлмей, қалаған мамандығыңызды меңгере алмасаңыз, сымбатыңызды сақтау үшін спортпен айналыспасаңыз, егде тартқан шағыңызда уақытыңызды бекерге

өткізіп, ештеңеге қол жеткізе алмай қалғаныңызды түсініп, қынжыласыз. Сол сияқты өмірдің мәнін іздеп, әрдайым ізденісте жүретін жандар да ақыр соңында бәрінен түңіліп кетуі мүмкін.

Шын мәнінде табысты болу үшін осы төрт салаға да дұрыс көңіл бөлу қажет. Бір нәрсенің соңына түскен адам басқаға көңіл бөлмей қояды. Дұрысында, бәрін ескеріп, әрқайсысына уақыт бөлген жөн. Тұтас тайм-менеджмент уақытыңызды дұрыс пайдаланып, баланс сақтауға, өмірдің құндылықтарын түсіне білуге жол ашады.

2-тапсырма

1) Күн сайын орындауыңыз керек істеріңіздің тізімін жасап, маңыздылығына қарай жіктеңіз. Бір апта бойы істейтін жұмыстарыңызды жоспарлаңыз.

2) Апта өткен соң осы кезде қандай сезімде болғаныңызды жазыңыз. Кестені қаншалық сақтадыңыз? Бос уақытыңыз пайда болды ма?

3-тапсырма

Қолыңызға қағаз бен қалам алып, 6 минуттың ішінде осы өмірден не қалайтыныңызды түгел жазып шығыңыз. Ойыңызға келгеннің бәрін жаза беріңіз, тіпті мүмкін емес дүниелерді жазуға да болады. Мақсаттарыңызды шектемеңіз. 6 минуттың ішінде үлгергеніңіздің бәрін жаза беріңіз. 6 минут өткен бойда жазуды тоқтатыңыз да, енді 1 минутта алдағы 3 жылда қайсысын қолға алғыңыз келетінін белгілеп шығыңыз. Келесі 1 минутта тізіміңізді тағы бір қарап шығып, толықтырулар мен өзгерістер енгізіңіз: басы артықтарын сызып тастап, ойыңызға келгендерін қосыңыз. Сонда сіз үшін маңызды, орындалуы қажет мақсаттар ғана қалуы керек.

Енді мақсаттарыңызды айқындап алған соң оған қалай қол жеткізуге болатыны туралы да сөз қозғауға болады. Келесі сабағымыз сол мәселеге арналады.

52-сабақ. Тайм-менеджмент

- Тайм-менеджементтің мәні мен мағынасын түсіну.
- Өз тиімділігін арттыру мақсатында уақытты басқару дағдыларын қолдану.

Уақытты қалай пайдалану керек?

Өткен сабақта тайм-менеджменттің не екенін, ол өмір менеджментімен қалай байланысатынын білдіңіздер. Бұл сабақта іс жүзінде уақытты қалай пайдалануға болатынын, іс-әрекетіңізді қалай жоспарлап, бақылауға болатынын, неден бастау керектігін, бұл жолда қандай қиындық туындайтынын, оны қалай еңсеруге болатынын нақтылаймыз.

1-қағидат. Іс-әрекетіңізді жоспарлаңыз

Таяу күндердегі (не жақын аптадағы) істеріңізді жоспарлап қоюдың маңызы зор. Оқып жүрсіз бе, бос уақытыңызда курьер болып жүрсіз бе, бәрібір: әр ісіңізді жоспарлап алғаныңыз жөн. Сонда ғана ісіңіз нәтижелі болады.

Есіңізде болсын: өмірде бір нәрсеге қол жеткізген адамдардың бәрі өмірін жоспарлап қойған.

Тайм менеджменттің қағидалары есіңізде болсын:

- Мақсатыңызды жазып қойыңыз. Мақсатыңыз міндетті түрде қағазға (не электронды күнделікке) жазылып қойылуы керек.
- Күніңізді жоспарлаңыз. Әр ісіңізді алдын ала жоспарлап қойсаңыз, ісіңіз 25% өнімді болады.
- Ауқымды міндеттерді жіктеп алыңыз. Орындау көп уақыт алатын көлемді істерді бірнеше шағын бөлікке жіктеп алу керек: алдымен әр ісіңізді нақтылап, ретін белгілеп алыңыз, сонда ғана ауқымды істер орындалады.
- Жоспарлап қоюды әдетке айналдырыңыз: жатар алдында ертең істейтін дүниелеріңіздің тізімін жасап қойыңыз. Таңертең неден бастап, қалай жалғастыратыныңызды, қалай бітіретініңізді нақты біліп тұрасыз.
- Әрдайым уақытыңыздың бір бөлігін «форс-мажорға» — күтпеген жағдайларға қалдырыңыз.
- Есіңізде болсын: жоспар құрастыруға шығындаған бірнеше минутыңыз болашақта еселеп қайтады: дұрыс жоспарлап қойсаңыз, нәтиже бір аптаның ішінде-ақ байқалады.

1-тапсырма

Парталас көршіңіз алдағы аптада немен айналысатынын біліп алыңыз да, бәрін ескере отырып жоспар құрып беріңіз. Кейін ол да сізге жоспар құрып берсін. Жоспар дұрыс болып шығуы үшін бір-біріңе келесі аптада немен айналысқыларыңыз келетінін, қандай ойыңыз бар екенін нақтылап, тіпті бірден біте қоймайтын жұмыстарыңызды да түгел айтып беріңіз. Алдағы аптада осы жоспар бойынша әрекет етуге тырысыңыз.

2-қағидат. Қалаған нәтижеңізді нақты мақсат-міндет түрінде белгілеңіз

Мақсат айқын болмаса, жоспар да стратегиялық тұрғыдан тиімді болмайды. Қарапайым тілмен айтар болсақ, негізгі мақсатыңызды айқындап, нақты міндеттерге жіктей білуіңіз керек.

Мысалы, барлық пән бойынша үздік шыққыңыз келсе, ол мақсат жүзеге асуы үшін бірнеше шағын міндетті нақтылап алуымыз керек болады: өзіңізге қиын соғып жүрген пәндерді анықтап алу қажет, бұрын түсіне алмай қалған тақырыптарды қайта оқуыңыз керек, үйге берілген тапсырмаларды уақытылы орындауыңыз керек т.с.с.

Тайм-менеджментте, мақсатты айқындауда міндеттерді нақтылап, белгілеу үшін **«SMART қағидаты»** деп аталатын кәсіби құрал (немесе ұстаным) бар.

SMART қағидаты бойынша, мақсат

- нақты (Specific);
- өлшемді (Measurable);
- белгілі бір кезеңде қол жеткізуге болатындай (Attainable);
- өзекті немесе шынайы — осы міндет мақсатқа шын мәнінде жеткізетіндей (Relevant);
- уақыты шектеулі (Time-bound) болуы керек.

Мықты ғұламалардың өздері де туындыларын бірден сол күйі, толығымен жасаған емес: олар да алдымен жоспарлап алып, кейін біртіндеп, тармақтарын шетінен жазып, бітіріп шықты. Уақытты дұрыс пайдалану үшін негізгі мақсаттан ауытқымай, міндеттерге ерекше көңіл бөлу қажет.

2-тапсырма

Келесі айда орындалуы тиіс 5 негізгі мақсатыңызды көрсетіп, SMART (нақты, өлшемді, белгілі бір кезеңде қол жеткізуге болатындай, шынайы, уақыты шектеулі) қағидаты бойынша құрастырыңыз. Мысалы «22 наурызға дейін қазақ халқының уақыт үнемдеуге қатысты мақал-мәтелі мен нақыл сөздерін жазып шығамын» деуге болады.

3-қағидат. Іс-әрекет жоспарын бекітіңіз

Жоғарыда іс-әрекет жоспарын міндетті түрде бекіту қажеттігі туралы айтылды. Ол үшін не істеу керектігін қарастырайық. Жоспар мен міндеттерді нақты да көрнекі түрде жасауға мүмкіндік беретін бірнеше жұмыс пен пәрменді құралдар бар. Сондай әдістердің бірі **«Гант диаграммасы»**[1] деп аталады.

Мысалы, сіз үй салып алуды мақсат етесіз. Ол үшін міндетті бірнеше кезеңге бөліп алу керек: алаңды тазалау, іргетастың орнын қазып, қалау, жерүсті жұмыстарын жүргізу, үй-жай өңдеу, коммуникация жүргізу, абаттандыру.

Грант диаграммасында ауқымды жобаның міндеттері, мерзімі, орындалу реті нақты көрсетілген.

Гант диаграммасы

	Қазан							Қараша											
	1	7	14	21	28	31		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Үйдің жобасы																			
Материал																			
Үй салу																			
Бақшаның орнын белгілеу																			
Көшет отырғызу																			
Қоныстой																			

5-сурет. Гант диаграммасы

3-тапсырма

Орындалуы тиіс, ең күрделі әрі ұзаққа созылатын істердің бірін таңдап алыңыз. Оны кезеңдерге бөліп, уақытын нақтылай отырып Гант диаграммасын салып шығыңыз. Парталас көршіңізбен жоспарыңыздың дұрыстығын, шынайылығын талқылаңыз.

[1] Рассел Дж., Кон Р. Диаграмма Ганта. — М.: VSD, 2012.

4-қағидат. Басымдықтарды нақтылаңыз

Негізгі мақсатты уақытында, нақты айқындап алу қажеттігі сөзсіз. Енді сол мақсатқа жету үшін алуан түрлі міндеттерді бірізділікпен орындау қажет.

Күнделікті жоспарда басымдықтарды нақтылау үшін «АӘБВГ әдісі» деп аталатын қарапайым әдісті қолданған жөн.

«А» — осы күнгі ең маңызды іс, «Ә» — маңызы аздау, «Б» — маңызы орташа т.с.с.

Тізімдегі бірінші істі алдымен орындауыңыз керек. Әдетте, ол өте қиын әрі күрделі болады. Кейде адам ең басты міндетке кірісе алмай, жүрексініп жүреді, ерінеді. Бірақ бәрі осы негізгі міндеттің қалай орындалатынына байланысты болады.

Практикалық тайм-менеджмент маманы — Брайан Трейси бұл мәселеге ерекше мән беру керектігін айтады. Оның әдісі: **«Таңертең бақа жеу»** деп аталады[1]. «Бақа» — сол күнгі ең қиын, жүрек қалай бермейтін іс. Оны кейінге — түскі асқа, кешке, ертеңге қалдыра бересіз.

Бірақ негізгі міндетті орындамайынша, ісіңіз алға баспайды. Трейси бұл күнді ең қиын міндеттен бастау керектігін айтады. Сонда қалғандары өз-өзінен істелгендей болады.

Брайн Трейси әдісінің логикалық жалғасы **«Парето**[2] **заңы не қағидатында»** сабақтастық тапқан.

20% күш-жігеріміз 80% нәтиже береді, қалған 80% күш-жігеріміз 20% нәтиже әкеледі. Сол себепті 20% болатын ең тиімді іс-әрекетімізді айқындап алып, соған мән беруіміз қажет.

5-қағидат. Негізгісіне мән беріңіз

Басқаға алаңдамай, негізгі мақсатқа ден қою — ең маңызды практикалық дағды. Ол өнімді тайм-менеджменттің ең басты міндеттерін жүзеге асыра аласыз.

Уақыт — ең негізгі құндылық, оны қайтару мүмкін емес. 50 000 теңгемізді жұмсап жіберіп, еңбектеніп жүріп, қайта тауып алуымызға болады, бірақ бір-де-бір секундымызды кері қайтара алмаймыз. Сол сияқты тәулікті 25 сағат етіп ұзарта алмаймыз. Алайда маңызды сабақтар үшін көп уақыт бөлуімізге болады.

Қосымша істер қолбайлау болып, уақытыңызды жеп қоймауы үшін уақытты дұрыс пайдалана білудің жолдарын біліп алуымыз керек.

Уақытты босатуда делегирлеу тәсілі қолданылады. Делегирлеу дегеніміз — классикалық менеджменттің құрамдас бөлігі.

Делегирлеу *— бірқатар істі басқа адамдарға тапсыру дегенді білдіреді.*

---

[1] Трейси Б. Поцелуй лягушку! — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 160 с.

[2] Кох Р. Принцип 80/20. — М.: Эксмо, 2014. — 336 с.

Қарапайым мысалдар келтірсек: көлігіңізді өзіңіз жуып, уақытыңызды кетіргенше көлік жуатын жерге тапсырған дұрыс немесе ваннадағы су тамшылап тұрған кранды өзіңіз жөндегеннен гөрі кәсіби маманды шақырған дұрыс. Басқа адамдар да орындай алатын жұмыстарды (уақытыңызды алатын) басқаларға тапсыру керек.

Уақытыңыз құнды болған сайын аса маңызды емес, қосымша міндеттерді басқа кісілерге тапсырғаныңыз дұрыс. Маңызды іске жатпайтын шараларды «бейресурстық уақытта» істей салуға болады. Кешке қарай, әбден шаршаған кезіңізде сондай жұмыстармен айналысуға болады.

Сондай-ақ көлікте келе жатқаныңызда не кезекте тұрғаныңызда кәсіби шеберлігіңізді шыңдап, қандай да бір дағдыларыңызды дамытқыңыз келсе, аудиокітаптарды тыңдауға болады.

Уақыт үнемдеу үшін **жоқ деп айта білуге** дағдылану керек.

Көп сөйлейтін көршіңіздің бос әңгімесінен бас тартып, қажетсіз дүниелерді оқу, әлеуметтік желі, ойын-сауық ресурсы бойынша интернет-серфинг, теледидар қарауға уақытыңызды шығындамаңыз. Есіңізде болсын: аз ғана үзіліс болса да, басқа нәрсеге алаңдаған кезде жоспарыңыз бұзылуы мүмкін.

6-қағидат. Уақытты бақылаңыз



Жұмысқа, демалысқа бөлетін уақытыңызды есептеп, шектей біліңіз. Әр тапсырманы қай кезде бітіретініңізді нақтылаңыз: «А» ісі бейсенбі күнгі кешкі сегізге дейін бітуі керек; «Б» жұмаға дейін бітеді т.с.с. Қашан бітіретіңізді нақтылап қойсаңыз, жұмысты созып жүріп алмайсыз.

Уақытты артығымен алыңыз. Мысалы, «А» міндетіне үш сағат керек болса, төрт сағат белгілеңіз. Артық уақыт форс-мажор жағдайында күйзеліске түсірмейді, «Үлгере алмай қалдым!» деп әбігерге түспейсіз.

Міндеттерді мерзімінен бұрын аяқтаңыз. Міндетті уақытылы бітіруіңіз керек болса, нәтиже екі түрлі болуы мүмкін: дер кезінде үлгересіз не кешігіп қаласыз. Істі жоспарланған мерзімінен бұрын аяқтауға тырысыңыз, сонда жұмысыңыз мерзімінен бұрын не уақытында дайын болады.

«Қызанақ» әдісін пайдаланыңыз. Бұл әдіс қызанақ түрінде ас таймерінің құрметіне солай аталған.

Міндетіңізді жоспарлаңыз. Таймерді 25 минутқа қойыңыз. Қоңырауға дейін бас алмастан, алаңдамай жұмыс істеңіз. Раундтан кейін 3-5 минут үзіліс жасап алыңыз. Әр төртінші кезеңнен кейін 15-30 минут демалыңыз. Осы аралықта алаңдатқан не кедергі келтірген — «уақытыңызды өлтірген» нәрселерді жазып алыңыз.

7-қағидат. Өз тәжірибеңізді сараптап, тайм-менеджмент қағидасын жасап алыңыз

Ара-арасында уақытты қаншалық дұрыс пайдаланып жатқаныңызды сараптап, ой елегінен өткізіп тұрыңыз, прагматикалық қорытынды жасап алыңыз. Қателіктеріңіздің сырын ұғып, ендігәрі мүлде қайталамаңыз.

Әсіресе уақытыңыздың көп бөлігі зая кетіп қалған кездерді ой елегінен өткізіңіз. Өміріңіз қалай өтіп жатқанын түсініп, нені үлгергеніңізді, әлі не істеу керектігін сараптап отырыңыз.

4-тапсырма

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» курсының үшінші тоқсанында уақытты тиімді пайдалана білдіңіз бе? Қандай қателіктер жіберіп алдыңыз? Төртінші тоқсанда оларды қалай түзетуге болады?

8-қағидат. Демалысты жоспарлаңыз

Жұмысбасты болып жүріп, демалуды ұмытып кетпеңіз. Міндеттерді жоспарлаған сияқты демалысыңызды да арнайы жоспарлап қойыңыз. Уақытты дұрыс пайдалануда бір уақ сергіп, тыныңу да аса маңызды. Тыныңып алып іске кіріссеңіз, жұмысыңыз жанданып, күш-жігеріңіз тасиды.

Белгілі ресейлік бизнес жаттықтырушы Радислав Гандапас тренингілерінің бірінде жұмыс кестесінде гольф-клубқа баратын күндерін жоспарлап қоятынын айтып еді. Бұл — оның өміріндегі ең маңызды хобби. Бұл күнді өте маңызды іс-шара ретінде қызылмен бояп қояды екен. Әйтпесе бас көтермей жұмыс істейтіндіктен, басқа күндері мүлде ойнай алмай қалатын көрінеді.

Ұйқы көрмей, ағайын-туыспен, дос-жаранмен араласпай, жұмыс істей беруге болмайды. Мақсат-міндеттерді жоспарлаған сияқты тайм-менеджментте демалысты да белгілеп қою қажет.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» курсының үшінші тоқсаны осымен аяқталды! Енді бірнеше күн тыныңасыздар. Демалыстарыңыз құтты болсын! Демалыстарыңызды дұрыстап жоспарлап қойыңыздар!

4-БӨЛІМ. ДАМУ СТРАТЕГИЯСЫ



«Даму стратегиясы» бөлімінде нарықтың дамуын болжайды. Мақсат қоюға дағдыландырып, бизнестің ауқымы, халықаралық бизнес, жеке стратегияны үйретеді. Қазақстан өнімін халықаралық нарыққа шығару жолдарын көрсетеді. Бұл бөлімде тұтынушылар мен кәсіпкерлердің құқықтарын қорғауға бағытталған мемлекеттік, қоғамдық шаралар туралы сөз болады.

53-сабақ. Бизнес ауқымын кеңейту — нарық дамуын болжау

- Бизнес ауқымын кеңейту, оның мәнін түсіну.
- Нарықтың дамуының болжау.

Сіздер 1-інші, 2-нші тоқсандарда өз бизнесіңізді қалай құруға болатынын үйрендіңіздер; 3-інші тоқсанда жеке тиімділік туралы сөз етеміз. Бұл тоқсанда бизнесіңізді қалай тиімді ету керектігін қарастырамыз.

Сіздің жұмыс істеп тұрған бизнесіңіз бар делік: операциялық қызмет жолға қойылған, тұрақты клиенттеріңіз бар; барлық қызметкеріңіз өз міндеттерін біледі, шығыныңыз бен кірісіңіз тұрақты. Осы кезде кәсіп иесі «әрі қарай не істеймін? Қалай дамытуға болады?» деп ойланады.

Әлбетте, бизнесмендердің бәрі бизнес ауқымын кеңейту туралы ойлана бермейді. Біреулер шағын бизнеспен айналысқысы келеді. Мысалы, өз наубайханасында нан пісіргенді қалайды. Алайда өз аумағының шегінен асып, бірте-бірте қалаға, облысқа, кейін ТМД-ға, тіпті бүкіл елге ойысуды көздейтін, бизнесін дамытқысы келетін кәсіпкерлер де бар.

Бизнестің ауқымын кеңейту дегеніміз не және ол неүшін қажет?

«Бизнестің ауқымын кеңейту» термині кәсіпорынның ұлғаюын білдіреді. Ол екі түрлі сипатта болуы мүмкін: не бұрынғы бизнесіңізді үлкейтесіз, не соның негізінде жаңасын құрасыз. Мысалы, сіз шағын азық-түлік дүкенін сатып алдыңыз. Ол пайда әкеле бастағанда сауда орнын ұлғайтудың қамына кіріскеніңіз жөн. Тағы біреуін ашуға да болады.

Бизнесті кеңейтудің адамдарға қатысы жоқ, онда жүйе өзгереді. Яғни өз рецептісімен кондитерлік өнім дайындайтын кәсіп иесі кәсібін кеңейте алмайды. Турагенттікті ұйымдастырып, басқарып отыратын кәсіп иесі бұл қызметінің аясын кеңейте алады. Яғни бір схема бойынша, бір брендімен жұмыс істейтін бірнеше агенттік құруға болады, сол арқылы кірісін кәдімгідей көбейтеді.

Бизнес ауқымын кеңейтудің мәні осында: кеңсе не сауда орнының табысын көбейте бергеннен гөрі кәсібін ұлғайту арқылы бизнесті тиімді етуге болады.

Бизнесті ұлғайту керектігін қалай анықтауға болады?

Тұтынушылар үнемі көбейіп жатқанын байқасаңыз, бизнесті ұлғайтуға болады. Айына шамамен 50 студент оқитын ағылшын тілі мектебіңіз болса әрі ай сайын 5-10 оқушы тағы қосылып жатса, тұрғылықты жеріңізде, тіпті Қазақстанның басқа қалаларында да осындай мектеп ашуға болады.

Бизнесіңізді ұлғайтпасаңыз, бірқатар қиындыққа тап болуыңыз мүмкін:

- ***қор жетіспей қалуы;*** сұраныс шығарылған не жеткізілген өнімнен көп болып, тез сатылып кеткен жағдайда өнім жетіспей, тапшылық пайда болады;
- ***қызметкер жетіспеуі;*** сұраныс артқан сайын қабылдап, рәсімдейтін маман жетіспейтін болады. Аз адам көп жұмыс істейтін болса, үлгермей алмай, шатасып кетулері де мүмкін.
- ***жеткізіп үлгермеуі;*** жүк көбейген сайын қолданыстағы инфрақұрылым тасымалдап үлгере алмай қалуы мүмкін. Сол себепті тапсырысты дер кезінде ала алмаған тұтынушылар тарапынан наразылық тууы да ықтимал.

Бизнесті кеңейту жолдары

Бизнесіңізді ұлғайтқыңыз келсе, көлденең не тік модельдің бірін таңдап алуыңыз керек. Мысалы, жеке зауытыңыз болсын делік. Көлденең ұлғайтуға сәйкес, зауытыңыздан шығатын өнімнің түрін көбейтесіз, жаңа мәшинелер сатып аласыз, жаңадан жұмысшылар қабылдайсыз т.с.с. Тігінен ұлғайтуда зауытыңызға келетін, шығатын нәрселерді бақылайсыз. Мысалы, алюминий тақтайшаларын өндіргеніңізде алюминийді қайта-қайта сатып алу тым қымбатқа түсетінін байқасаңыз, өзіңіз алюминий шығаратын зауыт ашып алуыңызға болады.

Өнім көлемі артқан кезде ***көлденең кеңейту*** моделі қолданылады. Мысалы:

- филиалдар ашу. Ағылшын тілін үйрететін мектебіңіз болса, көлденең кеңейту арқылы қаланың басқа аудандарынан не Қазақстанның басқа қалаларынан тура сол брендімен басқа мектептер ашуға болады. Қазақстандық кәсіпорындардың көбі филиал ашу арқылы бизнесін ұлғайтып отыр. Осы схема бойынша «Мадлен» кофеханалар желісі төрт қалада — Алматы, Астана, Тараз, Шымкентте жұмыс істейді. Желіде 17 мекеме бар;
- ассортиментін көбейту. Көлденең ұлғайту арқылы тұтынушыларға ұсынылатын өнімнің түрін көбейтесіз. Мектебіңізде «Ағылшынша сөйлеу тілі», «Іскери ағылшын тілі» курстары болса, кеңейту арқылы «Балаларға арналған ағылшын тілі» курсын ашуыңызға болады;
- жаңа серіктестер іздеу. Бұрын сабақты өз мектебіңізде ғана жүргізсеңіз, енді серіктестермен келісе отырып, желіңізді көбейтуіңізге болады. Мыса-

лы, ірі компаниялармен келісімге отырып, кеңселерінде сол компанияның қызметкерлеріне ағылшын тілін үйретуіңізге болады;

- франшизаны дамыту. Көлденең кеңейту арқылы ағылшын тілін үйретететін мектебіңіздің үлгісін (франшиза) басқаларға (франчайзи) сатуыңызға болады. Содан соң олар сіз жасаған дайын схеманы (мектеп бөлмелерінің қандай болуы керек, оны қалай табу керек, мұғалімдерді қалай іздеу керек, оқыту барысында қандай әдістемені қолдану керек, бөлмені қалай безендіру керек, қандай оқулықтармен оқыту керек т.с.с. мәселелерде сіздің үлгіңізді) пайдалана отырып, сіздің брендіңізбен түрлі қалаларда мектептер ашады: Сіздің атыңызды, озық тәжірибеңізді пайдаланғаны үшін франчайзи сізге роялти төлейді. Роялти дегеніміз — бір рет шығарылатын не үнемі (ай сайын, маусым сайын, жыл сайын) шығарылып тұратын бизнес-модельді пайдаланғаны үшін берілетін төлем. Бұл — сіздің зияткерлік еңбегіңіздің жемісін, мектебіңіз қалыптастырған имиджді пайдаланғаны үшін берілетін сыйақы.

Тік кеңейтуде бизнес-модельдің өзін жетілдіреді. Мысалы:

- өнімді жақсарту. Сіздің бірнеше сиырыңыз бар, көршілеріңізге сүт сататын болыңыз. Бұрын сүтті арбамен тасып, бөтелкеге құйып сататын болсаңыз, енді контейнерлер сатып алып, арнайы қаптамадағы сүтті көршілеріңізге ғана емес, өзіңіз тұратын аудандағы дүкендерге де апара аласыз;
- сервис деңгейін жақсарту. Бұрын манты жегісі келген адам дәмханаңызға өзі келетін болса, енді мантыны жеткізіп беруіңізге болады. Сонда клиенттеріңіз мантыны кафеңізде отырып қана жемей, үйіне не кеңсесіне алдырта алады;
- түсімнің орташа есебін арттыру. Оның бірнеше тәсілі бар, соның бірі — өнімнің бағасын көтеру. Өзіңіздің кітап дүкеніңіз болса, бетбелгі не кітаптың мұқабасын сатуыңызға болады. Сатып алынған әрбір екінші кітаптың бағасын 20% арзандатуыңызға болады, сондай-ақ сыйлық ретінде арзан бағамен кітаптың қаптамасын сатуыңызға болады. Клиенттің таңдаған кітабын көріп, тақырыбы сәйкес келетін басқа кітаптарды да ұсына аласыз т.с.с.;
- қызметкерлерді оқыту. Қызметкерлеріңіз неғұрлым сауатты әрі мейірімді болған сайын клиенттеріңіз де жиі келетін болады. Мысалы, сіздің косметика дүкеніңіз болсын. Қарапайым сатушы ақшасын алып, тауарды бере салуы мүмкін. Ал кеңесші сатушы нақты сатып алушының терісіне қарап, қандай косметика дұрыс болатынын айтып, қандай косметика клиенттің сырт келбетін қалай өзгертетіні, кешенді күтім үшін қандай косметиканы пайдалану керектігі туралы ақыл-кеңесін айтып, жинақ құрастырып беруі т.с.с. мүмкін.

13-кесте. Бизнесті көлденең және тік кеңейту тәсілдері

Көлденең кеңейту	Тік кеңейту
— филиал ашу — өнімнің түрін көбейту — жаңа серіктестерді іздеу — франшизаны дамыту	— өнімді жақсарту — қызмет деңгейін жақсарту — түсімнің орташа есебін арттыру — мамандардың деңгейін көтеру

Кеңейту барысында не клиенттерді көбейтесіз, не бұрынғы клиенттерден түсетін пайданы арттырасыз. Қалай болғанда да, екеуі де сіз үшін пайдалы болады.

1-тапсырма

1-інші және 2-нші тоқсанда оқып, танысқан стартап-жобаларды есеріңізге түсіріңіздер. Бизнесіңіздің пайдасын қалай арттыруға болады?

1) көлденең кеңейту:

а) филиалдар ашу; ә) өнімнің түрін көбейту;

б) жаңа серіктестерді іздеу; г) франшизаны дамыту;

2) тік кеңейту:

а) өнімді жақсарту; ә) қызмет деңгейін жақсарту;

б) түсімнің орташа есебін арттыру; г) мамандардың деңгейін көтеру.

Нарық дамуының болжамы

Бизнесті ұлғайту үшін нарықтың қазіргі қалпын біліп, қай бағытта дамыту керектігін түсіну қажет. Нарықтың қазіргі қалпы кәсіпкердің максималды пайдасы, оған ие болу жолдары негізінде анықталады. Сондықтан нарықтың болашақта қалай дамитынын анық білу үшін осы уақытқа дейінгі қол жеткен нәтижелерді ескеріп, тенденцияларды бақылау керек.

Нарық дамуын болжаудағы негізгі міндеттер

Нарықты талдауда болашақтағы даму заңдылықтарын анықтау мақсат етіледі. Тауарды өндіретін не оларды сататын мамандарған бизнес салалары тұтынушылардың сұранысын анықтау үшін адамдардың қажеттіліктерін тексереді. Сонымен қатар компаниялар бәсекелестікке төтеп беру үшін өз мүмкіндіктерін сараптап, ресурсын ұтымды пайдалана білуі, инвестицияны орнымен қолдана білуі қажет, кейін қалай дамыту керектігін нақтылауы тиіс.

Болжау үшін бірқатар объективті факторды ескеру қажет, ең алдымен:

- өндірістік: жоспарлар, нормалар, қазіргі міндеттер;
- нарықтық: күтілетін тауар айналымы, баға, пайда мен рентабельділіктің көрсеткіштері, ұсынылатын өнімнің көлемі, құрылымы мен динамикасы;

- жоспарланған инвестициялар, өндірісті ұлғайтып, тарату желілерін көбейту;
- әлеуметтік-демографиялық: күтілетін құрылым, саны, тұтынушылар, олардың орналасуы, қажеттіліктері (материалдық, ақпараттық және басқалары).

Нарық дамуын болжау үшін ақпаратты қалай жинау керек?

Нарықтағы жағдай түрлі факторлардың әсерімен қалыптасады, әсіресе әлеуметтік, экономикалық, саяси, техникалық, ғылыми және ақпараттық факторлардың ықпалы ерекше болады. Нарықты талдай отырып, зерттеуші әрқайсысының қаншалық маңызды екенін, нарықтың дамуына қалай әсер ететінін анықтап, болжауы керек.

Кәсіпкер тұтынушылармен қарым-қатынас жасау арқылы нарықтың кейінгі дамуын өзі де болжай алады. Сондықтан нарық үрдістерін уақытылы анықтау үшін клиенттермен араласып тұру керек. Кофеханаңызға келушілер мәзіріңізде шайдың бар-жоқтығын жиі сұрайтын болса, осы позицияның өтімді болатынын ескеріп, мәзірге қосуыңызға болады.

Нарық конъюнктурасы *— белгілі бір тауарға, оның бағасына деген сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы.*

Нарық конъюнктурасын зерттеу арқылы:

- өндірушілердің нарық жағдайына қалай әсер ететінін;
- таяу аралықта, болашақта нарық қалай дамитынын (болжамдар мен тұжырымдар);
- сатып алушылардың қажеттіліктері мен сұраныстарын қалай қанағаттандыруға болатынын;
- кәсіпорындардың өндіріс қуатын жетілдіріп, тиімді пайдалану жолдарын табуға т.с.с. болады.

Нарықты болжау модельдері

Нарықтың дамуын болжау үшін әртүрлі әдістер қолданылады.

Экстраполяция — нарық үдерісін болжауда жиі қолданылатын қарапайым тәсіл, ол қысқамерзімді болжам үшін ыңғайлы. Онда қазіргі кездегі маңызды тренділердің таяу аралықтағы қалпы сарапталады. Мәселен, қазір қала жастары үшін оверсайз стиліндегі кең өлшемді киімдер сәнге айналды. Сондықтан «кем дегенде бір жылға дейін дүкендерде осындай киімдер сатылатын болады» деп болжауға болады.

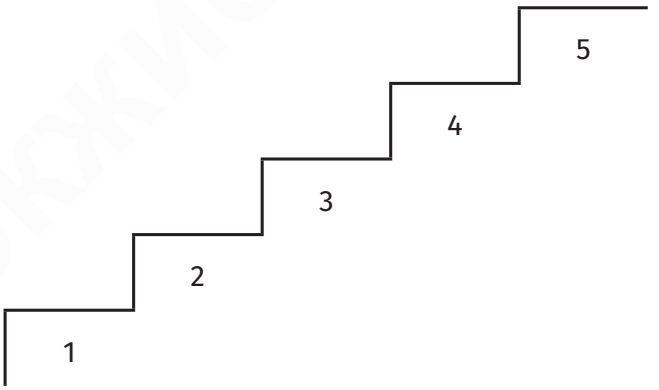
Нарық дамуын болжайтын **осыған ұқсас модель** де өте қарапайым әрі нақты: ұқсас нарықтарды қадағалап, дамуын болжаймыз. Ол нарықтар географиялық, демографиялық, әлеуметтік, құрылымдық ерекшеліктеріне қарай өзгешеленуі мүмкін, бірақ бастапқы шарттары талданатын бизнестің шарттарымен сәйкес

келуі керек. Мәселен, соңғы жылдары батыста тұтыну заттарының экологиялық тұрғыдан таза болуына ерекше мән беріле бастады. «Таяу арада Қазақстан қалаларында да бұған мән беріледі» деп болжап, тұтынушыларға экологиялық тұрғыдан таза қаптамалар ұсынып, өнімді пайдаланып болған соң ыдысын қайта тапсыруға мүмкіндік беру, табиғи ингредиенттерді көбірек пайдалану т.с.с. шараларды ойластыруға болады.

Нарық болжамдарын құрудың **имитация моделі** нарық параметрлерінің арақатынасын дәл анықтап, сұраныс пен ұсыныстың динамикасын айқындайтын сыртқы факторлар мен олардың өзара байланысын табуға негізделеді. Мысалы, қазір аймағыңыздағы мектеп жасына жетпеген балалардың санын есептеп шығуыңызға болады. Бір-екі жылдан кейін олар мектепке барады, ата-аналары балаларының мектепке дайындығы туралы алаңдай бастайды. Кейін аймағыңызда мектепке дайындайтын мекемелер нешеу екенін анықтауға болады. Ондай мектеп аз болған жағдайда сол аймақта мектепке дайындық орталығын ашуыңызға болады.

2-тапсырма

Суреттегі сатыға тағы бес қадам қосыңыз. Қадамдар басқаша емес, осылай орналасатынын қайдан білдіңіз? Оны қай модельдің негізінде болжадыңыз?



3-тапсырма

1-інші және 2-нші тоқсанда оқып, танысқан стартап жобаларды есте-ріңізге түсіріңіздер. 1) экстраполяция; 2) ұқсас модель; 3) имитация модельдерінің негізінде стартапыңыздың нарықтық дамуын болжаңыз.

54-сабақ. Бизнес дамуының тәсілдері мен түрлері

- Дамудың базалық стратегияларының мәнін түсіну.
- Экономикалық өсімнің, ЖҰӨ, ЖІӨ мәнін түсіну.
- Бизнес дамуының қарқынды және экстенсивті тәсілдерін танып білу.

Алдыңғы сабақта бизнесті кеңейтудің негізгі жолдарын қарастырдық. Енді біз бизнесті дамыту стратегиялары туралы сөз қозғаймыз.

Бизнестің дамуы туралы әңгіме қозғалғанда көбінесе бизнестің бес элементінің бірінің дамуы: өнім — клиенттеріңізге нақты не ұсынатыныңыз; нарық — өніміңізді қай нарықта ұсынатыныңыз; компанияңыздың нарықтағы позициясы — нарықтың қандай бөлігін иемденетініңіз, тұтынушылардың бәсекелестеріңізге қалай қарайтыны; технология — өніміңізді қалай өндіретініңіз немесе қалай сататыныңыз жайлы айтылады.

Бизнес дамуының стратегиялары осылардың біріне негізделеді. Өндіретін өніміңізді өзгертуіңізге болады; өніміңізді басқа нарықта, басқа аудиторияда сатуыңыз керек екенін түсініп, өзгерте аласыз; өзіңізге басқа, тиімді имидж жасау үшін нарықтағы позицияңызды өзгертуіңізге болады не тауарлар мен қызметтің технологиясын өзгертуіңізге болады.

Нарықтың даму стратегиясы төрт топқа жіктеледі:

1) шоғырланған өсу;
2) интегралды өсу;
3) әртараптандырылған өсу;
4) қысқартулар.

Өткен сабақта бизнестің көлденең және тік кеңею модельдерін сөз еттік. Бұл сабақта ұлғайту модельдеріне негізделген нақты даму стратегияларын қарастырамыз.

Шоғырланған өсу стратегиясы

Шоғырланған өсу стратегиялары жаңа құрылымдарды қосу арқылы компанияны ұлғайтуды көздейді. Компания мүлікті сатып алу арқылы кеңейе алады немесе ішінен кеңейеді.

Сол арқылы ***нарықтағы позицияңызды нығайта аласыз.*** Яғни тұтынушыларыңыздың қолдауына ие болып, басқаларды да тарту үшін бірінші тоқсанда оқыған маркетингілік стратегиялардың бәрін қолдануға болады.

Сіздің спорт тауарларын сататын дүкеніңіз бар делік. Бәсекелесіңіз де көп, енді сіз олардың бірісіз. Велосипед сатып алғысы келетін адам бірден сіздің дүкеніңізді есіне алатындай деңгейге қол жеткізуіңіз керек. Ол үшін бірнеше тәсілді қолдануға болады: веб-сайтыңызды жақсарту, әлеуметтік желілерге SMM маманын жалдау, дүкеніңіздегі тауарларды арзан бағамен сату арқылы танымал блогерлердің аккаунттарына дүкеніңіз жайлы материал салдыру, жарнамаларды іске қосу және т.б.

Жаңа нарықтарды тауып, дамытуыңызға болады. Бұрын дүкеніңізде ересектерге арналған заттар ғана сатылса, енді балалар спортына арналған өнімдерді сатуыңызға болады.

Үшінші нұсқа — ***бұрынғы нарықта жаңа өнімді шығару.*** Велосипедті сізден сатып алған клиенттеріңіз жөндетуге де сізге келуі үшін дүкеніңізде шеберхана ашып қоюыңызға болады.

Кіріктірілген өсу стратегиясы



Кіріктірілген өсу стратегиясы компанияның осы уақытқа дейін сатып келген өнімі нарықта енді қажет болмаған жағдайда қолданылады. Бұл орайда жеткізушілердің қызметіне жүгінбеу үшін компанияңызда қосымша құрылымдар құруыңызға болады. Мысалы, әртүрлі доптар шығаратын жеке зауыт ашуыңызға болады. Сол арқылы өндірушілерден доптарды сатып алмайтын боласыз әрі шығарған доптарыңызды басқа спорт дүкендеріне сата аласыз.

Сонымен қатар тұтынушымен тікелей байланыс орнатуыңызға болады. Мәселен, сіз сүт өндіріп, өзіңіз тұратын жердегі дүкендерге таратудың орнына өз дүкендеріңізді ашып, тауарларыңызды делдалдардың көмегінсіз сатуыңызға болады.

Әртараптандырылған өсу стратегиясы

Өсудің әртараптандырылған стратегиясы экономикада елеулі өзгерістер болған кезде немесе компаниялар өндіріс технологиясын өзгерту арқылы тиімділігін арттырғысы келген кезде қолданылады.

Сонда компаниялар ***жаңа технологияны қажет ететін жаңа өнім*** шығара бастайды. Мәселен, сіз бұрын велосипедтерді қаланың бірнеше жерінде жалға беретін едіңіз. Енді велосипедті жалға алғысы келетін не қайтарып бергісі келетін клиент кеңсеге келіп, әуре болмауы үшін қаланың бірнеше жерінен вело-

сипедтерді автоматты түрде жалға беретін пункт ашып алмақсыз. Ол үшін автоматты түрде жалдайтын жүйе құруыңыз керек.

Ондай жүйені жасай алсаңыз, велосипедтеріңізді жалға берумен қатар, клиенттерге қызмет көрсетудің автоматтандырылған жүйелерін де сатуыңызға болады. Осылайша, бизнесіңіз жұмыс істей алатын жаңа нарық пайда болады.

Қысқарту стратегиясы

Бірнеше бөлімшенің жұмысын реттегеннен гөрі табыс әкелетін бір қызметтің жұмысын жандандырған тиімді болған жағдайда қысқарту стратегиясын негізге алып, ***компанияның активін азайтуға болады.***

Мәселен, сіз жиһазды өзіңіз өндіріп, оны өзіңіздің салоныңызда сататын кәсіпкерсіз. Бір айдағы көрсеткіштерді тексере отырып, интернет арқылы тапсырыс кірісіңіздің 80% құрайтынын, ал салонды ұстап тұру үшін табысыңыздың 50%-ын жұмсайтыныңызды анықтадыңыз. Мұндай жағдайда салоныңызды жауып, интернет арқылы ғана сатқаныңыз тиімді болады. Сол арқылы шығындарыңызды азайтасыз.

Колл-орталығыңыздағы қызметкерлердің жұмысын бақылап, екі қызметкер 3 сағатта бір рет телефон қоңырауына жауап беретінін байқасаңыз, жалақысын бір жарым есе арттырып, бір қызметкерді ғана қалдыруыңызға болады. Екі қызметкерге толық жалақы бергеннен гөрі бұл әлдеқайда тиімді болады.

14-кесте. Бизнесті дамыту стратегиялары

Шоғырланған өсу	Кіріктірілген өсу	Әртараптандырылған өсу	Қысқарту
— нарықтағы позицияларды нығайту — жаңа нарықтар іздеу — ескі нарыққа жаңа өнімді енгізу	— жеткізушілердің қызметіне жүгінбей, қосымша жүйе құру — тұтынушымен тікелей байланыс орнату	— жаңа технологиялар дайындау	— компанияның активтерін қысқарту — шығынды азайту

Өсу стратегиялары сатыға ұқсайды, бұл жердегі кішігірім сатылар тәуекелдің аздығын білдіреді; есесіне дамуы да қарқынды болмайды. Жаңа бастаған кәсіпкерлер дамудың жаңа деңгейіне біртіндеп көшу үшін ең төменгі қадамдарды еңсеруі тиіс.

Бастапқыда, кәсіпкер өз өнімінің көп бөлігін қолданыстағы нарықта сатуға тырысады, ол туралы әлеуметтік желілерде сөйлейді, интернет арқылы жарнамалайды және т.б. Кейін, қолданыстағы нарық дамыған кезде, ол жаңа қадамға көшеді — тауарын басқа қалалардағы, басқа елдердегі нарықтарда сата бас-

тайды. Содан кейін сатуға болатын басқа арналарды да іздестіреді. Бұрын өніміңізді интернет арқылы сатсаңыз, енді ірі компаниялармен тікелей байланысып, тендерлерге қатысасыз және т.б. Осылайша, жаңа тұтынушылар үшін жаңа өнімдер жасауыңыз керек екенін байқайсыз. Мысалы, сіз шана сатасыз. Бірақ биыл қар жаумады, жаумайтыны белгілі болды. Сіз басқа бір нәрсе ойлап тауып, клиенттеріңізге ұсынуыңыз керек. Сол себепті скутер шығарасыз. Apple компаниясы iPod-ды нарыққа шығарған кезде осы стратегияны басшылыққа алды. Олар Apple компьютерлеріне тәуелді болмады.

Қарқынды өсу стратегиясын ұстанғыңыз келсе, мақсатыңызды айқындап алуыңыз керек. Біртіндеп дамып, кеңею нәтижесінде жаңа технологияларды енгізуіңізге болады. Есіңізде болсын, тәуекел етуден қорықпау керек. Кейде жаңадан күш алып, тәуекел етуден басқа амал қалмайды.

Бизнесті дамыту стратегиясын қалай қолдана бастаған жөн?

Компанияңызды қалай дамытқаныңыз жөн болатынын түсіну үшін бизнес-модельді құрған кезде бірнеше мәселені айқындап алуыңыз қажет:

1. Бәсекелестеріңізден қандай ерекшелігіңіз бар? Тұтынушылар неге сіздің өніміңізді не қызметіңізді таңдайды? Сіздің ұсынысыңыздың артықшылығы неде? Стартап акселератор шеңберінде сөз еткен БСҰ-ны есіңізге түсіріңіз.

2. Кім тұрақты клиентіңізге айналды? Тауарыңыз кімдерге бағытталған? Нарықта кімдердің талап-тілегін қанағаттандыруды көздейсіз? Олар тұрақты клиентіңіз бе? Олай болмаған жағдайда клиенттеріңіздің қандай болғанын қалайсыз? Ұсынысыңыз кімге бағытталғанын анықтап, стратегияңызды құруда басшылыққа алыңыз.



3. Бизнесіңізге әсер ететін негізгі көрсеткіштер қандай? Өзгеріс елеулі болуы керек. Оны анықтап алмайынша, ненің пайдалы, ненің зиян екенін ажырата алмайсыз. Бизнесіңіздің қарқынды дамуына қандай негізгі көрсеткіштер әсер ететінін анықтап алыңыз да, уақыт пен ресурсты осы салаларға бағыттаңыз.

4. Табыс қайдан түседі? Неден пайда көресіз? Бизнесіңіздің тиімділігін арттыру үшін тағы не қосуға болады?

5. Бәсекелестеріңіз қандай? Ұқсас тауарлар өндіретін компаниялардың жұмысын қадағалаңыз. Олар өсу стратегиясын қалай қалыптастырған? Бәсекелестеріңіз не себепті осы стратегияны таңдағаны туралы ойланыңыз. Ол сізге қаншалық сәйкес келеді?

6. Қандай артықшылығыңыз бар? Артықшылықтарыңызға мән беріңіз. Әлсіз жақтарыңызды елемеңіз.

7. Қызметкерлеріңіздің білік-дағдыларын қалай арттыра аласыз? Қызметкерлеріңіз клиенттермен тікелей байланысады. Сол себепті компанияңызға тілеулес, құндылықтарын бағалай білетін адамдарды алғаныңыз жөн.

1-тапсырма

Сіздің 1-інші және 2-нші тоқсанда жасаған бизнесіңіздің моделін еске түсіріңіз. Соның негізінде, компанияның даму стратегиясын таңдап, шешіміңізді негіздеңіз.

2-тапсырма

Бизнесті кеңейту барысында қандай кедергілер пайда болуы мүмкін? Жауабыңызды дәлелдеңіз.

© Көкжиек-Горизонт

55-сабақ. Бизнесті дамытудың тәсілдері мен түрлері

- Дамудың базалық стратегиясының мәнін түсіну.
- Экономикалық өсудің, ЖҰӨ, ЖІӨ мәнін түсіну.
- Бизнесті дамытудың интенсивті және экстенсивті тәсілдерін ажырату.

Компанияның дамуы мемлекет экономикасының дамуына байланысты. Елде экономикалық не саяси дағдарыс жайлаған шақта бизнес тұралап қалуы мүмкін. Бизнеске нарықтың өсуі тікелей әсер етеді. Ел экономикасы қарқынды дамыса, халықтың сатып алу қабілеті де артады: адамдар өздерін қауіпсіз сезінеді, тауар сатып алып, түрлі қызметтерді тұтыну үшін қаражаты жеткілікті болады.

Қазіргі кезде Қазақстанның экономикалық ахуалы жақсы, сондықтан елімізде бизнесті дамыту үшін барлық жағдай жасалған. Бизнестің дамуы экономиканың дамуымен тікелей байланысты болғандықтан, экономикалық өсудің не екенін анықтап, ел экономикасының дамуы қандай көрсеткіштерге негізделетінін біліп алуымыз керек. Енді осы мәселелерді егжей-тегжейлі қарастырайық.

Экономикалық өсудің мәні мен өлшемі

Экономикалық өсу *— ұлттық өнімнің сан жағынан өсуімен қатар сапа жағынан жетілдірілуі.*

Экономикалық өсу екі жолмен жүзеге асырылады: біріншісі — өндіріс мүмкіндіктерін арттыру, екіншісі — қолданыстағы өндірістік мүмкіндіктерді барынша тиімді пайдалану.

Экономикалық өсуді бүкіл қоғамның мүдделері тұрғысынан қарастыра отырып, екі негізгі мақсатты бөліп көрсетуге болады: халықтың материалдық әл-ауқатын арттыру және ұлттық қауіпсіздікті сақтау.

Макроэкономикалық деңгейде экономикалық өсу динамикасының жетекші көрсеткіштері:

1. ЖІӨ, ЖҰӨ немесе ұлттық табыстың өсуі:

Жалпы ішкі өнім *(ағылш. Gross Domestic Product), жалпы қабылданған қысқарту: ЖІӨ (ағылш. GDP) — тұтыну, экспорт және жинақтау үшін мемлекет аумағындағы экономиканың барлық саласында бір жыл ішінде өндірілген*

тауар мен қызметтің (яғни тұтынуға, пайдалануға арналған) нарықтық құнын көрсететін макроэкономикалық көрсеткіш.

Елде жасалған тауар мен қызметтің жалпы құнын көрсететін ЖІӨ-ге қарағанда, ***жалпы ұлттық өнім (ЖҰӨ)*** *географиялық орналасуына қарамастан, резиденттері құрған тауарлардың жиынтық құнын көрсетеді.*

Ұлттық табыс (ҰТ) — *мемлекет аумағында бір жыл ішінде өндірілген барлық тауар мен қызметтің жиынтық құны (яғни ЖІӨ), елдегі азаматтардың шетелден әкелетін үстеме табысы мен шетел азаматтарының елден әкететін шегермелі табысы.*

2. Жан басына шаққанда ЖІӨ, ЖҰӨ немесе ұлттық табыстың өсу қарқыны.
3. Негізгі салалар бойынша және жан басына шаққанда өнеркәсіп өндірісінің өсу қарқыны.

Жан басына шаққандағы өсу қарқыны, әсіресе халықаралық деңгейде салыстырғанда экономикалық өсуді анықтауда жиі қолданылады. Бұл көрсеткіш, әдетте, елдің тұрмысын, әл-ауқатын сипаттау үшін пайдаланылады. ЖІӨ белгілі бір елдегі тауар мен қызметтің бір жылдағы құнын көрсетеді. Бұл санды елдегі адамның санына бөлсек, орта мәнін анықтаймыз. Яғни әр азамат тұтынатын тауар мен қызметтің орташа құны белгілі болады. Жалпы ішкі өнімнің жан басына шаққандағы көлемі елдегі халықтың санына байланысты. ЖІӨ өзгермеген жағдайда елдегі халық саны аз болса, жан басына шаққандағы көлемі көбірек болады және керісінше. Сол себепті тұрғындардың орташа деңгейі артуы үшін ЖІӨ халық санынан асып түсуі керек.

Елдің экономикалық дамуы жан басына шаққандағы ЖІӨ-мен қатар адамдардың өмір сүру ұзақтығы, білім деңгейі, тұрғындардың табыс деңгейінің сараланuы, инновация қарқыны, энергия қорының ЖІӨ-ге қатысы (экономиканың энергия сыйымдылығы), қоршаған ортаның сипаттамалары, елдегі экономика қандай, қанша саласының дамуына және т.б. байланысты болады.

1-тапсырма

Марк Твен: «Өтіріктің үш түрі бар: өтірік, анық өтірік және статистика».

1) Марк Твеннің тұжырымының мағынасын түсіндіріңіз.

2) 5 адамнан топқа бөлініп, ЖІӨ есептеу кезінде қандай мәселелер туындауы мүмкін екенін талқылаңыз.

Мемлекет экономикасының даму деңгейін жан-жақты сипаттау үшін ***«экономикалық даму»*** термині қолданылады. Экономикалық даму — елдегі экономикалық әлеуеттің жинақталып, пайдаланылуы.

Экономикалық өсуге қоғам ғана емес, экономиканың барлық субъектісі елдегі кәсіпкерлер мен жұмыспен қамтылған тұрғындар да мүдделі. Елдегі кәсіпкерлер

мен жұмыспен қамтылған азаматтардың (тұтынушылардың) іс-әрекетінің себебіне үңілсек, екі жақ та пайда табуды көздейтінін анықтауға болады. Экономика дамыған жағдайда кәсіпкерлердің өнімі де өтімді болады. Сол себепті компания пайдаға кенеледі. Осы мақсатты көздеген кәсіпкерлер бизнесін инвестициялап, өндірістің озық технологияларын игеруге тырысады, компанияларын ұйымдастырып, басқаруда озық әдіс-тәсілдерді пайдаланады. Елдегі жұмыспен қамтылған тұрғындар (тұтынушылар) тұрмысының, әл-ауқатының жақсарғанын қалайды. Сол себепті олар табысын (жалақы) үнемдеп, кіріс көзін көбейтуге тырысады (жаңа білімді меңгереді, жаңа технологияны игереді, құрал-жабдықтарын жетілдіреді т.с.с.).

Бір жағынан, экономикалық өсім кәсіпкерлерге де, тұтынушыларға да материалдық жағынан тиімді болады. Инвестициялау мүмкіндігі көбейеді, тұтынушылардың сұранысы артып, тауардың түрі молаяды. Кәсіпкерлер елде жоқ ресурсты басқа елдерден әкеліп, жаңа өндіріс орындарын ашады. Сол себепті елде өнімнің, қызметтің түрі көбейгені азаматтардың экономикалық ахуалы да жақсарғанын білдіреді. Екінші жағынан, экономикалық өсудің теріс жақтарын да ескеру керек: қоршаған ортаның ластануы, өнеркәсіптік шу, қоқыс, көлік кептелісі. Сонда да экономикалық өсу көпшілік тарапынан оң бағаланады. Себебі соның арқасында елдегі тұрғындар өз ойларын іске асырып, жаңалықтарын ендіре алады.

Экономикалық өсудің түрлері

Экономикалық өсудің экстенсивті және интенсивті түрлері бар.

Экстенсивті әдіспен өнімнің көбеюі өндіріс факторларының саны артуына байланысты болады: қосымша еңбек ресурсын, капиталды (өндіріс құралдары), жерді өндіріске тарту. Сонымен қатар өндірістің технологиялық базасы өзгеріссіз қалады.

Мысалы, сіздің жеке наубайханаңыз бар. Технологияны өзгертпестен, сіз нанды көбірек пісіру үшін жұмысшыларды жалдайсыз. Нан өткен сайын пайдаңыз өседі. Оның үстіне әр жұмысшы бұрын да, қазір де күніне 100 нан пісіреді. Бұл жұмысшылардың саны көбейіп, өндірілген өнім саны артқанын білдіреді.

Экстенсивті түрде өнімнің көбеюі технологиялық және экономикалық прогреспен қатар жүрмейді. Технологиялық прогресс — экономикалық өсудің маңызды қозғаушысы. Оған өндірістің жаңа әдістері ғана емес, өндірісті басқарып, ұйымдастырудың жаңа тәсілдері де кіреді. Технологиялық прогресс дегеніміз — өнімді көбейту мақсатында ресурстарды үйлестіретін жаңа білімді табу.

Іс жүзінде технологиялық прогресс пен инвестиция бір-бірімен тығыз байланысты: технологиялық прогресс көбінесе жаңа көлік пен жабдықтарға инвестиция салуды қажет етеді.

Экономикалық өсу табиғат ресурстарын тез игеруге мүмкіндік береді. Бұл ресурстарды экстенсивті түрде пайдалану ұтымсыз болғандықтан, шахталар, егістік жер мен пайдалы қазбалардың тез азайып кетуі мүмкін.

Дамудың ***интенсивті түрі*** өндіріс тиімділігін арттыру, өндіріс факторларынан түсетін кірісті арттыру, дегенмен пайдаланылатын еңбек, капитал және т.б. мөлшері өзгеріссіз қалуы мүмкін. Бастысы — өндіріс технологиясын жетілдіріп, өндірістің негізгі факторларының сапасын жақсарту.

Наубайханаңызды интенсивті түрде дамытуды көздесеңіз, жұмысшыларды жалдаудың орнына нанды тез әрі көп етіп пісіретін жаңа жабдық сатып алар едіңіз. Соның нәтижесінде наубайшыларыңыз күніне 100 емес, 150 наннан пісірер еді. Сол арқылы тауар да, пайда да көбейеді.

Интенсивті экономикалық өсуде еңбек өнімділігі артады. Бұл индикаторды теңдеу түрінде былайша өрнектеуге болады:

$$ЕӨ = Ө / Е$$

Мұндағы ***ЕӨ*** — еңбек өнімділігі,

Ө — физикалық не ақшалай өнім,

Е — еңбек бірлігінің құны (мысалы, адам-сағат).

Экономикалық өсудің интенсивті түрінде өндіріс тиімділігі артып, өнім көлемі ұлғаяды. Әдетте, өндіріс озық технологияны, ғылыми жетістікті, ресурсты үнемді пайдалану, жұмысшылардың біліктілігін арттыру арқылы өседі.

Дүниежүзілік экономика тарихында экономикалық өсудің интенсивті немесе экстенсивті түрі жеке-дара қолданылған емес. Экономикалық дамудың аралас түрі де бар. Мұнда даму екіжақты сипат алады: өндіріс, жаңа факторлармен қатар, жаңа технологияларды қолдана отырып дамиды. Мәселен, ауылшаруашылық өндірісі жаңа жерлерді сатып алып, өңдеу (соның есебінен егістік көлемі де артады), тыңайту, суландырудың қолайлы жүйесін енгізу арқылы (сол арқылы өнімді әлдеқайда көбейтуге болады) дами алады. Өнеркәсіпте, қосымша жұмыс күшін тартумен қатар, өндірістің жетілдірілген жүйесін енгізіп, қалдықты азайтуға не өңдеуге болады.

Экономикалық өсудің қарқыны

Экономикалық өсуді қарқындатудың негізгі үш түрі бар.

Еңбек үнемдеуді интенсификациялау — жаңа техника жұмыс күшін өндірістен алшақтатады. Яғни еңбек өнімділігін арттыру арқылы өндірістің толық не жартылай дамытуға болады.

Мысалы, автоматтандыру арқылы серіктестіктің иесі кейбір қызметкерлердің жұмысынан бас тартуы мүмкін. Енді автомат мәшинелерді басқаратын бір қызметкерді ғана ұстап, жалақы беруге болады.

Капитал мен материалды үнемдеу қарқыны жетілдірілген мәшинелер мен жабдықтарды, материалды, энергияны тиімді пайдалану арқылы жүзеге асырылады.

Мәселен, сапалы және заманауи материал қолданылған жағдайда компаниядағы өнім көпке дейін жарамды болады. Тауардың құнын көтеруге болады.

Өндірістің экономикалық, еңбек және материалдық жағдайын ұтымды пайдалану арқылы ***жан-жақты интенсификация*** шығынды болдырмай, экономикалық өсуді қамтамасыз етеді.

Мәселен, BI Group компаниясы құрылыс жұмыстарымен, нақты айтсақ, тұрғын үй салумен айналысатын компания құрылысшыларының жұмыс уақытын қыста көбейте алды. Қыста қараңғы ерте түсетіндіктен, жұмыс күні бірнеше сағатқа қысқарады. Барлық жұмысшыға фонарь беру арқылы компания жұмыс күндерін бірнеше сағатқа ұзартып, нысандарды кешіктірмей тапсырды. Күніне бірнеше сағат жұмыс істеу аз көрінуі мүмкін. Бірақ 30 күн, яғни бір айда компания шығынды 60 сағатқа қысқартты. Құрылыс алаңында неше адам жұмыс істейтінін есептесеңіз, әр құрылысшының бір сағаттық жұмысы қанша тұратыны туралы ойланып, алынған көрсеткішті 60-қа көбейтсеңіз, ресурсты ұтымды пайдалану BI Group-қа қомақты ақша үнемдеуге көмектескенін түсінесіз.

2-тапсырма

5 адамнан топқа бөлініңіздер. Мектептегі кез келген процесті (үзілістегі сыныптар арасындағы қозғалыс, асханадағы не гардеробтағы кезек, мектептің алдындағы тұрақ және т.б.) интенсивті экономикалық өсу тұрғысынан қарастыруға тырысыңыз. Мектебіңізді қалай жақсартуға болатыны туралы ойланыңыз. Қол жеткізуге болатын нәтижелерді сипаттайтын ұсыныстар жасаңыз.

3-тапсырма

Жоғарыда айтқанымыздай, экономикалық өсудің екі негізгі типі бар: интенсивті және экстенсивті. Экстенсивті түрде өндіріс көлемі ресурстың көбеюіне байланысты артады. Сонымен қатар өндірістің технологиялық базасы өзгеріссіз қалады. Интенсивті өсу жағдайында ресурстардың мөлшері өзгеріссіз қалғанмен, озық технология қолданылады.

Бес тігіншісі бар бір шеберхана айына 200 000 теңге табады. Шығынға 150 000 теңге кетсе, табысы 50 000 теңгені құрайды. Бизнесіңізді кеңейтіп, 5 тігіншіден құралған 10 шеберхана ашасыз. Сонда жалпы айналымыңыз 2 000 000 теңгеге дейін өседі, шығындарыңыз 1 500 000 теңге, табысыңыз 500 000 теңгені құрайтын болады.

Бұл жағдайда экономикалық өсудің қай типі қолданылғанын анықтаңыз (интенсивті немесе экстенсивті). Осылайша кеңейтудің жақсы, жаман жақтарын атаңыз. Екінші типті қалай кеңейтуге болатынын көрсетіңіз.

© Көкжиек-Горизонт

56-сабақ. Сапаны жақсарту

- Сапаны жақсартудың мәнін түсіну.
- Кайдзен қағидасын суреттеу.

Біз клиенттермен қарым-қатынас орнату арқылы бренд пен компанияға деген дұрыс ұстаным қалыптасады. Сонымен бірге тауарлар мен қызметтің сапасын арттыру да өте маңызды. Біз тұтынушы ретінде сапалы тауар сатып алғымыз келеді.

1-тапсырма

Сіз үшін өнім сапасы нені білдіреді? Сапалы өнім қандай болуы керек?

Сапа ұғымы

Нарықтық экономика жағдайында сапа мәселесі — тұрғындардың өмір сүру деңгейін, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық қауіпсіздікті жақсартудың маңызды факторы. Сапа — қызметтің барлық аспектісінің (стратегияны әзірлеу, өндірісті ұйымдастыру, маркетинг және т.б.) тиімділігін сипаттайтын жан-жақты тұжырымдама.

Сапаның маңызды аспектісі — өнімнің сапасы. Стандарттаушы халықаралық ұйымның тұжырымы бойынша, ***сапа*** *(ISO-8402 стандарты) — өнім не қызметтің нақты талапқа сай сипаты.*

Әрқайсымыздың сапа туралы өз ойымыз бар. Біреулер мықты, сенімді болуына мән берсе, енді бірі сыртқы түріне көңіл бөледі, енді біреулер өнімнің ерекшелігін сипаттап бере алатын сатушыға назар аударады. Сапаны өзінше қабылдайтындықтан, бірыңғай халықаралық стандартын — ИСО 9000 сериясын жасау қажеттігі туындады.

9000 сериялы ИСО стандарттары сапа жүйесін бағалаудың бірыңғай, жалпыға бірдей ұстаным қалыптастырып, өндірушілер мен тұтынушылардың арасын реттеді. Басқаша айтқанда, тұтынушылар ИСО стандарттарын басшылыққа алады. Сапаны төмендегі пирамида түрінде көрсетуге болады.



6-сурет. Сапа ұғымы

Пирамидаға сапаны әмбебап басқару компанияны басқару сапасынан бастап, өнімді өндіріп, сату кезеңдеріндегі жұмыс сапасына, дайын өнімнің сапасына дейін енеді. Сондықтан «тауар не қызметті қайткенде сапалы етем?» деген сұраққа жауап беру өте оңай: «Әрқашан жұмыстың сапасын шикізатты сатып алудан бастап, жеткізушілермен жұмыс, өндіру, сату, жарнама, сатудан кейінгі қызмет және т.б. түгел қадағалауыңыз керек!»

> ***TQM (Total quality management)*** *— әмбебап сапа менеджменті, ол өндіру, сатып алу, маркетинг, ұйымдастыру және т.б. қызметтің үздіксіз дамуын білдіреді.*

Сапа мәселелерін дұрыс түсіну үшін келесі жағдайларды ескеру қажет:

- сапа клиентке бағдарлануы керек;
- сапа кепілдігі бір бөлімше ғана жүзеге асыратын техникалық функция емес, сонымен бірге кәсіпорын не ұйымның құрылымына енетін жүйелі үдеріс;
- сапа мәселелері өндіріс үдерісінде ғана емес, сонымен қатар өнімді әзірлеу, маркетинг, сатудан кейінгі қызмет және т.б. салалар да өзекті;
- өнімнің сапасын жақсарту технологиялық жаңартулармен тығыз байланысты;
- сапаны жақсарту үшін өнім (қызмет) дайындауға қатысушылардың бәрі де мүдделі болуы тиіс.

Бәсекеге қабілетті болу үшін өнім тапсырыс берушінің талаптарына не сатып алушының талаптарына сәйкес келуі керек. Белгілі бір өнімді шығару, жұмысты орындау, қызмет көрсету үшін бірқатар операцияны, дайындық жұмысын жүргізу қажет. Соңғы сапа жұмыстың әр кезеңдегі сапасына байланысты.

Өнім сапасының қалыптасуы жобалаудан басталады. Сонымен, зерттеу кезеңінде техникалық және экономикалық қағидалар құрылады, функционалды үлгілер (модельдер) жасалады. Осыдан кейін олар өндірістік құжаттаманың негізі мен прототипін жасайды. Жобалау, технологиялық жұмыста олар өнімді өндіріске дайындайды.

Жоғарыда айтылғандай, жұмыс сапасы компанияның жұмысымен тікелей байланысты. Бұл — көшбасшылық пен басқарудың сапасы (жоспарлау, талдау,

бақылау). Жоспарлау сапасы (стратегияны, жоспарлар жүйесін және т.б. жасау) мақсаттарға қол жеткізу мен компанияның сапасына байланысты.

Өндіруші мен тұтынушының сапасы өзара байланысты. Өндіруші өнімді тұтынудың барлық кезеңінде сапаға ерекше мән беруі керек. Сонымен қатар ол сатудан кейінгі қызметті ұсынуы керек. Өнім сапасы тұтыну кезінде көрінуі мүмкін.

Сапа тауардың құнын белгілейді. Сапаны бағалауда:

- техникалық ерекшелігі (сенімділік, қызмет ету мерзімінің ұзақтығы);
- эстетикалық сипаты: тауардың көрер көзге әдемі, көрнекі болуы;
- өнімнің ыңғайлылығы: қаншалық бапты қажет етеді, кепілдігі бар ма, бұзылып қалған жағдайда қалай жөндеу керек, сақтауға ыңғайлы ма т.с.с.) ескеріледі.

2-тапсырма

Кез келген өнімді (мысалы, тортты) сапалы деп тану үшін қандай техникалық, эстетикалық, тұтыну сипаттамалары болуы керектігін түсіндіріңіз.

Сапаны жақсартудың маңызы

Сапа менеджментінің теориясы мен практикасында екі мәселе анықталады: өнім сапасы және сапа менеджменті.

Сапа — нарық үшін күресте маңызды құрал. Сапа тауардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етеді. Әрине, тауар сапалы болуы үшін біраз шығын шығару қажет. Алайда ол шығын кейін пайдаға айналады. Нарықта жаңа өнімдерді (өзгертілген, жетілдірілген) жасамай, дамытпай жетекші позицияға ие болу мүмкін емес.

Егер сапаға көңіл бөлмесе, ақауларды жөндеуге айтарлықтай қаражат қажет болады. Ақаулардың алдын алу үшін ұзақмерзімді бағдарламалар әзірлеп, бірқатар нәтижеге қол жеткізуге болады. Бірқатар елдерде жүргізілген зерттеулер сапаға аз көңіл бөлетін компанияларда уақыттың 60%-ына дейін ақауды жөндеуге кететінін көрсетті.

Кайдзен[1]

Кайдзен *(жапонша «өзгеріс» және «жақсы» сөзінен шыққан) — өндіріс үдерісін үнемі жетілдіріп, дамытуға, бизнесті жүргізіп, басқаруға, бағытталған жапондық философия немесе практика. Қарапайым сөзбен айтқанда, бұл — сапаның үнемі жақсаруы.*

[1] Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 274 с.

Тұжырымдама 1950 жылдары Жапонияда өте танымал болды. Ал кейінірек Масааки Имаидің жұмысының арқасында бүкіл әлемге танылды.

Тәсіл өндірісті үнемі жетілдіру мақсатында қолданылады. Төменде Кайдзен принциптері туралы көбірек білуге болады.

Әр үдерісті біртіндеп жетілдіру

Бизнес өндіріс, есеп, қызмет, жеткізушілермен байланыс сияқты үдерістерден тұрады. Кей салаларда өндірістің оңтайлы цикліне назар аудармасаңыз, сапаға қол жеткізе алмайсыз. Өйткені бизнесіңіздің түрлі салаларында проблемаларға, шығындарға тап боласыз. Бизнесті әрдайым жетілдіріп отыру қажет.

Ол үшін алдымен оның қанша кезеңнен тұратынын түсіну керек. Содан кейін әрқайсысын талдап, ақауды қалай жоятыныңызды анықтап алуыңыз керек.

Мысалы, сіз үш кезеңнен тұратын бір процесті талдайсыз: А кезеңі 5 минутқа, Б кезеңі 8 минутқа, В кезеңі 10 минутқа созылады. Жалпы алғанда, бұл 23 минутты құрайды. Бір нәрсені біріктіруге немесе бір нәрседен құтылуға бола ма? Есіңізде болсын, өндіріс ақшаны талап етеді, ал қосымша минут алтынмен өлшенеді.

Мәселелерді ашық талқылау

Мәселелер әрдайым бар. Сондықтан оларды жасырмай, талқылау керек. Шешімін іздемей жақсару мүмкін емес. Мысалы, ательеңіздің айналасында асхана болмаса, жұмысшылар асханаға бару үшін жарты сағат, кері қайту үшін тағы да жарты сағат уақытын жұмсайды. Ал сіз тамақ дайындайтын компаниямен келісіп, олар тамақты жұмыс орнына жеткізіп беретін болса, жұмысшылар асханаға барып-келу үшін уақытын босқа кетірмейді. Есесіне түскі үзілісте тынығып алады да, одан кейін жұмысты жақсы істейтін болады. Ол үшін өздерімен сөйлесіп, жұмыстарын қалай жеңілдетіп, жақсартуға болатынын сұрап алуыңыз керек.

Артық шығынға жол бермеңіз.

Шығындар:

- *Қозғалыс.* Мәселен, матаны қоймада сақтайсыз. Керек материалды алып келу үшін тігіншілер біраз уақытын жоғалтады. Арнайы орын бөліп, матаңызды сол жерге сақтасаңыз, жұмыс өнімділігі артар еді.
- *Уақыт.* Мәселен, сіз жіпті, матаны, құрастырғыштарды әртүрлі адамдардан аласыз. Соған сәйкес үш түрлі серіктеспен жұмыс істеп, есеп айырысасыз. Қоймадан затты алу үшін үш түрлі жерге барасыз. Ал соның бәрін бір жерден алсаңыз қалай болады? Әрине, үш жаққа барғаннан гөрі бір адаммен ғана жұмыс істейтін болсаңыз, уақытыңызды біршама үнемдейтініңіз түсінікті ғой.
- *Ақаулар.* Мата сатып алған кезде алдымен сапасын тексересіз. Талапқа сай келмейтінін байқасаңыз, оны қайтарып беруіңізге болады не айырбастай аласыз. Тігіп тастағаннан кейін ғана ақауын байқасаңыз, біраз шығынданып қалатыныңыз түсінікті. Себебі тігіншіңіздің бүкіл еңбегі, уақыты зая кеткен болып шығады.
- *Сұранысты ескермеу.* Тұрғындардың сұранысын ескерместен, көп көйлек тіккізіп тастасаңыз, олар өтпей, қоймада жатып қалады. Көйлектерді тіктіру үшін жұмсаған материалыңыз, уақытыңыз зая кеткен болады.

Қызметкерлердің пікіріне құлақ асыңыз

Қызметкерлерге мән беріңіз. «BI Group» холдингінде әр қызметкер өз бөлімшесінің кайдзені бойынша WhatsApp-чатында жұмысты жандандыруға қатысты ұсыныстарын айтып, «жетілдіруге «дейінгі» және «кейінгі» бейнежазбаларын жібере алады. Кейін ол өзгерістер басқа чаттарда таратылып, компанияның барлық бөлімі солай өзгертуі мүмкін.

Істемейтін нәрсені түзеу

Тігін мәшинесінде ақау пайда болып, жіп қайта-қайта үзіле берсе не дұрыс тікпей қалса, тігінші оны жөндеу үшін күн сайын уақытын зая кетіреді. Сол себепті арнайы шеберді шақырып, жөндетіп алсаңыз, тігіншіні босқа әурелемейсіз әрі ақшаңызды да үнемдейсіз. Бұзылып қалған жағдайда аспабыңыз қаншалық қажет екенін анықтаңыз. Қажеті болмаса, лақтыра салыңыз. Ал қажет болса, жөндетіп алыңыз. Ыңғайы келсе, бұрынғыдан да жақсы етіп жетілдіріп алыңыз.

Үнемдеңіз

Қай кезде де үнемдеуге болады. Мәселен, киімді пішкен кезде матаны рәсуа етпеудің амалын қарастыруға болады.

Клиенттеріңізге мән беріңіз

Қандай жұмысты қолға алсаңыз да, клиенттің талап-тілегін ескеруіңіз керек. Мәселен, көйлек сатып алған клиенттің пакетіне оны қалай жууы керегі туралы нұсқаулықты да салып жіберуіңізге де болады. Сонда клиент көйлекті дұрыстап жуады. Әйтпесе дұрыс жумағандықтан, көйлекке зақым келтіріп, шағымданып жүруі мүмкін.

Жұмыс топтарын құрып алыңыз

Қызметкерлер топтасып жұмыс істесе, мүдделері де ортақ болады. Әрқайсысы жұмысының сапасы басқалардың жұмысына да әсер ететінін түсініп, ұжымның абыройы үшін жанын салады.

Стандартқа сәйкес болсын

Қызметкер компанияның стандартын түсінсе, ол соған сәйкес жұмысын сапалы етуге тырысады.

Сол себепті «Samsung» компаниясы сапаның жаңа стандарттарын жасаған кезде барлық қызметкерді құлағдар етті. Оқи алмайтын қызметкерге көшірмесі комикс түрінде берілді.

Кайдзен гембасы

Гемба — *жапон сөзі, сөзбе-сөз аударғанда, «нақты орын» дегенді білдіреді.* Бизнесте ол нақты жұмыс орнын білдіреді. Біздің мысалымызда ол — тігіншілер жұмыс істейтін, іс мәшине орналасқан ателье.

Компанияда қандай да бір қиындық туындаған жағдайда гембаға барып, істің мән-жайын анықтауыңыз керек. Мәселен, киім баяу тігілуі мүмкін. Себебін анықтау үшін гембалардың бәрін тексеріп шығыңыз. Қандай да бір техника жетпей жатуы мүмкін. Мәселен, торлап тігетін мәшине біреу ғана болғандықтан, үлгере алмай жатуы мүмкін. Тігіншілер ол мәшиненің босағанын күтіп, дер кезін-

де үлгере алмай жатуы мүмкін. Бұл жағдайда нақты шара қолдану үшін тігіншілерден неше мәшине керек екенін анықтап алуға болады. Немесе бір-бірін күтіп, уақытын кетірмеулері үшін жұмыс кестесін өзгертуге болады.

Гемба ұстанымдарын басшылыққа ала отырып, артық шығынның алдын алуға болады. Сондай-ақ компания мүшелері талап-тілегінің ескеріліп жатқанын көріп, құлшына жұмыс істейтін болады. Соның арқасында жұмыстың сапасы да артады.

3-тапсырма

Өткен сабақта мектептегі жағдайды жақсарту үшін қандай ұсыныстар бергендеріңізді естеріңізге түсіріңіздер.

Енді қай жерді кайдзен гемба ретінде пайдалануға болатынын анықтап алуыңыз керек. Киім ілетін жерде адамдар шоғырланып, кезек күтіп қала беретін болса, гемба сол жерде болғаны. Дереу гембаға барып, мәселенің мән-жайын анықтаңыз. Оны қалай реттеуге болатынын ойластырыңыз.

© ҒКЕКИМЕК-ГОРЦЕНТР

57-сабақ. Халықаралық бизнес

- Халықаралық бизнестің мәні мен мағынасын түсіну.
- Халықаралық нарыққа Қазақстан өнімдерін шығарудың стратегиясын құруда өзіндік көзқарасты қалыптастыру үшін халықаралық бизнестің аясынан факторларды синтездеу.

Енді сіз бизнесті ұлғайтудың әдістерін, дамыту стратегияларын білесіз, сондықтан халықаралық бизнес туралы сөз қозғауға болады. Бизнесін ұлғайта отырып, компаниялар алдымен өз ауылын, жақын маңдағы қаланы, аймақты, елді қамтып, нарығының ауқымын кеңейте беруге тырысады. Осылайша ұлғайта берсе, компания Қазақстаннан тысқары жерлерге де шығуы мүмкін. Ол кезде ол халықаралық бизнеске айналады. Нарықтағы жағдаят көңілдерінен шығып, болашағына сенімді болған жағдайда басқа елдердің компаниялары да өз өнімін Қазақстанға әкеп сатуы мүмкін. Ауылыңыздың ауқымынан асып, көрші ауылда сауда жасасаңыз, бизнесіңізде көп өзгеріс бола қоймайды. Ал басқа елдің нарығына кірген жағдайда тілі, заңы, салық, баж, ділі (менталитеті), стандарттары, құндылықтары т.б. әртүрлі болуына байланысты халықаралық бизнесіңіз тиімді болуы үшін мәнін түсініп алу керек болады.

Қазіргі кезде коммуникация арналары, бұрынғымен салыстырғанда, біршама жанданды. Интернет-технологияның көмегімен шетелден тауар сатып алып, логистиканы бақылап отыруыңызға болады.

Халықаралық бизнес, кез келген елде жұмыс істеуіңізге мүмкіндік берумен қатар, басқа елдің кәсіпкерлерінің Қазақстан аумағында жұмыс істеуіне мүмкіндік береді. Енді, елдегі кәсіпкерлермен қатар, Қазақстан нарығына келетін шетелдік кәсіпкерлер де сізбен бәсекелесе алады.

Халықаралық бизнестің мәні

Халықаралық бизнесте *бірнеше елдегі серіктестердің іскери операциялары қамтылды.* Мысалы:

- шикізатты бір елде сатып алып, әрі қарай өңдеп, жинақтау үшін басқа елдің аумағына тасымалдау (мысалы, Ресейден бөлшектелген ойын алаңдарын сатып алып, Қазақстанда жергілікті компанияларға құрастырту);
- сату мақсатында дайын өнімді бір елден екіншісіне тасымалдау (мысалы, еліміздің дүкендеріндегі «Домик в деревне», «Простоквашино» сияқты ресейлік азық-түлік бренділері);
- арзан жұмыс күшін пайдаланып, табыс табу мақсатында зауыттарды шетелдерде салу (мысалы, жұмыс күші арзан болуына байланысты көптеген халықаралық компания өндірістерін Қытайға ауыстырып жатыр; сол себеп-

ті еуропалық брендідегі киімдердің заттаңбасында «Қытайда жасалған» деп жазулы тұрады);

- бір елдегі операцияны қаржыландыру үшін басқа елдің банкінен несие алу.

Мұндай мәмілелерді жеке тұлғалар (елдегі азаматтар), компаниялар, компания топтары мен мемлекеттік ұйымдар жасай алады.

Яғни ішкі кәсіпкерлік бір елдің ауқымынан аспайтын болса, халықаралық бизнес шегара асып кетеді. Соған байланысты:

- әр елдің ақшасы бөлек болуына байланысты бірлесе жұмыс істеген кезде валюта айырбастау қажет болады;
- әр елдің заңы басқа болуы мүмкін, сондықтан бірлесе жұмыс істеген кезде оны да ескеруге тура келеді;
- әр елдің мәдениеті өзінше болады, оны да ескермеске болмайды;
- әр елдің ресурсы да әртүрлі. Мәселен, бір елдің табиғи байлығы ұшан-теңіз болғанмен, білікті мамандар жетіспеуі мүмкін немесе керісінше болуы да ықтимал.

1-тапсырма

Халықаралық бизнеспен айналысатын кәсіпкерлер тағы да қандай қиындықтарға тап болуы мүмкін екенін ойланып көріңіз.

Көбінесе халықаралық бизнеспен айналысқан кезде ішкі нарықтағы білімдағдыларыңыз керек болады. Мәселен, қай жерде де тұтынушылардың талап-тілегін ескеруіңіз керек, бюджетті дұрыс қалыптастырып, логистиканы қадағалап отыруыңыз керек. Ең бастысы — өзге елдің мәдениетін, заңын, саяси-әлеуметтік ерекшелігін білуіңіз керек. Өніміңіз сатылатын нарықты дұрыс таңдау үшін әлеуетті серіктестеріңізді айқындап алуыңыз керек. Сонымен қатар ресурс пен материалды қай елден сатып алған тиімді болатынын да нақтылап алғаныңыз жөн.

Халықаралық бизнестің түрлері

Халықаралық бизнестің ертеден келе жатқан, бірден-бір түрі — экспорт пен импорт.

Экспорт *— басқа елдің аумағында әрі қарай пайдалану не қайта сату мақсатында өз елінде өндірілген өнімді сату.*

Импорт *— өз елінің аумағында әрі қарай пайдалану не қайта сату мақсатында басқа елде өндірілген өнімді сатып алу.*

Экспорт-импорттық операциялар екі топқа бөлінеді: бірі — киім-кешек, компьютер, шикізат сияқты материалдық өнім саудасы; екіншісі — банк, тасымал, бухгалтерлік қызмет сияқты материалдық емес өнім саудасы.

Экспорт пен импортпен қатар халықаралық инвестиция да халықаралық бизнестің құрамдас бөлігі саналады. Мұнда азаматтардың капиталы (қаржысы) не бір елдегі компаниялар басқа елдегі бизнес үшін пайдаланылады.

Қазақстандағы халықаралық бизнестің үлгісі ретінде Атырау қаласынан 80 шақырым жерде орналасқан Қазақстанның ең ірі қайраңды мұнай-газ кенорны — Қашағанды атауға болады. Кенорынды North Caspian Operating Company (NCOC) бірлескен операциялық компаниясы өңдеуде. Оның құрамына KMG Kashagan B.V. — 16,877 % (Қазақстан), AgipCaspian Sea B. V. — 16,807 % (Италия), Total EP Kazakhstan — 16,807% (Франция), ExxonMobil Kazakhstan Inc. — 16,807 % (АҚШ), Shell Kazakhstan Development B. V. — 16,807 % (Англия және Голландия), CNPC — 8,333% (Қытай) және Inpex — 7,563% (Жапония) кіреді. Халықаралық серіктестердің ауқымды консорциумы күрделі кен орнынан мұнай өндіруде.

2-тапсырма

Танымал бренділердің экспорты мен импортына екі мысалдан келтіріңіз.

ҚАЗІРГІ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕСКЕ ТӘН БЕЛГІЛЕР

Қазіргі кездегі халықаралық бизнестің сипаты:

1. Қолжетімді әрі ортақ

Кез келген компания басқа елде жұмыс істей алады. Компания бір елде ғана шектелуге міндетті емес. Қаласа, халықаралық деңгейде жұмыс істеуіне болады. Мәселен, Қазақстанның кез келген қаласының бағдарламашы жігіті дайындаған мобильді қосымшасын Google Play не App Store салу арқылы АҚШ не Үндістанда сатуына болады.

2. Бірізді дамыған

Халықаралық бизнеспен айналысқысы келетін компания шетелдік тауарды өз еліне әкеп сатады, яғни импортпен айналысады. Кейін өзінің өнімін шетелге сата бастайды. Сонан соң басқа елде өзінің кеңсесін ашады. Ол жаққа тасымалдап, арнайы мамандарды тартады т.с.с. Уақыт өте келе мультиұлттық корпорацияға айналады.

Бастапқыда компания өз тауары мен қызметінің сапасына ерекше мән беретін болса, кейін тауардың қалай өтіп жатқанына: қоймалардың жұмысына, тауардың тасымалдануына, өзі тасымалдауға тырысуы немесе тасымалдаушы компанияларға — серіктестеріне көңіл бөліп, түрлі елдердегі компанияның кеңселерінде жұмыс жасап жатқан қызметкерлердің дайындығын қадағалайды.

Әдетте, Қазақстандағы шетелдік бизнес Қытайдан тауар әкелуден басталады (себебі ол жақта тауар арзан әрі шегаралас болғандықтан, тасымалдау да оңай болады). Кейін компания Қазақстанда құрастыру үшін керек бөлшектерді ғана са-

тып ала бастайды. Бірте-бірте ТМД елдеріне т.б. өзі тасымалдайтын болады. Қадам басқан сайын логистика жүйесі мен менеджментін жетілдіре береді.

3. Технологиясы жетілдірілген

Компьютер мен байланыс құралдарының дамуына байланысты компаниялар басқа елде отырып-ақ өз еліндегі бизнес қалай дамып жатқанын қадағалай алады. Кез келген уақытта бизнесіндегі өзгерістерді біліп, басқа елдегі әріптестеріне жұмысты жандандыруға қатысты тапсырмаларын бере алады, ғаламтор мүмкіндігін пайдаланып, онлайн конференция өткізе алады т.с.с.

Бір елде жүріп, шетелдегі компаниясының жұмысын жүргізе алады: тауарды тауып, оны қалай тасымалдауға болатынын, қызметкерлерді, қаржыны қалай табуға болатынын ойласып, ақпарат алмаса алады т.б.

Басқа елде өткізу үшін өнім сатып алған кезде бұрынғыдай, шетелге сөмке асынып барып, тауар таңдап жүрудің, оны жеткізудің жолдарын іздестіріп, бас қатырудың қажеті жоқ. Ғаламтор арқылы тауарды тауып алып, онлайн тасымалдаушылардің қызметіне жүгініп, сатушымен келісу арқылы сол бойда ақшаны банк карточкасына төлеуге болады т.с.с.

4. Ұлттық және халықаралық өзара әрекеттесудің күрделілігі

Халықаралық бизнеске конвергенттік және дивергенттік үдерістер де әсер етеді.

Конвергенция (лат. convergo «жақындастырамын») — жақындасу үрдісі, ұқсау (әртүрлі мағынада), компромисс; дивергенцияға қарама-қайшы (лат. divergere — алшақтықты анықтау).

Жаһандануға байланысты әлемнің түкпір-түкпіріндегі адамдар біркелкі киініп, бірдей тамақ жейді, бір фильмді көреді (конвергенция). Нәтижесінде түрлі елдердің бизнес мәдениеті бір-біріне ұқсап кетеді, әлемдегі барлық бизнесмен соны басшылыққа алады. Алайда мәдениеті мен діни сенімі бөлек болғандықтан, бұған қарсылық білдіретін елдер де бар. Өзіндік ерекшелігін, мәдени құндылығын сақтап қалғысы келетін халықтар жаһандану ілігімен ұлттық дәстүрінен біржола қол үзіп қалудан сақтанады. Соның нәтижесінде қайшылықтар туындап (дивергенция), түрлі елдердің арасындағы халықаралық бизнеске наразылық пайда болады.

Халықаралық бизнестің дамуы

Өз елінде ғана жұмыс істейтін компаниялармен салыстырғанда халықаралық серіктестермен жұмыс істейтін компаниялардың біраз артықшылығы бар.

Жаһандану арқылы тиімділікті арттыру. Халықаралық компаниялар өндірісін оңтайлы орналастыру арқылы шығынды азайта алады. Мысалы, спорттық аяққиімді шығару өте қиын, сондықтан басқа бәсекелестері сияқты Nike өз өнімін жұмыс күшіне көп шығын кетпейтін елдерде шығаруға тырысады.

Көлемін ықшамдау арқылы өнімнің шығынын азайту. Халықаралық компаниялар бірнеше елдің нарығына бағытталған бір кәсіпорынды ашуы мүмкін.

Мәселен, Mercedes-Benz компаниясында бірнеше кәсіпорында жаңа спорттық автомобиль шығарудың орнына осы модельдегі автомобильдерді Алабама қаласындағы бір кәсіпорынға шоғырландырды (осылайша өндіріс көлемін ықшамдау арқылы шығынды азайтты).

Қызметін әртараптандыру арқылы шығынды азайту. Халықаралық компаниялар түрлі елдердегі тауарларын түрін көбейту арқылы өндіріс пен маркетинг шығынын азайтады. Мысалы, McDonald's компаниясының мәзірі әртүрлі елдерде аздап ерекшеленеді: Канадада квебек ұлттық тағамының дәмі бар: фри картобы мен тәтті тұздықты маринадталған ірімшік, Бразилияда — ветчина қосылған круассан, Мексикада — буррито, Испанияда — гаспачо, Италияда — панцеротти бәліші, Мысырда — фалафель және т.б.

Іс-әрекетті әртараптандыру дегеніміз *— бір өнімге негізделген біржақты өндіріс құрылымынан өнімнің кең спектрімен әртараптандырылған өндіріске көшу.*

Nissan автомобильдерін Америка Құрама Штаттарында сата бастаған кезде ол тұтынушыларға тек бір модель ұсынды, оны автокөлік сататын агенттіктер арқылы сатып алуға болатын еді. Бұл орайда сатуға кететін шығын тым көп болды. Алайда Nissan-ның беделі артқан сайын нарыққа шығарған жаңа модельдері де көбейді. Қазіргі кезде компанияның өнімін өткізетін желісі бар. Сол арқылы ол Солтүстік Америкада жеңіл көліктер мен жүк көліктерінің неше түрін сатып келеді. Нәтижесінде бір модельмен салыстырғанда шығыны біршама азайды.

Көп ұлтқа бейімделу. Әлемнің әртүрлі елдеріндегі саяси, экономикалық, құқықтық және мәдени шарттар әртүрлі болады. Жағдай үнемі өзгеріп отырады: жаңа заңдар қабылданады, үкімет жаңадан сайланады, жаңа бәсекелестер пайда болады. Тар ауқымды компаниялар бір елдегі жағдайға бейімделсе, халықаралық компаниялар өздері қамтитын елдердің бәріндегі өзгерістерді ескеруге мәжбүр болады. Мысалы, тауық етін өңдейтін Tyson Foods компаниясы өз денсаулығына алаңдайтын американдық тұтынушылардың тауықтың төс етіне сұранысы артып келе жатқанын ескеріп, ұтымды пайдалана білді. Алайда тауықтың төс етімен қатар, АҚШ нарығында аса сұранысы жоқ тауықтың сан еті де көптеп өндірілді. Tyson компаниясының басшылығы тауықтың сан етін қара кесекті ұнататын Ресей нарығы мен тауық етін деликатес санайтын Қытай нарығына экспорттамақ болды. Tyson компаниясының Ресей мен Қытайға жіберген тауық сан етінің экспорты 250 млн $ құрайды.

3-тапсырма

Екі топқа бөлініп, халықаралық бизнестің жағымды және жағымсыз жақтарын талқылаңыз. Өз пікіріңізге дәлел келтіріңіз.

58-сабақ. Халықаралық бизнес

- Халықаралық бизнестің мәні мен мағынасын түсіну.
- Халықаралық нарыққа Қазақстан өнімдерін шығарудың стратегиясын құруда өзіндік көзқарасты қалыптастыру үшін халықаралық бизнестің аясынан факторларды синтездеу.

Жоғарыда айтқанымыздай, халықаралық бизнес көбінесе ұлттық бизнеске ұқсас, алайда айтарлықтай айырмашылықтары да бар. Ең бастысы — бизнесті жүргізуде ұлттық ерекшеліктерді де ескеру қажет. Мысалы, көптеген шығыс компаниясында бизнесті бүкіл отбасы жүргізеді.

Немістердің ұқыпты, мұқият екені баршаға аян. Ал италиялықтар өз міндеттеріне салғырт қарайды. Ділдің (менталитет) осы ерекшеліктерін ескермеген жағдайда бұл елдерде бизнес құру өте қиын болады.

Әртүрлі елдегі халықаралық бизнеске жұмсалған шығын (қаржы, қызметкерлер саны, ынталандыру әдістері және т.б.) бірдей болғанмен, нәтиже әртүрлі болуы мүмкін. Сол себепті түрлі елдерде іс жүргізген кезде мәдени ерекшелігін ескеру қажет.

Ұлттық мәдениет және ұйымдастыру тәртібі: Хофстед әдістемесі[1]

Компаниялар экономикалық даму деңгейі, саяси құрылымы, мәдениеті, тәжірибесі, ауа райы алуан түрлі елдерде жұмыс істейтіндіктен, олардың түрлі елдердегі адамдарға қалай ықпал ететінін де ескеруге тура келеді.

1980 жылдардың басында Герт Хофстед IBM трансұлттық корпорациясының бөлімшелерін егжей-тегжейлі зерттеу нәтижесінде 40 елдегі 116 мың қызметшіден сауалнама алып, мәдениеттер типологиясын жасап шықты.

Хофстед түрлі елдердегі мәдениетті сипаттау үшін:

- дербестік/ ұжымдық;
- биліктің қашықтығы (барлығына қатысты, ортақ шешім қабылдау деңгейі);
- белгісіздік шамасы;
- ер адамға/әйелге қатысы;
- болашақта қаншалық қажет болатыны (аз/көп уақыт);

[1] Hofstede G. Culture's Consequences. — SAGE Publications, 1980. — 475 p.

- қалауынша өзгерте беру /қанағат ету сияқты параметрлерді ескеру қажет екенін айтады.

Дербестік/ұжымдық

Бұл өлшем адамдардың жеке-дара болғысы келетінін не қандай да бір топтың өкілі болуды қалайтынын білдіреді.

Шкаланың бір шетінде өз мүддесін күйттейтін адамдар тұрса, екінші шетінде топтың мүддесіне толық бағынатын адамдар тұрады.

15-кесте. Хофстед типологиясы бойынша ұжымдастырудың жоғарғы және төменгі мәндері бар елдердің ерекшеліктері

Ұжымшылдық дәріптелетін елдер	Дербестік дәріптелетін елдер
Қызметкерлерді компания тарапынан оқытуға басымдылық берілуі (тренинг, физикалық жағдайы және т.б.)	Қызметкердің өз мүддесін жоғары қоюы (бос уақытын өткізуге байланысты)
Компанияға эмоционалды тәуелділік	Компаниядан эмоционалды тәуелсіздік
Ірі компанияларда жұмыс істеуге деген ұмтылыс	Шағын компанияларда жұмыс істеуге ұмтылу
Компания мүшелерімен сыйласып, тіл табыса білу.	Өз пайдасын ойлау
Студенттер басқаларға қамқорлық жасамай, өз мақсаттарына қол жеткізуді әлеуметтік тұрғыдан орынсыз санайды	Студенттер басқаларды ойламай, өз мүддесін ғана көздеуді әлеуметтік тұрғыда орынды санайды
Менеджерлер басқалардың қамын жеместен, өз басын ғана ойлайды	Менеджерлер тәртіпке бағынып, мойынсынады
Менеджерлер өз орнын ұжымдағы сенімділік пен тұрақтылыққа сәйкес бағалайды.	Менеджерлер өзін дербестігіне қарай бағалайды.
Менеджерлер қызметкерлерді қолдап, ынталандыру үшін заманауи ұстанымдарды басшылыққа алады.	Менеджерлер қызметкерлерді пікіріне не топтың келісіміне қарамастан, дәстүрлі әдістерді басшылыққа алады.

Ұжымшылдық дәріптелетін елдер	Дербестік дәріптелетін елдер
Жеке адамның ұйғарымынан гөрі топтың шешімі маңызды саналады.	Топтың шешімінен гөрі жеке адамның ұйғарымы маңызды саналады.
Студенттер борышын, міндетін өтеуге тырысады.	Студенттер қызыққа кенелгісі келеді.
Менеджерлер парызын, абыройын ойлайды.	Менеджерлер рақаттанып, жанының қалауын жүзеге асыруға тырысады.
Қоғам жеке адамның мүддесіне қызмет етуге — фатализмге қарсы.	Қоғам жеке адамның мүддесіне қызмет етуді жақтайды.
Мәнділікті анықтауда басқалардың пікірі ескеріледі.	Мәнділікті анықтауда көпшіліктің пікіріне құлақ аспайды.
Барлық адаммен санасып, әр пікірмен санасады.	Адамдар жеке пайдасына қарай бағаланады.
Әлеуметтік қатынас белгілі бір топқа қатысына қарай анықталады.	Жеке адаммен достасуға тырысады.
Ұзақ уақыт үйрену (лауазымы көтерілгенге дейін)	Аз уақыт үйрену (лауазымы көтерілгенге дейін)
Көлік апатының мүмкіндігі төмен.	Көлік апатының мүмкіндігі жоғары
Уақыт өткізуде дәстүрлі тәсілдерге басымдық беріледі.	Уақыт өткізуде заманауи әдістерге басымдық беріледі.

Елдің әл-ауқаты (жан басына шаққандағы жалпы ұлттық өнімнің мөлшері) «дербестік/ұжымдық» шкаласына тәуелді екені анықталды. Яғни Еуропа елдері мен АҚШ-тың бай елдері дербестік жоғары деңгейде болса, Колумбия, Пәкістан, Тайвань, Ресей және т.б. елдерде ұжымдастырудың көрсеткіштері жоғары болған.

1-тапсырма

Сіз Қазақстанды дербестік/ұжымдық параметрі бойынша қалай бағалайсыз? Жауабыңызға дәлел болатын мысалдар келтіріңіз.

Билік қашықтығы

Билік қашықтығы — қол астындағылардың билік басындағылармен қаншалық еркін қарым-қатынаста екенін көрсетеді. Біздің қоғамда оқушы мұғалімін құрметтеп, сыйлайды, сіз деп атайды, пікір таластырып, өз ойын айтуға болмайды. Батыс елдерінде оқушы мен мұғалім тең деңгейде, оқушы мұғалімге сен деп сөйлей береді, мұғалімнің тұжырымына қарсы шығып, өз ойын айта алады.

16-кесте. Хофстеде типологиясы бойынша, билікке жақын не алыс елдердің ерекшелігі

Билікке жақын елдер	Биліктен алыс елдер
Ата-аналар балаларының сөзіне мән бере бермейді.	Ата-аналар балаларын ыждағаттылықпен тыңдайды.
Студенттер тәуелсіз болғылары келеді.	Студенттер қолайлы болғанын қалайды.
Студенттер арасында авторитарлық тәсілді жеке адамның ерекшелігімен байланыстырады.	Студенттер авторитарлық ұстанымды әлеуметтік норма ретінде сипаттайды.
Менеджерлер шешім қабылдауда кезінде қол астындағылармен кеңеседі.	Менеджерлер шешімді автократтық, патерналистік негізде қабылдайды.
Қызметкерлер тұрақты түрде қадағалап, бақылауға қарсы.	Қызметкерлер тұрақты түрде қадағалап, бақылауды қолдайды.
Қатаң өндірістік этика: адамнның жұмыс істегісі келмейтініне сенбейді.	Әлсіз өндірістік этика: адамның жұмыс істегісі келмейтініне сеніңкірейді.
Менеджерлер істің бел ортасында жүрген басшыны ұнатады.	Менеджерлер қолдау көрсетіп, жігерлендіретін басшыны ұнатады.
Менеджер да қол астындағылардың талап-тілегін ескере отырып, кеңесу нәтижесінде шешім қабылдайды.	Менеджерлер қол астындағылардың талап-тілегін ескере отырып, кеңесу нәтижесінде шешім қабылдайды. Авторитарлық-патерналистік сипатта, көпшілік дауыспен шешім қабылдайды.

Билікке жақын елдер	Биліктен алыс елдер
Менеджерлер қолдау керектігін түсініп, әр нәрсенің жүйесін білетін, іскер адамдар ретінде көрінгісі келеді.	Менеджерлер өздері шешім қабылдай алатын, жомарт адам болып көрінгісі келеді.
Қызметкерлер басшылыққа өз пікірін айтудан жасқанбайды.	Қызметкерлер басшылыққа қарсы келуге қорқады.
Жұмысшылар бірлесе жұмыс істеуге дайын.	Жұмысшылар бірлесе жұмыс істей алмайды.
Менеджер пікір таластыра алатын адам ретінде көрінеді.	Менеджерлер пікір таластыра алмайтын адам ретінде көрінеді.
Студенттер «билік», «байлық» сөздерін көбінесе жағымды мәнде қолданады.	Студенттер «билік», «байлық» сөздерін жағымсыз мәнде қолданады.
Қоластындағылардың билікке келетініне сенімсіз.	Қоластындағылардың билікке келуін қолдайды.
Менеджерлер көшбасшының қызметі мен бастамалары тең бөлінетініне сенімсіз.	Менеджерлер көшбасшы қызметі мен бастамаларын тең бөлінуін қолдайды.
Қызметкерлер тікелей қатыспаса да, бейресми түрде кеңесіп отыруы мүмкін.	Қызметкерлер тікелей қатыспаса, бейресми түрде кеңесе алмайды.
Басқалармен салыстырғанда, жоғары білімді қызметкерлердің абырой-беделі артық болады.	Білім деңгейі қызметкердің абырой-беделіне әсер етпейді.
Бос уақытында әдеттегі тәсілдерге басымдық беріледі.	Бос уақытында заманауи тәсілдерге басымдық беріледі.

Қоғамда азаматтар биліктің шешіміне ықпал етуі де мүмкін. Ол халық пен биліктің арақатынасына байланысты. Филиппин, Венесуэла, Үндістан сияқты елдерде билік өте қашық. Әсіресе Франция, Бельгия, Ресейде халық пен биліктің арасы өте қашық. Дания, Израиль, Аустрия елдерінде билік пен халықтың арасы жақын. Яғни ауқатты мемлекеттерде билік халыққа жақын болса, кедейлік жайлаған елдерде арасы өте алшақ.

2-тапсырма

Сіз билік қашықтығы параметрі бойынша Қазақстанды қалай бағалайсыз? Жауабыңызды дәлелдеу үшін мысалдар келтіріңіз.

Белгісіздікті қабылдау

Бұл көрсеткіш адамдардың өздеріне, жақындарына қауіп төнгенде өздігінен әрекет етуге қаншалық дайын екенін көрсетеді. Бірқатар елде жақын арада (ертең, бір аптадан немесе бір айдан кейін) не болатынын болжай алмайды, енді бірқатар ел күн райының өзгергені сияқты таяу арада қандай өзгеріс болатынын айта алады.

Белгісіздікті қалыпты жағдай ретінде түсінетін елдер тәуекелге бел буып, жан-тәнімен жұмыс істеуге ынталы болмайды. Себебі олардың болашағы бұлыңғыр, бәрі бірден өзгеріп кетуі мүмкін. Ал болашағын болжай алатын елдің тұрғындары қажымай-талмай еңбектеніп, алдын ала жоспарлай алады т.б. Белгісіздікке қарсылық Латын Америкасы, Грекия, Түркия, Жапония мен Оңтүстік Корея елдеріне тән.

17-кесте. Хофстеде типологиясы бойынша белгісіздікті қабылдайтын және жоққа шығаратын елдердің ерекшелігі

Белгісіздікті қабылдайтын елдер	Белгісіздікті жоққа шығаратын елдер
Халық аса қатты алаңдамайды.	Халық қатты алаңдайды.
Бүгінін ғана ойлайды.	Ертеңгі күніне алаңдайды.
Жұмысын ойлап, сергелдеңге түспейді.	Жұмысынан қажып, шаршайды.
Өзгерістерге дайын.	Өзгерістерге қарсы тұрады.
Жұмыс берушіге адал болу дұрыс саналады.	Жұмыс берушіге адал болу міндетті емес.
Шағын компанияларда жұмыс істегенді жақсы көреді.	Ірі компанияларда жұмыс істегілері келеді.
Ұрпақтар арасында сабақтастық бар.	Әдетте, аға буын өкілдері ғана лауазымды қызметке тағайындалады: геронтократия.
Менеджерлер жасына емес, басқа критерийлер бойынша қабылданады.	Менеджерлер жасының үлкендігіне сәйкес тағайындалады.
Жетістікке жетуге тырысады.	Жетістікке жетуді мақсат етпейді.
Сәтті болуына үміт етеді.	Сәтсіздіктен қорқады.
Тәуекелге жиі барады.	Тәуекелге жиі бармайды.
Жеке басының жетістікке жетуін көбірек ойлайды.	Жеке басының жетістікке жетуін көп ойламайды.
Маман менеджер мансабы болуды қалайды.	Менеджер өзі басқаратын саланың маманы болуы керек.

Белгісіздікті қабылдайтын елдер	Белгісіздікті жоққа шығаратын елдер
Ұйымның иерархиялық құрылымдарынан прагматикалық мүдде үшін бас тартуға болады.	Билік басындағыларды құрметтеу керек.
Жалпы нұсқаулар артық саналады.	Талаптар пен нұсқаулардың нақты болғанын қалайды.
Прагматикаға байланысты қалыптасқан қағидаттар өзгеруі мүмкін.	Қағидаттар ешқашан өзгермейді.
Ұйымда жанжалдың туындауы — қалыпты жағдай.	Ұйымда жанжал болмағаны жөн.
Қызметкерлер арасындағы бәсекелестік әділ болуы керек.	Қызметкерлер арасындағы бәсекелестікке жол берілмейді.
Жеке және авторитарлық шешімге ерекше мән беріледі.	Басшылық әрдайым өзара келісімге келіп, бір-біріне қайшы келмеуін талап етеді.
Қол астындағы қызметкерлер бастама көтеріп, ұйымдастыра алады.	Қол астындағы қызметкерлердің бастамасын қадағалап отыру керек.
Басқа адамның қалай қабылдайтыны маңызды.	Басқа адамдардың қалай қабылдайтыны маңызды емес.
Қарсыластармен ымыраға келуі әбден мүмкін.	Қарсыластармен ымыраға келу мүмкін емес.
Шетелдік менеджер бола алады.	Шетелдіктің менеджер болуы қауіпті.
Көп адам шетелде тұруға дайын.	Шетелде тұруға бәрі дайын емес.
Жеке жұмысты бағалауда түсініксіздікке төзімді болады (барға қанағат етеді).	Өз жұмысын бағалауда түсініксіздікке жол бермейді (қанағат етпейді).
Саясаткерлердің шешімін бақылауда шыдамдылық танытады.	Саясаткерлердің шешімін бақылауда шыдамдылық таныта алмайды.
Қызметкерлер компанияның уәжіне сенеді.	Қызметкерлер компанияның уәжіне сенбейді.
Қызметкерлердің бастамасын, амбициясы мен ұсынысын қолдайды.	Қызметкерлердің бастамасын, амбициясы мен ұсынысын қолдамайды.

3-тапсырма

Сіз белгісіздік сезімі параметрі бойынша Қазақстанды қалай бағалайсыз? Жауабыңызды дәлелдеу үшін мысалдар келтіріңіз.

Ерлер/әйелдер

Бірқатар елде ерлер мен әйелдердің еңбегі, әлеуметтік қызметі сараланған. Г. Хофстеде оны «маскулинді қоғам» деп атаған. Ал қатаң саралана қоймаған қоғамды «фемининді қоғам» деп атаған. Зерттеуші ең маскулинді ел ретінде Жапонияны, одан кейін Германия, Аустрия мен Швейцарияны атайды.

Бірқатар елде әйелдер, негізінен, үй жұмысымен айналысып, бала тәрбиелейді, тамақ дайындайды және т.б. Жұмысқа шыққан күнде де әйелдердің ісімен ғана айналысады: тігеді, кеңседе жұмыс істейді, балаларға сабақ береді және т.б. Кей елдерде әйел мен ер адамның жұмысы қатаң жіктелмеген. Ер адам балабақшада тәрбиеші ретінде жұмыс істеуі, әйел адам ауыр техниканы жүргізіп, өндірістік альпинист болуы әбден мүмкін.

Фемининді елдерге Дания, Швеция, Норвегия, Нидерланд, Финляндия жатады. Аргентина, Чили, Перу, Парагвай, Бразилия, бұрынғы Югославия елдері, Португалия, Грекия, Испания, Италия, Франция, Ресей Федерациясы аралықтағы елдерге жатады. Бұл елдерде ерлер мен әйелдердің атқаратын қызметі ұқсас (кейде екеуіне де тән).

4-тапсырма

Сіз ерлер/әйелдер параметрі бойынша Қазақстанды қалай бағалайсыз? Жауабыңызды дәлелдеу үшін мысалдар келтіріңіз.

Болашақ бағдарының мерзімдік шегі

Бұл өлшем қоғам мүшелерінің өткенді, уақытты қаншалық бағалайтынын көрсетеді. Қысқа мерзім дәріптелетін қоғамда дәстүрлі әдістер бағаланады, өзара сыйластық құндылық ретінде танылып, өткен мен ертеңгінің арасында сабақтастық орнайды, бүгін үлгермегеніңізді ертең бітіре аласыз.

Ұзақ мерзім дәріптелетін қоғамда өткенге мән бермей, болашақтағы табыстар мен жетістіктер ғана мансұқталады. Мұндай қоғамда мақсатқа қол жеткізу, нәтижеге жету көзделеді.

5-тапсырма

Болашақ бағдарының мерзімдік шегі бойынша Қазақстанды қалай бағалайсыз? Жауабыңызды дәлелдеу үшін мысалдар келтіріңіз.

Қалағанын іске асыру/қанағат ету

Бұл өлшем қоғам мүшелерінің қалауының жетегінде кетуі не басқалардың арман-тілегін орындауы қаншалық деңгейде екенін көрсетеді. Қанағатшыл қоғамда қатаң қағидат, тәртіп нормалары басшылыққа алынып, әркімнің қалағаны бола бермейді.

6-тапсырма

Сіз қалағанын іске асыру/қанағат ету параметрі бойынша Қазақстанды қалай бағалайсыз? Жауабыңызды дәлелдеу үшін мысалдар келтіріңіз.

© «Көкжиек-Горизонт»

59-сабақ. Халықаралық бизнес

- Халықаралық бизнестің мәні мен маңызын түсіну.
- Халықаралық нарыққа Қазақстан өнімдерін шығарудың стратегиясын құруда өзіндік көзқарасты қалыптастыру үшін халықаралық бизнестің аясында факторларды синтездеу.

Жоғарыда айтқанымыздай, халықаралық бизнеске бірнеше елден серіктестер қатысады. Қазақстандық кәсіпкерге қатысты айтсақ:

- компания шетелдік дайын өнімді не құрауыштарын сатып алады да, өнімді жинақтайды не Қазақстан аумағында сатады;
- компания өз өнімін Қазақстанда шығарып, басқа елдерде сатады.

Әрине, екі тәсілді біріктіруге болады: мысалы, дайын өнімді не құрауыштарын шетелден (мысалы, Қытайдан) сатып алып, Қазақстанда, әлемнің басқа елдерінде өз брендімен сатуы мүмкін. Екі модельге де нақтырақ тоқталайық.

Жаңадан кірісіп жатқан кәсіпкерлер Қытайдан дайын өнімді сатып алып, кейін оны интернет-дүкен, инстаграмдағы аккаунт, сауда ошақтары, дилерлер желісі және т.б. арқылы таратуы мүмкін.



1-тапсырма

Не себепті бизнес үшін Қытай ыңғайлы? Жауабыңызды дәлелдеңіз.

Шетелде өнім сатып алуға негізделген халықаралық бизнес

Шетелден өнім сатып алуға негізделген халықаралық бизнесті қалай ұйымдастыруға болады?

1-қадам. Бизнес-модельді таңдау

Шетелдік тауармен сауда жасаудың бірнеше тәсілі бар.

Дропшиппинг — біреудің өнімін интернетте жарнамалайтын бизнес-модель. Клиент сізге тапсырыс беріп, тауарды жеткізушінің қоймасынан алады. Тауарды сатып алуыңыздың да қажеті болмайды. Жарнамада көрсеткен бағаңыз бен қоймадағы тауар бағасының айырмашылығының есебінен пайда табасыз.

Көтерме сауда. Тауарыңызды көп мөлшерде, топтап сатып алатын клиент пен сенімді жеткізуші тауып алуыңыз керек. Бұл орайда да делдал ретінде қызмет етесіз де, топтап сатудың есебінен пайда табасыз.

Бөлшек сауда: офлайн және онлайн сату. Өз дүкеніңіз бар (нақты не виртуалды). Шетелден зат сатып аласыз да, маркетингіні пайдаланып, бағасын қойып, дүкеніңізді, брендіні безендіріп, тауарыңызды сатасыз.

2-қадам. Тауашаңызды (сататын өніміңізді) тауып алыңыз.

Тауаша бизнесіңіздің бағытын айқындайды. Мәселен, спорттық киім сатасыз. Тауар — тауашадағы өнім бірлігі. Ол жүгіруге арналған кроссовка болуы мүмкін.

Алдымен, нарықта тауардың сұранысы қандай екенін біліп алуыңыз керек. Ол үшін интернет-сервисті пайдаланып, тұтынушылардың бір айда неше рет тауардың атауын не фразаны теріп, іздегенін анықтауыңызға болады. Тауарды іздеушілер көп болған сайын сұраныс та жоғары, өтімді болады.

3-қадам. Тауар таңдау

Елге бұрыннан белгілі тауарды сатуыңызға болады. Ол үшін сайт не әлеуметтік желілерде аккаунт құрып алуыңыз керек.

Жеке бизнесіңіз болса, айталық, спорттық киімдер тіксеңіз, шетелден әкелінген тауардың есебінен ассортиментіңізді көбейтуіңізге болады. Мысалы, спорттық аяққиімдердің түрін көбейте аласыз.

4-қадам. Тауар жеткізушіні тауып, сенімді екеніне көз жеткізіңіз.

Интернет арқылы жеткізушімен байланысып, бірлесе жұмыс істеуге шақыруыңызға болады. Қытайдан тасымалдайтын болсаңыз, Қытайдың сауда алаңында, мысалы, Taobao.com сайтында тіркелуіңізге болады. Жеткізушінің тілін білмесеңіз де, онлайн аудармашының көмегіне жүгіне аласыз. Жеткізушімен жеткізілім шарттары, құрауыштары, түсі, көлемі т.с.с. параметрлердің бәрін нақтылап алуыңыз керек.

5-қадам. Пайданы анықтап алыңыз.

Бизнесіңіздің түсімін, мысалы, бір жылдық пайданы (пайда / шығын) * 100% формуласымен есептеп шығуыңызға болады. Мысалы, Қытайдағы әйгілі компанияның 100 сағатын 5000 теңгеден сатып алып, 500 000 теңге жұмсаған болыңыз.

Әр сағатты 15 000 теңгеден сатып, бір жылда бүкіл тауарды сатып жіберсеңіз, бизнесіңіздің түсімі (1 500 000 – 500 000) / 500 000) * 100 % = жылына 200% немесе айына 16,6% болады.

6-қадам. Жеткізіп берушілерді табу керек.

Тауардың шағын партиялар кедендік рәсім, басқа да құжат қажет болмайды. Нарықта келісіне 1500 теңгеден алып, жеткізіп беретін компаниялар бар. Кедендік рәсім де соның ішіне кіреді.

7-қадам. Сатып алушыларды тауып алу керек.

Шетелдік өнімді сату отандық өнімді сатуға ұқсайды, сатып алушыларды табуда айырмашылық жоқ. Оған да веб-сайт, хабарлама тақтасы, мысалы, OLX немесе Satu.kz, әлеуметтік желілердегі мақсатты жарнама, іздеу жүйелеріндегі мәнмәтіндік жарнама қажет.

8-қадам. Тауарларды сатып алып, сынап көру керек.

Өнімді сатпас бұрын алдымен сапасын тексеріп алуыңыз керек (сапа туралы алдыңғы сабақтарда айтқанбыз).

Жоғарыда айтылғанның бәрін ескерсеңіз, пайдаға кенелеріңіз анық.

2-тапсырма

Бірнеше топқа бөлініңіздер. Тобыңыз қандай шетелдік тауарды сатар еді? Жоғарыда аталған 8 қадамды негізге алып, тауарыңызды сатудың қысқаша нұсқаулығын құрастырыңыз.

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ӨНІМДІ ШЕТЕЛДЕ САТУҒА НЕГІЗДЕЛГЕН ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС

Халықаралық бизнестің екінші түрі – қазақстандық өнімді шетелге сату. Өнім әртүрлі болуы мүмкін. Мысалы, қазақстандық Documentolog электронды құжат айналым жүйесі ірі корпоративтік клиенттермен, Қытай мен Ресейдің шағын және орта бизнесімен жұмыс істейді; қазақстандық спорттық киім өндіретін «KazSPO-N» «ZIBROO» брендімен Ресей нарығына кірді; өскемендік «Казгипроцветмет» жобалау компаниясы Словакияда теміржол салып жатыр; «AAEngineering» ЖШС отандық компаниясы Қырғызстандағы ең ірі кен орнында алтын өндіретін зауыт салу туралы келісімшарт жасады.

Халықаралық нарыққа шығу үшін тұтынушы сипаттамасын, тауарларыңыз сатылатын аймақтың ерекшеліктерін ескере отырып, 1-інші және 2-нші тоқсандағы сабақтардағы схеманы басшылыққа алуыңыз керек.

Компанияның халықаралық нарыққа шығуы бірнеше кезеңнен құралады.

1. Зерттеу

Бұл кезеңде нарықты таңдап аласыз да, Хофстеде әдістемесін басшылыққа алып, ақпарат жинақтайсыз, атап айтқанда, нарықтың көлемі қандай екенін,

бәсекелестердің бар-жоғын, ерекшеліктерін, өніміңіз бұл нарыққа қаншалық сәйкес келетінін, аймақтың ерекшеліктеріне қарай қалай өзгертуге болатынын анықтайсыз.

2. Тестілеу

Байқап көру үшін нарыққа аз тауармен шығасыз, өзіңізге серіктестер іздестіресіз. Бұл кезеңде бизнесті дамытудың барлық сатысынан (ол туралы бұрын сөз еткенбіз) өтесіз:

- мамандардар жинақтайсыз: компанияңыз қалай құрылады? Компанияңыз нарық бойынша бөліне ме, қызметіне қарай жіктеле ме? Әр нарықта кім қандай қызметке жауап береді (маркетинг, сатылым, өнім, қолдау, ұйымдастыру және т.б.);
- негізгі тұтынушыларыңызды нақтылап, олармен қалай байланысатыныңызды анықтайсыз (олар өніміңіз туралы қалай біледі): әлеуметтік желі, көрме, хабарлама тақталары, мәнмәтіндік жарнама және т.б.;
- қалай сататыныңызды (арналарды) анықтайсыз;
- логистикасын ойластырасыз: өнім сатып алушыға қалай жеткізіледі? Оны қайдан жібересіз? Тауарды жіберілетін елде сақтап, сол жақтан тасымалдайсыз ба? Қайтып келген тауарды не істейсіз?
- сатуды ұйымдастырыңыз: сату бөлімі қажет пе? Кімдер сатады? Қалай сатады?
- төлем қалай жүргізілетінін анықтайсыз: тұтынушылар қай елге қалай төлейді? Картамен төлей ме, басқалай төлей ме? Қалай төлегендері ыңғайлы болады? Қандай төлем әдістері қажет? Бұл әдістерді қалай іске қосасыз? Картамен төлемей, курьерге қолма-қол төлесе, логистикаға әсер ете ме?
- тұтынушылармен арақатынасыңызды қалай жандандырасыз: тұтынушылар мен клиенттермен кім байланысады? Қай тілде сөйлеседі? Байланыс арналары қандай?
- елдегі салық режімін біліп аласыз: алым-салық қандай, қалай төлеуіңіз керек? Логистика схемасы мен төлем жолдарына қарай қандай нұсқалар бар?
- өкілдік, жеке кеңсеңізді ашу қаншалық керек болатынын ойластырасыз: бұл елде өкілдік немесе заңды тұлға керек бола ма? Бұл елде жұмыс істеу үшін қай елде ашқан жөн? Кеңсе керек бола ма? Не үшін?
- сертификаттар мен лицензиялардың қаншалық қажет болатынын анықтайсыз: өніміңізді сертификаттау керек пе? Осы елде лицензия алу қажет пе? Ол үшін не істеу керек?

Ең соңында осы нарыққа өнім шығару үшін нені (мысалы, құрамын, қаптамасын, түрін т.с.с.) өзгерту керек екенін түсінесіз.

3. Күшейту

Сатып көріп, пайда түсіп жатса, бизнесіңізді осы нарықта дамытуыңызға болады. Ол үшін белгілі бір уақыт аралығында нені өзгерту керек екенін анықтап, нақты іс-қимыл жоспарын белгілеп алуыңыз керек. Уақыт өте келе экономикалық тұрғыдан тиімді болуы үшін серіктестеріңіздің бірқатар операциясын өзіңіз атқара аласыз. Мысалы, тестілеу сатысында тауарды жеткізу үшін логистикалық компаниялардың қызметіне жүгіне аласыз. Бизнесіңіз тұрақты дамыған соң өзіңіз жеткізуіңізге болады. Сонымен қатар бастапқыда маркетингіге маман жалдауыңызға болады. Кейін ол міндетті өзіңіз атқара аласыз.

3-тапсырма

4-5 адамнан тұратын шағын топтарға бөлініңіздер. Хофстеде әдісін басшылыққа алып, әр команда бір аймақты (елді) таңдап, Қазақстанда дайындалған құртты нақты нарыққа қалай шығаруға болатынын сипаттауы қажет.

1-топ: Ресей; 2-топ: Қытай; 3-топ: Италия; 4-топ: АҚШ; 5-топ: Түркия.

© Кекілек-Гонконг

60-сабақ. Тұтынушының құқын қорғау

- Тұтынушы құқы қорғауға бағытталған, мемлекет және қоғамдық қозғалыстар жүзеге асыратын іс-шаралар кешенін білу.
- Тұтынушылар құқығын қорғау ұйымдарын ажырату.
- Оқу-ойын жағдаяттары арқылы тұтынушылар құқығын қорғау дағдыларын қолдану.

Өткен сабақтарымызда бизнестің әрбір кезеңіндегі сапаның маңызы туралы сөз еттік. Бәріміз де тауарды тұтынамыз, сондықтан өндірушілерден компанияның тұтынушылармен өзара іс-қимылында барлық халықаралық сапа стандартын сақтауды талап етуге құқымыз бар. Кәсіпкер ретінде клиенттеріміздің құқықтарын сақтауды талап етуге құқылы екенін түсінуіміз керек. Серіктестерімізбен жұмыс істеп, олардан бір нәрсе, мысалы, негізгі өніміміздің құрауыштарын сатып алған кезде біз де олардың қызметтерін тұтынамыз. Бүгінгі сабақта тұтынушылардың қандай құқы бар, оны қалай қорғау керектігі жайында әңгіме өрбітеміз.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау *(сондай-ақ консьюмеризм) — тұтынушы мен дайындаушы, орындаушы, сатушы сияқты кәсіпкерлік субъектісімен қарым-қатынасты реттейтін мемлекет пен қоғамдық қозғалыстың іс-шаралары.* Оған тұтынушылардың нақты құқықтарын белгілеу, құқық бұзу және оларды қорғау шаралары, тұтынушы құқын бұзғаны үшін жүктелетін жауапкершілік жатады.

1-тапсырма

Өзіңіз не жақындарыңыздың бірі тұтынушы құқын қорғау қажетіне тап болған жағдайлар жайлы айтып беріңіз. Оқиға немен аяқталды? Сіз немесе сіздің жақындарыңыз өз құқын қорғауға дайын ба (сіз тиісті заңды білдіңіз бе)?

Қазақстанда тұтынушылардың құқын қорғау[1]

Күн сайын сауда жасау барысында немесе әртүрлі қызметті пайдаланған кезде бөлшектік сауда-саттық келісімінің бір тарабына айналғанын біле бермей-

[1] Қазақстан Республикасының тұтынушы құқын қорғау туралы заңы // Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV заңы

ді. Тұтынушы компаниямен келісім жасасқан кезде, қандай да бір тауарды сатып алып, қызметіне жүгінген кезде қандай да бір келеңсіздіктер пайда болған жағдайда өз мүддесін қорғай алады. Мұндай жағдайда тұтынушы сотқа жүгіне алады. Сатушы тұтынушыға зардап келтірген жағдайда жазаланады (айып төлейді, тауарды ауыстырып береді т.с.с. Тіпті еркінен айырылуы да мүмкін), сол арқылы экономиканың қозғаушы күшіне айналады. Сатушы тұтынушыға нарықтағы тауарлар, қызметтер жайында ақпарат беріп, қажет тауарын таңдап алуына жағдай жасауы керек. Сатушылар бұлай етпеген жағдайда клиенттерінен айырылып қалады. Ашық нарық осылай қалыптасады.

Қазақстан Республикасының «Тұтынушы құқын қорғау туралы заңына» сәйкес әр тұтынушы өміріне, денсаулығына нұқсан келтірмейтіндей тауар алуға, қызметтің сапалы болуын талап етуге құқылы.

Қазақстан Республикасының «Табиғи монополиялар мен бәсекелестікті қорғау туралы заңына» сәйкес тұтынушы монополистік кәсіпорындардың қызметіне бағаны дұрыс қоюын талап етуге құқы бар. Заң бойынша, монополистік кәсіпорындардың өнімдері мен қызметтерінің бағасын монополияға қарсы орган бекітеді.

Тұтынушылардың (яғни клиенттеріңіздің) заңды құқықтары қандай?

- тауар сатып алу, жұмысты орындау, қызмет көрсету шарттарын өз еркімен жасай алады;
- тұтынушы құқын қорғау саласындағы ақпаратты ала алады;
- тауар, жұмыс, қызмет туралы, сондай-ақ сатушы, өндіруші, мердігер туралы ақпарат алуға құқылы;
- қауіпсіз тауарды, жұмысты, қызметті сатып ала алады;
- тауар, жұмыс, қызметті таңдай алады;
- тауардың, жұмыстың, қызметтің сапалы болуын талап ете алады;
- талапқа сәйкес келмейтін тауарды айырбастап, қайтара алады;
- тауар, жұмыс, қызметтің жетіспеген жағдайда өміріне, денсаулығына, мүлкіне келтірілген шығынның толық өтелуін талап ете алады;
- сатушыдан (өндірушіден, мердігерден) тауарды (жұмыс, қызмет) сатып алу фактісін растайтын құжатты алуға құқылы;
- тұтынушылардың қоғамдық бірлестіктерін құра алады;
- ар-намысына нұқсан келтірілген жағдайда шағымдана алады.

Сапасыз тауар сатылған жағдайда тұтынушыға қалауынша тауар бағасының сәйкесінше төмендетілуін талап ете алады; тауардағы ақаудың өтеусіз жойылуын талап ете алады;

- тауардың ақауын жою үшін жұмсалатын шығынның өтелуін талап етуге құқылы;

- ұқсас маркадағы (модель, артикул) тауарға айырбастап алуға құқылы;
- бағасын қайта есептеп, тауардың басқа маркасына (моделіне, бұйымына) айырбастай алады;
- шартты бұзып, тауар үшін төленген ақшаны қайтарып алуға құқылы.
- Кәсіпкер ретінде жарамдылық мерзімі өтіп кеткен, техникалық регламенттерде, өнім жөніндегі нормативтік құжаттарда белгіленген талаптарға сәйкес келмейтін, зияткерлік меншік құқы сәйкес келмейтін тауарды сатып алған күннен бастап күнтізбелік отыз күннің ішінде айырбастауға не қайта алуға, сатып алынған тауардың ақшасын тұтынушыға қайтарып беруге міндеттісіз. Айырбастау осы заңның 30-бабына сәйкес жүргізіледі.
- Заң нормаларына сәйкес дәрі-дәрмек, медициналық бұйымдар;
- ішкиім;
- шұлық;
- жануарлар мен өсімдіктер;
- метрмен өлшенетін тауарлар: маталар, таспа, шілтер, орамал, сым, тізбек, кабель, линолеум, багет, пленка т.с.с. қайтарылмайды.

Тұтынушылардың құқымен заңды мүдделерін қорғау құқы

Тұтынушылардың құқы мен заңды мүдделерін тиісті мемлекеттік органдар, сот, арбитраж қорғайды.

Тұтынушы өз еркімен сізге құқы мен заңды мүддесі бұзылғанын мәлімдеп, зардабының жойылуын, келтірілген зиянның (шығынның) өтелуін талап ете алады.

Күнтізбелік он күннің ішінде талапқа жауап бермесеңіз немесе зардабын жоюдан бас тартсаңыз, залалды (шығынды) өз еркіңізбен өтемейтін болсаңыз, тұтынушы сотқа жүгінуге құқылы.

Тұтынушы өнім (жұмыс, қызмет) туралы, сондай-ақ сатушы (өндіруші, орындаушы) туралы толық, нақты, уақытылы ақпарат алуға құқылы. Бұл тұтынушы құқын бұзумен қатар, өз міндетіңізді толық атқармағаныңызды көрсетеді.

- Тауарды қайтармайтын/айырбастамайтын болсаңыз, тұтынушы сізге ресми сотқа дейін талап қоюға құқылы;
- 10 күннің ішінде сізден жауап ала алмаса, сотқа жүгінуге құқылы;
- тұтынушы құқын қорғайтын қоғамдық бірлестікке жүгінуге немесе жедел желі телефоны арқылы кеңесуге құқылы.

Мұндай желілер Қазақстанның барлық облысы мен ірі қалаларында Ұлттық экономика министрлігі Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестік пен тұтынушы құқын қорғау комитеті департаменттерінің тұтынушы құқын қорғау бөлімдерінде жұмыс істейді.

- Тұтынушының жазбаша шағымында өтініш берушінің аты-жөні мен мекенжайы;
- сатушының (орындаушының) аты-жөні, орналасқан жері; талапқа негіз болған ахуал, талапкердің шарт, кепілдік хат; құқы бұзылғанын айғақтайтын дәйектері;

- талапқа негіз болған міндеттеме талаптары;
- есебі көрсетілген материалдық талаптардың негізделген сомасы;
- талап-арыз қанағаттандырылмаған немесе белгіленген тәртіппен қарастырылмаған жағдайда құқын қорғау үшін сотқа жүгінетіні жайында ескертуі болуы керек.

Талаптарды растайтын құжаттардың көшірмелерін қоса тіркеу қажет. Өтінішті хабарламамен бірге хатпен жіберу керек. Өтінішке 10 күннің ішінде жауап беруіңіз керек.

2-тапсырма

1-тапсырмада келтірілген жағдайға байланысты тұтынушының жазбаша шағымын құрастырыңыз.

Тұтынушыларға арналған ұсыныстар

Ұсыныстарды оқи отырып, өзіңіз тұтынушы ретінде де (серіктестермен өзара қарым-қатынасыңызға қатысты болса), клиенттеріне қызмет көрсететін сатушы ретінде де керек.

Бірінші — тауарды таңдаған кезде абай болыңыз.

Екінші — сатушылардың алдауына түсіп қалмаңыз, есіңізде болсын: сіз тауарды ақшаңызға сатып аласыз, тегін алмайсыз.

Үшінші — сатып алатын кезде тауар, өндіруші, тауарды қалай пайдалану керектігі туралы біліп алыңыз, кепілдік мерзімін тексеріңіз, әрқашан кепілдік талонын талап етіңіз. Өте мұқият болыңыз. Бұзылып қалған жағдайда тексеретін (сараптайтын) жерді, мерзімін, тәсілдерін, шарттарын, тетігін біліп алыңыз.

Төртінші — кепілдік мерзімі өтіп кетпеген жағдайда тауарды жөндеу, қызмет көрсету тегін болады, жөндеуге жұмсалған уақыт кепілдік мерзімін ұзартады.

Бесінші — сатушы тұтынушыға аты-жөнін, орналасқан жерін (мекенжайын), жұмыс режімін қазақ және орыс тілдерінде (бір тілде немесе шет тілде берілген ақпарат есепке алынбайды) жеткізуге міндетті. Бұл ақпарат маңдайшада ілулі тұруы керек. Сондай-ақ тұтынушыға аты-жөні, ЖК ретінде қай мемлекеттік органға тіркелгені, қай мемлекеттік орган тіркегені туралы ақпарат беруі қажет.

Алтыншы — тұтынушы сапалы тауар алса, алуға құқылы, сондықтан сапасын, құрамын, салмағын, көлемін тексеруге құқылы, сондай-ақ оны қалай пайдалану керектігін, сапасын тексертіп алуға құқылы. Бұл әсіресе тұрмыстық және электрондық техникаға қатысты.

Жетінші — сатып алушы азық-түлік емес, тауар сатып алған кезден бастап 14 күннің ішінде сатып алынған тауардың сапасы көңілінен шықпаған жағдайда сатушыға қайтарып беріп, ол үшін төленген соманы қайтарып алуға құқылы, са-

тып алған тауар мен жаңа тауардың бағасында айырма болған жағдайда қайта есеп айырысып, мөлшері, нысан, габариті, фасоны, түсі бөлек, комплектациясы ұқсас тауарды сатып алуға не екі жақтың келісімі бойынша басқа тауарға айырбастауға құқылы.

Сегізінші — сатып алушы тауардың кемшіліктерін анықтап, ауыстырмақ болған жағдайда сатушы (дайындаушы) оны дереу ауыстырып беруге міндетті.

Талап етілген сәттен бастап 30 күнтізбелік күннің ішінде сатып алушы қажет болған жағдайда сатушыдан (дайындаушыдан) тауардың сапасын көзінше қосымша тексертуге (сараптатуға) құқылы.

Қазақстандағы тұтынушы қозғалысы

Қазақстанда тұтынушы қозғалысы республикамыз 1991 жылы тәуелсіздік алып, жоспарлы экономикадан нарықтық экономикаға көшкен кезде қалыптасты.

1991 жылдың 5 маусымында «Тұтынушы құқы қорғау туралы заң» қабылданды. Бұл заң тұтынушылардың ақпаратқа, өнімнің тиісті сапасына, өнім туралы толық әрі дұрыс ақпаратқа, өнімнің, қызметтің, жұмыстың қауіпсіздігіне, келтірілген зиянды өтеуге, тұтынушылар қоғамдарына бірігуге, сотқа жүгінуге негіз қалаушы құқықтарын бекітті, сондай-ақ тұтынушы құқы бұзғаны үшін айыппұл белгіленді.

1994 жылы Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті қорғау, шағын бизнесті қолдайтын агенттіктің жанынан тұтынушылардың құқықтарын қорғайтын бөлім құрылды.

1993 жылғы 25 ақпанда сауда жүргізетін шаруашылық субъектілері мен тұлғалардың сапасыз тауарларды сатқаны үшін және Қазақстан Республикасының «Тұтынушы құқы қорғау туралы заңына» сәйкес жауапкершілігін арттыру мақсатында Министрлер Кабинетінің «Сауда ережелерін бұзып, тұтынушы құқы қысым жасағаны үшін жауапкершілікті күшейту туралы» №152 қаулысы қабылданды.

Осы қаулының негізінде Қазақстан Республикасының аумағында бөлшек сауда желілері мен қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарында тауарларды сату заңнамаға сәйкес берілетін мемлекеттік тіркеу туралы куәлік негізінде ғана жүзеге асырылады.

Тұңғыш рет жеке кәсіпкерлер үшін де, мемлекеттік стандарттарға сәйкес мемлекеттік өндірушілер үшін де тең жауапкершілік бекітілді.

Республиканың министрліктері мен ведомстволарының тұтынушы құқын қорғау қызметін үйлестіру мақсатында 1995 жылғы 11 қаңтарда Тұтынушы құқын қорғайтын ведомствоаралық кеңес құрылды, оған Қазақстан Республикасының 20 министрлігі мен ведомство өкілдері кірді. Бұл кеңес Қазақстан Республикасының министрліктері мен ведомстволарының «Тұтынушы құқын қорғау туралы заңды» іске асыру мақсатында іс-қимылын үйлестіруге, тұтынушылардың мүдделерін қозғайтын «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңның»,

басқа да заңнамалық және нормативтік актілердің қолданысын талдап, тәуелсіз тұтынушы сараптамасын ұйымдастыруға арналған.

Мемлекеттік ұйымдармен қатар, тұтынушы құқын қорғайтын коммерциялық емес қоғамдық ұйымдар да дамып келеді. Мысалы, «Тұтынушылардың ұлттық лигасы» республикалық қоғамдық бірлестігі, тұтынушы құқын қорғайтын «Көмек әрі қалқан» қоғамдық бірлестігі, тұтынушы құқын қорғайтын «Адал» қоғамдық бірлестігі, тұтынушы құқын қорғайтын қалалық орталықтар құрылды.

3-тапсырма

Клиент бейнекамера сатып алып, 2 күннен кейін оның кемшілігін тапты: объективтің қақпағы сынған екен. Сатып алушы камераны пайдаланып жүре берді де, кепілдік мерзімі аяқталатын кезде тауарды сатушыға қайтарып берді. Заң бойынша, сатушы чекте көрсетілген соманы сатып алушыға қайтаруға міндетті. Алайда жаңа үлгінің шығуына байланысты тауардың құны екі есе арзандап кеткен. Сатып алушы тауарды бірден қайтарса, сатушы оны жөндеп, сата алады. Затты пайдаланғандықтан, оны сату мүмкін емес.

2 топқа бөлініңіздер, бір топ тұтынушыны, екіншісі сатушыны жақтасын. Сөздеріңде түрлі дәлелдер мен қарсы дәйек пайдаланыңдар. Дайындық барысында куәларды, сарапшыларды, заңнамадағы мәліметтерді, экономиканың қаржылық көрсеткіштерін т.с.с. пайдалануға болады. Мұғалім төреші ретінде қорлауға жол бермеуі керек, дәлелдер қайталанбауын т.с.с. талап етуі керек.

© ғкекитап.kz

61-сабақ. Кәсіпкердің құқығын қорғау, бизнесті қолдау институттары

- Кәсіпкерлердің құқығын қорғауға бағытталған, мемлекет пен қоғамдық қозғалыс іске асырып отырған шаралар кешенімен танысу.
- Кәсіпкерлердің құқығын қорғау ұйымдарын ажырата білу.
- Кәсіпкерлік пен бизнес қолдау институттарын сипаттау.
- ШОБ-ты мемлекеттік қолдау түрлерін түсіну.
- Оқу-ойын жағдайында кәсіпкерлердің құқығын қорғау дағдыларын қолдану.

Өткен сабақта біз тұтынушы құқының қорғалуы туралы сөз еттік. Кәсіпкер-тұтынушы қатынасында құқына нұқсан келуі мүмкін екінші тарап та бар. Кәсіпкерлікті дамыту — еліміздің бүкіл экономикасын дамытудың негізгі аспектісі. Сондықтан кәсіпкердің құқын қорғауға ерекше мән беріледі.

Бизнес — күрделі үдеріс. Кез келген кәсіпкер, ірісі де, ұсағы да тауар тасымалдау, лицензия алу, тауар мен қызметтің сапасын бақылау кезінде салық төлеп, кеден қызметін пайдаланады. Осы мәселенің бәрімен қандай да бір мемлекеттік органдар айналысады. Ереже мен заңдар үнемі өзгеріп отырады, сондықтан кәсіпкерлер кәсіпкерлік қызметті бақылайтын органдар өкілеттіктерін асыра пайдалануын жол бермеуі үшін өз құқықтары туралы білуі тиіс.

Мемлекет кәсіпкерлерді қолдап, кәсіпкерлік еркіндігін шектемеуге бағытталған заңдар қабылдайды, сотта мемлекеттік орган, серіктестер не тұтынушылар тарапынан жасалған заңсыз әрекеттерден қорғап, кәсіпкерлердің мүддесін көздейді.

Кәсіпкерлердің құқтары:

1) лицензиялық қызметтен басқа ешкімнің рұқсатынсыз кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру мүмкіндігі;
2) экономиканың барлық саласында кәсіпкерліктің барлық түрлерін бір тіркеуші органда тіркеу тәртібімен, мүмкіндігінше қарапайым;

1) лицензиялық қызметтен басқа кәсіпкерлік қызметті ешкімнің рұқсатынсыз жүзеге асыра алады;
2) кәсіпкерлігін бір органда тіркей алады;
3) мемлекеттік органдар кәсіпкерлік қызметті шектен тыс тексере алмайды;
4) сот шешімімен ғана кәсіпкерлік қызметті мәжбүрлі түрде тоқтатады;
5) жеке кәсіпкерлік үшін рұқсат етілмеген, экспорт не импортқа тыйым салынған қызметпен ғана айналыса алмайды;

6) қызметіне заңсыз кедергі жасағаны үшін мемлекеттік органдарды, серіктестерін т.б. жауапкершілікке тарта алады.

1-тапсырма

Кейде тұтынушы «Тұтынушылардың құқын қорғау туралы заңның» (тұтынушының сапалы тауарды айырбастау құқы) 14-бабын өрескел бұзып, тауарды бірнеше рет айырбастап, қайтарып береді. Ызаға булыққан сатушылар айырбастап беруден не қайтарудан бас тартады. Сол кезде тұтынушы бірден сотқа жүгінеді де, жеңіп шығады.

Сатып алушының жағдайды бұра пайдаланғанын дәлелдеп, тұтынушы экстремизмінен қорғау үшін дәйек ретінде қолдануға болатын ыспаттар дайындаңыз.

Кәсіпкерліктің дамуы — тұрақты, белсенді әрі тиімді нарықтық экономиканың қажет шарты. Қазақстан Республикасы Конституциясының 26-бабында: «Әркім кәсіпкерлік қызметпен айналысуға ерікті», — делінген.

Заңды тұлғаларды мемлекеттік тіркеу туралы қаулыда заңды тұлғаларды, оның ішінде кәсіпкерлік қызметпен айналысатындарды тіркеудің жалпы тәртібі белгіленді. Кәсіпкер өз құқын қорғауда мемлекеттің көмегіне жүгіну үшін бизнесі тіркелуі керек.

Тіркелген кезде бизнесті жүргізудің заңдылығын тексер. Нақты жағдайға сәйкес келмеуіне байланысты (тауар мен қызметке сұраныс болмаса, бәсекелестік өршіп тұрса т.б.) тіркеуден бас тартуға болмайды. Тіркелу үшін өтініш беруші кәсіпкер бір ғана органға тіркелуі керек. Заңды тұлғаларды мемлекеттік тіркеу туралы жарлықтағы құжаттардың бәрі дұрыс рәсімделсе, тіркеуші орган өтініш иесінен қосымша виза, мақұлдау, рұқсат беру және т.б. құжаттарды талап етіп, тіркемей қоюға қақысы жоқ.

Кәсіпкерлік күрделі үдеріс болғандықтан, бизнестің мемлекетке, халыққа зиян келтіруі мүмкін түрлері де болады. Сондықтан кейбір қызмет лицензиялауды талап етеді. Кәсіпкерлік лицензияның заңнамалық негізі — Лицензиялау туралы жарлық.

Лицензия *— белгілі бір қызметті жүргізу үшін мемлекеттің компанияларға немесе жеке тұлғаларға рұқсат беруі.*

Лицензия мәдениет, білім беру, коммуникация, құрылыс, өнеркәсіп, энергиямен жабдықтау, атом энергетикасы, ауылшаруашылық (астық, мақта дақылдары үшін), Қазақстанның ұлттық рәміздерін дайындау, көлік (автобус, шағын автобус, теміржол арқылы тасымалдау), медицина, фармакология, ветеринария, жедел-іздестіру қызметі, сот сараптамасы, қару-жарақ, жарылғыш зат өндіру, ішімдік,

темекі өнімдерін өндіру, өткізу, сауда биржалары, тауарлардың экспорты мен импорты, банк, ойын бизнесі, туризм салаларына беріледі.

Нарықтағы бәсекелестіктің дамуына ықпал ететін, тұтынушылық сұранысты қанағаттандыратын, бірақ арнайы мемлекеттік шектеу қажет етпейтін лицензияланатын қызмет үшін лицензия белгіленген талаптарға сәйкес келетін адамдардың бәріне берілуі керек. Мемлекет лицензиялы қызметпен айналысатын кәсіпкерлердің санын шектеген жағдайда лицензияларды аукционда сата алады не үміткерлер арасында конкурс өткізе алады.

Кәсіпкерлердің мүддесін қорғауда коммерциялық құпияның сақталуына да ерекше мән беріледі. Жеке кәсіпкерлікті қорғап, қолдау туралы заңның 21-бабына сәйкес мемлекеттік құпияға жатпайтын өндіріс, технологиялық ақпарат, қаржыны реттеу, шаруашылық субъектілерінің басқа да қызметіне байланысты, жария етілуі мүдделеріне нұқсан келтіруі мүмкін мәлімет коммерциялық құпияға жатады.

Мемлекеттік бақылау органдарында, сотта істейтін, коммерциялық құпияға рұқсаты бар қызметкерлер оны жария етпеуге міндетті. «Жеке кәсіпкерлікті қорғап, қолдау туралы заңның» 28-бабына сәйкес коммерциялық құпияны жария еткендер жауапкершілікке тартылады. Алайда заң бойынша, басқалардың мүддесіне өрескел нұқсан келетін жағдайда, шаруашылық серіктестерінің алданып қалуына, жауапкершіліктен жалтаруға негіз болатын т.с.с. коммерциялық құпияларға шектеу қойылған. Сол себепті «Жеке кәсіпкерлікті қорғап, қолдау туралы заңның» «Коммерциялық құпия болып табылмайтын мәліметтер» атты 23-бабы бар. Жылдық кәсіпкерлік қызметтің қорытындысын, пайда мен шығын шотының сальдосын, жарғы капиталының сомасын, кредиторлық және дебиторлық берешектің жиынтық сомасын және т. б. жасыруға тыйым салынады.

Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікті дамытуға бағытталған бірқатар нормативтік құқықтық актілер бар. Олардың негізгісі — Қазақстан Республикасының 2015 жылдың 29 қазанындағы кәсіпкерлік кодексі (№ 375-V ҚР Заңы). Кәсіпкерлік кодексі Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік еркіндігін қамтамасыз ететін құқықтық, экономикалық және әлеуметтік жағдайлар мен кепілдіктерді айқындайды, кәсіпкерлік субъектілері мен мемлекеттің өзара іс-қимылына, оның ішінде кәсіпкерлікті мемлекет тарапынан реттеп, қолдауға байланысты туындайтын қоғамдық қатынастарды үйлестіреді.

Мемлекет кәсіпкерлік экономиканың дамуы үшін өте маңызды екенін түсінеді, сондықтан кәсіпкерлік негіздеріне оқытудан бастап бизнесті жүргізудің заңдық және басқа да мәселелері бойынша консультацияға дейін жан-жақты қолдау көрсетеді. **Жеке кәсіпкерлікке мемлекеттік қолдау** бірнеше бағытта жүргізіледі. Атап айтқанда:

- қаржылық көмек көрсетеді;
- шағын кәсіпкерлікті қолдау орталықтарын ұйымдастырады;

- бизнес-инкубаторлардың қызметін ұйымдастыру арқылы жеке кәсіпкерлікке қолдау көрсетеді.

Сонымен қатар бизнестің мүдделерін қорғау үшін Қазақстан Республикасының Бас прокуратурасы Ұлттық кәсіпкерлер палатасымен ынтымақтастық туралы Меморандумға қол қойып, бірлескен іс-шара жоспарына қол қойды.

Атап айтқанда, жоспарда кәсіпкерлердің өтініштері бойынша жүйелі проблемаларды шешу үшін бірыңғай тәсілді әзірлеу бойынша жұмыс топтарын құру;

кәсіпкерлер проблемаларының картасын әзірлеу және т.б. іс-шаралар көзделген.

Енді бизнесті қай аймақта жүргізгеніне қарамастан, әр кәсіпкер Қазақстан Республикасының Бас прокуратурасы мен облыстық прокуратураның басшыларына бейнеконференция арқылы құқыққа қатысты мәселелерін айта алады.

«Атамекен» ҰКП миссиясы мен тарихы

«Атамекен» ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасы — коммерциялық емес ұйым. ҚР Үкіметі мен мемлекеттік органдар бизнестің келіссөз күштерін күшейту үшін құрған.

Бір жағынан, елдің экономикасын дамытуды көздейтін мемлекет, екінші жағынан, табыс табуға бағытталған бизнес бар. Кәсіпкерлер әкімдіктер мен министрліктерге қандай да бір мәселе бойынша көмек не кеңес алу үшін барған кезде пікірлес таба алмайды, себебі мемлекеттік органдар экономиканың жаһандық мәселелерімен айналысады, жеке кәсіпкердің мәселелерін шеше алмайды. Сондықтан, бір жағынан, кәсіпкерлерді қолдап, жеке проблемаларын шешетін, екінші жағынан, мемлекеттің мүдделерін түсініп, ескеретін орган құру қажеттігі туындады. Мұндай орган «Атамекен» ҰКП болды.

Кәсіпкерлер палатасы ішкі және сыртқы сауданы қоса алғанда, кәсіпкерліктің барлық саласын өз қызметімен қамти отырып, шағын, орта және ірі бизнестің мүддесін білдіреді. «Атамекеннің» басты міндеті — бизнестің құқықтары мен мүдделерін қорғау, бизнестің жұмысының заңнамалық және өзге де нормативтік ережелерін қалыптастыруға барлық кәсіпкер қамтып, тартылу.

Қызмет іскерлік, инвестициялық ахуалды, тұрақтылықты жақсартуға, ұлттық және шетелдік инвесторлар үшін елде бизнес жүргізу шарттарын дамытуға бағытталған.

Негізгі функциялары:

- кәсіпкерлердің құқықтары мен заңды мүдделерін қорғап, өкілдік ету;
- өңірлерде кәсіпкерлік белсенділікке, кәсіпкерлік қызметке қоғамдық мониторинг жүргізу;
- кәсіпкерлікті қолдап, дамытудың мемлекеттік бағдарламаларына қатысу;
- отандық өндірісті қолдау, ұйымдарды сатып алатын жергілікті орындардың санын арттыру;

- мамандарды даярлау, қайта даярлау, біліктілігін арттыру, сертификаттау, аттестаттау, техникалық және кәсіптік білімін жетілдіру;
- кәсіпкерлік субъектілерінің сыртқы экономикалық қызметін ынталандыру;
- инвестиция тарту, экономиканы әртараптандыру.

Сонымен қатар Ұлттық кәсіпкерлер палатасы мемлекеттік бағдарламаларды іске асыруға қазақстандық бизнес өкілдерін көбірек тартуды көздейді. Мемлекеттік билік, жергілікті басқару органдарында іскер топтардың мүдделерін қорғайды, шетелдердің бизнес-қоғамдастығымен байланысты кеңейтеді, нығайтады, сондай-ақ интеграциялық үдерістер шеңберінде қазақстандық бизнесті қолдайды.

Палатаның тарихы

ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасы 2013 жылдың 9 қыргүйегінде ҚР Үкіметі мен «Атамекен «Одағы» Қазақстанның ұлттық экономикалық палатасының бірлескен шешімімен құрылды. «Атамекен» ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасын құрған кезде бизнес-қауымдастықтарды ұйымдастырудың континенттік моделі негізге алынды. Кәсіпкерлердің жалпы мүшелігі Палатаның континенттік (еуропалық) моделіне негізделген. Бұл модель Франция мен Германияда жасалған, бүгінде көптеген еуропалық елде қолданылады. Қазіргі таңда Еуропалық одақтың 19 миллион кәсіпорнының 15,5 миллионы жалпы мүшеліктің бизнес-ортасында жұмыс істеуде.

«Атамекен» құрылымында өкілдіктер, атқарушы органдар: Съезд, Төралқа, басқарма, тексеру комиссиясы, өңірлік палаталар мен кәсіпкерлер кеңестері құрылды.

«Атамекен» ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасының мүшелері:

- Қазақстанда тіркелген коммерциялық заңды тұлғалар (шаруашылық серіктестіктер, акционерлік қоғамдар, өндірістік кооперативтер);
- жеке кәсіпкерлер;
- шаруа (фермер) қожалықтары.

«Атамекен» ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасына:

- шетелдік ұйымдардың филиалдары мен өкілдіктері;
- аудиторлық және бағалау қызметін жүзеге асыратын кәсіпкерлік субъектілері;
- мемлекеттік кәсіпорындар;
- коммерциялық емес заңды тұлғалар мүше бола алмайды.

2013 жылғы 8 қазанда еліміздің 14 облыс орталығында, Астана, Алматы қалаларында өңірлік кәсіпкерлер палаталары (ӨКП) құрылды.

ӨКП міндеттері елдің әр өңірінде кәсіпкерлік сектордың өсіп, дамуы, кәсіпкерлік саласындағы мемлекеттік саясатты әзірлеп, іске асыру кезінде бизнесмендердің мүдделерін есепке алу үшін институционалдық жағдайларды қамтама-

сыз ету, бизнес пен тиісті аймақ әкімшілігінің өзара іс-қимылын жетілдіруді көздейді.

ӨКП бүкіл Қазақстан бойынша кәсіпкерлердің мүдделерін қолдайды. Әр облыста, аудан орталықтары мен ірі қалаларда өз ӨКП бар. «Атамекен» ҰКП әр өңірдегі кәсіпкерлермен тығыз ынтымақтасуға мүмкіндік береді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін мектеп бағдарламасына енгізу бастамасын «Атамекен» ҰКП көтерді. ҰКП-да, елімізде кәсіпкерлік білімді дамытуға бағытталған басқа да бастамалар бар. Соның бірі — Atameken Academy кәсіпкерлікке оқытуға арналған қазіргі заманғы платформа. Платформада спикер ретінде жұмыс істеп тұрған кәсіпкерлермен қысқа бейнесабақтар берілген. Әр курста бизнес пен кәсіпкерлікке қатысты қызық фактілер қамтылған бейнесабақтар мен ілеспе мақалаларды таба аласыз, ол сабақты жақсы меңгеруге көмектеседі. Егер белгілі бір тақырыпқа қызығушылық танытсаңыз, «Қосымша материал» бөліміне кіріп, өзіңіз үшін пайдалы әрі қызық материалды таба аласыз. Сайттағы әрекетіңіз үшін тұтынушылардың рейтингі қалыптасатын балл беріледі. Сондай-ақ тұтынушылар арасында ақшалай жүлде т. с. с. тағайындалған конкурстар өткізіледі.

«Атамекенде» кәсіпкерлерді қолдап, сыбайлас жемқорлыққа қарсы тұратын кеңес бар. Оған депутаттар, Бас прокуратура мен мемлекеттік қызмет істері, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агенттігінің өкілдері, заңгерлер, қоғам қайраткерлері, сондай-ақ БАҚ өкілдері кіреді.

Кеңес ҚР-дағы сыбайлас жемқорлық пен көлеңкелі экономикаға қарсы іс-қимыл жөніндегі міндеттерді жедел әрі жүйелі шешу, сыбайлас жемқорлық пен көлеңкелі экономикаға қарсы іс-қимылға қатысты мәселелерді жария ету мақсатында құрылған.

Қазақстан Республикасының Экономика бойынша сарапшылар кеңесі — кеңесші орган, ол экономиканы дамыту мәселелері бойынша ұсынымдар мен ұсыныстар әзірлеу мақсатында құрылды.

«Атамекен» ҚР Ұлттық кәсіпкерлер палатасының жанынан Іскер әйелдер кеңесі құрылды. Кеңесті құрудағы негізгі мақсат — өңірдегі әйелдерінің іскерлік ортадағы белсенділігін күшейту.

2-тапсырма

Интернеттен ауылыңыздың не қаланыздың ӨКП байланыстарын табыңыз. Осы курстың шеңберінде кәсіпкерлік қызметке қатысты барлық мәселені анықтай алмаймыз, өйткені ол елдің қай өңірінде тұратыныңызға байланысты әртүрлі болуы мүмкін. ӨКП өкілдері әр өңірде бизнесті жүргізудің өңірлік ерекшеліктерін, парқын түсінеді.

«Атамекен» жергілікті кәсіпкерлік палатасының басшысына қоятын сұрақтарыңыздың тізімін дайындаңыз. Сұрақтар өзекті, көкейтесті, өзіңізге,

сіз тұратын аймаққа қатысты болуы тиіс. Бүкіл сыныптың сұрақтарын жинақтап, «Атамекен» өңірлік кәсіпкерлік палатасына электрондық пошта, веб-сайт, форум, әлеуметтік желі арқылы не «Атамекеннің» жергілікті өкілдігіне (сыныбыңыздың атынан сөйлейтін 3 адамды таңдаңыз) хабарласыңыз. Сұрақтарыңызды, жауаптар мен қорытындыларды бейнелейтін презентацияны дайындаңыз.

© «Атамекен-Горизонт»

62-сабақ. Кәсіпкер құқығын қорғау, бизнесті қолдау институттары

- Кәсіпкерлердің құқығын қорғауға бағытталған, мемлекет пен қоғамдық қозғалыстар жүзеге асыратын шаралар кешенімен танысу.
- Кәсіпкерлердің құқығын қорғау ұйымдарын ажырата білу.
- Бизнес пен кәсіпкерлікті қолдау институттарын сипаттау.
- ШОБ мемлекеттік қолдау түрлерін түсіну.
- Оқу-ойын жағдаяттары арқылы кәсіпкерлердің құқығын қорғау дағдыларын қолдану.

Өткен сабақта кәсіпкерлердің құқын қорғау қалай ұйымдастырылғаны, тәсілдері туралы сөз еттік. Сондай-ақ «Атамекен» ӨКП байланыстарын таптыңыз. Бұл сабақта еліміздегі кәсіпкерлерге қандай ұйымдар қалай қолдау көрсететіні жайында білеміз.

Кәсіпкерлікті қолдау құрылымдары

Кәсіпкерлікті қолдау инфрақұрылымы жеке кәсіпкерлік қызметті құрудың, жұмыс істеу мен дамытудың қолайлы жағдайларын қамтамасыз ететін ұйымдардан құралған.

Қазақстан Республикасында мұндай ұйымдарға:

- мемлекеттік және мемлекеттің бастамасы бойынша құрылған ұйымдар;
- үкіметтік емес ұйымдар;
- коммерциялық ұйымдар жатады.

Функционалдық бағытына байланысты инфрақұрылым институттарының құрылымы:

- бизнестің қалыптасу, жұмыс істеу және даму кезеңдерінде мемлекет тарапынан қолдап, жәрдемдесу;
- қаржылық қолдау;
- ақпараттық-аналитикалық қолдау;

- білім беру, мамандардың біліктілігін арттыру саласындағы қолдау;
- материалдық-техникалық қолдау арқылы айқындалады.

1-тапсырма

Кәсіпкерліктің дамуы мемлекет үшін неге маңызды екенін түсіндіріңіз. Неліктен мемлекет кәсіпкерлік пен бизнес мәселелеріне араласады? Неге бетімен жібере салмайды? Дәлелдеріңізді негіздеңіздер.

Мемлекеттік органдар мен ұйымдар

Саясатты іске асыратын, жеке кәсіпкерліктің дамуына жауапты жоғары мемлекеттік орган — Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі (ҰЭМ). Министрлік орталық атқарушы билікке жатады және ел Үкіметі мен Президентінің алдында есеп береді.

Ұйымдастырушылық тұрғыда ҰЭМ құрылымына кәсіпкерлікті дамыту, қолдау саласындағы мемлекеттік саясатты құқықтық жағынан реттейтін Кәсіпкерлікті дамыту департаменті кіреді.

Республикадағы кәсіпкерлікті қолдау мемлекеттік құрылымының келесі деңгейі — Алматы, Шымкент, Астана қалалары мен облыс әкімдігінің жанындағы жергілікті атқарушы органдар. Кәсіпкерлікті дамыту, қолдау саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыру үшін әкімдіктерде кәсіпкерлік және өнеркәсіп департаменттері (басқармалары) құрылған.

Кәсіпкерлік саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыратын соңғы буынына кәсіпкерлік мәселелерімен айналысуға міндетті экономика және бюджеттік жоспарлау бөлімдері немесе экономика және қаржы бөлімдерінен құралған республиканың қалалары мен аудан әкімдері ұсынған аумақтық атқарушы органдар жатады. Аумақтық атқарушы органдар мемлекеттік саясатты негізге алып, жергілікті бюджеттен қаржыландырылатын, жоспарланған шаралар мен бағдарламаларды жүзеге асырады.

Кәсіпкерлік ортаның бастамаларын, Президент қойған міндеттерді іске асыру үшін қолайлы жағдай жасау мақсатында әкімдіктің жанынан кәсіпкерлік іс бойынша комиссиялар құрылды, олар:

- шағын және орта бизнестің дамуына кедергі келтіретін проблемаларды зерттейді;
- жергілікті және аумақтық атқарушы билік органдары үшін ұсыныстар мен ұсынымдар әзірлейді.

Кәсіпкерлік іс бойынша комиссиямен байланысу үшін әр кәсіпкер өз саласындағы кез келген қоғамдық бірлестікке немесе заңды тұлғалар бірлестігі-

не хабарласа алады. Әдетте, комиссияда бірнеше облыстық қауымдастық не бірлестік болады.

Орталық атқарушы органдар деңгейінде кәсіпкерлермен осындай кері байланысты ұйымдастыру үшін Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Кәсіпкерлер кеңесі құрылды. Кеңестің негізгі міндеттері:

- кәсіпкерлікті қолданып, дамытуға бағытталған ұсыныстар әзірлеу;
- нарықтық экономиканы дамытуға атсалысу;
- Қазақстан Республикасында жұмыс істейтін бизнес, бизнес қауымдастықтары мен одақтарды шоғырландыру;
- кәсіпкерлік саласындағы маңызды мемлекеттік мәселелерді шешуге қатысты ұсыныстар дайындау.

Кәсіпкерлік саласындағы мемлекеттік саясатты қалыптастырып, іске асыру міндеттерімен қатар, мемлекет кәсіпкерлікті қаржылық, ақпараттық-талдамалық және материалдық-техникалық жағынан қамтамасыз етеді. Мемлекет атқарушы органдар арқылы жергілікті және аумақтық деңгейлерде қабылданған түрлі бағдарламалардың көмегімен, сондай-ақ мемлекеттің қаржысымен арнайы құрылған ұйымдардың көмегімен қолдайды.

Төменде көрсетілген барлық АҚ нақты бір бағытта қолдау көрсетуге маманданған.

Мәселен, сіз жаңа технологиямен айналыссаңыз, «Инжиниринг және технология трансферті орталығы» АҚ-қа, экспорттық операциялармен (қазақстандық өнімді шетелдік нарықтарға шығару) айналыссаңыз, «Kaznex» экспортты дамытып, жетілдіру корпорациясы» АҚ-қа және т. б. көмегіне жүгінуіңіз қажет болады.

Бұл функцияларды жүзеге асыратын ұйымдар:

- **«Инжиниринг және технология трансферті орталығы» АҚ.** Орталықтың негізгі мақсаты — жаңа технология трансфертін ұйымдастырып, Қазақстан экономикасының нақты секторының бәсекеге қабілеттілігін арттыру, сондай-ақ республикада инновациялық қызметті жандандыру;
- **«Kaznex» экспортты дамытып, жетілдіру корпорациясы» АҚ** Үкіметке мемлекеттік саясатты қалыптастыру саласында, кәсіпкерлікті дамыту бойынша ақпараттық-талдамалық қолдау көрсетеді;
- **«Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ** — шағын және орта бизнестің, сонымен қатар Қазақстанның микроқаржы ұйымдарының қаржылық және консалтингілік қызметтерінің интеграторы әрі операторы ретінде сапалы дамуына ықпал еді. «Бизнестің жол картасы-2025» бизнесті қолдап, дамытудың мемлекеттік бағдарламасы аясында жұмыс істейді;
- **«QazTech Ventures» АҚ** — венчурлық қаржыландыру, бизнес-инкубация және технологиялық консалтинг құралдары арқылы кәсіпкерліктің технологияларын дамытады;

- **«Қазақстанның инвестициялық қоры» АҚ** — заманауи және алдыңғы қатарлы технологияларды қолдана отырып, шикізатты терең өңдейтін кәсіпорындардың жарғылық капиталына инвестициялау арқылы қаржылық қолдау көрсетеді;
- **«Қазақстанның Даму Банкі» АҚ** — қаржылық қолдау;
- **«ҚазАгро» Ұлттық басқарушы холдингі» АҚ** — астықтың мемлекеттік қорын қолдау, заем беру, ауылшаруашылық секторының қаржылық жалға алуын инвестициялау. Холдингінің негізгі қызметі — ауылшаруашылықты несиелеу, лизинг пен заемды кепілдендіру. Холдингінің еншілес қоғамдары: «Аграрлық несие корпорациясы» АҚ, «Ауылшаруашылықты қаржылай қолдау» АҚ, «ҚазАгроҚаржы» АҚ, «Азық-түлік келісімшарт корпорациясы» ұлттық компаниясы» АҚ;
- **«Аграрлық несие корпорациясы» АҚ** — Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешенін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының аясында айқындалған ауылшаруашылық өндірісін дамытудың басым бағыттары бойынша несиелеу бағдарламасын іске асыратын АӨК дамыту саласындағы ірі қаржы ұйымы;
- **«Ауылшаруашылықты қаржылай қолдау» АҚ** — ауылшаруашылықты несиелейді, сонымен қатар «Нәтижелі жұмыспен қамту, жаппай кәсіпкерлікті дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған «Еңбек» мемлекеттік бағдарламасы аясында ауыл кәсіпкерлеріне несие береді;
- **«Азық-түлік келісімшарт корпорациясы» ұлттық компаниясы» АҚ.** Мемлекеттік азық-түлік келісімшарт корпорациясының заңды мұрагері ретінде, астық нарығында мемлекет жүктеген міндеттерді жүзеге асырады;
- **«ҚазАгроҚаржы» АҚ** — 70% артық үлесі бар қазақстандық лизинг нарығындағы көшбасшы; аграрлық секторда несиелік және лизингілік қызметті тиімді түрде қатар атқаратын бірегей компания.

2-тапсырма

Сіз, мемлекет басшысы ретінде, кәсіпкерлікті дамыту, қолдау мәселесі туралы ойланып отырсыз. 2 міндетіңіз бар:

1) шағын пен орта бизнесті дамытуға не кедергі келтіріп жатқанын анықтау;

2) шағын және орта бизнесті дамыту үшін қандай жобаларды қолға алған дұрыс екенін айқындау.

1-міндет және 2-міндет бойынша ең алдымен қандай 3 жарлық шығарар едіңіз? Дәлелдеріңізді негіздеңіз.

Жоғарыда аталған даму институттарымен қатар, қазіргі уақытта Қазақстанда технопарк, бизнес-инкубатор, индустриалды аймақтар құрып, дамытуға бағыт-

талған іс-шара қолға алынуда. Бұл құрылымдар нақты мәселелерді шешуді көздейді. Мысалы, «Ұлттық индустриялық мұнай-химия технопаркі» АЭА химия өндірісін дамытады, «Сарыарқа» АЭА металлургияны дамытады т.с.с.

Технопарк

Технопарк *— жоғары оқу орындарының немесе ғылыми зерттеу институттарының негізінде құрылған, университеттердің ғылыми әлеуетін пайдалану, технопарк аумағында орналасқан шағын инновациялық кәсіпорындарды құрып, дамыту арқылы дамыған технологияларды коммерцияландыру жүйесі.*

Технопарк құрудағы мақсат — ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің нәтижелерін тиімді пайдаланатын инновация субъектілерін ұйымдастыру.

Мемлекет технопарктерге бірнеше міндет жүктеп отыр, атап айтсақ:

- отандық және әлемдік ғылыми-техникалық үдерістің озық жетістіктерін өндіріске енгізу;
- ғылыми-техникалық зерттеулер мен инновациялық өндірістерді инвестициялау;
- инновациялық кәсіпкерлікті құрып, дамытуға материалдық-техникалық көмек көрсету.

Қазақстандық технопарктер қатарында: «Сарыарқа» технопаркі (Қарағанды), «Алгоритм» технопаркі (Орал), «Алтай» технопаркі (Өскемен), Шымкент қаласының аймақтық технопаркі (Шымкент), Қ. Сәтбаев атындағы ҚазҰТУ технопаркі (Алматы), Астана қаласының технопаркі (Астана), «Алатау» технопаркі (Алматы) атауға болады.

Бизнес-инкубатор

Бизнес-инкубатор *— кәсіпкерлерге кеңес беріп, қолдау көрсететін бизнесті қолдау бағдарламасы.*

Әдетте, бизнес-инкубаторлар бірнеше бастаушы компанияның арнайы бөлмелерінде орналасады. Олар үй-жайларды, жабдықтарды бірге пайдаланумен қатар, бизнес-инкубатор ұсынатын қызметтерді, бизнестің әртүрлі бағыттарындағы кеңестерді де тең пайдаланады. Қызметтің кейбір түрлерінің құны жалдау бағасына қосылуы мүмкін, басқа қызметтердің бағасы айтарлықтай төмен.

Бизнес-инкубаторларды құрудағы мақсат — жаңадан құрылған кәсіпорындарға қолайлы жағдай жасау; қайта жасақталған кәсіпорындар тәжірибе жинақтап, әрі қарай өсуі, нарықтағы позицияларын нығайту үшін көмектесу. Белгілі бір даму деңгейіне жеткеннен кейін, әдетте, үшінші жылдан кейін, компания бизнес-инкубатордан кетіп, өз бетінше жұмыс істей бастайды. Бірақ бұрынғымен салыстырғанда, біршама тәжірибе жинақтап, әлеуеті күшейген компания банкроттыққа ұшырамай, жұмысын жандандыра түседі. Олардың орнына бизнесті жаңадан бастаған компаниялар келеді.

Индустриялық аймақ

Индустриялық аймақ *— шағын, оқшауланған кәсіпорындар орналасқан, бірыңғай өндіріс аумағында жұмыс істейтін нысан.*

Индустриялық аймақтардың негізгі мақсаты — шағын бизнес пен отандық тауар өндірушілердің дамуына жол ашу, қызметіне енді кіріскен кәсіпкерлерге көмектесіп, қолдау.

Оқшауланған шағын кәсіпорындар индустриялық аймақтың аумағында орналасқан, әрқайсысы жеке *бөлме* алып, өндірісті ұйымдастырады. Әртүрлі шағын кәсіпорындарды бір индустриялық аймаққа орналастыруда өнеркәсіптік және технологиялық үйлесімділігі ескеріледі. Индустриялық аймақтың барлық кешенінің қалыпты жұмыс істеуіне арнайы орган — басқарушы компания мүдделі болады, ол ғимаратты жалдаумен қатар, бизнес жүргізу, ұйымдастыруға қатысты басқа да қызметтерді реттейді.

Қазақстанда 12 арнайы экономикалық аймақ (АЭА) бар:

- ***«Астана — жаңа қала» АЭА*** (елорданың жаңа әкімшілік және іскерлік орталығын жеделдетіп салу; Индустриялық паркте жаңа өндіріс орындарын ашу);
- ***«Сарыарқа» АЭА*** (металлургия өнеркәсібі мен металл өңдеу өнеркәсібін, атап айтқанда, әлемдік бренділерді өндірушілерді тарту арқылы дайын өнім өндірісін дамыту);
- ***«Ұлттық индустриялық мұнай-химия технопаркі» АЭА*** қосымша құны жоғары болатын, бәсекеге қабілетті мұнай-химия өнеркәсібін құрып, көмірсутек шикізатын түбегейлі өңдейтін әлемдік деңгейдегі мұнай-химия зауыттарын құрып, дамытатын серпінді инвестициялық жобаларды әзірлеп, іске асыру;
- ***«Ақтау теңізпорты» АЭА*** экспортқа бағытталған инвестициялық жобаларға ішкі және шетелдік инвестицияларды тарту;
- импорттың орнын басатын аймақ экономикасында заманауи өндіріс пен инновациялық технологияны жедел дамыту; жаңа жұмыс орындарын құрып,

жергілікті мамандардың біліктілігін арттыру, қолайлы инвестициялық орта қалыптастыру;

- ***«Оңтүстік» АЭА*** (Қазақстан Республикасының мақта өңдеу, тоқыма және тігін өнеркәсібін дамыту; тоқыма өнеркәсібін дамыту; тоқыма өнімдерін шығару үшін әлемдік бренділерді өндірушілерді тарту; жоғары технологиялық өндірістер құру, тоқыма бұйымдарының сапасын жақсартып, түрін көбейту);
- ***«Тараз химиялық паркі» АЭА*** экспортқа бағытталған инвестициялық жобаларға ішкі және шетелдік инвестицияларды тарту;
- импорттың орнын басатын аймақ экономикасында заманауи өндіріс пен инновациялық технологияны жедел дамыту; жаңа жұмыс орындарын құрып, жергілікті мамандардың біліктілігін арттыру, қолайлы инвестициялық орта қалыптастыру;
- ***«Қорғас — Шығыс қақпасы» АЭА*** (Қытайды, Орталық Азия мен Таяу Шығысты байланыстыратын логистикалық хаб құрудың стратегиялық нысаны);
- ***«Инновациялық технология паркі» АЭА*** ақпараттық технологияның дамуы, телекоммуникация мен байланыс, электроника, жаңартылатын энергия көздерін қолданып аспап шығару, ресурс үнемдеу, табиғатты тиімді пайдалану саласындағы технология;
- түрлі материалдар жасап, тұтынуға қатысты технология, мұнай мен газды өндіру, тасымалдау, қайта өңдеу технологиясы, тиімділігі жоғары, нақты айтқанда, технологиясы жетілдірілген, бәсекеге қабілетті өндіріс ошақтарын құру, өнімнің жаңа түрлерін игеру, инвестиция тарту;
- ***«Павлодар» АЭА*** (ақпараттық технология, химия, мұнай-химия салаларын дамыту саласындағы технология, атап айтқанда қазіргі заманғы технологияларды, қолдана отырып, қосымша құны жоғары, экспортқа бағдарланған өнімдерді өндіру);
- ***«Астана — Технополис» АЭА*** инвестиция тарту, озық технологияны, ноу-хауды пайдалана отырып, Астана қаласын инновациялық тұрғыдан дамыту, заманауи инфрақұрылым жасақтау);
- ***«Turkistan» АЭА*** Түркістан қаласының жедел дамуы; Түркістан қаласының туристік әлеуетін арттыру, әрі қарай түркі әлемінің рухани астанасы ету; саяхаттап келуші қазақстандық және шетелдік туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын, өте тиімді, бәсекеге қабілетті туристік инфрақұрылымды дамыту; туристерге қызмет көрсететін бірыңғай ақпарат базасын құру);
- ***«Қорғас» ШЫХО» АЭА*** (трансшегаралық сауда-экономикалық ынтымақтастықты дамыту; экспортқа бағытталған өндірістерді дамыту; бизнес пен инвестициялық ортаны жандандыру; көлік инфрақұрылымын, туризм мен мәдени ықпалдастықты дамыту).

3-тапсырма

Интернеттен өз қалаңыздағы немесе аймағыңыздағы бизнес-акселератор мен инкубаторлардың атауларын, байланыстарын табыңыздар. Олар сіздерге не үшін керек болуы мүмкін? Өз жобаларыңызбен қалай баруға болатынын анықтаңыздар.

© «Көкжиек-Горизонт»

63-сабақ. Кәсіпкерлердің жауапкершілігі (экономикалық, әлеуметтік, заңды, экологиялық, этикалық)

- Кәсіпкерлердің экономикалық, әлеуметтік, заңды, экологиялық, этикалық жауапкершілік түрін ажырата білу.

Өткен сабақтарда кәсіпкерлердің құқы туралы сөз қозғадық. Келесі екі сабақта кәсіпкерлердің жауапкершілігі жайында әңгіме өрбітеміз.

1-тапсырма

Кәсіпкерлердің қандай жауапкершілігі бар екенін айтпас бұрын, алдымен кәсіпкерлердің кімнің алдында, не үшін жауапты болуы мүмкін екені жайында ойланып, айтып беріңіз.

Кәсіпкерлер кімнің алдында жауапты?

Жауапкершілік — өзара келісімді жүзеге асыра отырып, бизнесте бірлесе қызмет ететін басқа компаниялардың, клиенттердің, өз компаниясындағы қызметкерлердің, мемлекеттің, қоғамның барлық мүшесінің құқықтарын сақтауға міндеті.

Кәсіпкерлер міндеттемелеріне жауапкершілікпен қарауы тиіс. Ол бірнеше тұлғаның алдында жауапты. Атап айтқанда:

1) басқа компаниялардың алдында[1]. Кәсіпкер шарт жасасып, тауарды көрсетілген мерзімде жеткізуге міндеттенсе, ол барлық шартты орындауы тиіс: тауар сапасы, саны шартта көрсетілгендей болуы тиіс, дер кезінде әкелінуі тиіс. Ол басқа компанияның құпия ақпаратын басқаларға ашпауы керек. Кәсіпкер компаниямен шарт жасасу барысында көрсетілген талаптарды орындауы тиіс. Келісімшарт жасасқан тараптар басқа тауар алу, мерзімінен кешігу (тауар дер кезінде жеткізілмеген жағдайда клиенттер жапа шегеді), шарт-жағдайы өзгеріп

[1] Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы 2014 жылдың 5 шілдесіндегі № 235-V ҚРЗ кодексі.

кету т.с.с. қорқынышы болмайды. Соның негізінде компаниялар нарықта еркін жұмыс істеп, пайда табады, басқа тараптың уәдеде тұрмай қалуына алаңдамайды. Мысалы, сіз киім сатасыз. Әріптесіңіз — тігін фабрикасының иесі белгілі бір киімді нақты мерзімде тігуге уәде берді. Осы уақытта өтетін көрмеге орын сатып алдыңыз. Бірақ серіктесіңіз міндетін орындай алмай қалды, сол мерзімге киім тігіп үлгермеді. Сізге шығын келтірді: орын үшін төлеп қойдыңыз, сатушы жалдадыңыз, өніміңізді сату арқылы табатын пайдадан айырылдыңыз. Компаниялар бір-бірінің алдындағы жауапкершілікті сақтаса, бизнесті жүргізу әлдеқайда жеңіл әрі тиімді болады;

2) тұтынушылардың алдында. Тауар мен қызмет үшін төлей отырып, тұтынушылар сапалы өнім мен сервис алуы тиіс. Кәсіпкер соған көз жеткізуі керек. Сондықтан ол сапасыз материалдарды пайдаланбауы тиіс, өнімнің жарамдылық мерзімін, қызметкерлерінің жұмыс сапасын қадағалауы тиіс, компаниялармен өзара іс-қимыл — телефон қоңырауынан бастап, сатылғаннан кейін кепілді қызметті аяқтап, клиенттерге жақсы көңіл күй сыйлауы тиіс. Бәріміз түрлі игіліктер мен қызметтерді тұтынамыз. Жаңа затты сатып алған соң ақауын не дұрыс жинақталмағанын анықтап жатсақ, қуана қоймайтынымыз белгілі. Компанияға қоңырау шалғанда менеджер дөрекі сөйлеуі мүмкін, ақаулы тауарды сатқан фирмаға барып, қайтару, басқасына ауыстыруда да кедергілер болуы мүмкін. Ерте ме, кеш пе, клиенттер мұндай фирмалармен жұмыс істеуді тоқтатады. Бизнес клиенттерінің алдындағы міндеттемелерді сақтау екі жаққа да тиімді. Кәсіпкер өз міндетін жақсы орындаған сайын елдегі бизнес жолға қойылады (бәсекелестер клиенттерінен айырылып қалмауы үшін әрдайым жетіліп отырғысы келеді), тұтынушылар үшін де өте тиімді;

3) өз қызметкерлерінің алдында[1]***.*** Ешкім жұмыс істегісі келмесе, кез келген бизнес құлдырап кетеді. Қызметкерлер ынталы, ұқыпты болып, істеріне құлшына кіріссе, бизнес да қарыштайды, кәсіпкер пайда тауып, байлыққа кенеледі. Сондықтан кәсіпкер қол астындағылардың мүддесін көздеп, қызметкерлерінің алдындағы міндеттемелерін орындауы тиіс, жалақысын уақытылы беріп, қажет аударымдарды (зейнетақы, медициналық т.с.с.) рәсімдеуі керек, демалыс беріп, емделуіне мүмкіндік туғызуы керек, еңбек шарттарын (орындарының таза, үлкен, жарық, ауасы таза болуы т.с.с.) сақтауы тиіс;

4) мемлекеттің алдында. Бизнесмендер төлейтін салық мемлекеттік бюджеттің негізгі бөлігін құрайды. Ол ақша жол, мектеп, аурухана салу, мұғалімдер мен дәрігерлерге жалақы төлеу, ғылым мен технологияның дамуына жұмсалады. Кәсіпкерлер мемлекет алдындағы өз міндеттерін адал орындаған сайын бәрінің әлеуеті көтеріледі, тұрмысы жақсарады. Еліміздің басқа азаматтары сияқты кәсіпкерлер де мемлекет ұсынатын барлық игілікті пайдаланады:

[1] Қазақстан Республикасының Еңбек кодексі // Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 23 қарашадағы № 414-V ҚРЗ

таза қалаларда тұрады, саябақтар бар, жөнделген жолдармен жүреді, балаларын компьютерлермен жабдықталған мектептерге жібереді және т. б.;

5) қоғамның алдында[1]. Зауыттардың жұмысы сол өңірдің ауасын ластайтыны белгілі. Сондықтан зауыттың иесі, салық төлеумен қатар, қоршаған ортаға зияны аздау болатын өндіріс тәсілдерін ойлап тауып, енгізуі керек. Мысалы, күн батареяларын ішінара пайдалану, қоқысты лақтыра салмай, қайта өңдеу т.с.с. Компания қандай да бір аймақта жұмыс істесе, осы аймақтың тұрғындары компанияның негізгі жұмыс күші болады. Сондықтан компания тұрғындардың өмір сүру шартжағдайы дұрыс болуына мүдделі. Сонда қызметкерлер де жақсы жұмыс істейтін болады. Ірі компаниялар қызмет орындарында балабақшалар мен мектептер салады. Бұл компанияның міндетіне жатпағанмен, қызметкерлерінің тұрмысын жақсарту арқылы компания болашақтағы өз пайдасын көздейді.

Бұған мысал ретінде «Аналар үйі» жобасын атауға болады. Айдын Рақымбаевтың (BI Group холдингінің басшысы) бастамасы бойынша, айы-күні жақындаған келіншектерге, қиындыққа тап болған балаларға көмектесу мақсатында бірнеше орталық құрылды. «Аналар үйлерінде» бастапқыда баласынан бас тартпақ болған келіншектерге жағдай жасалып, шешімін өзгертуге, ойлануға мүмкіндік беріледі. «Аналар үйі» әлеуметтік жобасы қоғамда да резонанс тудырып, қазақстандық бизнесмендер көптеп қосылды. Олар жобаның меценаттары болды.

BI Group холдингінің қызметкерлері ерекше қамқорлықты қажет ететін балаларға қажет медициналық-әлеуметтік көмек көрсететін оңалту орталықтарын — «BI-Жұлдызай» қайырымдылық корпоративтік қорын ашты. Холдингінің 4000-ға жуық қызметкері осы жобаның қайырымдылық шараларына қатысады.

Бизнестің қоғам алдындағы жауапкершілігі қоғамдық қорлар құру, құрылыс, жөндеу не қандай да бір нысандар ашуға қаражат аудару арқылы ғана емес, түрлі сипатта көрінуі мүмкін. Тіпті шағын компаниялар да қоғам алдындағы жауапкершілігін көрсетіп, қоғамның дамуына үлес қоса алады. Олар зейнеткерлерге, көп балалы отбасыларға т.с.с. тұтынушыларға жеңілдік бере алады, тегін кеңес бере алады, жылына бір рет өз өнімдерінің бір бөлігін балалар үйлеріне не тұрмысы төмен отбасыларға тегін бере алады, мүгедектерді жұмысқа алады.

Мұндай әрекеттерді жасырмай, әлеуметтік желілерде, компаниялардың корпоративтік сайттарында жиі насихаттап тұру керек. Біріншіден, тұтынушылар компания пайдасының бір бөлігі игілікті істерге жұмсалып жатқанын біліп, бәсекелестерінің емес, осы компанияның өнімдерін сатып алуға тырысады. Компанияның қоғамдағы имиджі артады. Екіншіден, басқа компаниялар да осы үлгіні басшылыққа алады. Уақыт өте келе Қазақстанда әлеуметтік жауапты бизнес орнығып, кәсіпкерлердің еңбегін мойындайтын қоғам қалыптасады.

---

[1] Қазақстан Республикасының 2007 жылдың 9 қаңтарындағы № 212 Экологиялық кодексі.

Бизнестің қор ашатын не көмекке мұқтаж адамдарды іздейтін уақыты болмаса да, көмекке зәру адамдар туралы ақпаратты арнайы сайттардан ала алады. «Менің Атамекенім» ҚБ сайты (Atamekenim.kz) көмекке мұқтаж адамдардың өтініштерін жариялап, толық сипаттамасын, фотосуреттерімен қоса береді. Кәсіпкерлер көмек бергісі келетін адамын өзі таңдап, оған қандай соманы бөлуге дайын екенін хабарлай алады. Нәтижесінде сайтта көмек көрсеткен компаниялар туралы ақпарат жарияланады, одан кейін бұл ақпарат Қазнеттің басқа да ақпарат ресурстары мен әлеуметтік желілерінде пайда болады. Осылайша «Iron Plast Group» компаниясы «Менің Атамекенім» жобасының аясында алты баласы бар көп балалы анаға 4 бөлмелі үй сыйлады. Көптеген кәсіпкер 2019 жылдың 24 маусымында Түркістан облысы Арыс қаласында болған төтенше жағдайдан зардап шеккен шағын компанияларға көмек көрсетті.

2-тапсырма

5 адамнан құралған командаларға бөлініңіздер. Әр команда бизнес саласы қоғамға қалай көмектесе алатынын айтып, 10 нұсқасын ойлап табуы тиіс.

Кәсіпкерлердің жауапкершілігін бақылау тәсілдері

Кейде кәсіпкерлер өз міндеттемесін орындамайды. Міндеттемелеріне немқұрайдылықпен қарағанның салдарынан туындаған қиындықтарды жою үшін заңда бақылаудың түрлі тәсілдері көрсетілген[1]:

Тұрақсыздық айыбы (айыппұл, өсімпұл) — заңда немесе шартта айқындалған, борышкер өз міндеттемелерін орындамаған жағдайда кредиторға төлеуге міндетті ақша сомасы. Бұл жағдайда борышкердің айыппұл төлеп, шығынды өтеуін тура келеді.

Залал — шығын, келісімшартта көрсетілген міндеттемелерді дұрыс орындай алмай қалған жағдайда серіктесіңіздің тартатын зардабы, келісімшарттағы міндеттемелердің толық орындалмауы салдарынан ала алмай қалған кірісі.

Кепіл — міндеттемелердің орындалуын қамтамасыз ететін тәсілдердің бірі. Сенімді болу үшін серіктес, банк немесе мемлекет міндеттемелер орындалмай қалғанда шығынның орнын толтырып, өтемін толтыру мақсатында сізден кепілдік талап етуі мүмкін. Мысалы, сіз шағын зауыт салу үшін банктен несие аласыз. Жұмысыңыз жүрмей қалса ше? Ондай жағдайда банк сізге берген ақшасынан айырылады. Сол себепті қауіпсіздік үшін банк сіздің пәтеріңізді кепілге алады. Несиеге алған ақшаны белгілі бір мерзімде қайтара алмасаңыз, меншігіңіз банктің иелігіне өтіп, сол арқылы шығынын жабады.

[1] Қазақстан Республикасының 2014 жылдың 3 шілдесіндегі № 226-V ҚРЗ Қылмыстық кодексі.

Кепілгерлік — міндеттеменің орындалуын қамтамасыз ететін тәсіл, яғни кепілгер (үшінші тұлға) басқа тұлғаның кредиторының алдында оның міндеттемелерін толығымен не бір бөлігін жабуға міндеттеледі. Мысалы, жаңа зауыт салғыңыз келеді, бірақ банк ақшаны қайтара алатыныңызға күмәнданады. Сол кезде серіктесіңіз — несиелік тарихы дұрыс (бұрын несие алып, мерзімінде қайтарған, банк сенім білдірген) басқа фирма сізге кепілгер бола алады. Міндеттемеңізді орындай алмай қалсаңыз, кепілгер сіз үшін міндеттеріңізді орындауға міндеттенеді.

Банктің кепілдігі — бенефициар төлем туралы жазбаша талап еткен жағдайда кепілгер жүктеген ақшалай міндеттемеге сәйкес банк, несие не сақтандыру ұйымының (кепілгер) кредиторға төлейтіні туралы жазбаша міндеттемесі. Мысалы, тауар сатып алғыңыз келеді, бірақ ақшаңыз жетпейді. Банк кепілгер болып, несиеге тауар сатып алған соң төлей алмай қалғаныңызда борышыңызды төлейтінін жеткізіп, серіктеске уәде бере алады. Бұл орайда сіз банк кепілгер болғаны үшін сыйақы төлеуіңіз керек.

Кепілзат — шарт жасасудың дәлелі ретінде, орындалуын қамтамасыз етуде уағдаласушы тараптардың бірі шарт бойынша өзіне тиесілі төлемдердің есебінен екінші тарапқа беретін ақшалай сома. Мысалы, сіз аударма агенттігіне аудару үшін құжаттарды бердіңіз. Қызмет үшін төлей отырып, аударманы келісілген мерзімде алатыныңызға сенімді болғыңыз келеді. Бірақ агенттік те аударғаны үшін ақша алатынына сенімді болғысы келеді. Сондықтан сіз агенттікке аударманың барлық құнын төлемей, тек бір бөлігін төлейсіз. Осылайша, агенттік сіздің басқа бәсекелестеріне кетіп қалмайтыныңызға, аударма жасалған соң ақшаны түгелімен беретініңізге сенімді болады, ал сіз жұмыстың шын мәнінде жасалатынына сенімді боласыз, себебі агенттік қалған соманы алғысы келеді.

Кәсіпкерлердің жауапкершілігін шектейтін Қазақстан Республикасының нормативтік-құқықтық актілерімен ҚР Азаматтық кодексінен, ҚР Кәсіпкерлік кодексінен, ҚР Салық кодексінен, ҚР Әкімшілік кодексінен, ҚР Қылмыстық кодексінен оқып, біле аласыз. Барлық көрсетілген құжатты Online.zakon веб-сайтынан табасыз.

Бизнестің даму кезеңдері[1]

Тарихи дамуында бизнес түрлі кезеңдерден өтті. ***Фредерик Лалудың «Болашақтың ұйымын ашу»*** атты кітабынан бастапқы төрт сатысын оқып-білуге болады. Бизнестің соңғы ғасырларда қалай дамығаны туралы әңгіме өрбітейік.

Бәсекелестік немесе *«қызғылт сары» кезең*. «Қызғылт сары ұйымдар» Қайта өрлеу дәуірінде пайда болды, екі ғасыр бұрын күшіне еніп, Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін батыс әлемінде үстемдік алды. «Қызғылт сары» ұстанымы бойынша, әр адам кез келген мақсатқа қол жеткізуге құқылы: тазалаушы бас директор, қайыршы миллионер бола алады. Ең бастысы — бәсекелестік күресте, қызметкерлер арасындағы ішкі және сыртқы күресте, жеңу. Компанияның

[1] Лалу Ф. Открывая организации будущего. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 610 с.

мақсаты — пайда табу. Құрылымы — айқын иерархия. Жоспарлау мен жоспарларды іске асыру бөлінген: ойлану жоғарыда, орындау төменде. Шешімді басшы қабылдайды, төменге — басқа деңгейге береді, нәтижесінде тапсырма төмен буынды орындаушыға жетеді. Компанияда ішкі ережелер жиынтығы бар. Осы кезеңде қатаң құрылымда жаңашылдыққа жол ашылады, жеке жауапкершілік пен мансаптық саты бойынша қозғалыс ынталандырылады. Табыстың өлшемі — материалдық әл-ауқат. Ірі халықаралық компаниялардың көпшілігі әлі күнге дейін «қызғылт сары» қағидаты бойынша құрылған.

Плюралистік немесе *«жасыл» кезең*. «Жасыл ұйымдар» алғаш рет XIX және XX ғасырлардың аралығында пайда болды. Сол кезде адамдар өнеркәсіптік революциядан кейінгі теңсіздікпен күресуге тырысты, ал 1960 жылдары коммуналар құрды. «Жасыл ұйымдарда» ұстанымдарға ерекше мән берілді, әртүрлі көзқарастар құрметтелді. Адамдар әділдікке, теңдікке, үйлесімділікке, тату көршілік, келісімге ұмтылды. «Жасыл ұйымдар» үшін топ ішіндегі жеке қарым-қатынас нәтижеден құнды, ғаламшар мен адамзат үшін пайда жеке пайдадан маңызды болды. Бірақ көпке бармады, себебі мұндай ұйымдар өміршең бола алмайды. Ұжымдағы жеке қарым-қатынас компанияның мақсатынан жоғары болды, бәсекелестерді қапыда қалдыруға тырысады. Осылайша алғашқы «*көгілдір (изумруд) ұйымдар*» пайда болды.

«Көгілдір (изумруд) ұйымдар» «қызғылт сары» және «жасыл» ұйымдардан жақсысын алды. «Қызғылт сарыдан» сыртқы компаниялармен бәсекелестікті, «жасылдан» команда болуға ұмтылуды үйренді. Болашақты ұйымдастырудың басты белгісі өзін-өзі басқару болды. Бірақ тым тұрпайы еді, қызметкерлер желкесінде тұрды. Өзін-өзі басқарудың бұл түрі бақыланатын еді. Өзін-өзі басқаратын командаларда басшы цербер емес, тәлімгер болды. Ол бақылады, үйретіп, ұсыныстарын айтты. «Көгілдір (изумруд)» командаларды жоспарлап, бюджеттеудің орнына ішкі кеңесті қолға алды, оған барлық команда қатысатын.

Бірінші кезеңде компания енді ұйымдастырылған кезде өзіне қалай көмектесетінін ойлайды. Бірақ өскен сайын бизнесті жүргізуші басқа тараптардың алдындағы жауапкершілігі де өсті. Жеке кәсіпкер болғаныңызда қандай компанияны ұйымдастыратыныңызды өзіңіз таңдай аласыз. Әлбетте, бизнес серіктестер, клиенттер, қызметкерлер, мемлекет пен қоғам алдындағы міндеттемелеріне асқан жауапкершілікпен қарайды. Соның ықпалымен табысы да молаяды. Болашақ компаниялары ынтымақтастық пен эмпатия (басқалармен бірге қалу) қағидаттарына негізделді. Сол себепті бизнес те тиімді болды (себебі онда адалдық пен теңдік қағидаттары негізге алынды), қоғам да дамыды.

3-тапсырма

Бес топқа бөлініңіздер. Әр топ бизнес жауапкершілігіне мысал келтіріп, пайдасын сипаттауы керек. 1-топ серіктестер алдында; 2-топ тұтынушылар алдында; 3-топ қызметкерлер алдында; 4-топ мемлекет алдында; 5-топ қоғам алдында.

64-сабақ. Кәсіпкерлердің жауапкершілігі (экономикалық, әлеуметтік, заңды, экологиялық, этикалық)

- Кәсіпкерлердің экономикалық, әлеуметтік, заңды, экологиялық, этикалық жауапкершіліктерін ажырата білу.

Өткен сабақта бизнестің қоғам алдындағы жауапкершілігі туралы айтқан болатынбыз. Бүгінгі сабақта осы тақырыпты корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ) призмасы негізінде егжей-тегжейлі талқылаймыз. КӘЖ үлкен компанияларға қатысты болса да, оның философиясы мен әдістерін табысқа жетіп, тұрғындар арасында беделді болуға ұмтылатын шағын және орта компаниялар пайдалануы керек.

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ) мәселесі бұқаралық ақпарат құралдары мен көрнекті ғалымдардың ғылыми еңбектерінде көбірек көрініс табуда. Кәсіпкерліктің әлеуметтік жауапкершілігіне не жатады? КӘЖ — компанияның өз қызметкерлеріне, билікке, қоршаған ортаға, тұтас қоғамға қатысты қимыл-әрекеті. Шешімдер қабылдаған кезде компания пайда түсіруді ғана ойламай, әрекеттерінің басқаларға қалай әсер ететінін ескеруі керек.

Американдық ғалым ***Арчи Карроллдың*** айтуынша, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі оның төрт құрамдас бөлігіне байланысты: экономикалық, құқықтық, этикалық және антроптық жауапкершілік. Олар «КӘЖ пирамидасы» деп аталады. Негізгісі — экономикалық жауапкершілік негізгі болып табылады және компанияның пайда табуын, жаңа жұмыс орындарын ашуға, қоғам сұранысына ие тауарлар өндіріп, қызмет етуге мүмкіндік береді.

Кіріс болмаса, кәсіпорын міндеттемелерін жүзеге асыра алмайды. Кіріс заң шеңберінде болуы қажет. Яғни кәсіпкер мемлекеттегі құқықтық нормаларды сақтауы керек. Ол пирамиданың екінші деңгейін қалыптастырады. Этикалық жауапкершілік (пирамиданың үшінші деңгейі) — барлық мүдделі тарапқа —

қызметкерлерге, серіктестерге, тұтынушыларға, мемлекетке, қоғамға қатысты дұрыс пиғылда болу. Этикалық ұстанымның бәрі заңда көрсетіле бермейді. Көп компания дау туындаған жағдайда басшылыққа алу үшін ауызша, жазбаша түрде, арнайы, этикалық кодекстер құрып алады.

Филантроптық жауапкершілік (пирамиданың шыңы) — компанияның қоғам мұқтажын өтеу мақсатымен жасайтын іс-әрекеті: қайырымдылық, демеушілік, садақа, риясыз көмек, әлеуметтік жобаларды қаржыландыру.

Қазақстан Республикасының «Жеке кәсіпкерлік туралы заңына» сәйкес бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі — әлеуметтік, экономикалық және экологиялық салалардағы жеке кәсіпкерлердің қоғамның дамуына қосатын ерікті үлесі». Қазақстан Республикасының «СТРО ИСО 26000-2011» мемлекеттік стандарты бойынша, КӘЖ — ұйымның адамгершілік ұстанымдарын негізге ала отырып, қоғамға, қоршаған ортаға әсер етуді көздейтін іс-әрекеті. Сол арқылы ол: 1) қоғамның әл-ауқатын жақсартып, тұрақты дамуына ықпал етеді; 2) мүдделі тараптарды талап-тілектерін ескереді; 3) заңға, халықаралық стандарттарға сәйкес әрекет етеді; 4) бүкіл ұйым ауызбірлік танытып, бір ұстанымда болады.

ISO 2600 стандарты бойынша, КӘЖ 7 ұстанымды басшылыққа алады: 1) корпоративтік басқару (немесе ұйымды басқару); 2) адамның құқын қорғау; 3) еңбек тәжірибесі; 4) қоршаған ортаны қорғау; 5) іскери тәжірибе; 6) тұтынушылардың мүдделері; 7) қоғамдастықтарға ықпал етіп, дамыту.

Компания корпоративтік-әлеуметтік жауапкершілікті өз ыңғайына қарай таңдай алады. Ең бастысы — КӘЖ қоғам үшін де, компания үшін де қолайлы екенін түсіну қажет. Мәселен, ауқымды өнеркәсіп компаниясы КӘЖ саласында қоршаған ортаны сақтап, қауымдастықты дамытуға тырысса, орта деңгейдегі компания клиенттер мен тасымалдаушылармен тіл табысуға тырысады. Мысалы, IT компаниясы түрлі оқу орындарындағы компьютерлік сауаттылыққа қатысты жобаларға қолдау білдіріп, IT саласындағы түрлі бағдарламаларды жүзеге асырып, стипендиялар тағайындайды. Компания немен айналысса да, тұтынушылар арасында, серіктестері мен бәсекелестері арасында беделі артады. Әрине, бұл компания үшін де өте тиімді.

КӘЖ ұстанымдарына кіріспес бұрын, алдымен компанияның мақсатын айқындап, оның қаншалық керек екенін түсінуі керек, КӘЖ-ді енгізгеннен кейін жағдайы қалай өзгеретінін, іс-әрекетінің нәтижесін қалай бақылайтынын нақтылап алуы керек.

Бүгінгі таңда компаниялар КӘЖ саласындағы іс-әрекетін жариялап келеді. Мұндай есептер көптеген банктің, телекоммуникация компанияларының, мұнай, тау-кен және металлургия кәсіпорындарының сайттарында көрініс тапқан. Ірі компаниялар КӘЖ бағытындағы істері турасында көбірек айтқанды ұнатса, шағын және орта бизнес өкілдері бұл туралы үндемегенді жөн көреді. Компаниялар арасында түрлі КӘЖ дағдыға айналуы үшін айта берген дұрыс. Сол арқылы мемлекетте бизнес-орта қалыптасып, әлеуметтің қамын ойлайтын, жауапкер-

шілігі мол компаниялар танылады, бизнес өкілдерінің көмегімен әлеуметтік мәселелер оң шешімін табады.

1-тапсырма

Өзің сіз тұратын жерде КӘЖ қалай іске асырылып жатқанына мысал келтіріңіз. Мәселен, спорт алаңы не балаларға арналған ойын алаңқайларының салынуы, саябақтар көркемделіп, ауруханалар мен мектептердің қамқорлыққа алынуы т.с.с. мүмкін. Ақпарат ашық дереккөздерден алып, қысқаша сипаттаңыз.

КӘЖ МОДЕЛЬДЕРІ

Өткен сабақтарда сөз болған Хофстеде әдіснамасын естеріңізге түсіріңіздер. Мәдени, әлеуметтік, тарихи ерекшеліктеріне байланысты әр мәдениеттің КӘЖ нормалары алуан түрлі болып келеді. Олардың ішінен үш модельді бөліп алуға болады: американдық, еуропалық және жапондық (азиялық).

Еуропалық модельде мемлекеттің басымдық қызметі көрінеді. Яғни мемлекет бизнесмендерге көп салық салып, оны түрлі әлеуметтік жобаларға жұмсайды. Кәсіпкерлер әлеуметтік мәселелердің оң шешімін табуына көмектесіп жатқандарын түсінеді, бірақ оның қалай жүзеге асатынын мемлекет шешеді.

Американдық модельге мемлекет көп қатыспайды. Бизнесмендер түрлі қорлар ұйымдастырып, коммерциялық емес ұйымдарды қаржыландырады. Кімге қалай көмектесетіндерін өздері шешеді. Қызметкерлер компанияның түрлі әлеуметтік жобаларына волонтер ретінде қатысады.

Жапондық (азиялық) модельде әр қызметкердің өмірі компанияның тыныстіршілігімен біте қайнасады. Жұмысқа кірген соң қызметкер өмір бойы сол компанияда істейді, әріптестері «отбасы мүшелеріне» айналады. Белгілі бір аймақта, қоғамда жұмыс істейтін компаниялар өз міндеттеріне асқан жауапкершілікпен қарайды.

Африкалық модель мен латынамерикалық модельдің мәні төменірек. Африкалық модельде компаниялар қоғамдастық мүшелерінің пікірін ескере отырып, нақты аймақтарға не қауымдастықтарға көмек көрсетеді (яғни қоғамдастықтар компанияларға әлеуметтік жобаларға бөлінген қаржыны қайда жұмсау керегін айтып отырады).

Латынамерикалық модельде бұқаралық ақпарат құралдары, университеттер мен үкіметтік емес ұйымдардың насихаты арқылы қоғамға КӘЖ жайында толық ақпарат беріліп, тұрғындар елдегі игі бастамаларды біліп отырады.

2-тапсырма

Осы уақытқа дейін игерген білімдеріңізді (Хофстеде әдіснамасын да) пайдаланып, еліміздің мәдени, тарихи, әлеуметтік ерекшеліктерін ескеріп, Қазақстанға КӘЖ-дың қай моделі сәйкес келетінін анықтаңыздар.

Қазақстандағы КӘЖ

1990 жылдардың ортасында Қазақстан нарығына шетелдік компаниялар келіп, әлеуметтік жауапкершілігін көрсете бастады. Осыған байланысты қазақстандық бизнесмендер де компанияларына КӘЖ ұстанымдарын енгізбек болды. Алайда бизнесмендердің көбі, Қазақстан қоғамы мұны әлі толық түсіне алмай отыр. Кәсіпкерлер КӘЖ ұстанымы қандай болатынын білмейді.

2013 жылы САНДЖ зерттеу орталығы жүргізген сауалнамаға сәйкес, КӘЖ туралы ҚР бизнес өкілдерінің 63%-ы ғана біледі, олардың ішінде ірі компаниялар 100% біледі, ал шағын бизнес өкілдерінің 47%-ы ғана біледі. Қазақстан азаматтарынан шыққан белсенділер мен мемлекеттік қызметшілер КӘЖ тұжырымдамасын толық меңгере қоймаған. Олар бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін тек қайырымдылық ретінде түсінеді.

Қазақстандық компаниялардың тек 57%-ы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі болуы керек екенін түсінеді. Респонденттердің көбі «КӘЖ ауқымды бизнеске, сондай-ақ мұнай-газ, тау-кен өндіретін кәсіпорындар сияқты қоршаған орта мен денсаулыққа зиян келтіретін компанияларға ғана қатысты» деген пікірде. Орта және ірі бизнеспен салыстырғанда, шағын бизнес өкілдері КӘЖ ұстанымдарын белсенді түрде жүзеге асыруға әлі де дайын емес.

3-тапсырма

Шағын бизнестің КӘЖ-ді жүзеге асыруға дайын болмауының себептерін атап беріңіздер.

Қазақстанда Үкімет осы бастаманы барынша қуаттай отырып, елдегі КӘЖ дамуына елеулі қолдау көрсетеді. 2008 жылы ҚР Президенті КӘЖ саласына «Парыз» сыйлығын тағайындады, осы конкурстың гран-приі КӘЖ-ді енгізіп жатқан көшбасшы компанияларға беріледі. Сондай-ақ компаниялар арасында корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті дамытуға бағытталған бірқатар мемлекеттік стандарт бар.

Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті Н. Назарбаев «Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясы» атты Қазақстан халқына жолдауында заманымыздың шынайы болмысы мемлекет пен кәсіпкерлердің, жеке сектордың, бүкіл қазақстандық қоғамның күшжігері мен сындарлы өзара іс-қимылын шоғырландыруды талап ететінін атап

өтті. Бүгінгі таңда кәсіпкерлік ортада қоғам алдындағы жауапкершілік ерекше маңызды бола бастады. Қазақстандық КӘЖ үлгісі әлі ресімделмеген, бірақ билік пен бизнестің өзара іс-қимылының төрт конструктивті үлгісі бар. Бірінші модель — ерікті-мәжбүрлі қайырымдылық бойынша бизнес қолда бар әлеуметтік инфрақұрылымды сақтап қалғысы келетін билік директиваларын ұстанады.

Мысалы, әлеуметтік-мәдени саладағы шығынды нысандарды қолдау. Екінші модельді сауда деп атауға болады, онда билік те, кәсіпкерлер де ойынның негізгі ережелерін басқа тарапқа жүктей алмайды. Екі жақ та бір-біріне қысым көрсете алмайды. Үшінші, қала — комбинат немесе моноқала деп аталатын модель қала құрылысы кәсіпорнынан басқа ештеңе жоқ, яғни кәсіпорындары мен өндірістері жоқ моноқалаларға тән; төртінші модель — әлеуметтік әріптестік барынша жетілдірілген, себебі ол биліктің кәсіпкерлік құрылымдары мен халықпен бірлестікте жұмыс істейді.

Қазақстандық КӘЖ моделінің ерекшеліктері:

Бизнестің мақсаты — пайда табу, бизнес-үдеріске тікелей қатысушылар алдында міндеттерін орындау. Осыған қол жеткізгеннен кейін қоғам алдындағы жауапкершілігі туындайды. Компанияның жұмысы экономиканың дамуына ықпал етеді: халықты жұмыс орындарымен қамтамасыз етеді, салық төлейді. Шағын және орта бизнес компаниялары жоғарыда аталғандардан басқа мақсатқа активтерін жұмсай алмайды.

Ұзақмерзімді даму жоспары бар, нарықта көп уақыттан бері белсенді әрекет етіп келе жатқан, бәсекелестері бар, салықты уақытылы төлеп жүрген компаниялар ғана әлеуметтік жауапкершілігін түсінеді.

3. Бірқатар бизнесмендер КӘЖ ретінде қызметкерлерін қорғап, сырқаттанып қалған жағдайда жалақы төлеудің орнына билік басындағылардың көзіне түсіп, қайырымдылық шараларын өткізгенді жөн көреді.

4. Еліміздің түрлі аймақтарындағы әртүрлі компаниялар арасындағы елеулі айырмашылықтарға байланысты ортақ талаптарға келтіру қиын болғандықтан, КӘЖ-дің бірыңғай стандарты жоқ. Ұлттық компанияға дұрыс болған нормалар жеке компанияларға мүлдем жарамайды; халықаралық компаниялар, ірі қалалардағы немесе ауылдардағы компаниялардың нормалары да бөлек болады.

5. Бірқатар бизнесмендер «КӘЖ арқылы мемлекет өзінің міндетін басқаларға жүктейді» деген пікірде. Алайда мемлекет те, бизнесмендер де, қоғамдастық та бірлесе әрекет етіп, кеңесіп, келісіп отыратын болса, бәріне де ыңғайлы болады.

6. Елімізде КӘЖ дамуына компаниялардың қанша қаржы бөліп жатқаны туралы мәлімет беретіндей бірыңғай дерекқор болмағандықтан, еліміздегі КӘЖ ахуалын бақылап отыру мүмкін емес.

7. Кейде компаниялар белсенді түрде атсалысып жатқандай кейіп танытқанмен, шын мәнінде, КӘЖ ендіруге құлықты болмайды.

8. Бірқатар бизнесмен: «Әлеуметтік жауапкершілік ірі компанияларға ғана қатысты, шағын және орта бизнес әлеуметтік жауапкершілік қағидатын ұстануға міндетті емес», — деп санайды. Тәжірибе көрсеткендей, шағын және орта бизнес өкілдері жергілікті қоғамдастықтың өзекті мәселелерін жетік білетіндіктен, істің оңтайлы шешімін табуына септесе алады.

9. Моноөндірістік қалаларда жергілікті қоғамдастықты қолдау үшін бизнес өкілдері көптеген шараны атқаруға мәжбүр болады. Мәселен, Жаңаөзен қаласында қала тұрғындарының көпшілігі мұнай өндіретін кәсіпорындарда жұмыс істейді. Соған байланысты компания әлеуметтік, өндірістік мәселелерге қыруар қаржы жұмсап отыр. Мұндай қалаларда мұнай жабдықтарын жөндеу, доңғалақ өндірісі, ауылшаруашылық нысандарын құру т.с.с. бизнестің жаңа түрлері жолға қойылған.

10. Екі жақтың да — бизнестің өзінің де, қоғамдастығының да мүдделерін ескеріп, дамытуды мақсат ету қажет.

4-тапсырма

Қазақстанда бизнестің қоғам алдындағы әлеуметтік жауапкершілігі туралы екі түрлі пікір бар. Бірқатар кәсіпкер «Бизнес әлеуметтік сипат алып,



7-сурет. Жаңаөзен қаласындағы тұңғыш бұрғылау мұнарасына орнатылған ескерткіш

қоғамға барынша қолдау көрсетуі, оған қаражат бөліп отыруы және т.б. шаралар жасауға тиіс» деген пікірде. Онысы дұрыс та! Яғни мүмкіндігі көп адамның жауапкершілігі де көп болуы керек.

Екінші пікір де бар. Бұл пікірді қолдаушылар «Әлеуметтік жауапкершілік мемлекетке жүктелуі керек» деп есептейді: бизнес иелері салық төлеп отыр. Сондықтан халықтың әлеуметтік қажеттіліктерін мемлекет өтеуі керек.

Екі топқа бірдей бөлініп, КӘЖ-дің дұрыс жағы мен теріс жағы туралы пікір таластырыңыздар. Тұжырымдарыңызды негіздеңіздер. Нақты дәлелі көп болған жақ жеңіске жетеді.

© «Көкжиек-Горизонт»

65-сабақ. Мақсат қоя білу

- Мақсат қоя білудің мәнін түсіну.
- Мақсатты тиімді қою үшін мақсатты болжау құралын қолдану.

Кәсіпкерлік және бизнес негіздері бойынша соңғы сабақтарға қош келдіңіздер! Осы уақытқа дейін маркетинг негіздері, пайда арналары, бизнес-ресурс, жеке қаржыны қалай дұрыс пайдалану керектігі т.с.с. жайында әңгіме өрбіттік. Енді өздеріңізді кәсіпкер ретінде сезінулеріңізге болады! Бірақ алдымен «Мен неге осылай істеймін? Маған ол не үшін керек?» деп ойлану керек. Бұл сұрақтарға жауап бермейінше мақсат қоя алмайсыз, яғни ештеңеге қол жеткізе алмайсыз. Келесі екі сабақта алға мақсат қоя білудің маңызы, мақсатқа жету жолдары туралы сөз етеміз[1].

Осы сабақтың аясында барлық сұраққа жауап беру мүмкін емес. Сондықтан үйіңізде, тыныш жерде отырып, сабақта не жайында айтылғанын тағы да ой елегінен өткізіңіз.

Адам әрдайым үлкен мақсат қоя бермейді. Бір күнде мақсатымызды бірнеше рет өзгертуіміз мүмкін: жұмысқа уақытылы келу, тапсырылған істі аяқтау, жақсы пікір қалыптастыру. Мақсатымызды жүзеге асыратын жағдаят та өзгеріп отырады; жағдаят та түрліше қабылданады. Сол себепті мақсатымыз айқын да нақты болуы керек. Сонда ғана бағытымыз, ұстанымымыз нық болады.

Мақсат қою арқылы адам өзінің не көздейтінін айқындайды, негіз қалайды. Мақсат қою барысында мақсатқа жету жолдарын нақтылап реттейді: қай мақсаттың негізгі, қайсысының қосалқы екенін нақтылайды.

Мақсат қою — *субъектінің мақсаттарын нақтылауы.* Мақсатты айқындаған кезде оған жетудің жолдарын да нақтылау қажет. Әртіс болғысы келетін адам театр үйірмелеріне баруы керек, гимнастикамен айналысуы керек, вокал сабақтарына қатысуы керек, емтихан бағдарламасын біліп дайындалуы керек. Бұл — негізгі мақсатқа жетудің жолдары.

Кейде адам нені мақсат ететінін түсінбей де жатады. Мақсатты айқындау үшін бірнеше күн, бірнеше ай, тіпті бірнеше жыл керек болуы да мүмкін. Мақсатты айқындау оңай емес.

Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Цельная жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. — М.: Эксмо, 2018. — 352 с.

Адам мақсат қоя отырып, кейде нақты мүмкіндігін ескермейді, алайда қиялға беріліп, арманға қол созу мүмкін емес. Сондықтан адам өзінің шамасын — уақытын, материалдық, психологиялық, әлеуметтік жағдайын ескеруі керек.

Мақсат еткен кезде қайсының негізгі екенін нақтылап алу қажет. Күн сайын алуан түрлі, тез арада іске асатын мақсаттарыңыз болады, мысалы, үйге берілген тапсырманы орындайсыз, анаңызға көмектесесіз, үй жинап, достарыңызбен бірге қыдырып қайтасыз т.с.с. Бүкіл уақытыңызды осылай жұмсап, жүре берсеңіз, ең негізгі мақсатыңыз, мысалы, ЖОО-ға грантқа түсуге уақытыңыз болмай қалуы мүмкін. Сондықтан негізгі мақсатыңызды ойлап, күнделікті ұсақ-түйек мақсаттардан бас тартуға тура келеді, мысалы, достарыңызбен бірге киноға бармай-ақ қоюға болады.

Ойындағысы болған, табысқа қол жеткізген адамдар негізгі мақсаттарды ажырата білген, оған кедергі болатын ұсақ мақсаттардың бәрінен бас тартқан.

Әрине, негізгі мақсат бірден орындалмайды. Сондықтан оны бірнеше ұсақ мақсаттарға бөліп алуыңызға болады. Ең бастысы — сол ұсақ мақсаттар негізгі мақсатқа жетелеуі керек. Еркіндік беретін әрі қалаңыздағы немесе еліңіздегі тұрғындардың әл-ауқатын көтеретін табысты бизнесіңіз болғанын мақсат етсеңіз, негізгі мақсатыңызды ұсақ мақсаттарға бөліп алғаныңыз дұрыс. Мысалы, университетке түсу, үш ай сайын бизнес туралы жаңа кітапты оқыңыз, білім алуыңыз керек, демалуыңыз керек, отбасы мүшелеріне көмектесу үшін арнайы уақыт бөліп, дұрыс жоспарлай білуіңіз керек, кітаптардан үйренгеніңізді тәжірибе жүзінде көру үшін шағын бизнес ашып, тәжірибе жинақтауыңыз керек, ата-анаңыздан ақша сұрауды қойып, қажет ақшаны өзіңіз табуға тырысуыңыз керек т.с.с.

Өзара байланысты, біртұтас логикамен біріккен мақсатты басшылыққа алсаңыз, өміріңіз мәнді де сәнді болады.

1-тапсырма

Өмірдегі негізгі мақсатыңызды көрсетіңіз. Сол мақсатқа жеткізетін ұсақ міндеттерді жіктеңіз.

ӨМІРЛІК ЖОСПАРЛАР МЕН БАҒДАРЛАМАЛАР

Әр қоғамда, әрбір әлеуметтік ортада өмірлік стратегиялардың жалпыға ортақ үлгілері болады. Кез келген саланың стандарты болады, сонда ғана нақты нәтижеге қол жеткізуге болады. Адамның өмірдегі орнын анықтап, басқалардың нәтижелерімен салыстыруы «әлеуметтік салыстырмалы норма» деп аталады.

Өмір жолының әртүрлі кезеңдеріндегі жоспарлардың өзіндік ерекшелігі болады. Жасөспірім кезде адам қиялшыл келеді. Әлеуметтанушылар мен психологтер тұлғаның өзін-өзі анықтау кезеңі — ерте жасөспірім кезеңіне көп көңіл бөледі.

Осы кезеңде жоспарлар көбінесе диффузиялық, шындыққа жанаспайтын сипатта болады. Бұл кезеңді әлеуметтік психологтер реалистік емес оптимизм деп атайды. Бұл кезеңде адам кездесуі мүмкін кедергілерді ескермей, өмірді даңғыл жолдай көреді. Мақсатына жететініне кәміл сенеді. 35 жасқа келгенде қарқыны бәсеңдейді, бұрынғыдай мақсат қойып, оған қалай да жетуге талпынбайды. Өмірдің мәні туралы ойлана бастайды. Елуді еңсерген кезде адам енді жаңадан ештеңеге кірісе алмайтынын, ештеңеге қол жеткізе алмайтынын түсініп, әу баста мақсатын қаншалық дұрыс қойғаны, мақсаты қаншалық орындалғаны жайында ойлана бастайды.

Жеке адамның өмірлік жоспары «өмір кестесіне» немесе «таймингіге» тәуелді болады, яғни адам білім алуы керек, некелесуі керек, бала-шағалы болуы керек т.с.с.

Өмірлік жоспар көп болуы мүмкін. Әдетте, бәрін бір жерге тоғыстыру қиынға соғып жатады. Адам өсіп-жетіле келе өмір жолын саналы түрде ойластырып, мақсатқа кедергі болатын тосқауылдарды жоюға тырысады. Өмірде неге қол жеткізгіңіз келетінін білсеңіз, кедергі де, қиындық та тосқауыл бола алмайды: мақсат қоя отырып, мойымай, бәрін жеңуге тырысасыз.

Арктиканы зерттеген Отто Юлиевич Шмидт он төрт жасында болашақта солтүстіктегі зерттеулері нәтижелі болу үшін ғылымның қай саласын оқып, үйрену керек, қай тілді меңгеру керек, қандай зерттеулер жүргізу керектігін егжей-тегжейлі ойластырып, жасалуы керек іс-әрекетінің тізімін жасап алған. Болашақ ғалым бағдарламаны жүзеге асырудың соңғы мерзімін есептеп шыққанда ол үшін 500 жыл керек екенін анықтапты! Біраз еңбектеніп, оны 160 жылға дейін «қысқартыпты». 70 жасында О.Ю. Шмидт мұрағаттан сол жоспарын тапқанда сол уақытта жоспарланған 160 жылдық бағдарлама іс жүзінде аяқталып қана қоймай, артығымен орындалғанына көз жеткізіпті.

2-тапсырма

Қағаз алып, алдағы 15 жылда не істейтініңізді жазып шығыңыз. Оқиғалардың аралығы алты ай болуы керек! Оқиғалар 1-тапсырмада көрсетілген негізгі мақсатыңызға негізделіп, арадағы жетістіктері көрсетілуі керек!

Дегеніне қол жеткізе білу

Мақсатыңыз айқын болса да, оған қол жеткізу үшін не істейтініңізді анықтап алуыңыз керек. Тайм-менеджментке арналған сабақта сөз болған SMART әдістемесі есіңізде болсын.

Жоспарыңыз

- нақты («Мен табысты кәсіпкер боламын»);
- санмен өрнектелген («Бизнесімді 5 жылдан кейін ашамын»);
- қолжетімді («Мен президент емес, табысты бизнесмен боламын»);
- оны іске асыруға қатысатын барлық адам ескерілген («мен 2 жыл емес, 5 жылдан кейін табысты бизнесмен боламын, өйткені ата-анама көмектесуім керек»);
- табысты болуының нақты критерийлері бар («табысты бизнесмен — жеке бизнесім болғандықтан, үнемі пайда түсіп тұрады, қажет ақшам болады»);
- басқа жоспарлар ескерілген («мен табысты бизнесмен боламын, сондықтан екі жыл музыка мектебінде оқып, уақытымды зая жібермеймін»);
- дамып, кәсіби тұрғыдан жетілу ескерілген («мен табысты бизнесмен боламын, сондықтан маркетинг, сауда-саттық, келіссөз жүргізуді үйренуім керек») ***болуы керек.***

Мақсатқа жету жолында алуан түрлі қиындықты еңсеруге тура келеді. Мысалы, оқып жүріп, бизнеспен айналысуыңыз керек: достарыңызбен жиі кездесе алмайсыз, бірнеше жыл демалысқа шыға алмайсыз, күніне 7 сағат ұйықтайсыз. Мақсатқа жету жолында күш-жігеріңізді жиюыңыз керек. Уәждемеңіз аз болса, жігерсіздік танытуыңыз да ғажап емес: көбірек ұйықтап, бар уақытыңызды көңіл көтеру үшін жұмсап қоюыңыз мүмкін, соның салдарынан мақсатыңызға жете алмай қаласыз. Демек, ынталанып, қиындықтарға төтеп беруге негіз болатын басқа да мақсаттарды тауып алуыңыз керек.

Мақсат қоюда басшылыққа алынатын қағидаттар:

- Қысқамерзімді мақсаттар өте маңызды, нақты, іске асатындай болуы керек.
- Мақсатты басқаларға емес, өзіңіз үшін қоясыз.
- Өз мақсатыңыз бен басқалардың мақсатын ажырата білуіңіз керек.
- Мақсат пен тілекті ажырата білуіңіз керек. Мақсат — сыртқы нәрсе, адам оған саналы түрде қол жеткізуге тырысады. Мақсат етіп, тілегін іске асырады.
- Үлкен мақсат қойыңыз, ұсақтатпаңыз. Өмірдің әр кезеңінде бір мақсат болуы керек.
- Мақсатыңыз орындалған кезде қандай артықшылыққа қол жеткізетініңізді елестетіп көріңіз. Артықшылығы көп екенін түсінсеңіз, қиындықтарға мән бермеңіз. Ол табысыңыздың өтемі болсын.

Не қалайтынын білетін, қандай қиындық болса да, мақсатына ұмтылған адамның имиджі өмірде де, кәсіби қызметте көмектесе алады. Мақсат қоя білу, нақтылап, өзгерте білу осындай имидждің қалыптасуына ықпал етеді. Сонымен, кез келген міндетті шешу барысында, әсіресе, сіздің ойыңызша, ол өте маңызды болса, өзіңізге «Қазір жасап жатқан жұмысым мақсатыма жеткізе ме?» деген сұрақ

қойыңыз. Мақсатқа жеткізетін жұмыс болса, әрі қарай да айналыса беруге болады. Мақсатқа жеткізбейтін болса, алға қойған міндетті шеше отырып, мақсатқа жету үшін не істеуіңіз керек екенін анықтап алыңыз. Осылайша, әр ісіңізді қадағалап, бағыттап отырыңыз.



Күнбе-күн өз-өзіңізге «бір күндік қызыққа әуестенбей, мақсатыма талпынам!» деп көбірек айтыңыз. Сол арқылы қазіргі кезде маңызды болып көрінетін бірқатар істерден құтыласыз. Ертең, бір аптадан кейін не бір жылдан кейін ол қажетсіз болып қалады.

3-тапсырма

1-тапсырмадағы негізгі және аралық мақсаттарыңызды 1) нақты, 2) санмен өрнектелген, 3) қолжетімді, 4) оны іске асыруға қатысатын барлық адам ескерілген, 5) табысты болуының нақты критерийлері бар, 6) басқа жоспарлар ескерілген, 7) дамып, кәсіби тұрғыдан жетілуіңіз ескерілгендей етіп құрыңыз.

66-сабақ. Мақсат қоя білу

- Мақсатты қоя білудің мәнін түсіну.
- Мақсатты тиімді қою үшін мақсатты болжау құралын қолдану.

Өткен сабақта мақсат қоюдың маңызы туралы әңгіме қозғадық. Бұл сабақта мақсат қоюға байланысты нақты ұсыныстар туралы сөз етеміз.

Бұл сабақта барлық тапсырманы орындауға үлгере алмай қалатын шығарсыз. Сыныпта барлық тапсырманы орындап үлгермесеңіз, үйге барған соң жеке отырып, жасап шығыңыз. Сол арқылы мектепте оқып жүріп-ақ мақсат қойып, көздеген мақсатыңызға қазірден ұмтыласыз.

Он екі қадаммен мақсатқа жету

Өмір қысқа, ал ресурс әрдайым шектеулі, сондықтан уақыт пен күш-жігерді дұрыс пайдалану керек. Мақсатқа жету үшін ресурсты (күш, уақыт, құралдар және т.б.) дұрыс бөле білу керек. Оның өзіндік жүйесі бар.

1-қадам. Тілек тілеңіз.

Әдетте, мақсатымызды жан-тәнімізбен қалай бермейміз. Жан-тәнімен қалаған адамға ештеңе кедергі бола алмайды. Себебі мақсатына жету үшін ол еш нәрседен тайынбайды. Әдетте, мақсатқа жетуде қорқыныш кедергі болады: өмірде тауыңыз шағылып, бетіңіз қайтып қалудан қорқу, жақындарыңыздың үмітін ақтай алмай қалудан қорқу, жауапкершілік алып, тәуекел етуден жүрексіну... Бизнесмен болғысы келетін жастар кейде тәуекелге бел буа алмай, өз ісін ашудың орнына компанияға барып, тұрақты жалақыға жұмыс істегенді жөн көреді.

Адам нені көбірек ойласа, зейіні соған шоғырланады. Қандай да бір істі бастамақ болып, бастапқы қаржыны қайдан алатыныңыз, қалай үйренетініңіз туралы ойлансаңыз, жазбаша түрде жоспар құрып, мақсатыңызға жетуге талаптаныңыз. Талаптанған адам кедергілерден қорықпайтын, мойымайтын болады.

Мақсат қойған соң, әсіресе негізгі мақсатты анықтап алған соң нақты сезініп, елестету керек. Не үшін соны мақсат ететініңізді түсінуіңіз керек. Сізден басқа ешкім оның анық-қанығын білмейді. Ой елегінен өткізіп, қандай болғыңыз келетінін, нені керек ететініңізді сезіне білуіңіз қажет.

1-тапсырма

Біреуге еліктеу (сәйкестендіру) арқылы өзіңіздің кім болғыңыз келетінін түсінесіз. Нақты біреуге ұқсағымыз келсе, солай болуға талпынамыз, барынша тырысамыз. Өзіңіз ұқсағыңыз келетін үш адамды (нақты өмірде бар не қиялыңыздағы) атын жазыңыз. Олардың қандай ерекшелігі бар? Не себепті ол кісілерге ұқсағыңыз келеді?

2-қадам. Сендіру қабілетін жетілдіріңіз.

Мақсаттарыңызға жететініңізге кәміл сенуіңіз керек. Осы мақсатқа лайық екеніңізге сенімді болуыңыз керек, сонда ғана ол жүзеге асады. Мақсатыңызға жететініңізге толық сенгенге дейін өзіңізге деген сеніміңізді нығайтуыңыз қажет.

Бастапқыда шынайы мақсат қою керек. Табысты арттыру мақсатында алдағы 12 айдың ішінде 10, 20 немесе 30 пайызға арттыруға тырысу керек. Бұл — ақылға сыятын, сенуге болатын мақсаттарыңыз.

Салмақ тастағыңыз келсе, 10, 15 немесе 20 килограмм тастауды мақсат етуге болмайды. Одан да таяу арада, 30-60 күнде 2 килограмм тастауды мақсат еткеніңіз жөн. Алғашқы 2 килограмды тастаған соң жаңа мақсат қоюға болады, тағы 2 килограмм тастап, бірте-бірте қалаған салмағыңызға жетесіз. 2 килограмм тастай алатыныңызға көз жеткізуге болады, ал бірден 10 килограмм тастауға тырыссаңыз, бетіңіз қайтып қалуы да мүмкін. Саналы түрде оны сезіне алмайсыз.

Үлкен мақсаттарға қол жеткізу айтарлықтай күш-жігерді талап етеді. Кейде ол үшін бірнеше апта, ай, тіпті бірнеше жыл аянбай еңбек ету қажет болады. Көп адам өз мүмкіндіктерін ескерместен, ұлы мақсаттар қояды да, біраз тырысқан соң көңілі қалып, тастай салады. Жасып «мақсат қоюдың қажеті жоқ!» деген тұжырымға келуі де мүмкін.

3-қадам. Жазып алыңыз.

Жоспар мен мақсатты жазып қою керек. Әйтпесе олар жай қиял болып қалады. Мақсат пен жоспарды жазып қою арқылы нақты пішін бересіз. Енді қолыңызға қалам алып, мақсатыңызды ойша елестетпей, көзіңізбен көруге болады.

4-қадам. Мақсатқа жетудің бүкіл артықшылығын тізімдеп алыңыз.

Уәжіңіз, әрекетке итермелейтін себептерге байланысты болады. Себеп көп болған сайын уәжіңіз де күшті болады. Себеп сізді жігерлендіріп, рухтандыруы керек. Ол алға итермелейтіндей күш болуы керек. Мақсатқа қол жеткізген жағдайда қандай артықшылыққа ие болатыныңызды тізіп жазып шығыңыз. Тізім неғұрлым ұзақ болса, соғұрлым уәжіңіз де мықты болады. Мақсатқа жетудің себебі біреу ғана болса, жігеріңіз жасып, бетіңіз қайтып қалуы мүмкін. Себеп көбейген сайын күш-жігеріңіз тасып, кедергілерге тойтарыс бересіз.

2-тапсырма

Мақсатқа жетудің артықшылығын көрсетіп, кем дегенде 10 тармақтан тұратын тізім жасаңыз.

5-қадам. Бастапқы жағдайыңызды, бастапқы ұстанымыңызды анықтап алыңыз.

Салмақ тастағыңыз келсе, диета ұстап, спортпен айналыспас бұрын алдымен өлшеніп алыңыз. Қаржыңызды көбейткіңіз келсе, қолда барын есептеп алуыңыз керек. Бұл орайда, ақшаңызбен қатар, мінез-құлқыңыз, дағдыңызды да ескергеніңіз жөн.

Дәл қазіргі қалпыңызды нақтылап алған соң кейінгі өзгерістерді осымен салыстыра отырып, анықтауыңызға болады.

3-тапсырма

Бастапқы ұстанымыңызды анықтаңыз. Бастапқы позиция мақсат призмасы арқылы сипатталуы тиіс: табысыңызды көбейтудің мақсат етсеңіз, бастапқы жағдай бүгінгі табысыңызды сипаттауы керек; тәжірибе жинақтауды мақсат етсеңіз, бүгінгі қалпыңызды нақтылап алуыңыз керек (қазіргі кездегі қарқыныңыз 0 сағат 0 минут болса, 2030 жылдың 1 мамырына дейін кәсіби ұшқыш болып 300 сағаттай ұшуды мақсат етесіз).

6-қадам. Шекті мерзімді белгілеңіз.

Қашан тапсыруыңыз керек екенін нақтылап алмасаңыз, істі кейінге шегере бересіз. Сол себепті мақсаттың мерзімін айқындап алуыңыз керек. Сол арқылы міндетіңізді белгілеп, бақылап отырасыз. Бастапқыда қателесіп, міндетіңізді дер уақытында үлгере алмай қалуыңыз мүмкін. Оның себебін анықтап алған соң бәрін ескеріп, мерзімін жаңадан қойыңыз. Мақсатыңызға жету үшін бірнеше жыл керек болса, бірнеше ай кететін ұсақ міндеттерге бөліп, мерзімін белгілеңіз. Әрі қарай жіктеп, бір айдағы міндеттеріңізді де нақтылап алуыңызға болады. Осылайша негізгі мақсатыңызға жетуіңізге болады.

4-тапсырма

Барлық аралық мақсатыңыздың мерзімін айы мен жылын белгілеп, көрсетіңіз.

7-қадам. Мақсатқа жету жолындағы бүкіл кедергіні тізімдеңіз.

Мақсатыңызға жету үшін түрлі қиындықтар мен кедергілерді еңсеруіңіз керек. Табысқа қол жеткізген кәсіпкер сол жолда тап болған тосқауылдарға қалай қарсы тұрғанын айтып бере алады. Қандай кедергілер болуы мүмкін екенін ой-

лап, қарапайымнан қиынына дейін түгел тізімдеп шығыңыз. Енді ең қиынына қалай төтеп беретініңізді ойланыңыз (Ең қиынынан бастаған жөн, басқалары біртіндеп реттелетіні есіңізде болсын). Кедергі әртүрлі болуы мүмкін. Ерік-жігеріңіз, білік-дағдыңыз жетпей қалуы мүмкін. Олай болған жағдайда не істеу керек екенін ойланыңыз.

5-тапсырма

Мақсатқа жету жолындағы барлық кедергіні тізімдеңіз.

8-қадам. Мақсатқа жету үшін қандай қосымша ақпарат қажет болатынын анықтаңыз.

Мақсатқа жету үшін ақпарат не білім қажет? Қай тұрғыда, не жетіспей жатқанын білсеңіз, біліп алуыңызға, біліміңізді жетілдіруіңізге болады. Ол үшін кітап оқып, ойлайн-дәрістерге қатысуға, университетте білім алуға, мамандармен пікір алмасуға т.с.с. болады.



6-тапсырма

Мақсатқа жету үшін қажет болатын қандай ақпарат, дарын, дағды, қабілет, тәжірибе керек екенін нақтылап, тізімін жасаңыз. Ол қабілеттерге ие болудың не ақпарат алудың ең тез жолдарын анықтап алыңыз. Қандай маңызды ақпарат жетіспейтінін біліңіз.

9-қадам. Кімдердің көмегі, қолдауы қажет болатынын жазыңыз.

Тізімде отбасыңыздың мүшелері, достарыңыз, тіпті жақтырмайтын адамдарыңыз да болуы мүмкін. Тізімдегі адамдардың қайсысының көмегіне аса зәру екеніңізді анықтаңыз.

7-тапсырма

Сізге көмегі мен қолдауы қажет болатын адамдардың тізімін жасаңыз.

10-қадам. Жоспар құрыңыз.

Нені қалайтыныңызды, ол қашан, не үшін керек екенін, қазіргі деңгейіңізді, қандай кедергілер кездесуі мүмкін екенін, не білуіңіз керек екенін, кімдер көмектесе алатынын түсінген соң мақсатыңызға қалай жететініңізді жоспарлауыңызға болады. Жоспар құрып алған соң, соны басшылыққа алып, соған сәйкес әрекет етуіңіз керек.

8-тапсырма

Мақсатыңыздың жоспарын құрыңыз.

11-қадам. Көз алдыңызға елестетіңіз.

Мақсатыңыз туралы жиі-жиі ойланып, оған қол жеткізгендей болыңыз. Өстіп қайта-қайта елестетіңіз. Елестеткен сайын соны жаныңызбен қалап, сеніміңізді бекіте түсесіз.

12-қадам. Райыңыздан қайтып, кейін шегінбейтіндей болып бекініңіз.

Табандылық пен жігерліліктің арқасында ғана мақсатқа жетуге болады. Ойға алған нәрсеңіз болмай қалса, не болатыны туралы мүлде ойламаңыз. Өз-өзіңізге кері шегінбеуге, ойға алған ісіңізді қалай да орындауға серт беріңіз. Алған бетіңізден қайтпай, мойымайтын болсаңыз, түптің түбінде жеңіске жетесіз.

9-тапсырма

Жоспарыңыздың қасына «Не себепті мен ешқашан алған бетімнен қайтпаймын? Не себепті қанша қиналсам да, жоспарымды жүзеге асыруға тырысамын?» деген сұрақтың жауабын жазып қойыңыз.

67-сабақ. Өзіндік өмір стратегиясы

- Дұрыс мақсат қою арқылы жеке мансап стратегиясын қалыптастыру.
- Жеке өмір стратегиясын қорғау кезінде шешендік өнер дағдыларын қолдану.

Не үшін мақсат қою керек екенін білдіңіз. Мақсат қоя отырып, өміріңіздегі негізгі мақсатты айқындадыңыз. Енді не қалайтыныңызды түсінген соң жеке өміріңіздің стратегиясын қалыптастыруыңызға болады.

Табыстың жеке стратегиясы — өмірдегі негізгі мақсаттарды анықтап, жоспарлы түрде қол жеткізуге мүмкіндік беретін өмірлік стратегия. Сіз күн сайын жағдайға қарай әртүрлі іспен айналысуыңыз мүмкін немесе өмір ағысына ілесе бермей, өз өміріңізді өзіңіз құра аласыз.

Бұл сабақта тапсырма көп, сондықтан алған ақпаратты кейін тағы да ой елегінен өткізіңіз. Берілген тапсырмалар үйге берілетін кезекті тапсырмалардан бөлек. Орындап болған соң ұмытып қалуға болмайды. Бұл тапсырмаларды назарда ұстап, біраз уақыт өткен соң тағы да зерделеуіңіз керек. Тапсырмалар мақсаттарыңызға жетудің кілті болуы керек.

Иелену деген не?

Мақсатымызға байланысты біз түрліше әрекет етеміз. Осы жолда бойымыздағы қабілет-дарынымыз да көрінеді. Соның нәтижесінде болу — әрекет ету — иелену тізбегі түзіледі.



Адамның қалағанына қол жеткізе алмауының бірден-бір себебі көбінесе ісіне ғана мән беріп, өз бойындағы қабілетін ескермеуіне байланысты болады.



Не істеу керектігін егжей-тегжейлі білсеңіз де, мақсатыңызға жету үшін қабілетіңіз жетіспесе, ешқандай нәтиже болмайды. Төмен бағытталған эскалатормен жоғары шыққысы келген адамдай, басқан қадамыңыз кері кетеді.

Сондықтан «Не істеу керек?» деген сұрақпен қатар, «Қандай болуым керек?» деген сұрақты да қоя білу керек.

1-тапсырма

Қағаз бен қалам алыңыз да, шағын жаттығуды орындаңыз: 1) А нүктесін сипаттаңыз (қазір не бар екенін жазыңыз); 2) Б нүктесін сипаттаңыз (неге қол жеткізгіңіз келетінін көрсетіңіз); 3) табысқа қол жеткізген адамды елестетіңіз; 4) оның Б нүктесіне қалай қол жеткізуге болатынын не себепті білетін-білмейтінін анықтаңыз; 5) «Б нүктесіндегі деңгейге сәйкес шешім қабылдай алатындай болуым үшін не істеуім керек?» деп ойланыңыз.

Таңдау еркі

Өмірімізде алуан түрлі оқиғалар болып жатыр. Кез келген оқиға үшін біз автоматты түрде, бейсаналы түрде реакция жасаймыз. Әрекетіміз — болып жатқан оқиғаға реакциямыз. Ол адами қасиетімізге, болмысымызға байланысты. Нәтижесінде мынадай схема шығады: оқиға қандай да бір реакция тудырады: реакция басқа бір іске түрткі болады. Соның нәтижесінде бірдеңеге ие боламыз.

Мақсатқа жетелейтін әрекеттерді орындау үшін реакция дұрыс болуы керек. Ол үшін өз «болмысыңызды» өзгертуіңіз керек. Мұны өзіңіз жасай аласыз ба?

Сезімімізді тежеп, ырқымызға көндіре аламыз ба? Психолог Виктор Франкл сезімді бағындыруға болатынын айтады. Фашистердің концлагеріне түсіп қалған психолог басқаларға да көмектесіп, тығырықтан шығудың амалдарын үйреткен. Жинақтаған тәжірибесінің негізінде ол терапияның жаңа әдістерін ойлап тауып, адамдарды өз-өзіне қол жұмсау ниетінен тайдырған, райынан қайтарып, өмірден күдер үзбеуге үйреткен.



Сезімін ырықтандыра білетін адам қалағанын жүзеге асырады. Қандай болғысы келетінін анықтап алмайынша адам не істейтінін білмейді. Таңдау еркін қалай меңгеруге болады? «Қандай болуым керек?», «Маған не керек?» деген екі сұраққа жауап беру керек.

2-тапсырма

50 жылдық мерейтойыңызда отырмын деп ойлаңыз. Тойыңызға 4 адам — серіктесіңіз не іскер әріптесіңіз; досыңыз; жарыңыз; балаңыз келді. Әрқайсысы екі бөліктен тұратын құттықтау сөз сөйлеп, 1) адами қасиеттеріңізді, 2) жетістіктеріңізді айтты.

Әрқайсысының не деп айтқанын қалайсыз?

Бірінші бөлікте адами қасиеттеріңіздің тізімін жасап, әрқайсысына анықтама беріңіз. Мысалы, «мақсатқа ұмтылу» дегеніміз — әр сәтте мақсатқа жетелейтін әрекетті орындау, басқа нәрсеге алаңдамау. Екінші бөлікте түрлі салада орындалған мақсаттарыңызды: денсаулық, отбасы, бизнес / мансап жазыңыз.

Жеке миссия

Бірінші және екінші бөлімшелерде жеке миссияңыз көрсетілді. Ол — «Мақсатыма жетуім үшін реакциям мен іс-әрекетім қандай болуы керек?» деген сұрақтың жауабы. Мақсатқа жету үшін төменде көрсетілген қабілеттеріңіз болуы керек.

1) қажырлы болу[21]***.***

Қажырлы адам дұрыс әрекет ете алады. Бүкіл ісіңіз көңіл күйіңізге байланысты. Ісіңіз дұрыс болғанмен, көңіл күйіңіз болмаса, дұрыс нәтиже шықпайды.

Сондықтан қажырлы болуыңыз керек. Адам үшін қажыр-қайраттың мәні зор. Қажыр-қайраты болмаған адамның ештеңеге зауқы соқпайды. Зауықсыз істелген істің берекесі болмайды.

3-тапсырма

Жігерлі адам қандай болатынын есіңізге түсіріңіз. Оны 4 қырынан таныстып, 1) сырт келбетін — қалай көрінетінін; 2) іс-әрекетін — қалай істейтінін; 3) көңіл күйін — не сезінетінін; 4) ақылын — қандай ойы барын сипаттаңыз.

Жігерсіз адам төрт қайнар арқылы толықтыра алады:

1. Физикалық қайнар көзі. Ең алдымен, адам денесі арқылы өмірлік қуатты алады. Сіздің денсаулығыңыз — энергияның негізі, оған ерекше мән беру қажет. Ол үшін түнгі 11-ден бұрын жатып, таңертең 6:00-7:00-лерде тұру керек. Суды жеткілікті мөлшерде ішіп, пайдалы тағамдарды жеу керек. Спортпен айналысып, бойыңызды тік ұстаңыз.

2. ***Физикалық қайнар.*** Сырқат адамның ештеңеге шамасы жетпейді, ол денсаулығына ғана алаңдайды. Деніңіз сау болуы үшін режім сақтап, түнгі 11-ден бұрын жатып, таңертең 6:00-7:00-лерде тұруыңыз керек. Суды жеткілікті

мөлшерде ішіп, пайдалы тағамдарды жеу керек. Жаныңыз қалаған спортпен айналысыңыз.

3. ***Ақыл-ой қайнары.*** Бірбеткейлікке салынбаңыз, әдепсіз сөздерді қолданбаңыз, шығармашылықпен айналысыңыз (музыка, сурет салу т.с.с.), теледидар қарамаңыз, әлеуметтік желілерге босқа уақыт шығындамаңыз.

4. ***Рухани қайнар.*** Адамдармен (дос-туыс, таныс-біліс т.с.с.) тіл табыса біліңіз, қайырымды, мейірімді болыңыз. Сонда күш-жігеріңіз тасып, өмірге құлшынысыңыз артады.

4-тапсырма

4 қайнарды түгел сипаттаңыз. Физикалық, эмоциялық, ақыл-ой, рухани қайнар сізге қалай әсер етеді? Осы қағидаттарды ұстанған адам өзін қалай сезінеді?

2) Жеңу үшін ойнау

Мақсатқа жетуге қаншалық ниеттенгенімізді 0-ден 100-ге дейін шкала түрінде көрсетейік. Ниетіңіз 60 балдан аспаса, діттеміңіз толық болмағаны, тосқауылдарға қарсы тұра алмайсыз. 60-75 аралығында болса, басқалардың ұсынысы бойынша ниеттеніп жүрсіз. Немесе басқалардан қалмау үшін де ниеттенуіңіз мүмкін. Мақсатқа жетуге талпынғаныңызбен, жан-тәніңізбен қаламайсыз. 75-90 аралығында болса, мақсатыңызға жеткіңіз келгенмен, барынта-жігеріңізбен ұмтылмайсыз. Мақсатыңыз үшін бәрін пида етуге дайын емессіз, қиындық-кедергілерге төтеп бере алмайсыз. Бетіңіз қайтып, тауыңыз шағылып қалуы мүмкін. Ниетіңіз 90 балдан асқан жағдайда ғана жеңіс үшін ештеңеден тайынбайсыз. Мұндай жағдайда адам қалайда жеңіске жеткісі келеді, ынты-шынтысымен кірісіп, жанын салады. Футболда ұтылып қалмау үшін немесе жеңіп шығу үшін ойнап жүрген спортшыларды мысал ретінде келтіруге болады. Біреулер 1-0 есебін місе тұтып, матчтың соңына дейінгі минуттарды санайды, сол көрсеткішті сақтап, ұтылып қалмау үшін ойнайды. Ал 3-0 есебімен ойнап жүрген команда тағы да гол соғып, бүкіл әлемге өздерін танытып, мықты екендерін көрсеткісі келеді.

5-тапсырма

Өміріңізден жеңілмеу үшін емес, жеңу үшін барыңызды салған жағдайды есіңізге түсіріңіз. Қандай күйде болдыңыздар? Ондай деңгейге жету үшін не себеп болуы мүмкін?

3) Тынбай әрекет ету

Әрекет түбі — берекет. Нәтижесін көру үшін күн сайын тынбай әрекет етіңіз. Не істеу керек екенін білмесеңіз де, тоқтамаңыз. Басыңызды қатырып, не істейтініңізді білмей отырғаннан гөрі әрекет ете бергеніңіз дұрыс.

4) Мақсатқа ұмтылу



Жан-тәнімен ниеттенген адамның сөзі де, ойы да, ісі де мақсатқа жетуге бағытталады. Мақсатына жететін жолына қатысы жоқ нәрселерге алаңдамайды. Әр ісіміз мақсатымызға бағытталуы керек.

6-тапсырма

Өткен аптадағы әр күніңізде не істегеніңізді талдаңыз. Мақсатыңызға жету үшін не істедіңіз? Мақсатыңызға қол жеткізу үшін осы аптада күн сайын не істеуіңіз керек екенін жазыңыз.

5) Табанды болу

Табанды болып, алған бетіңізден қайтпасаңыз, күндердің күнінде мақсатыңызға қол жеткізесіз. Өз дегеніңізге жеткенше мойымай, қажымай-талмай еңбек етуге тырысыңыз. Сонда қалаған нәтижеге қол жеткізесіз.

Мақсатқа жету жолында ғана емес, қандай да бір міндетті жүзеге асыруда да табандылық қажет. Әр міндетті соңына дейін жеткізіп, қажет нәтижеге қол жеткізуге тырысыңыз.

6) Сөзде тұру

Адам сөзінде тұрмаса, оған ешкім сенбейтін болады, онымен жұмыс істегісі келмейді. Бүгіннен бастап сөзде тұратын болсаңыз, осы бетіңізден қайтпасаңыз, біраз уақыттан кейін өміріңіз қаншалық өзгеріп кеткенін байқайсыз. Біреуге уәде етіп, міндетіңізге алған соң басқа амалыңыз қалмайды, сөзіңізде тұруыңыз керек!

7-тапсырма

Қағазға аты-жөніңізді көрсетіп «Мен сөзімде тұрамын ба?» деген сұрақ жазыңыздар. Сұрақтың астына үш бағаң сызып, онда «Иә», «Жоқ», «Білмедім, орайы келмеді» деп жазыңыздар да, бір-біріңізге беріңіздер. Сыныптағылар аты-жөнін көрсетпей-ақ, әр бағаңа белгі қойсын. Парағыңызды қайтарып алған соң жауапкершілігіңіз қандай екенін байқайсыз. Тиісті қорытынды жасаңыздар.

7) Тәртіпті болу

Спортта қандай да бір жетістікке ие болу үшін әрдайым жаттығу қажет. Сіз де мақсатқа жету үшін тынбай талаптансаңыз, түбінде жетістікке жетесіз, мақсатыңыз орындалады.

«Тәртіп» дегеніміз — адамның қабылданған ережелерді қатаң түрде, дәл орындау қабілеті. Мақсатқа жету үшін тәртіп керек. Тәртіпке бағынбай, күні-түні жұмыс істеп, аз уақыттың ішінде қомақты қаржыға ие болғаныңызбен, өзіңізге салмақ салып жібергеніңіздің кесірінен денсаулығыңыз сыр беруі мүмкін.

8) Жаңаны қабылдай білу

Білетінімізді тағы да шыңдай түсіп, әрдайым жаңалықты жатсынбауымыз керек. Мақсатқа жету жолында жаңа білімді игеріп, тәжірибе жинақтауымыз керек. Жаңалыққа жаны құмар жан ретінде әрдайым жетіліп, ізденуіміз қажет.

Бәрін білу мүмкін емес. Сондықтан білгенімізден білмейтініміз көп екенін мойындап, біліміміздің жетілдіріп отыруымыз керек. Сонда ғана алға қойған мақсатымызға қол жеткізуге болады.

9) Сырт келбетімізге мән беру

Айналамыздағы адамдар сырт келбетімізге қарай қабылдайды, тіпті өзіміз де сырт келбетімізге қарай өзгереміз. Ешкім көрмесе де, сырт келбетіміз дұрыс болса, өз-өзімізге сенімді боламыз.

8-тапсырма

Сіз адамдарға қалай қарасаңыз, олар да сізге солай қарайды. Оларға тілекші болсаңыз, олар да сізге мейірімді болады. Кейде адам басқаларға қанша мейірімді болғанмен, баз біреулер кеудесін керіп, көкіректенетіндей болып көрінеді. Сол себепті ашуланып, шамданып жатады. Алайда сезімге ырық бермей, өз-өзіңізді бақылап жүрсеңіз, әр сөзіңізге абай болып, сыпайы, кішіпейіл болсаңыз, шамыңызға тиіп жүрген кісілерді де байқамайтын боласыз.

Сіздің шамыңызға тиетін, айналаңыздағы адамдардың мінез-құлықтары тізіп жазыңыз. Осы мінез өзіңізде де болуы мүмкін бе? Оны қалай түзетуге болатынын ойланыңыз. Бір апта бойы мінезіңізді, сөзіңіз бен ойыңызды бақылауға тырысыңыз.

68-сабақ. Өзіндік өмір стратегиясы

- Дұрыс мақсат қою арқылы жеке мансап стратегиясын құру.
- Жеке өмір стратегиясын қорғау кезінде шешендік өнер дағдыларын қолдану.

Бүгін — «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің соңғы сабағы. Басынан бастап стартап құруды үйрендіңіз, өзіңізбен жұмыс істеп, бизнесіңізді қалай дамытуға болатынын түсіндіңіз. Бірінші тоқсанның бірінші сабағына қайта оралып, шешендік, өзін-өзі қалай таныстыру керектігін еске түсірейік.

Шеңберлі композиция деп аталатын көркем қабылдау түрі бар: бірінші сабақта әлеуетті инвестордың алдында бизнес-жобаңызды қалай таныстыру керектігін үйрендіңіз, бүгін өзіңізді, өмірлік жоспарыңызды таныстыруыңыз керек. Бұл — өте ауқымды міндет, сабақта меңгерген дағдыларыңның бәрін пайдалана білулеріңіз керек.

Бұл сабақтарда әңгіме болатын тақырыптар мектептегі білім шеңберінен де бөлек. Бұл бүкіл өміріңіздің мәнін құрайтындықтан, бұл мәселені қайта-қайта сөз етуді жөн көрдік.

Презентация (таныстыру) — *серіктестеріңіз, тапсырыс берушілер, инвесторлар не тұтынушылар дұрыс шешім қабылдап, дұрыс әрекет етуі үшін өзіңіздің қабілетіңізді, өз өніміңізді, өз компанияңызды таныстыру.*

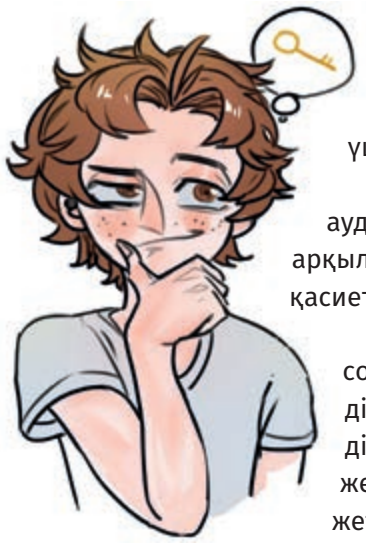
Презентация — өзін жай ғана таныстыру емес, аудиторияға әсер ету мақсатында таныстыру. Презентацияның қалай болатыны ешқашан аудиторияға байланысты болмайды, ол сөйлеушіге байланысты. Аудиторияға ешқандай жауапкершілік жүктелмейді, олар тек қатысса болғаны. Қалғаны — презентатордың (таныстыратын адамның) міндеті[22].

Таныстыратын адамның төрт реакциясы

Таныстыратын адам (презентатор) біртіндеп аудиторияның төрт реакциясын тудыруы тиіс:

- назар аудару;
- қызықтыру;
- шешім қабылдау;
- әрекет ету.

Көптеген презентация аудиторияның екінші деңгейінен аспай, қатысушылардың қызығушылығын тудырумен шектеледі. Презентация аудиторияға шешім қабылдатып, іс-әрекетіне түрткі болуы керек. Презента-



ция — құр көрсету емес, ықпал ету. Назар аудармайынша, қызығушылық тудырмайынша, ықпал ету мүмкін емес. Презентация ықпал етіп, сендіру үшін жасалады.

Аудиторияның ең қарапайым реакциялары — назар аударып, қызығуы таныстыратын адамның әсер етуі арқылы қалыптасады. Әсер презентатордың жеке басының қасиеттері, презентация тәсілдері арқылы жүзеге асады.

Аудитория шешім қабылдап, әрекет жасауы үшін сондай шешімнің, әрекеттің дұрыс болатынына сендіру қажет. Басқаша айтқанда, презентация сонда ғана діттеген мақсатына қол жеткізеді. Сендіріп, көздерін жеткізу үшін қаншалық пайда түсіретінін дәйектермен жеткізе білу қажет.

Презентацияға дайындалудың төрт кезеңі

Презентация төрт кезең негізінде дайындалады. Ол үшін:

- мақсаттарды білу;
- жоспарының болуы;
- тақырыпты меңгеру;
- уақытты бақылау қажет.

Презентация дайындаған адам алдымен сценарий авторы ретінде, кейін қоюшы режиссер ретінде сөз сөйлеуі тиіс.

Болашақ презентацияның сценарийін құрастырған кезде, ең алдымен, мақсатын түсіне білуі қажет. Презентация нәтижесінде аудитория не істеуі керек? Мысалы, жобаны таныстырған соң инвестор қаражат бөлуі тиіс. Жаңа өнімді таныстырған соң тұтынушы оны сатып алуы керек. Презентация құрастыруда осы мақсат көзделуі тиіс.

Презентациядағы сөз кіріспе, негізгі бөлім мен қорытынды бөлімнен құралуы тиіс. Таныстыратын адам презентацияның мазмұнын білумен қатар, оны қалай жеткізу керектігін де ойластыруы керек, яғни қоюшы режиссердің қызметін атқаруы керек.

Сол себепті сөзі дұрыс шығуы үшін әбден жаттығуы керек. Уақыттан асып кетпеу жағын да ескеру қажет. Осыған байланысты сөйлеу барысында уақытты қадағалап тұру үшін мәтінде арнайы белгілер болады. Презентатор белгіленген уақытта сөзін бітіре алмайтынын сезсе, айтатын сөзінің бір бөлігін қысқартуы керек, тек қорытындыны қысқартуға болмайды.

Презентацияның алдында мәтінді дауыстап оқып шығып, қанша уақыт кететінін біліп алған да дұрыс. Сонда ғана жазбаша мәтін ауызша айтылған кезде қанша уақыт алатынын анықтауға болады.

Презентацияда мәтінді жеткізудің төрт түрлі тәсілі бар:

- мәтінді жаттап алу;
- тезис түрінде жоспарлап алу;
- негізгі бейнелер тізбегін құрып алу;
- сөйлеу модульдері — карточкаларды пайдалану.



Мәтінді жаттап алу — ең қарапайым тәсіл. Алайда ондай жағдайда таныстыратын адам аудиториямен емін-еркін араласа алмайды. Шатастырып алмау үшін ойындағысын тезірек жеткізуге тырысады, ойын көркем жеткізе алмай қалады.

Тезис түрінде жоспарлап алу — мәтінді дайындаудың дәстүрлі түрі. Тезис түрінде жоспарлаған кезде негізгі тезистермен қатар, иллюстрация мен статистикалық деректерді де жазып алу қажет.

Негізгі бейнелер тізбегін құрып алу да тезис түрінде жоспарлауға ұқсайды. Бірақ мұнда презентация ұғым түрінде емес, бейнелер түрінде жеткізіледі. Бұл тәсілді көбінесе тақырыпты жақсы меңгерген, тәжірибелі презентаторлар қолданады: ол сөзін сан, фактілер емес, бейне, түрлі түсті иллюстрациялар арқылы жеткізеді. Сөйлеушілердің сөзі көбінесе осы үлгіде құрылады. Онда нақты мысалдар келтірілетіндіктен, тыңдарманын бірден баурап алып, көпке дейін естерінде жатталып қалады.

Карточкадағы сөйлеу модулінде сөз тұтас мағыналық фрагмент ретінде қолданылады. Сөйлеу модулінде тезис не бейненің екі-үш тақырыбы, бірнеше мысал не бөлшектер, келесі карточкаға өту үшін сөз тіркестері жазылады. Кейде қажетіне қарай карточкалы модульдегі сөздерді тастап, келесіне көше беруге болады.

Аудиторияға бейвербалды ықпал ету

Презентацияда аудиторияға бейвербалды ықпал етудің маңызы зор. Шешен аудиторияға:

- мимика,
- пластика,
- ишара,
- ырғағы арқылы ықпал етуі мүмкін.

Мимика — бет пішінінің құбылуы. Адамның жүзі күлімсіреп, ашық-жарқын болуы керек. Өз-өзіне сенімді, батыл болуы керек. Мәнмәтіннің ерекшелігіне қарай күлдіре білген де жөн. Бет пішіні презентациямен үйлесуі керек.

Пластикаға дененің тұрқы, орны, қимыл-қозғалысы жатады. Мінбер болмаса, сөйлеуші арасында орнын ауыстырып тұрғаны дұрыс. Презентатордың аудиторияның алдындағы еркін, сенімді қозғалысы тыңдармандар тарапынан дұрыс бағаланып, сөзіне сенеді. Мінберге жасырынбай, айналасын сөзімен үйіріп әкететіндей көшбасшылық қасиеті бірден бағаланады. Сонымен қатар әрлі-берлі қозғалу арқылы тыңдаушылардың назарын өзіне аударып ұстап тұруға болады, алайда тым көп қозғалуға болмайды.

Слайдтарды экраннан көрсеткен кезде экранның сол жағында (аудитория үшін) тұрған дұрыс. Сонда оқу рефлексіне сәйкес аудитория композицияны солдан оңға қарай оқиды, яғни олардың назары презентатордан экранға қарай бағытталады. Презентацияға дейін материал аудиторияға таратылған болса, презентатор график не тезисті дәл сондай материалда қаламмен көрсетуі қажет. Сонда аудитория бастарын қағаздан көтеріп, презентаторға қарайды, сол арқылы сөйлеуші аудиторияның назарын өзіне аударады, бақылайды.

Ишарат қолмен жасалады. Сөйлеуге енді жаттығып жүрген лекторлар мен презентаторлар қолдарын қайда қоярға білмейді. Қолды айқастыруға болмайды, бұл өзіне жақындатпау, керісінше, алшақтатуды білдіреді. Қолды қалтаға салып тұруға болмайды. Екі қолды екі жаққа тіктеп, қақшиып тұрудың да қажеті жоқ.

Қолды дұрыс пайдалана білу керек. Қолмен дұрыс ишара жасай білген жағдайда сөзі мәнерлі бола түседі, неге мән беру керектігін көрсетеді, ойын нақтылай түседі. Алайда қалам не көзілдірікті ұстап алып, айналдыруға, сыртылдатуға болмайды, жиі-жиі тырсылдату адамның өз-өзіне сенімсіздігін білдіреді. Әсіресе қолдағы қағаздың дірілдегені қатты байқалады. Қалам мен көзілдірікті дирижердің таяғындай шебер пайдалануға да болады. Қолды дұрыс сермей отырып, сөзіңізге мән үстеуге, аудиторияның назарын аударуға болады.

Дауыс ырғағы дауысты құбылту, мақсатқа сай дұрыс пайдалану үшін жұмсалады. Дауыс ырғағына:

- дыбыс деңгейі;
- әуен;
- сөйлеу мақамы;
- интонация;
- дауыс қарқыны жатады.

Тым қатты шыққан дауыс адамды тез шаршатып, жалықтырып жібереді. Өте жай дауыс тыңдаушыларды ұйықтатып тастайды. Сөйлеу қарқыны орташа болуы керек; микрофонның бар-жоғын ескеру қажет. Аудиторияның қалай естіп отырғанын да біліп алған артық болмайды.

Сөйлеу әуені адамның табиғатына байланысты болады. Өзіңіздің әдеттегі әуеніңізбен сөйлегеніңіз не сәл төмен болғаны дұрыс. Әдетте, әуені төмендеу



болған сөз жақсы қабылданады. Дауыс тым әуенді болса, ол жасандылыққа ұрындырып, тыңдаушылардың күлкісін тудыруы мүмкін. Немесе біраздан кейін даусыңыз бітіп қалуы да ғажап емес.

Сөйлеу мақамы сөйлеуші сөзінің жақсы қабылдануы үшін аса қажет. Сөзіңіз анық болуы керек. Монотондылықтан аулақ болу керек, интонацияға ерекше мән беру қажет. Интонация дұрыс болуы үшін қағаздағыны сыдыртып оқып бермей, өз сөзіңізбен баяндауға тырысқаныңыз жөн. Сонда сөзіңіз түсінікті болып, тыңдармандардың қабылдауына жеңіл болады.

Сөйлеу қарқыны презентатордың сөзін қабылдау тұрғысынан да, сөйлеушінің мәртебесін қабылдау тұрғысынан да аса маңызды. Шешен мүмкіндігінше тез сөйлеуге тырысса, осы уақытқа дейін сөйлей алмай, енді бәрін тез айтып қалғысы кеп тұрғандай әсер қалдырады. Сөзін бітіре алмай қалған презентатор діттеген мақсатына жете алмайды. Орташа алғанда, минутына 100-140 сөз айтылуы керек. Арасында кідіріс болуы қажет.

Көбінесе адамдар қатты толқығандықтан, тез сөйлейді. Бұған жол бермеу үшін сөйлеудің алдында адымдап әрлі-берлі жүрген дұрыс. Сөз қажет мөлшерде баяу болуы үшін қаламды қолданып, қолды сермеу, акцент жасау, интонацияны пайдалануға болады.

1-тапсырма

Презентацияға дайындалуға қатысты ұсыныстардың бәрін бір кестеге түсіріңіз.

2-тапсырма

Ұсыныстарды пайдалана отырып, жеке өміріңіздің стратегиясын презентация түрінде жеткізіңіз. Мүмкіндігінше онда: 1) өмірлік энергияның жоспарланған деңгейін, оған ие болу тәсілдерін; 2) жоспарланған «ойын деңгейін»; 3) жоспарланған іс-әрекетті; 4) мақсатыңызды; 5) оған қол жеткізу тәсілдерін; 6) дамытуыңыз қажет қабілеттеріңізді; 7) 10 жылдан кейін қандай болатыныңызды сипаттаңыз.

Өмірлік стратегияңыз бойынша сыныпта презентация жасаңыз (минимум — 1 минут, максимум — 3 минут).

Құрметті 11-сынып оқушылары!

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» курсы осымен аяқталды.

Сіздерді курстың аяқталуымен құттықтаймыз! Сіздер өте ауқымды жұмыс атқардыңыздар, оны кімнің қалай орындағаны маңызды емес. Ойыңыздағыдай болмаса, абыржымаңыз, сәтсіздіктер мен қиындықтардың болуы — заңдылық. Спортпен айналыссаңыз, жаттығудан кейін бұлшық еттеріңіздің ауыратынын білесіз. Ауырсынып, спортты тастап кетуге болмайды ғой. Әрине, оңай емес! Бара-бара ауру басылады, ал сіз мықты спортшы болып шығасыз!

Қандай да бір тапсырма қиынға соқса немесе кей тақырыптар түсініксіз болса, мойымаңыз. Бұл — «Бизнесмен бола алмайсыз!» деген сөз емес. Сіз оқып жүрсіз, қиындықтарға төтеп беріп, қателіктеріңізден сабақ алған сайын шынайы өмірде бизнеспен айналысуға дайын боласыз!

Жауапкершілікті сезіне білу, ерік-жігерді жұмылдыра білу туралы сабақтар есіңізде ме? Өмірде түрлі қиындықтар, кедергілер кездеседі, адам қателесуі мүмкін. Алайда соған бола жасып, құлазуға болмайды. Керісінше, қиындыққа қарсы тұру керек, қателіктерден сабақ ала білу керек.

Оқулықта табысты бизнесмендер туралы көптеген мысал келтірілген. Жасөспірімдердің 16 жаста-ақ миллиондап ақша тапқанын біліп, жігеріңіз құм болмасын! Өзіңізді олардан кем санауға болмайды. Басқалардан үйреніп, алға ұмтылу қажет. Жауапкершілікті сезіне біліп, мақсатқа жету жолында қиындықтың бәрін еңсеру қажет!

Енді бизнеспен айналысқан кезде қандай қиындықтар болатынын білесіз, яғни мықты әрі табысты болу үшін не істеу керек екенін білесіз. «Нені дұрыс түсіне алмай қалдым?», «Қандай қателік жіберіп алдым?», «Келешекте осы қателіктерді жібермеу үшін не істеуім керек?» деген сұрақтарға жауап беру үшін курстағы нәтижелеріңізді әділ бағалаңыз. Осылайша бизнеске енді кіріскен кәсіпкерлермен салыстырғанда, әлдеқайда тәжірибелі боласыз, қателіктердің алдын аласыз.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» курсы өмірлік мақсаттарыңызды нақтылап, мақсатқа жету жолдарын айқындап алуыңызға себепші болсын!

Сіздер мектеп оқушысынан стартаперге айналып, өздеріңізді бизнесмен рөлінде байқап көру арқылы болашаққа үлкен қадам жасадыңыздар.

Біз сіздерді мақтан тұтамыз, болашақта жаңа буын бизнесмендері ретінде, еліміздің әл-ауқатын арттыру жолында аянбай еңбек етіп, қоғамда жауапкершіліктің күшеюі, қызмет пен тауар сапасының артуы үшін атсалысатындарыңызға сенеміз. Кәсіпкерлік жолында мол табыс тілейміз! Шығармашылыққа, жаңалыққа, бастамашыл идея мен сынаққа толы жолда әрдайым жеңіске жетіңіздер!

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығының авторлары



Глоссарий

CROSS-SELL тоғыспалы сату *перекрёстные продажи*	Табысты арттыруға көмектеседі, бірақ ол о баста сатып алушының таңдаған тауарының ішінде болмаған ілеспе тауарды өткізу арқылы жүзеге асады.
SMART GOALS smart мақсаттар *smart цели*	S — Specific — нақты; M — Measurable — өлшемді; A — Achievable — қолжетімді; R — Relevant — өзекті немесе шынайы; T— time bound — уақыты шектеулі.
SWOT ANALYSIS SWOT талдау *SWOT-анализ*	Субъектінің ішкі күшті және әлсіз жақтарының, сыртқы ортаның қолайлы және қолайсыз факторларының арасында деректерді жинау және сәйкестігін анықтау рәсімі.
TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) сапаны жалпылай басқару *всеобщее управление качеством*	Өндірісті, сатып алуды, өткізуді, жұмысты ұйымдастыруды және т. б. түрлі салаларда сапаны үздіксіз жақсартуды көздейтін жалпы сапа менеджменті.
UP-SELL сатылымның сомасын көтеру *поднятие суммы продажи*	Сатып алушыға белгілі бір өнімнің қымбат моделін, сондай-ақ қосымша опциялар мен қызметтер түрін ұсыну.
АҒЫМДАҒЫ ВАЛЮТА БАҒАМЫ current exchange rate *текущий валютный курс*	Қолма-қол ақша, яғни кассалық мәміле бағамы. Ол бойынша екі күн ішінде есеп айырысу жүргізіледі.
АҒЫМДАҒЫ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ current interest rate *текущая процентная ставка*	Белгілі бір күнге тіркелген және осы күні берілетін несиелер үшін ғана қолданылатын мөлшерлеме. Бір күн, апта, ай және мүлдем басқа да жылдық пайыздар әрекет етеді.
АЙЫРБАСТАЛМАЙТЫН (ЖАБЫҚ) ВАЛЮТА (АВ) non-convertible (closed) currency *неконвертируемая (замкнутая) валюта (НКВ)*	Осы елдің шегінде ғана жұмыс істейтін және шетелдік валюталарға айырбасталмайтын ұлттық валюта.
АКТИВТЕР assets *активы*	Егер қарапайым тілмен айтсақ, сізге қаражат әкелетіннің барлығы сіздің ақша ағындарыңызды қалыптастырады.

АКЦИЯЛАР stock *акции*	Компанияның иелік ету үлесі мен меншік иесіндегі акциялардың санына үйлесімді сәйкес келетін, сондай-ақ компания иеленушісінің (акционерінің) дивидендтер түрінде акционерлік қоғам пайдасының бір бөлігін алуға, акционерлік қоғамды басқаруға қатысу және оны таратқаннан кейін қалған мүліктің бір бөлігіне ие болу құқығын растайтын бағалы қағаз.
АҚША АҒЫНЫ (КЭШ ФЛОУ) cash flow *денежный поток*	Белгілі бір уақыт кезеңіндегі жеке интервалдарға бөлінген түсімдер мен төлемдер сомасы.
АЛҒАШҚЫ ҚОР НАРЫҒЫ primary stock market *первичный фондовый рынок*	Жаңа, алғашқы рет шығарылған құнды қағаздар ұсынылатын нарық.
АНТИСИПАТИВТІ (НЕМЕСЕ АЛДЫН АЛА) ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ antisipative (or preliminary) interest rate *антисипативная (или предварительная) процентная ставка*	Барлық пайыз несие берілген сәтте алынады, ал олардың көлемі борыштың жалпы сомасына қарай есептеледі.
АРНАЙЫ ӘРЕКЕТТІК ҚҰЗЫРЕТТІЛІК special activity competency *специальная деятельностная компетентность*	Кәсіби қызметтің нормаларын білу; жоғары тиімділік; нәтижелердің тұрақтылығы; кәсіби шеберлік; нәтиженің оңтайлы психологиялық бағасы — шамадан тыс жұмыс істеудің жоқтығы.
АУКЦИОНДЫҚ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ auction interest rate *аукционная процентная ставка*	Сауда алаңында тендер арқылы рәсімделген несиелік келісімдер бойынша мөлшерлемелер. Демек, олардың көлеміне аукциондық рәсімдер тікелей әсер етті.
ӘДЕПТІЛІК tact *тактичность*	Коммуникативті мәдениеттің маңызды құраушыларының бірі. Шектен шықпау сезімі — бұл, ең алдымен, қарым-қатынастардағы шектерді сезіну, шектен шығу адамды ренжітіп алуы, оны ыңғайсыз жағдайда қалдыруы мүмкін екендігін сезіну.

ӘЛЕУМЕТТІК ҚАУЫМДАСТЫҚ, КОММУНИКАТИВТІ ҚҰЗЫРЕТТІЛІК social community and communicative competence *социальная общенческая, коммуникативная компетентность*	Өзін кәсіби қауымға жатқызу; кәсіби қарым-қатынас жасау нормаларын игеру; кәсіби нәтижелердің басқа адамдардың игіліне бағытталуы; өз кәсібінің құралдарымен адамдардың рухани баюы; өз әрекеттерінің салдарына деген әлеуметтік жауапкершілігі; ынтымақтаса білу, байланысқа түсе білу, сәйкестене білу; кәсібіндегі әлеуметтік рөлдердің икемді ауысуы, өзгерістерге дайын болу; бәсекеге қабілеттілік; жеке-дара қабілеттерге кәсіби лауазымдық мәртебенің сәйкестігі (басқалардың арасындағы орны).
ӘМБЕБАП БАНКТЕР universal banks *универсальные банки*	Банктік операциялардың барлық негізгі түрін жүзеге асырады.
БАҒАЛЫ ҚАҒАЗДАР securities *ценные бумаги*	Барлық құқық мүліктік және мүліктік емес мәнде көрсетілген құжаттама. Яғни мәмілелер үшін объект; сатып алу-сату құралы; тұрақты немесе біржолғы пайда алуға мүмкіндік беретін көз болуы тиіс.
БАҒАЛЫ ҚАҒАЗДАР НАРЫҒЫНДАҒЫ БРОКЕР securities market broker *брокер на рынке ценных бумаг*	Сауда өкілі, заңды тұлға, клиенттің тапсырмасы бойынша және оның есебінен немесе өз атынан және клиентпен ақылы келісімшарттар негізінде клиенттің есебінен бағалы қағаздармен операциялар жасауға құқығы бар бағалы қағаздар нарығының кәсіби қатысушысы.
БАЛАЛАРҒА АРНАЛҒАН ДЕПОЗИТТЕР children's deposit *детские депозиты*	Балалар депозиттері бойынша ұсыныстарды қазір екі банк береді — «Тұрғын үй құрылыс жинақ банкі» және «Bank RBK». Осындай салымды 16 жастан кіші балаларға рәсімдеуге болады. ТҚЖБ мұны тікелей перзентханада жасауға мүмкіндік береді. Салымшыларға банк сыйақысын 2%-ға және жыл ішіндегі жинақ сомасының 20%-ы мөлшерінде мемлекет сыйақысын ұсынады. Мұндай депозит отбасылық пакеттің бір бөлігі бола алады және салымшы 18-ге толған кезде 5% және одан төмен мөлшерлеме бойынша несие алуға құқық береді.
БАЛАМА МОДЕЛЬ analog model *аналоговая модель*	Нарық дамуының болжамын жасаудың баламалы моделі өте қарапайым әрі түсінікті. Бұл модель бойынша ұқсас нарықты табамыз да, оның жағдайын бақылай отырып, даму болжамын жасаймыз.
БАНК bank *банк*	Банк (итал. тілінен «banco» — үстел, айырбас үстелі) — ақша және бағалы қағаздармен операциялардың әртүрлі түрлерін жүргізіп, үкіметке, заңды және жеке тұлғаларға қаржылық қызмет көрсететін қаржылық-несиелік ұйым.

БАНК КЕПІЛДІГІ bank guarantee *банковская гарантия*	Банк, өзге несиелік немесе сақтандыру ұйымы (кепілгер) кредиторға кепіл беруші беретін міндеттеменің талаптарына сәйкес бенефициардың оны төлеу туралы жазбаша талап беруі бойынша ақша сомасын төлеуге тиіс жазбаша міндеттеме.
БАНК САЛАСЫНДАҒЫ КЕШБЭК cashback in the banking sector *кешбэк в банковской сфере*	Клиентті пластикалық карта арқылы сатып алуды жүзеге асыруға ынталандыратын бейілділік бағдарламасы.
БАНКТІК ДЕПОЗИТ (НЕМЕСЕ БАНКТІК САЛЫМ) bank deposit *банковский вклад (или банковский депозит)*	Тұлғалардың белгілі бір мерзімге депозитпен қаржылық операциялар барысында пайда болатын пайыздар түрінде табыс алу мақсатында, несие беретін мекемеге берген ақша сомасы.
БАНКТІК ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ bank interest rate *банковская процентная ставка*	Тікелей қарыз алушыларға (компаниялар мен жеке тұлғаларға) берілетін несиелік бойынша жылдық пайыздық мөлшерлеме. Қаржы ұйымы тікелей белгілейді.
БЕКІТІЛГЕН ВАЛЮТА БАҒАМЫ fixed exchange rate *фиксированный валютный курс*	Екі валюта арасындағы ресми арақатынас, ол заңнамалық тәртіпте белгіленген.
БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЛАР business incubator *бизнес-инкубаторы*	Кәсіпкерлерді қажетті кеңестер мен қолдаумен қамтамасыз ететін бизнеске көмек көрсету бағдарламалары.
БИЗНЕСТІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІГІ social responsibility of the business *социальная ответственность бизнеса*	Жеке кәсіпкерлік субъектілерінің әлеуметтік, экономикалық және экологиялық салалардағы қоғамның дамуына өз еркімен қосқан үлесі.
БИЛІК АРАҚАШЫҚТЫҒЫ power distance *дистанция власти*	Қабылданатын шешімдерге әсер ету тұрғысынан адамдар арасындағы теңсіздіктің танылған немесе ұйғарынды деңгейі. Қарапайым тілмен айтқанда, бұл — басшылықтың қол астындағыларға қолжетімділігі.
БІЛІКТІЛІК qualification *квалификация*	Кәсіби іс-әрекетті орындауға дайындылықтың түрі мен дәрежесі, кәсіби шеберліктің деңгейі.

БӨЛШЕК ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ САУДАДАҒЫ КЕШБЭК cashback in retail and e-commerce *кешбэк в розничной и интернет-торговле*	Айырбастауға/қайтаруға бөлінген кезең өткеннен кейін клиентке қайтарылатын, кейінге қалдырылған жеңілдік.
БЮДЖЕТ budget *бюджет*	Мемлекеттің, кәсіпорынның немесе жеке тұлғаның белгілі бір мерзімге кірістер мен шығыстар сметасы. Әдетте, бюджет айына, тоқсанға, жылға жасалады. Сондай-ақ белгілі бір іс-шараның бюджеті болуы мүмкін.
ВАЛЮТА currency *валюта*	Төлемнің заңды құралы болып табылатын қолма-қол нысанда (банкнот, қазынашылық билеттер, монеталар түрінде), сондай-ақ қолма-қолсыз (банк шоттарында және банк салымдарында) ұлттық, шетелдік және халықаралық ақша.
ВАЛЮТАЛЫҚ БАҒАМ exchange rate *валютный курс*	Екі валюта арасындағы арақатынас немесе бұл басқа валюта арқылы көрсетілген бір валютаның бағасы.
ВАЛЮТАЛЫҚ БАЛАНС currency parity *валютный паритет*	Валюталық бағамның негізі болып табылатын екі валюта арасындағы заңмен белгіленген арақатынас. Қазіргі жағдайда валюталық баланс SDR қарыз алудың арнайы құқығы негізінде белгіленеді. SDR (ағылшын тілінен Special Drawing Rights — арнайы қарыз алу құқығы) — бұл ХВҚ-ға мүше елдер пайдаланатын халықаралық есептік ұжымдық валюта.
ВЕКСЕЛЬ promissory note *вексель*	Вексель (неміс тілінен «wechsel») — бағалы қағаз, яғни вексель берілген тұлғаға (вексель ұстаушыға) борышкерден вексельде көрсетілген соманы алуға құқық беретін қатаң түрде белгіленген нысан бойынша рәсімделеді.
ГЕМБА КАЙДЗЕН gemba kaizen *гемба кайдзен*	Гемба — бұл нақты орын дегенді білдіретін жапон термині. Бизнесте бұл өндіріс жүргізілетін немесе жеткізушінің қызметі клиенттермен тікелей тоқайласатын құрылыс алаңы не қабат болуы мүмкін. Гемба кайдзеннің мәні гембада (яғни нақты жұмыс іске асатын орында) жетілдіруді жүзеге асыру.
ГУДУ hudu *гуду*	Біздің дәуірімізге дейінгі VIII ғасырдағы Вавилондағы банк билеті. Вавилон саудагерлері қолданған, айналыста алтынмен қатар жүрді.

ДАРА ҚҰЗЫРЕТТІЛІК individual competence *индивидуальная компетентность*	Толық кәсіби өзіндік таным, өз кәсібінің профессиограммасын (атқаратын қызметі мен міндеттерін) білу; өзін кәсіпқой маман ретінде қабылдау; өзін-өзі кәсіби анықтаудың тұрақты түрде тереңделу үрдісі; өзін-өзі жобалау, өзіне-өзі эксперимент жасау; іс-әрекеттің мотивациялық және операциялық бағыттарының арасындағы келісімділік.
ДЕКУРСИВТІ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ decursive interest rate *декурсивная процентная ставка*	Пайыздық төлемдер несие беру мерзімінің соңында негізгі берешекпен бірге бір мезгілде өндіріп алынады. Яғни тұтынушылық несие беру жағдайында жылдық мөлшерлеменің дәл осы түрі қолданылады.
ДЕЛЕГИРЛЕУ delegation *делегирование*	Өзіңіздің жұмыстарыңыздың бір бөлігін басқа адамдарға бөліп беру әдісі.
ДЕПОЗИТТЕРДІ САҚТАНДЫРУ deposit insurance *страхование вкладов*	Депозиттерді сақтандыру банк банкроттығы кезінде жеке тұлға осы банкке салынған қаражатты барынша қысқа мерзімде толық немесе ішінара алғанын білдіреді. Төлемдерді банктер және (немесе) мемлекет есебінен құрылатын ерекше қорлар жүргізеді.
ДЕПОЗИТТІК СЕРТИФИКАТ certificate of deposit *депозитный сертификат*	Банк шығарған атаулы бағалы қағаз қарастырылған. Депозиттік сертификат бойынша пайыздық кіріс банктік салымдарға қарағанда жоғары — 14-15%. Сертификат 500 мың теңгеден бастап 12 және 24 ай мерзімге ақша толтыру немесе ішінара алу құқығынсыз беріледі.
ДЕРИВАТИВ derivative *деривати в*	Деривати в (ағылш. «derivative») — тараптар базалық активке қатысты кейбір іс-әрекеттерді орындауға құқық алатын немесе міндеттенетін шарт (келісімшарт). Әдетте, сатып алу, сату, ұсыну, кейбір тауарларды немесе бағалы қағаздарды алу мүмкіндігі қарастырылған. Тікелей сатып алу/сату келісімшартынан айырмашылығы деривати в ресми және стандартталған, бастапқыда тараптардың бірі үшін осы келісімшартты еркін сату мүмкіндігін қарастырады, яғни бағалы қағаздардың бір нұсқасы.
ДЕФЛЯЦИЯ deflation *дефляция*	Бағалардың жалпы деңгейінің төмендеуі (кері қарай өсуі).
ДИЛЕР dealer *дилер*	Дилер (ағылш. «dealer» — саудагер) — өз атынан және өз есебінен бағалы қағаздармен операциялар жасайтын бағалы қағаздар нарығының кәсіби қатысушысы.

ДРОПШИППИНГ dropshipping *дропшиппинг*	Сіз өзгенің тауарын көбінесе интернетте жарнамалайтын бизнес моделі, клиент сіз арқылы тапсырыс беріп, тауарды тікелей жеткізушінің қоймасынан алады.
ЕҢБЕК ҮНЕМДЕУШІ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ labor-saving intensification *трудосберегающая интенсификация*	Жаңа техника өндірістен жұмыс күшін ығыстырады. Яғни өндірістің өсіміне еңбек өнімділігін арттыру есебінен ішінара немесе толық қол жеткізіледі.
ЕРКІН АЙЫРБАСТАЛАТЫН ВАЛЮТА (ЕАВ) free convertible currency *свободно конвертируемая валюта (СКВ)*	Мұндай валюта басқа шетел валюталарына еркін және шектеусіз айырбасталады, яғни ЕАВ толық сыртқы және ішкі айналымдылыққа ие.
ЕСЕП АЙЫРЫСУ ДЕПОЗИТІ (ӘМБЕБАП ДЕПОЗИТ) settlement contribution (universal contribution) *расчётный вклад (универсальный вклад)*	Депозитті бақылау және шығыс-кіріс операцияларын жүргізу мүмкіндігі беріледі.
ЕСЕП АЙЫРЫСУ ЧЕГІ settlement check *расчётный чек*	Бұл құжат, онда банкке чек берушінің белгілі бір сомадағы ақша қаражатын өз шотынан чек ұстаушы шотына ауыстыру туралы бұйрығы.
ЕСКЕРЕ БІЛУ courtesy *предупредительность*	Бірінші болып ыңғайсыздық пен қиындықтардан басқа адамды құтқаруға ұмтылу.
ЖАЛҒАН КӘСІПКЕРЛІК false business *лжепредпринимательство*	Жасалған барлық мәмілелер құқықбұзушылық мақсаттарды көздеуі, азаматқа, ұйымға немесе мемлекетке ірі залал келтіруі, кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру ниетінсіз жеке кәсіпкерлік субъектісін құруы не басқа заңды тұлғалардың шешімдерін айқындау құқығын беретін акцияларын (қатысу үлестерін, пайларын) сатып алуы, сол сияқты оларға басшылық жасауы.
ЖАЛПЫ ҰЛТТЫҚ ТАБЫС gross national income (GNI) *валовой национальный доход (ВНД)*	Мемлекет аумағында жыл бойы өндірілген барлық тауарлар мен қызметтердің жиынтық құны (яғни ЖІӨ), сондай-ақ ел азаматтарының шетелден алған табыстары және шетелдіктердің елден әкеткен табыстары.

ЖАЛПЫ ІШКІ ӨНІМ (ЖІӨ) gross domestic product (GDP) *валовой внутренний продукт (ВВП)*	Жалпы ішкі өнім (ЖІӨ) (ағылшын. Gross Domestic Product), жалпыға белгілі қысқарған түрі — ВВП (ағылшын. GDP) — пайдаланылған өндіріс факторларының қай ұлтқа жататынына қарамастан, мемлекет аумағындағы экономиканың барлық саласында тұтыну, экспорттау және жинақтау үшін бір жыл ішінде өндірілген барлық түпкілікті тауар мен қызметтердің (яғни тікелей пайдалануға, пайдалануға немесе қолдануға арналған) нарықтық құнын көрсететін макроэкономикалық көрсеткіш.
ЖАН-ЖАҚТЫ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ comprehensive intensification *всесторонняя интенсификация*	Өндірістің экономикалық, еңбек және заттай жағдайларын ұтымды кешенді пайдаланудың арқасында экономикалық өсудің резаторлы траекториясын қамтамасыз етеді.
ЖЕКЕ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖОСПАР personal financial plan *личный финансовый план*	Сіздің істеріңіздің, жеке қаржылық мақсаттарыңыздың ағымдағы жағдайын, сонымен қатар оларға жетудің шынайы жоспарын, яғни қаражаттардың жинақталуы мен инвестициялануын бейнелейтін құжат.
ЖЕКЕ ҚҰЗЫРЕТТІЛІК personal competence *личностная компетентность*	Тұрақты кәсіби мотивация; шығармашылық ұстаным; өзінің шығармашылық құралдарымен кәсіпті байыту — өзінің кәсіпке және кәсіптің сізге бейімделуі, кәсіби еңбектегі даралық; кәсіби еңбекпен қанағаттану.
ЖИНАҚ БАНКІ saving banks *сберегательные банки*	Халықтың қаражатын тартуға маманданған.
ЖИНАҚ ДЕПОЗИТІ savings deposit *сберегательный вклад*	Талаптары бойынша депозитті толықтыру және кез келген соманы алу операцияларына тыйым салынған мерзімді депозиттің ең қарапайым түрі.
ЖИНАҚТАУШЫ ДЕПОЗИТ cumulative contribution *накопительный вклад*	Шарттың барлық қолданылу мерзімі ішінде депозитті толтыру мүмкіндігі беріледі.
ЖЫЛДЫҚ ТИІМДІ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ annual effective interest rate *годовая эффективная процентная ставка (ГЭСВ)*	Номиналды мөлшерлеме + капитализация сомасы.

ИМИДЖ image *имидж*	Бұл бір тұлғаның немесе бір заттың эмоционалды бейнесі. Бірақ тереңірек қарасаңыз, ол — бейненің сыртқы жағы, онда оның ең маңызды сипаттамалары шоғырланған. Имидж оң және теріс болуы мүмкін.
ИМИТАЦИЯЛЫҚ МОДЕЛЬ simulation model *имитационная модель*	Нарық дамуының болжамын жасаудың имитациялық моделі нарық параметрлері арақатынасының тура өлшемдеріне әрі олардың сұраныс пен ұсыныс динамикасын айқындайтын өзара және сыртқы факторлармен қарым-қатынасына негізделеді. Бұл әдістің артықшылығы — әртүрлі сценарийлерді есептеу өте жедел жүргізіледі.
ИМПОРТ import *импорт*	Өз елінің аумағында одан әрі пайдалану немесе қайта сату мақсатында басқа елдерде өндірілген өнімді сатып алу.
ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ БАНКТЕР investment banks *инвестиционные банки*	Инвестицияларға, оның ішінде бағалы қағаздарға маманданған.
ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ПАЙ investment share *инвестиционный пай*	Меншік құқығында оның иесінің үлесін куәландыратын, пайлық инвестициялық қорды құрайтын атаулы бағалы қағаз.
ДЕРБЕСТІК — ҰЖЫМДЫҚ individualism — collectivism *индивидуализм — коллективизм*	Осы елдің азаматтары немесе ұйым қызметкерлері белгілі бір топтың мүшелері ретінде емес, дербес әрекет етуді қалайтын дәрежені сипаттайды. Бұл шкаланың соңғы мәні: өзінің жеке мүдделерін абсолюттандыру және топтың немесе қоғамның мүдделеріне толық бағыну. Осылайша, осы параметрдің мәнін анықтай отырып, қоғам мүшелері немесе ұйым қызметкерлері арасындағы әлеуметтік-психологиялық байланыстың тығыздығын анықтауға болады.
ИНФЛЯЦИЯ inflation *инфляция*	Тауарлар мен қызметтер бағасының жалпы деңгейінің ұзақ мерзімге көтерілуі.
КАЙДЗЕН kaizen *кайдзен*	Кайдзен (жапонша «өзгеріс» және «жақсы») — бұл жапон философиясы немесе тәжірибе. Ол өндіріс, әзірлеу, қосалқы бизнес-үдерістер мен басқару үдерістерін, сондай-ақ өмірдің барлық аспектісін үздіксіз жетілдіруге бағытталған. Қарапайым сөзбен айтқанда, бұл — сапаны үнемі жақсарту.

КАПИТАЛ ЖӘНЕ МАТЕРИАЛ ҮНЕМДЕУШІ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ capital and material saving intensification *капитало и материало-сберегающая интенсификация*	Неғұрлым жетілдірілген мәшинелер мен жабдықтарды қолдану мен материалдарды, энергия тасығыштарды және т. б. неғұрлым тиімді пайдалану есебінен жүзеге асырылады.
КАПИТАЛИЗАЦИЯЛАУ capitalization *капитализация*	Бұл пайызға пайыз есептеуді білдіреді.
КӘСІПКЕРДІҢ АРАЛАС ЖАУАПКЕРШІЛІГІ mixed responsibility of entrepreneur *смешанная ответственность предпринимателя*	Екі тараптың кінәсінен міндеттеме орындалмаған немесе тиісінше орындалмаған кезде туындайтын жауапкершілік.
КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ АЗАМАТТЫҚ ЖАУАПТЫЛЫҒЫ civil liability of entrepreneurs *гражданская ответственность предпринимателей*	Азаматтық заңнамада белгіленген міндеттер мен міндеттемелерді орындамаудың немесе тиісті дәрежеде орындамаудың заңдық салдарын білдіреді. Азаматтық жауапкершілік құқық бұзушыға басқа адамға (кредиторға) не мемлекетке қатысты заңда немесе шартта белгіленген, құқық бұзушыға тұрақсыздық айыбын төлеу, залалдарды өтеу, мүлікке тыйым салу, зиянды өтеу нысанында теріс мүліктік (қаржылық) салдары бар ықпал ету шараларын қолдануда көрінеді.
КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ ӘКІМШІЛІК ЖАУАПТЫЛЫҒЫ administrative responsibility of entrepreneur *административная ответственность предпринимателей*	Кәсіпкерлер мен кәсіпкерлік ұйымдардың лауазымды адамдарының әкімшілік жауаптылығы олардың кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру кезінде әкімшілік құқықбұзушылық жасағаны үшін белгіленген.
КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ ЖАУАПКЕРШІЛІГІ responsibility of entrepreneurs *ответственность предпринимателей*	Жалпы алғанда, кәсіпкерлердің жауапкершілігі деп орындалмаған белгілі (келісілген) міндеттерді (міндеттемелерді) қалпына келтіруге, шаруашылық жүргізуші субъектілердің, клиенттердің, қызметкерлердің, мемлекеттің құқықтарының бұзылуына байланысты белгілі бір іс-әрекеттерді жасау міндеті, қажеттігі түсініледі.

КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ ЗАҢДЫ ЖАУАПТЫЛЫҒЫ legal liability of entrepreneurs *юридическая ответственность предпринимателей*	Кәсіпкерлер құқықтық нормаларда белгіленген құқықтар нормалары (заңдары) мен шарттарда белгіленген міндеттер мен міндеттемелерді орындамаған кезде қолайсыз салдарға душар болу міндетін білдіреді.
КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ ОРТАҚ МІНДЕТІ (ЖАУАПКЕРШІЛІГІ) joint obligation (responsibility) of entrepreneurs *солидарная обязанность (ответственность) предпринимателей*	Ортақ міндет (жауапкершілік) немесе ортақ талап егер міндеттеменің немесе талаптың ынтымақтастығы шартта көзделсе немесе заңмен белгіленсе, атап айтқанда, міндеттеме нысанасы бөлінбеген кезде туындайды.
КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ СУБСИДИАРЛЫҚ ЖАУАПКЕРШІЛІГІ subsidiary liability of entrepreneurs *субсидиарная ответственность предпринимателей*	Заңмен немесе шартта көзделген жағдайларда міндеттемені тиісті дәрежеде орындағаны үшін борышкермен қатар, кредиторлар алдында жауап беретін тұлғалардың (тараптардың) қосымша жауапкершілігі — субсидиарлық жауапкершілік.
КӘСІПКЕРЛІКТІ ҚОЛДАУ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ enterprise support infrastructure *инфраструктура поддержки пред-принимательства*	Жеке кәсіпкерлік қызметті құрудың, жұмыс істеу мен дамытудың қолайлы жағдайларын қамтамасыз ететін ұйымдар кешенін білдіреді.
КЕПІЛ pledge *залог*	Кепіл — міндеттемелердің орындалуын қамтамасыз ету тәсілдерінің бірі. Кепілге сәйкес міндеттемені борышкер орындамаған жағдайда, несие беруші мүлік иесінің (кепіл берушінің) басқа несие берушілері алдында кепілге қойылған мүлік құнынан өндіріп алуға құқығы бар.
КЕПІЛГЕРЛІК guarantee *поручительство*	Міндеттеменің орындалуын қамтамасыз ету тәсілі, оған сәйкес кепілгер (үшінші тұлға) басқа тұлғаның кредиторының алдында оның алдындағы міндеттемелерін толық немесе бір бөлігін өтеуге міндеттеледі. Кепілгерлік шарты жазбаша түрде жасалады.

КЕПІЛЗАТ deposit *задаток*	Шарт жасасудың дәлелі ретінде және оның орындалуын қамтамасыз етуде уағдаласушы тараптардың бірі шарт бойынша өзіне тиесілі төлемдердің есебінен екінші тарапқа беретін ақшалай сома кепілзат деп аталады.
КЕШБЭК cash back *кешбэк*	Кешбэк (ағылшын. «cashback» немесе амер. «cash back» — қолма-қол ақшаны қайтару) — интернет-сауда, банк ісі және ойын бизнесі саласында клиенттерді тарту және олардың адалдығын арттыру үшін бонустық бағдарламаның түрін белгілеу ретінде қолданылады.
КЛИЕНТТЕРМЕН ӨЗАРА ҚАТЫНАСТЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІ customer relationship management *система управления взаимоотношениями с клиентами*	Клиенттермен өзара қатынасты басқару жүйесі (CRM, CRM-жүйе, ағылш. қысқартылған Customer Relationship Management) — тапсырыс берушілермен (клиенттермен) өзара қарым-қатынас стратегиясын автоматтандыруға арналған, сондай-ақ сатылым деңгейін көтеруге, маркетингіні оңтайландыруға және клиенттер мен олармен қарым-қатынас тарихы туралы ақпараттарды сақтай отырып, қызмет көрсетуді жақсартуға, бизнес-үдерістер қалыптастыруға әрі жетілдіруге және нәтижелерді сараптауға арналған ұйымдарды қолданбалы бағдарламалық қамтамасыз ету.
КЛИРИНГ clearing *клиринг*	Клиринг (ағылш. clearing — тазалау) — елдер, компаниялар, кәсіпорындар мен банктер арасындағы бір-біріне жеткізілген, сатылған тауарлар, бағалы қағаздар және көрсетілген қызметтер үшін төлемдер балансының шарттарына сүйене отырып, өзара есептеу жолымен жүзеге асырылатын қолма-қол ақшасыз есеп айырысу.
КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАНКТЕР commercial banks *коммерческие банки*	Есеп айырысу кассалық қызмет көрсетуді, салымдық және несиелік операцияларды жүзеге асырады.
КОРПОРАТИВТІ ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПТЫЛЫҚ (КӘЖ) corporate social responsibility (CSR) *корпоративная социальная ответственность (КСО)*	Т. Форанға сәйкес, КӘЖ — кәсіпорынның өз қызметкерлеріне, билік органдарына, қоршаған ортаға және жалпы қоғамға қатысты мінез-құлық іс-әрекеттерінің жиынтығы.

КОРПОРАТИВТІ ҚАРЫМ-ҚАТЫНАС corporate communication *корпоративное общение*	Өзара байланыстар мен өзара әрекеттер үдерісі. Корпоративті қарым-қатынас барысында қызметпен, ақпаратпен, тәжірибемен бөлісу жүзеге асырылады.
КРОСС-БАҒАМ cross course *кросс-курс*	Үшінші валютаға қатысты олардың бағамынан туындайтын екі валюта арасындағы арақатынас.
КҮРДЕЛІ ПАЙЫЗ compound interest *сложный процент*	Депозит мерзімі ішінде (ай сайын, тоқсан сайын) пайыздарды депозит мерзімі ішінде капиталдандыру жүргізілгенде қолданылады.
ҚАЙТАЛАМА ҚОР НАРЫҒЫ secondary stock market *вторичный фондовый рынок*	Бұрын алғашқы нарықта шығарылған және сатып алынған бағалы қағаздар саудасын ұсынатын нарық.
ҚАРАПАЙЫМДЫЛЫҚ modesty *скромность*	Қарым-қатынас жасауда өзге адамдардың қойған бағаларын, жеке талғамдарын, қызығушылықтарын сыйлай білу.
ҚАРАПАЙЫМ ПАЙЫЗ simple percentage interest rate *простой процент*	Депозит бойынша пайыз мерзімнің соңында есептеледі.
ҚАРЖЫЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ financial literacy *финансовая грамотность*	Қаржы, жеке жинақ ақша және оларды басқару әдістері саласындағы білім деңгейі.
ҚОЛМА-ҚОЛСЫЗ ЕСЕП АЙЫРЫСУ non-cash payment *безналичные расчёты*	Несие мекемелеріндегі шоттар бойынша ақша қаражатын аудару және өзара талаптарды есепке алу арқылы қолма-қол ақшаны пайдаланбай жүзеге асырылатын төлемдер.
ҚОР НАРЫҒЫ stock market *фондовый рынок*	Ақша қаражаттарының экономиканың бір саласынан басқа салаларына өтуін қамтамасыз ететін тетік.
ҚҰБЫЛМАЛЫ ВАЛЮТА БАҒАМЫ floating exchange rate *плавающий валютный курс*	Сауда-саттықта валюталық биржада белгіленеді.

ҚҰБЫЛМАЛЫ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ floating interest rate *плавающая процентная ставка*	Негізгі мөлшерлеменің, инфляция деңгейінің және ел экономикасындағы өзге де оқиғалардың өзгеруіне байланысты мерзімді қайта қарауға жататын шама.
ҚҰЗЫРЕТ competence *компетенция*	Нақты тақырыптық салада белгілі бір міндеттерді шешудегі қабілеттілік.
ҚҰЗЫРЕТТІЛІК competence *компетентность*	Маман ретінде өмірдің қандай да болсын саласында қажетті 1) білім, 2) біліктілік пен дағдының, 3) тәжірибенің, 4) жеке қабілеттердің болуы.
ҚЫЗМЕТТІ ӘРТАРАПТАНДЫРУ diversification of activities *диверсификация деятельности*	Біржақты, өндірістік құрылымның тек бір өніміне ғана жиі негізделетін, шығарылатын өнімнің кең номенклатурасымен көпбейінді өндіріске көшу.
ҚЫЛМЫСТЫҚ ЖАУАПКЕРШІЛІК criminal liability of entrepreneurs *уголовная ответственность предпринимателей*	Кәсіпкерлік қызмет үдерісінде құқыққа қарсы әрекеттер жасау кезінде туындайтын кәсіпкерлердің заңды жауапкершілігінің бір түрі. Кәсіпкерлердің қылмыстық жауапкершілігінің негізі — қылмыс құрамының барлық белгісі бар іс-әрекет жасау.
МАҚСАТТЫ БОЛЖАУ goal setting *целеполагание*	Субъектінің мақсаттарды таңдау үдерісі; бірақ жиі баламаларды таңдау қажеттілігі туындайды, олар тікелей берілмейді, сол себепті таңдау жасауға тура келеді.
МАМАНДАНДЫРЫЛҒАН БАНКТЕР specialized banks *специализированные банки*	Бір немесе бірнеше банктік операцияға мамандanған банктер.
МЕРЗІМДІ ДЕПОЗИТ term deposit *срочный вклад*	Белгілі бір мерзімге енгізілген және келісілген мерзім өткеннен кейін толық алынатын пайыздарға арналған депозит. Мерзімді депозиттер талап етілгенге дейінгі жинақ депозиттерінен аз өтімді, бірақ кірістің неғұрлым жоғары пайызын әкеледі.
МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚ ЭКОНОМИКАСЫ behavioral economics *поведенческая экономика*	Әлеуметтік, когнитивтік және эмоционалды факторлардың экономикалық тәртіпке әсерін зерттейтін экономикалық зерттеудің бағыты. Жекелеген тұлғалармен және мекемелермен экономикалық шешімдердің қабылдануы, соның салдарынан нарықтық айнымалыларға (баға, пайда, ресурстардың орналасуы) әсер етуі, экономикалық шешімді қабылдайтынымызды сипаттайды.

НАҚТЫ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ real interest rate *реальная процентная ставка*	Бағаның ауытқуын ескере отырып түзетілген мөлшерлеменің номиналды мөлшері.
НАРЫҚ КОНЪЮНКТУРАСЫ market conditions *конъюнктура рынка*	Белгілі бір тауардың түріне деген ұсыныс пен сұраныстың нақты қатынасы мен оған қойылған бағаның деңгейі.
НЕСИЕНІ ЖАБУДЫҢ АННУИТЕТТІ СХЕМАСЫ loan repayment annuity scheme *аннуитетная схема погашения кредита*	Аннуитетті схема барлық төлемдерді бірдей бөледі. Пайыздар сондай-ақ берешектің қалдығына есептеледі, бірақ бұл ретте бірінші төлемдердегі несиенің төленетін сомасының үлесі аз болады — төлемнің негізгі бөлігі несие бойынша пайызды құрайтын болады. Осылайша, алдымен пайыздарды өтейсіз, содан кейін негізгі қарыздар азая береді.
НЕТВОРКИНГ networking *нетворкинг*	Іскерлік байланыстар желісін құру, өз айналасындағы адамдар шеңберін қалыптастыру, олардың әрқайсысы — өз саласында кәсіпқой: сізде әрдайым көмек алу немесе кеңес алу мүмкіндігі болады.
НОМИНАЛДЫ ВАЛЮТА БАҒАМЫ nominal exchange rate *номинальный валютный курс*	Бір валютаның екінші валюта бірлігіндегі нақты бағасын білдіреді.
НОМИНАЛДЫ МӨЛШЕРЛЕМЕ nominal rate *номинальная ставка*	Ай сайынғы сыйақыны анықтайды.
НОМИНАЛДЫ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ nominal interest rate *номинальная процентная ставка*	Нарықтық үдерістерді есепке алмай, банк мекемесінің активтерін ағымдағы талдауға негізделген.
ОБЛИГАЦИЯ obligation *облигация*	Облигация (лат. «obligatio» — міндеттеме; ағылш. «bond» — ұзақмерзімді, «note» — қолхат) — борыштық бағалы қағаз, иесі оны шығарған тұлғадан (облигация эмитенті) оның номиналды құнын келісілген мерзімде ақшамен немесе өзге де мүліктік балама түрінде алуға құқығы бар. Сондай-ақ облигация иесінің (ұстаушының) оның атаулы құнынан пайыз (купон) алу құқығын немесе өзге де мүліктік құқықтарды қарастыруы мүмкін.

ОҢ АҚША АҒЫНЫ positive cash flow *положительный денежный поток*	Операциялардың барлық түрінен түскен ақша қаражатының сомасы (кейде «ақша қаражаты түсімдерінің ағыны» терминін пайдаланады).
ОПЦИОН option *опцион*	Опцион (лат. «optio» — таңдау, тілек, қалау) — опционды сатып алушы (базалық активті — тауарды, бағалы қағазды әлеуетті сатып алушы немесе әлеуетті сатушы) міндеттеме емес, бірақ құқық алатын келісімшарт, болашақта немесе белгілі бір мерзім аралығында шартта белгіленген сәтте алдын ала келісілген баға бойынша осы активті сатып алу немесе сатуды жүзеге асырады.
ОРТАЛЫҚ БАНКТЕР central banks *центральные банки*	Банктік салаларды мемлекеттік реттеуді, ақша эмиссиясын жүзеге асырады.
ОФФШОРЛЫҚ ӨНДІРІС offshore production *оффшорное производство*	Оффшорлық өндіріс өндірістік үдерістің бір сатысы ретінде шығындарды азайту үшін шетелде орналасатынын білдіреді. Оффшорлық фирма, әдетте, жұмыс күшінің құны төмен елде орналастырылады, ал соңғы өнім корпорация тіркелген елдің ішкі нарығында сатылады.
ӨЗІН-ӨЗІ ЖЕТІЛДІРУ self promotion *самопродвижение*	Қандай да бір қызметке, лауазымға тағайындауда өзгелерден оқ бойы озық көрініп, лайықты бағасын алу, басқалардан ерекшеленіп, біліктілігі мен құзыреттілігін көрсету.
ӨЗІН ДҰРЫС ҰСТАЙ БІЛУ correctness *корректность*	Қандай жағдайда болмасын, әсіресе қайшылықты ситуацияларда, өзін дұрыс, әдептілік шеңберінде ұстай білу.
ӨЗІН-ӨЗІ ТАНЫТУ self-presentation *самопрезентация*	Өзін жақсы жағынан көрсету арқылы керек адамнан қолдау тауып, көңілінен шығу.
ӨНЕРКӘСІПТІК АЙМАҚ industrial zone *промышленная зона*	Көптеген шағын оқшауланған кәсіпорынның бірыңғай өндірістік аумақта орналасып, қызмет жасайтын нысаны.
ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ foreign direct investment *процентная ставка*	Қарыз алушының белгілі бір уақыт аралығында (күн, апта, ай, жыл және т. б.) есептегендегі қарыз ақша пайдаланғаны үшін төлейтін, берілетін несие сомасына пайыздық қатынаспен көрсетілген сома.
ПАССИВТЕР liabilities *пассивы*	Пассивтерге ақша қажет ететіннің барлығын жатқызуға болады.

ПІКІРТАЛАС dispute *спор*	Пікірлер қайшылығы, қандай да бір мәселе бойынша келіспеушілік, әр тарап өз көзқарасын қорғайтын күрес. Пікірталас диспут, полемика және т.б. нысанында жүзеге асырылады.
ПРЕЗЕНТАЦИЯ presentation *презентация*	Бұл серіктестерге, тапсырыс берушілерге, инвесторларға немесе тұтынушыларға солардың тарапынан қажетті шешімге (әрекетке) қол жеткізу мақсатында өз қабілеттерін, өз өнімін немесе өз компанияларын таныстыру.
ПРИНЦИПИАЛ principal *принципал*	Борышқор оның өтініші бойынша кепілгер кредиторға борышкер төлемеген ақшалай соманы төлеуге жазбаша міндеттеме береді. Банктік кепілдік бергені үшін принципиал кепілгерге сыйақы төлейді.
РЕТТЕЛЕТІН ЖӘНЕ РЕТТЕЛМЕЙТІН ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ regulated and unregulated interest rate *регулируемая и нерегулируемая процентная ставка*	Мемлекеттік құрылымдардың (атап айтқанда, Ұлттық банктің) жылдық пайыздық мөлшерлемеге әсер етуіне байланысты реттелмейтін түрлері, көбінесе коммерциялық банктерге тән.
САПА quality *качество*	Қызметтің барлық жағының тиімділігін сипаттайтын кешенді түсінік: стратегияны әзірлеу, өндірісті ұйымдастыру, маркетинг және т. б.
САРАЛАНҒАН ӨТЕУ СХЕМАСЫ differentiated loan repayment scheme *дифференцированная схема погашения кредита*	Несие сомасы төлемдердің болжамды санына байланысты тең бөліктерге бөлінеді (мұны төлем кестесінен білуге болады). Әрбір тең мәнді бөлікке берешек қалдығына есептелген пайыздар қосылады, ол бірінші төлем бойынша жоғары болса, соңына қарай азаяды. Осылайша төлем сомасы ай сайын азайып отырады.
САТЫП АЛУ ҚАБІЛЕТІНІҢ БАЛАНСЫ purchasing power parity *паритет покупательной способности*	Әртүрлі елдердің ақша бірліктері арасындағы олардың сатып алу күші бойынша тауарлар мен қызметтердің белгілі бір жиынтығына арақатынасы, егер ол бір валютада есептелетін болса, әлемдік нарықта бір тауардың барлық елде бірдей бағасы болуы тиіс екендігін куәландырады.
СЫПАЙЫЛЫҚ politeness *вежливость*	Сәлемдесу мен тілек білдіруден, дауыс ырғағынан, мимика мен қол қимылдарынан көрініс табатын басқа адамдарға, олардың қадір-қасиетіне құрметпен қарау.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ time-management *тайм-менеджмент*	«Time Management» термині ағылшын тілінен тікелей аударғанда «уақытты басқару» дегенді білдіреді. Тайм-менеджменттің анағұрлым дәл анықтамасы: тайм-менеджмент — өзіндік уақыт қорларын жедел жоспарлау мен бөлудің есебі.
ТАЛАП ЕТІЛГЕНГЕ ДЕЙІНГІ ДЕПОЗИТ demand deposit *вклад до востребования*	Депозит салушының бірінші талап етуі бойынша қайтарылатын сақтау мерзімі көрсетілмейтін депозит. Әдетте, жинақ депозиттері бойынша мерзімді депозиттер үшін тиісті мөлшерлемелер бойынша пайыздар есептеледі. Талап етілгенге дейінгі депозит банкпен келісім бойынша немесе жекелеген мемлекеттердің заңдары бойынша банктегі чек шотында қаражат болуы мүмкін.
ТЕРІС АҚША АҒЫНЫ negative cash flow *отрицательный денежный поток*	Жасалатын операциялардың барлық түрлері бойынша төленетін ақша қаражатының сомасы (кейде ақша қаражаты шығындарының ағыны терминін пайдаланады).
ТЕХНОПАРКТЕР technoparks *технопарки*	Негізінен, жоғары оқу орындары немесе ғылыми-зерттеу институттарының базасында осы жоғары оқу орындарының ғылыми әлеуетін пайдалану және технопарк аумағында орналасқан шағын инновациялық кәсіпорындарды құру және дамыту арқылы әзірленген технологияларды коммерцияландыру мақсатында құрылатын құрылымдар.
ТІКЕЛЕЙ ШЕТЕЛДІК ИНВЕСТИЦИЯЛАР foreign direct investment *процентная ставка*	Меншік нысандарын, активтерді және басқа елдердегі (аумағында бас компанияның штаб-пәтері бар, яғни компания шыққан ел) меншік нысандарын сатып алу мен нақты бақылауды жүзеге асыру мақсатында капитал салу.
ТІРКЕЛГЕН ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ fixed interest rate *фиксированная процентная ставка*	Шартта белгіленген несие бойынша пайыздардың уақыт өткен сайын өзгермейтін және экономикадағы жағдай мен өзге де өлшемдерге байланыссыз тұрақты шама.
ТРЕЙДЕР trader *трейдер*	Трейдер (ағылш. «trader» — саудагер) — өз бастамасы бойынша әрекет ететін және тікелей сауда үдерісінен табыс табуға ұмтылатын саудагер.
ТҰРАҚСЫЗДЫҚ АЙЫБЫ forfeit *неустойка*	Міндеттемелерді орындамаған немесе тиісті дәрежеде орындамаған жағдайда, атап айтқанда орындау мерзімі өткен жағдайда, борышкер несие берушіге төлеуге міндетті заңмен немесе шартта айқындалған ақша сомасы тұрақсыздық айыбы (айыппұл, өсімпұл) деп танылады.

ТҰТЫНУШЫЛАР ҚҰҚЫҒЫН ҚОРҒАУ (КОНСЬЮМЕРИЗМ) consumer protection (consumerism) *защита прав потребителей (также консьюмеризм)*	Тұтынушы (кәсіпкерлік қызметпен байланысты емес, тауарды сатып алушы және жеке, отбасылық, үй-ішілік және басқа да қажеттіліктер үшін қызметтерді қажет ететін физикалық тұлға) мен кәсіпкерлік қызметпен айналысатын субъект, яғни дайындаушы, орындаушы, сатушы арасында туындаған қатынастар және оған кіретін: тұтынушылардың нақты құқығын тағайындау; құқықты бұзуға мүмкін формалар мен оларды қорғау механизмдері; тұтынушылардың құқығын бұзғаны үшін жауапкершілікті реттеуге бағытталған мемлекет пен қоғамдық қозғалыстар жүзеге асыратын іс-шаралар кешені.
ТҮЙІНДЕМЕ CV *резюме*	Кәсіби тұрғыдан да, жеке жоспар тұрғысынан да өз біліктілігі мен дағдыларын таныстыруға мүмкіндік беретін өзіңіз құрастырған құжат.
ҮНЕМДІ ӨНДІРІС lean production *бережливое производство*	Шығындардың барлық түрін жоюға тұрақты түрде ұмтылуға негізделген өндірістік кәсіпорынды басқару тұжырымдамасы.
ФОРВАРДТЫҚ НЕМЕСЕ ЖЕДЕЛ МӘМІЛЕ БАҒАМЫ forward or derivatives transaction rate *форвардный курс или курс срочной сделки*	Келісімшарт жасалғаннан кейін белгілі бір уақыттан кейін валюталық (форвардтық) келісімшарт бойынша есептеу үшін бағам.
ФОРВАРДТЫҚ ПАЙЫЗДЫҚ МӨЛШЕРЛЕМЕ forward interest rate *форвардная процентная ставка*	Бұл сондай-ақ белгілі бір күнге тіркеген, бірақ оны белгілегеннен кейін ресімделген барлық міндеттеме үшін әділ мөлшерлеме, оның жаңа мәні тіркелген күнге дейін қолданылады.
ФЬЮЧЕРС futures *фьючерс*	Фьючерс (ағылш. «futures contract» немесе ағылш. «futures», фьючерстік өзарашарт немесе фьючерстік келісімшарт) — биржада базалық активті (тауарды, бағалы қағазды және т.б.) сатып алатын-сататын туынды қаржы құралы (келісімшарт), тараптар (сатушы мен сатып алушы) келісім жасау кезінде баға деңгейі мен оны жеткізу мерзімі жөнінде келіседі.
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС international business *международный бизнес*	Екі немесе одан да көп елдің серіктестері бірлесіп жүзеге асыратын іскерлік операциялар.

ЧЕК check *чек*	Чек (фр. «chèque», ағылш. «cheque/check») — чек берушінің чекте көрсетілген ақшалай соманы чек ұстаушыға төлеу жөнінде банкке берген жазбаша өкімі баяндалған бағалы қағаз.
ЧЕК БЕРУШІ check giver *чекодатель*	Белгілі бір банкте ақша қаражаты бар, ол — билік етуге құқылы адам.
ЧЕК ҰСТАУШЫ check holder *чекосодержатель*	Чек алған адам, ал төлеуші — чек берушінің ақша қаражаты бар банк.
ШЫҒЫНДАР loss *убытки*	Шығындар деп құқығы бұзылған, бұзылған құқықты қалпына келтіру үшін жүргізген немесе жүргізілуге тиіс әрекеттер, мүліктің жоғалуы немесе зақымдануы (нақты залал), сондай-ақ егер оның құқығы бұзылмаса, азаматтық айналымның әдеттегі жағдайларында осы тұлға алуы мүмкін табыстар (қолдан шығып кеткен пайда) түсініледі. Егер құқықты бұзған тұлға осының салдарынан табыс алса, құқығы бұзылған тұлға басқа залалдармен қатар мұндай табыстардан кем болмайтын мөлшерде жіберілген пайданы өтеуді талап етуге құқылы.
ІСКЕРЛІК ӘҢГІМЕЛЕСУ business conversation *деловая беседа*	Белгілі бір мәселелер, сұрақтар бойынша ақпаратпен және пікірлермен алмасу.
ІСКЕРЛІК КЕЛІССӨЗДЕР business negotiations *деловые переговоры*	Мүдделі тараптардың қарым-қатынас үдерісінде келісімді шешім қабылдаудың негізгі құралы. Іскерлік келіссөздердің әр уақытта да нақты мақсаты болады және олар келісім, мәміле, шарт жасауға бағытталады.
ІСКЕРЛІК МӘЖІЛІС business meeting *деловое совещание*	Мәселені мамандар тобымен ашық ұжымдық талқылау әдісі.
ІСКЕРЛІК ХАТ АЛМАСУ business correspondence *деловая переписка*	Мәтінді берудің ерекше әдісіне байланысты ерекшеленетін, мазмұны бойынша әртүрлі құжаттардың ортақ аталуы.
ІШІНАРА АЙЫРБАСТАЛАТЫН ВАЛЮТА partially convertible currency *частично конвертируемая валюта (ЧКВ)*	Мұндай валюталарға резиденттер үшін, сондай-ақ айырбастау операцияларының жекелеген түрлері бойынша валюталық шектеулер қолданылатын елдердің ұлттық валютасы жатады. Мысалы, ішінара айырбасталатын Ресей рублі.

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЦИКЛДЕР economic cycles *экономические циклы*	Іскерлік белсенділік деңгейінің экономикалық өсуден экономикалық құлдырауға дейінгі тұрақты ауытқуын білдіретін термин. Іскерлік белсенділік циклі кезінде төрт негізгі фазалардан өтеді: шыңы, құлдырау, түбі немесе ең төменгі нүктесі және өрлеу.
ЭКСПОРТ export *экспорт*	Одан әрі пайдалану немесе қайта сату мақсатында өз елінде өндірілген өнімді басқа елдердің аумағында сату.
ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ extrapolation *экстраполяция*	Нарықтық үдерістерге болжам жасаудың ең танымал әрі қарапайым түрі, қысқамерзімді болжам жасауға өте ыңғайлы. Ол дәл осы уақытта, жақын болашақта өзекті тренділерді тарату дегенді білдіреді.
ЭМОЦИОНАЛДЫ ИНТЕЛЛЕКТ (ЭИ) emotional intelligence (EI) *эмоциональный интеллект (ЭИ)*	Эмоциялармен жеткізілген ақпаратты қайта өңдей алу қабілеттілігі.

© ГКелікмек-Голд

Әдебиеттер тізімі

1. Архангельский Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 216 с.
2. Баффет У. Правила богатства. — М.: АВ Паблишинг Трейд, 2016. — 38 с.
3. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 544 с.
4. Дуарте Н. Resonate. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 264 с.
5. Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 274 с.
6. Кейнс Дж.-М. Общая теория занятости, процента и денег. — М.: Гелиос АРВ, 2002 — 343 с.
7. Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. — М.: Попурри, 2009. — 223 с.
8. Коллинз Дж. From Good to Great. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. — 440 р.
9. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 246 с.
10. Кох Р. Принцип 80/20. — М.: Эксмо, 2014. — 336 с.
11. Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Цельная жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. — М.: Эксмо, 2018. — 352 с.
12. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі // Қазақстан Республикасының 1994 жылғы 27 желтоқсандағы № 268-XIII Кодексі.
13. Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексі // Қазақстан Республикасының Кодексі 2014 жылғы 5 шілдедегі № 235-V ҚРЗ.
14. Қазақстан Республикасының Еңбек кодексі // Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 23 қарашадағы № 414-V ҚРЗ.
15. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексі // Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ.
16. Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексі // Қазақстан Республикасының Кодексі 2014 жылғы 3 шілдедегі № 226-V ҚРЗ.
17. Қазақстан Республикасының Экологиялық кодексі // Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 9 қаңтардағы № 212 Кодексі.
18. Лалу Ф. Открывая организации будущего. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 610 с.
19. Милгрэм С. Подчинение авторитету. Научный взгляд на власть и мораль. — М.: Альпина нон-фикшн, 2018. — 250 с.
20. Питерс Т. Представьте себе. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 352 с.
21. Райнерт Эрик С. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. — М: Высшая Школа Экономики, 2011. — 384 с.
22. Рассел Дж., Кон Р. Диаграмма Ганта. — М.: VSD, 2012.
23. Роббинс Э. Разбуди в себе исполина. — М.: Попурри, 1991. — 800 с.

24. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М: Эксмо, 2016. — 1770 с.
25. Тиль П. От нуля к единице. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 240 с.
26. Трейси Б. Выйди из зоны личного комфорта. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 144 с.
27. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы Қазақстан Республикасының Заңы // Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV Заңы.
28. Фрайд Дж., Хенссон Х., Реворк Д. Бизнес без предрассудков. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 208 с.
29. Хазин М. Чёрный лебедь мирового кризиса. — М.: Пальмира, 2017. — 450 с.
30. Хансен Э.-Х. Экономические циклы и национальный доход. — М.: Финансовая Академия, 2008. — 466 с.
31. Хофстеде Г. Culture's Consequences. — SAGE Publications, 1980. — 475 с.
32. Элрод Х. Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 200 с.

© Кекилек-Горизонт

Мазмұны

3-бөлім. Кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі 3
33-сабақ. Жеке активтер мен пассивтер 4
34-сабақ. Жеке активтер және пассивтер 9
35-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер 14
36-сабақ. Жинақтаулар, несиелер мен депозиттер 19
37-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер 25
38-сабақ. Жинақтаулар, несиелер және депозиттер 31
39-сабақ. Дүниежүзілік ақша бірліктері, электронды ақшалар 38
40-сабақ. Қор нарығы 45
41-сабақ. Қор нарығы 51
42-сабақ. Жеке бюджетті басқару 57
43-сабақ. Жеке бюджетті басқару 61
44-сабақ. Өзін-өзі жетілдіру 67
45-сабақ. Түйіндеме және түйіндеме құру тәжірибесі 74
46-сабақ. Түйіндеме және түйіндеме құру тәжірибесі 81
47-сабақ. Нетворкинг 86
48-сабақ. Кәсіпкердің іскерлік қарым-қатынасы — келіссөз және келіссөз жүргізу тәжірибесі 94
49-сабақ. Кәсіпкердің іскерлік қарым-қатынасы 99
50-сабақ. Эмоционалды интеллект 106
51-сабақ. Тайм-менеджмент 112
52-сабақ. Тайм-менеджмент 117

4-бөлім. Даму стратегиясы 123
53-сабақ. Бизнес ауқымын кеңейту — нарық дамуын болжау 124
54-сабақ. Бизнес дамуының тәсілдері мен түрлері 130
55-сабақ. Бизнесті дамытудың тәсілдері мен түрлері 135
56-сабақ. Сапаны басқару 141
57-сабақ. Халықаралық бизнес 147
58-сабақ. Халықаралық бизнес 153
59-сабақ. Халықаралық бизнес 162
60-сабақ. Тұтынушының құқығын қорғау 167
61-сабақ. Кәсіпкердің құқығын қорғау, бизнесті қолдау институттары 173
62-сабақ. Кәсіпкер құқығын қорғау, бизнесті қолдау институттары 180
63-сабақ. Кәсіпкерлердің жауапкершілігі 188
64-сабақ. Кәсіпкерлердің жауапкершілігі 194
65-сабақ. Мақсат қоя білу 201
66-сабақ. Мақсат қоя білу 206
67-сабақ. Өзіндік өмір стратегиясы 211
68-сабақ. Өзіндік өмір стратегиясы 217
Глоссарий 224
Әдебиеттер тізімі 245

Оқу басылымы

Дүйсенханов Ермек Серікбайұлы
Щеглов Серік Амангелдіұлы
Ханин Дмитрий
Жұлдызбаев Нұғман Есболғанұлы

Кәсіпкерлік және бизнес негіздері
Оқулық
11-сынып
2-бөлім

Әдіскер: Н.В.Новосельцева
Редактор-корректор: О. С. Жубаева, А. Б. Ахметова
Суретші-дизайнер: Д. Н. Буксикова, Н. С. Буксикова
Беттеуші: Р. Ойса
Техникалық редактор: Д. К. Тынбаев

01.07.26 басылымға жіберілді. Офсетті қағаз.
Форматы 84×108 $^{1}/_{16}$.
Таралымы 1500 дана.
ЖШС «Реформа» баспаханасында басылған.

ЖШС «Көкжиек-Горизонт»
050059, Қазақстан Республикасы,
Алматы қ., Назарбаев д-лы, 235 Б.
Тел. +7 727 341 08 93
www.kokzhiek-gorizont.kz

© «Көкжиек-Горизонт»