Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева



ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА

УЧЕБНИК
11 класс

2 часть

Алматы, 2020

© Кеңес-Оқулық

УДК 373.167.1
ББК 65.290-2я72
Д81

Над книгой работали:

А. С. Ахметова, лингвист
Н. Е. Жулдызбаев, методолог, магистр экономических наук
А. М. Фазылжан, лингвист, кандидат филологических наук
М. Е. Кипритиди, магистр маркетинга
Э. В. Мельникова, лингвист
А. Серикбаева, лингвист
Ж. Сабитов, историк, PhD (Политические науки)
Т. Картаева, историк, кандидат исторических наук, профессор
Г. Касенова, психолог, практикующий детский психолог
А. Быхытжанова, психолог, доктор психологии, профессор
А. Кузембаева, методист, учитель высшей категории

Преподаватели экономических дисциплин Колледжа Международной Академии Бизнеса под руководством директора колледжа, магистра делового администрирования А. А. Хисматуллиной

Дуйсенханов Е. С.

Д81 Основы предпринимательства и бизнеса: учебник для 11 класса. 2 часть / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020. — 252 стр.

ISBN 978–601–7817–15–2

Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» содержит вводный курс базовых знаний по предпринимательству, бизнесу, экономике, менеджменту, маркетингу с учётом казахстанской и международной практики. Учебник реализует практико-ориентированную модель обучения, способствующую формированию у одиннадцатиклассников предпринимательского мышления и ключевых навыков XXI века.

УДК 373.167.1
ББК 65.290-2я72

ISBN 978–601–7817–15–2

© ТОО «Көкжиек-Горизонт», 2020

Внимание! Учебник не рекламирует товары и услуги. Все упоминания компаний и брендов даны только с ознакомительной целью, а бизнес-кейсы предоставлены производителями.

РАЗДЕЛ 3. САМОПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ



Раздел «Самопродвижение предпринимателя» продолжает вырабатывать социальные навыки, которые формируют у вас основы финансовой грамотности, знакомит с личным эффективным финансовым планированием для семьи, с банковской системой и международными рынками. Главным достоинством данного раздела является приобретение навыка инвестирования через игровую платформу на реальных данных KASE с использованием демо-счёта. Данная работа активизирует аналитические способности, учит понимать значение событий и их влияние на экономические показатели.

Урок 33. Личные активы и пассивы

- Понимать сущность бюджета, активов и пассивов.
- Различать доходы и расходы.

Добро пожаловать на первый урок третьей четверти! Вы уже прошли стартап-акселератор. В этой четверти мы рассмотрим такие темы, как денежные потоки, кредиты и депозиты, управление бюджетом и другие, которые помогут вашему стартапу ориентироваться в мире современного бизнеса, а также выстроить собственную эффективную систему финансов и самопродвижения.

Итак, предположим, у вас уже есть бизнес. Чтобы он был стабильным, вы должны контролировать ***денежный поток***, который он генерирует — то есть сумму поступлений и платежей за определённый период времени, который разбивается на отдельные интервалы. У вас есть расходы: вы платите арендную плату, зарплату работникам, покупаете материалы и т. д. И есть доходы — с продажи вашего продукта клиентам, с рекламы на вашем ресурсе и т. д. Расходы и доходы вместе и составляют денежный поток вашего бизнеса.

Классификация денежных потоков на виды

Денежные потоки бывают:

- положительными: то есть речь идёт обо всех поступлениях денежных средств от всех видов операций (иногда пользуются термином «приток денежных средств»);
- отрицательными: то есть речь идёт о выплате денежных средств по всем видам операций (иногда пользуются термином «отток денежных средств»).

Эти два потока взаимозависимы: если у вас станет меньше положительных потоков, вы не сможете покупать нужное количество материалов, платить зарплату сотрудникам в полном объёме и т. д. То есть сократится и отрицательный поток.

Впервые понятия «активы» и «пассивы» ввёл в XV веке итальянец Лука Пачоли, написавший «Трактат о счетах и записях». Именно он предложил разделить страницу бухгалтерской книги на две части, чтобы в одной записывать дебет (доходы), а в другую — кредит (расходы). Смета доходов и расходов на определённый период времени (обычно на год) называется ***бюджетом.***

Хотя этот подход считается классическим для бухгалтерского учёта, мы рассмотрим взгляд на «активы» и «пассивы» нашего современника — известного бизнесмена, инвестора и писателя Роберта Кийосаки[1].

1 Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. – М.: Попурри, 2009. – 223 с.

Активы, если выражаться просто, являются всем тем, что приносит вам средства, то есть формируют ваши денежные потоки. В то же время к пассивам следует отнести то, что эти деньги у вас отнимает. Но чтобы лучше разобраться в этих понятиях, необходимо рассмотреть конкретные примеры каждого из них.

Что представляют собой активы?

- Так, основным вашим активом может быть недвижимость (дом, квартира, комната, участок земли и прочее), если вы сдаете её в аренду. То есть вы можете в течение длительного времени копить средства на приобретение жилья и в последующем сдавать его разным жильцам — это будет приносить вам стабильный пассивный доход. Также со временем вы можете перепродать своё имущество, что в конечном итоге тоже принесёт свои дивиденды.
- Акции различных компаний. Если вы приобретаете определённую долю (акцию) чьего-то бизнеса, то можете рассчитывать на получение части дохода от всей прибыли компании в будущем. Так же как и в случае с недвижимостью, ваши ценные бумаги можно будет перепродать со временем за большую сумму средств, чем вы потратили на их покупку.
- Авторские гонорары и отчисления, которые вы получаете от своей интеллектуальной собственности, также являются вашими активами. Вы можете продавать свои книги, картины, музыку, видео, фильмы, сайты и др.
- Если вы даёте деньги какому-либо частному лицу или компании в долг под определённые проценты, это тоже может стать вашим активом, так как вы затем получите больше прибыли, чем вложили.

Что представляют собой пассивы?

- Недвижимость. До этого мы говорили, что недвижимость — это актив. Она и была активом, пока вы сдавали её в аренду. Если же вы оплачиваете коммунальные услуги и сами платите арендную плату её владельцу, то недвижимость становится пассивом.
- Автомобиль. Здесь похожая ситуация: если вы используете автомобиль для работы, например, как такси, он приносит вам прибыль и является активом. Если же вы сами ездите на автомобиле и платите за топливо, техническое обслуживание, ремонт, страховку и т. д., то он становится пассивом.
- К пассивам также относятся и все виды кредитов и задолженностей, которые вы должны выплачивать.

Правильный баланс финансовых активов и пассивов

Вам может показаться, что нужно немедленно избавиться от пассивов, чтобы не тратить деньги на их содержание. Вовсе нет! Просто нужно понимать, что для

того, чтобы сбережения росли, доход от ваших активов должен превышать расходы на содержание пассивов. Это и будет балансом ваших финансовых потоков. Чем больше у вас будет активов, тем более финансово независимыми вы будете становиться. Деньги, вложенные в активы, будут сами работать на вас.

С ЧЕГО НАЧАТЬ СОЗДАНИЕ АКТИВОВ

Часто бывает, что единственным активом человека является его заработная плата. Большинство людей при этом за месяц тратят все деньги, которые они получили в качестве зарплаты. Чтобы изменить эту ситуацию, нужно найти новые активы или источники дохода. Даже если у вас не получится сразу купить долю в какой-либо компании или недвижимость, чтобы сдавать её в аренду, вы можете начать откладывать деньги на депозит (например, 10 % от вашего дохода ежемесячно). О том, что такое депозиты и как они работают, мы поговорим на следующих уроках.

Но чтобы откладывать средства на депозит или банковский счёт, нужно научиться рационально и экономно распоряжаться доходами. Когда у вас появятся накопления, вы сможете продумать, как их можно превратить в актив. Также нужно избегать появления пассивов, например, не брать деньги в долг. Процесс создания активов может потребовать длительного времени (5-10 лет), так что вам нужно стать настойчивыми и терпеливыми. Конечной целью станет независимость от заработной платы, так как активы, которые вы со временем приобретёте, будут работать на вас.

Теперь вы понимаете, что представляют собой финансовые активы и пассивы, в чём заключаются их основные различия и как с помощью этих знаний обрести финансовую независимость. Идеально, если вы прямо сейчас составите план действий, где определите, какое количество средств вы будете откладывать уже в этом месяце и куда станете инвестировать их в дальнейшем. Главное, чтобы суммарный доход от ваших активов преобладал над той суммой средств, которую вы тратите на содержание пассивов. И чем больше будет это преобладание, тем скорее вы достигнете заветной финансовой независимости.



Задание 1

Прочитайте текст про Роберта Кийосаки. Какие выводы вы можете сделать из его жизненной истории?

Это интересно

Состояние Роберта Кийосаки на сегодняшний день превышает 2 млрд долларов США, и он является востребованным международным финансовым консультантом. К 47 годам он стал миллионером, накопив, таким образом, сбережения, позволяющие заниматься любимым делом — обучением людей мышлению богатых. Каким же образом он смог добиться успеха?

Родился Роберт Кийосаки в 1947 году в городе Хило, главном порту острова Гавайи. Его родители были выходцами из Японии, живущими в США. Роберт получил возможность обучаться в лучшей местной школе, где с детства общался с детьми из обеспеченных семей.

Его отец, доктор философии, занимал пост министра образования в штате Гавайи. В своей книге Роберт Кийосаки называет его «бедным папой». Почему? И кто же тогда «богатый папа»?

Когда Роберту было 9 лет, он познакомился с отцом своего друга Майка, у которого и начал брать уроки по финансовому образованию, и, по его собственному признанию, продолжал учиться и последующие 30 лет. Именно его, за большой вклад в своё становление, и назовёт Роберт «богатым папой».

О разнице в мировоззрениях и подходе к деньгам этих мужчин, ставших главными учителями в жизни Кийосаки, он вспоминает так: «*Бедный папа говорит: «Я не богат, потому что у меня есть вы, дети». Богатый папа говорил: «Я должен быть богат, потому что у меня есть вы, дети»*.

Именно автобиографическая история Кийосаки, положенная в основу книги «Богатый папа, бедный папа», и принесла ему настоящую популярность. Ваше мышление определяет то, каких высот вы сможете достигнуть в жизни. «Богатый папа» щедро снабжал Роберта полезными советами касательно денег.

Закончив среднюю школу, Роберт уехал Нью-Йорк. В этом мегаполисе Кийосаки поступил в Академию торгового флота и после её окончания нашёл работу на торговом судне. После путешествий по миру Кийосаки неожиданно принял решение поступить в Корпус морской пехоты США. Он не страшился крутых жизненных поворотов, поскольку был убеждён: «Самая большая ошибка — это совершать слишком мало ошибок».

На службе в военно-морских силах США он попал во Вьетнам, где зарекомендовал себя хорошим офицером. В 1975 году Кийосаки оставил службу и, желая научиться торговать, устроился агентом в компанию «Xerox». Уже через два года он оставил наёмный труд и основал свою компанию, занимающуюся торговлей нейлоновыми бумажниками. Эти продукты были отличным началом деловой карьеры Роберта и принесли ему определённый доход на первых порах.

Однако потом бизнес был не столь успешным, и, по признанию самого Кийосаки, в то время он, как и другие бизнесмены, допускал досадные ошибки. Заработав начальный капитал, Кийосаки стремился правильно инвестировать свои сбережения. Следующим шагом на пути к миллионам стал лицензированный выпуск футболок для рокеров. Это дело стало более успешным, чем предыдущее, но всё же не принесло того уровня дохода, о котором мечтал Роберт.

Игра на фондовых рынках и не всегда грамотное инвестирование привели к потере средств. Но именно мышление богатого и успешного человека, равно как и его подход к жизненным неудачам, не позволили Роберту Кийосаки опустить руки, поскольку он был уверен, что существует большая разница между бедностью и банкротством: «Второе — это временно, а первое — навсегда».

Поэтому Роберт Кийосаки не сдался, а искал новые пути достижения финансовой независимости. Слова «нереально» и «неосуществимо» просто отсутствуют в его лексиконе: *«Бедняки и лодыри употребляют в своей речи слово «невозможно» гораздо чаще, чем те, кто преуспевает».*

И Роберт упорно трудился. Сначала Кийосаки начал вести семинар «Деньги и вы», а затем в 1985 году «воспитатель миллионеров», как называют Роберта, создал образовательную компанию «Rich Dad`s Organization» («Компания богатого папы»).

Основной задачей этого проекта является обучение молодёжи финансовой грамотности. Ведь Роберт убеждён в том, что *«В новом веке успеха добьются лишь те, кто достаточно скромен для того, чтобы не стесняться постоянно учиться».*

Сегодня Роберт — успешный финансовый консультант. Он учит людей правильно и разумно распоряжаться своими доходами, чтобы обрести финансовую независимость. Он не устаёт повторять, что поверить в успех вы должны прежде всего сами, и только потом уже мир поверит вам. Силу позитивного мышления Роберт определяет так: *«Наши эмоции — мощная сила. Если их не контролировать, они становятся самореализующимися пророчествами».*

Поэтому будущим бизнесменам необходимо пересмотреть некоторые идеи в голове и заменить их на более конструктивные мысли: *«Вашим главным активом становится ваша голова. Тщательно следите, какую информацию вы там храните и кто эту информацию даёт».*

Итак, мы поняли, что любая трата денег попадает в одну из граф: активы или пассивы. То есть либо становится вашим вложением в будущее, либо нет. Для каждого отдельного человека распределение средств по этим графам будет отличаться. Для фотомодели покупка красивой дорогой одежды является инвестицией, то есть активом — ведь это может помочь ей получить новый контракт и привлечь к себе внимание. Для девушки, работающей в банке, такие траты

станут пассивом, так как на них уйдёт большая часть её зарплаты, которую она могла вложить, например, в курсы повышения квалификации.



Задание 2

Запишите все свои траты за последний месяц (как минимум 10) и распределите между активами и пассивами. Чего оказалось больше? Почему?

Задание 3

Представьте, что вам на день рождения подарили 50 000 тенге. Придумайте, как вы их можете потратить (по 3 примера того, как ваши средства могут стать активами или пассивами).

© Издательство Атамұра

Урок 34. Личные активы и пассивы

- Понимать сущность бюджета, активов и пассивов.
- Различать доходы и расходы.

Мы продолжаем разбираться с активами и пассивами. Чтобы добиться успеха в бизнесе, нужно научиться использовать сложные проценты. Достаточно в течение 20 лет откладывать и инвестировать какие-то суммы, а полученные дивиденды (или иные доходы) реинвестировать вновь — и инвестиционный успех придёт к каждому.

Представьте, что вы пересекаете пустыню, вы грязны и вас мучает жажда. Вы делаете большой глоток воды из фляжки, затем умываете лицо остатками воды. Позже вы поймёте, что сделали ужасную ошибку.

Однако люди совершают подобные ошибки постоянно, ставя своё текущее удовольствие (поездки в отпуск, плоские телевизоры, новые машины) намного выше своего будущего благосостояния.

Экономисты называют подобное поведение «уклоном в настоящее». Именно оно вместе с другими заблуждениями не даёт людям возможность копить и инвестировать деньги: мы предпочитаем получить удовольствие сейчас, не заботясь о том, что будет потом (когда у нас появятся незапланированные расходы, мы лишимся работы или выйдем на пенсию).

Другой ошибкой является «тенденциозность экспоненциального роста». Она заключается в том, что люди недооценивают силу сложных процентов на свои сбережения. Отложив $100 под 7 % годовых, в следующем году вы получите всего $7 сверх отложенных. Однако проценты будут нарастать с каждым новым годом. Через 10 лет ваши инвестиции практически удвоятся и будут приносить уже $14 в год. Ещё через 10 лет они удвоятся вновь, и будут приносить уже $27 в год.

Некоторым людям довольно сложно понять это. Они представляют, что деньги растут прямолинейно, принося более-менее одинаковый доход каждый год. И это делает сбережения для них менее привлекательным, чем поездка на море или покупка нового телевизора.

Отказаться от траты денег бывает очень сложно. Мы все зачастую ведём себя нелогично, когда дело касается сиюминутных удовольствий: вспомните, был ли у вас случай, когда вы допоздна смотрели телевизор или общались с друзьями, а утром чувствовали себя невыспавшимся и усталым? Но если вы знаете за собой подобную склонность, вы сможете вовремя принимать меры, чтобы избегать неосмотрительных поступков. Например, получив зарплату, сразу откладывать какой-то её процент на депозит.

Нам бывает сложно осознать, что мы не вечны. Но если вы задумаетесь, то поймёте, что у вас не больше 30 лет активной работы (до выхода на пенсию), когда вы можете инвестировать часть своих средств и создавать активы.

Если вы ежегодно будете вкладывать 100 000 тенге, зарабатывать 15 % в год, реинвестировать эти суммы в течение 30 лет и ваш вклад будет расти всего на 5 % ежегодно, то вы заработаете 61,9 миллионов тенге.



Чтобы понять, сколько денег вы можете инвестировать, нужно разобраться с понятиями доходов и расходов.

Доходы *— это все деньги, которые вы получаете в качестве заработной платы* (или от родителей, если вы ещё не работаете). Если бы вы имели недвижимое имущество и сдавали его в аренду, то рента также стала бы вашим доходом. Если у вас лежат деньги на депозите в банке, то проценты по депозиту (которые мы рассмотрим подробно на следующих уроках) также были бы вашими доходами.

К ***расходам*** *относятся все деньги, которые вы тратите: приобретая товары длительного пользования (например, сотовый телефон или одежду), товары кратковременного пользования (например, продукты питания) и оплачивая различные услуги (например, квартплату, курсы английского языка, услуги парикмахера и т. д.).*

Задание 1

Подумайте, как понятия доходов и расходов соотносятся с понятиями активов и пассивов. В чём их сходство и различие?

Задание 2

Прочитайте текст легенды о зёрнах на шахматной доске. Как вы можете объяснить данный феномен с учётом теории сложных процентов?

Это интересно

По легенде, когда создатель шахмат — древнеиндийский математик — показал своё изобретение правителю страны, тому так понравилась игра, что он дал изобретателю право самому выбрать награду. Мудрец попросил у короля за первую клетку шахматной доски заплатить ему одно зерно пшеницы, за вторую — два, за третью — четыре и т. д., удваивая количество зёрен на каждой следующей клетке. Правитель, не разбиравшийся в математике, быстро согласился, даже несколько обидевшись на столь невысокую оценку изобретения, и приказал казначею подсчитать и выдать изобретателю нужное количество зерна. Однако, когда неделю спустя казначей всё ещё не смог подсчитать, сколько нужно зёрен, правитель спросил, в чём причина такой задержки. Казначей показал ему расчёты и сказал, что расплатиться невозможно, разве только осушить моря и океаны и засеять всё пространство пшеницей.

Количество зерна примерно в 1800 раз превышает мировой урожай пшеницы за год, то есть превышает весь урожай пшеницы, собранный за всю историю человечества. В единицах массы: если принять, что одно зёрнышко пшеницы имеет массу 0,065 грамма, тогда общая масса пшеницы на шахматной доске составит 1200 миллиардов тонн или 1,2 триллиона тонн.

Айдын Рахимбаев, председатель совета директоров и акционер холдинга BI Group с оборотом в 500 млн долларов, когда-то начинал свой бизнес с 500 долларов. Заработать их ему удалось ещё в студенчестве, разгружая по ночам вагоны. Он копил деньги, пока другие тратили. Потом Айдын их превратил в 5 тыс. долларов, перепродавая чай, сигареты и прочее. На эти деньги тогда можно было купить в Целинограде двухкомнатную квартиру в центре города. Но мотивировали его тогда не возможности, а страх потерять деньги, заработанные таким тяжким трудом. Продолжая инвестировать деньги в бизнес, то есть, превращая их в активы и пользуясь теорией сложных процентов, он превратил их в 50 тыс. долларов, с которых начался его строительный бизнес.

Ещё один совет от Айдына Рахимбаева — не просить в долг, а стараться накопить капитал самим: «Ребята, те, кто просят деньги для старта и не перестают просить на раскрутку, не надо просить, не надо терять ни одного года времени, не надо ждать, пока денег даст какой-то агашка, дядя, брат, сват, государство и так далее. Работайте, копите. Именно накопленные средства помогут вам встать на ноги, потому что вами будет двигать страх потерять их. А когда вам вдруг упали деньги, всё пропало. Не будет бизнеса».

Задание 3

Вы познакомились с теорией сложных процентов. Посмотрите, как взгляды Уоррена Баффета[1], который её разработал, отражаются в его биографии. Проследите, в каких случаях он превращал финансы в активы и к каким последствиям это привело.

Это интересно

Уоррен Баффет — один из наиболее влиятельных инвесторов в мире, многолетний лидер глобального списка богатейших людей по версии журнала Forbes.

«Я всегда знал, что стану богатым. Не припомню, чтобы я усомнился в этом хоть на минуту».

Уже в 11 лет Уоррен купил 3 акции фирмы Cities Service по $38 за каждую. Вначале их стоимость снизилась до $27 за акцию, затем поднялась до $40. Баффет, недолго думая, продал их. Однако радость от полученной прибыли была недолгой — вскоре акции возросли до $200! «На фондовой бирже доверять дело случаю не стоит», — твёрдо заучил этот урок Уоррен.

Инициативность и находчивость отличали Уоррена от сверстников. Пока они занимались шалостями, Уоррен делал деньги. *«Не то чтобы я так уж хотел иметь деньги. Мне интересно делать деньги и наблюдать, как они растут».*

На должности разносчика почты 13-летний Уоррен сумел добиться успеха — он усовершенствовал маршрут разноса прессы, за счёт этого обслуживал больше абонентов и зарабатывал больше денег. Ежемесячная зарплата подростка могла посостязаться с доходом директора почтового отделения!

Практичный Баффет старательно откладывал свои сбережения, а, накопив приличную сумму, купил на неё земельный участок, который сдал в аренду! Кроме того, он скупал неисправные игровые автоматы, сдавал в ремонт, а после устанавливал их в парикмахерских, что тоже приносило доход.

После окончания учебы в университете Баффет при поддержке семьи и друзей организовывает своё первое инвестиционное товарищество Buffett Associates. Он превращает начальный капитал фирмы, составляющий 105 тыс. долларов, в 7 миллионов!

1 Баффет У. Правила богатства. – М.: АВ Паблишинг Трейд, 2016. – 38 с.

В 1965 году Баффет покупает контрольный пакет акций текстильной компании Berkshire Hathaway. Это предприятие было убыточным, но Баффет трансформирует Berkshire Hathaway в огромную холдинговую компанию, занимающуюся страхованием и инвестициями. За последующие десятилетия перепрофилирование предприятия превращает его в лидера, контролирующего свыше 40 компаний из различных секторов рынка: производство мебели, издательское дело, финансовые услуги и т. д.

В 2010 году Уоррен Баффет объявил о передаче более 75 % своего состояния в благотворительные организации. По состоянию на 2019 год он пожертвовал порядка 35 млрд долларов и по праву носит звание «самого щедрого миллиардера в мире». Согласно завещанию финансового гения, 99 % его капитала перейдёт в благотворительные фонды.

Задание 4

Существует формула для начисления сложного процента:

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

A — сумма вклада;

R — ставка процента;

T — количество периодов;

S — получаемая сумма.

Рассчитайте сумму вклада через 3 года при сложной процентной ставке 10 % годовых, если было вложено 1000 тенге.

Задание 5

С какой процентной ставкой необходимо вложить деньги в банк, если через 2 года вкладчик хочет получить 120 000 тенге при первоначальном взносе 100 000 тенге?

Задание 6

Через сколько лет сумма вклада по сложной процентной ставке 8 % годовых вырастет с 10 000 тенге до 20 000 тенге?

Урок 35. Сбережения, кредиты и депозиты

- Различать двухуровневую банковскую систему РК.
- Понимать сущность депозитов и кредитования.
- Понимать инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку.
- Применять навыки расчёта депозитной и кредитной ставки.

Мы с вами разобрались в финансовых потоках, активах, пассивах и сложных процентах. На следующих уроках мы познакомимся с кредитами и депозитами.

***Банк** (от итал. banco — скамья, лавка, стол, на которых менялы раскладывали монеты) — финансово-кредитная организация, производящая разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающая финансовые услуги правительству, юридическим и физическим лицам.*

В банках могут обслуживаться физические лица (наверняка вы не раз ходили с родителями в банк — снимать деньги с карты или пополнять карточный баланс, оформлять кредит или депозит и т. д.) и юридические лица, то есть компании. К юридическим лицам в банках особенный подход, так как большая часть капитала банка поступает именно от предпринимателей. Поэтому банки предусматривают различные льготы для обслуживающихся у них компаний — снятие и зачисление денег без комиссии, экономию на расходах банка, льготные схемы кредитования и др.

История банковского дела

Древность

Ростовщики, предоставлявшие деньги взаймы под проценты, появились в глубокой древности. Банковское дело существовало ещё в Вавилонии в VIII веке до н. э. Вавилонским купцам был даже известен банковский билет, называвшийся гуду (hudu) и имевший обращение наравне с золотом.

В Древней Греции трапезиты (τραπεζῖται, от τράπεζα — стол) принимали на хранение вклады с целью производить платежи за счёт вкладчиков. Им давали на хранение также ценные документы, договоры, спорные суммы. Греческие банкиры отдавали вверенные им капиталы взаймы под залог движимости, рабов, домов и земель. Серьёзными конкурентами частных банкиров при этом были древнегреческие храмы, которые давали из своих храмовых сокровищ взаймы большие суммы, как частным лицам, так и на общественные предприятия. Неприкосновенность храмовых сокровищниц позволяла им привлекать значительные вклады от частных лиц, правителей и городов.

В Древнем Риме банкиры назывались менсариями (mensarii) и аргентариями (argentarii). Аргентарии принимали вклады, давали кредиты, через них можно было перевести деньги в другой город.

Средние века

В Средние века из-за разнообразия местных монетных систем был развит промысел менял. Затем им начали давать на хранение денежные капиталы и поручалось производство платежей. Лавки менял располагались на рыночных площадях, где у стола, покрытого зелёным сукном, они вели свою торговлю. Менялы в Италии постепенно стали называться банкирами, banchiere (от итал. banco — стол, прилавок). Производство платежей путём списывания в книгах банкиров со счёта одних на счёт других оказалось наилучшим способом платежа, устраняющим все неудобства перевозки, оценки, подсчёта разнообразной монеты. Банковским делом занимались преимущественно итальянцы и евреи.

С деятельностью отдельных банкиров конкурировали так называемые montes pietatis (итал. monte di pieta, фр. mont de piété) — особые банки, созданные в разных итальянских городах для предоставления дешёвых мелких кредитов нуждающимся. Они взимали проценты по ссудам только для покрытия своих издержек и их капитал образовывался из частных или общественных пожертвований.

Сенат Венецианской республики в 1584 году издал декрет об учреждении общественного банка под названием Banco della Piaza de Rialto. Банковское дело было объявлено монополией республики и частным лицам воспрещалось им заниматься.

Новое время

В 1609 году городскими властями Амстердама был основан Амстердамский банк. Он установил неизменную счётную единицу, представлявшую стоимость определённого количества серебра, равнявшуюся 211,91 асам чистого серебра и называвшуюся «банковский флорин» — банк принимал во вклады различные монеты, но счёт вёлся только в банковских флоринах.

Англичанин Вильям Петерсон, исходя из тщательно скрываемого от всех факта, что в Амстердамском банке находилось в наличности лишь около четверти всех вверенных ему вкладов, пришёл к мысли, что вовсе не требуется полного покрытия звонкой монетой всех обязательств, выпускаемых банком. Он предложил проект Банка Англии, основной капитал которого помещался бы в государственных процентных бумагах, служащих обеспечением его кредитных операций. В 1694 году английское правительство, находясь в затруднительном финансовом положении, приняло этот проект. Банк Англии был создан в форме акционерного общества.

Современное положение

Эволюция финансов и банковской системы привела к повсеместному распространению безналичных расчётов, что существенно изменило характер банковских операций. Деньгами стали не только наличность, но и долги банка перед клиен-

тами, как в форме учётных записей на счетах клиентов, так и в форме банковских расписок — банкнот.

Выдавая кредит, банки могут создавать новые деньги. По сути, при безналичных платежах в качестве денег банк передаёт заёмщику своё обязательство заплатить — заёмщик становится должником банка, а банк является должником заёмщика. Суммарный баланс не нарушается, но банковские долги выполняют роль денег, и мы оплачиваем ими свои обязательства.

Виды банков

В Республике Казахстан принята двухуровневая банковская система. Национальный Банк Республики Казахстан — единственный банк первого уровня. Все остальные банки относятся к банкам второго уровня, за исключением Банка развития Казахстана, имеющего особый правовой статус.

Всего на сегодняшний день в Казахстане 28 банков второго уровня. В 2019 г. их совокупные активы составили 24,58 трлн тенге. Самыми крупными из них являются «Народный банк» (8,52 трлн тенге), «Сбербанк» (1,91 трлн тенге) и «Kaspi Bank» (1,8 трлн тенге).

Национальный Банк Казахстана — это государственный орган, республиканское государственное учреждение. Его работа состоит в проведении денежно-кредитной политики всего государства, в обеспечении функционирования платёжных систем, в осуществлении валютного регулирования и контроля, в государственном регулировании, контроле и надзоре финансового рынка и финансовых организаций, в содействии обеспечению стабильности финансовой системы, в проведении государственной статистики и защите прав потребителей финансовых услуг.

Национальный Банк не выдаёт кредиты, не открывает счета и не размещает на своих счетах вклады физических лиц. Открывать счета в Национальном Банке могут только банки и юридические лица, в порядке, установленном Национальным Банком.

Функции банков

Исторически первой функцией банков было безопасное хранение денег клиентов.

Так как у банка есть много клиентов, которые хранят в нём свои деньги, то банк становится способен переводить деньги от одного из них другому путём изменения записей в банковских счетах (безналичные расчёты). Также банки выдают кредиты.

Ресурсы банка

- Собственный капитал — главное средство защиты, позволяющее вкладчикам и кредиторам получить возмещение потерь в случае потери ликвидности банка;
  Ликвидность *(от лат. «liquidus» – «жидкий», «перетекающий») — свойство активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной.*
  Ликвидный *— обращаемый в деньги.*
- депозиты клиентов — юридических и физических лиц.

Это интересно

Пользуясь банковскими услугами, мы редко задумываемся о механизмах их функционирования. Банк, как и любая коммерческая структура, даже если речь идёт о принадлежащем государству банке, зарабатывает деньги. Если предприятия так называемого реального сектора экономики производят и продают или покупают и продают товары и услуги, то банк покупает и продаёт деньги, а также услуги, связанные с управлением деньгами.

Реальный сектор экономики *— совокупность отраслей экономики, производящих материальные и нематериальные товары и услуги, за исключением финансово-кредитных и биржевых операций.*

Выдавая кредиты, банк оперирует не своими собственными средствами (собственный капитал банка выполняет функцию гаранта его надёжности), а заёмными. Банк и выдаёт эти деньги в виде кредитов заёмщикам — физическим лицам или предприятиям. Доход банка в данном случае — это разница между процентами по кредитам и процентами по вкладам. Чтобы проиллюстрировать, что это означает, мы приведём упрощённый пример. Допустим, клиент 1 положил в банк вклад размером в 1000 тенге с годовой процентной ставкой 14 %. Это значит, что через год банк ему должен отдать 1140 тенге. То есть банк должен вложить «свои» 140 тенге, чтобы выплатить их клиенту. Зачем банк идёт на это? Чтобы теперь он мог выдать эти 1000 тенге в кредит клиенту 2. Итак, клиент 2 взял 1000 тенге в кредит с процентной ставкой в 15 %. Это значит, что через год клиент 2 должен вернуть банку 1150 тенге. Если мы вычтем из процентов по кредитам, которые заработал банк (150 тенге), проценты по депозитам, которые банк должен выплатить (140 тенге), мы получим прибыль банка: 150 – 140 = 10 тенге. В данном примере прибыль составила 10 тенге, но если мы возьмём общее число вкладчиков по кредитам и депозитам, эта сумма увеличится во множество раз.

Кроме того, часть привлечённых от клиентов средств банк обязан резервировать. Это необходимо для того, чтобы при досрочном обращении вкладчиков и держателей счетов за своими средствами у банков не возникало проблем с их выплатой.

Если все вкладчики захотят изъять свои средства из банка одновременно, банк потерпит крах, так как большую часть денег, полученную от вкладчиков, банк выдал заёмщикам в виде кредитов, и быстро изъять все эти средства банк не сможет (так как средства взимаются по графику, определённому в договоре кредитования).

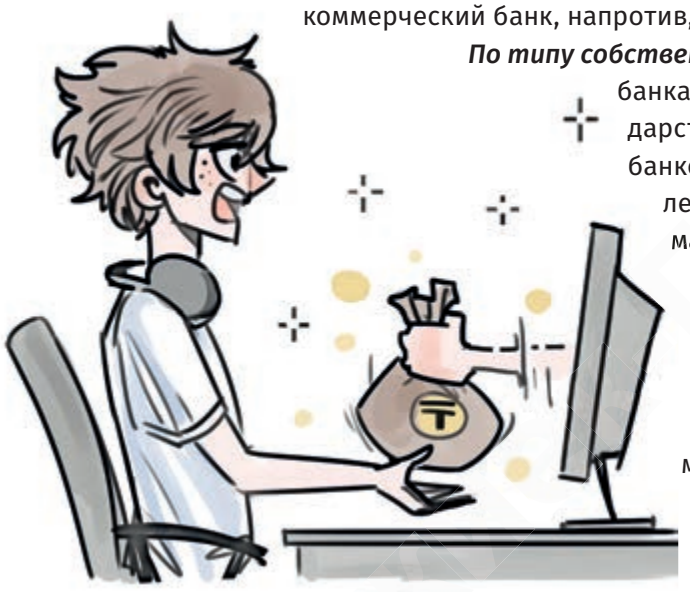
Однако современный банк — это не только кредиты и депозиты. Многие пользуются пластиковыми картами, системами денежных переводов, оплачивают в банке счета. Всё это для банка — источники комиссионного дохода. Впрочем, помимо доходов существуют и расходы: это аренда или покупка помещений, зарплата персонала, расходы на ИТ-системы и безопасность, закупка оборудования и многое другое. Как и любое предприятие, каждый банк стремится увеличить доходы и сократить расходы. Чтобы увеличить доходы, можно повысить ставки по кредитам и понизить по депозитам, увеличить комиссии по различным операциям. Но конкуренция на банковском рынке такова, что банку, решившему сильно повысить тарифы, клиенты быстро найдут замену. То же самое и с расходной частью — сокращать до предела расходы на помещения, сотрудников не получится, поэтому бизнес банка — это поиск компромисса.

Отличия Национального банка от коммерческого

Национальный банк, являясь видом банка, отличается от других его разновидностей. Отличие состоит в том, что он работает на макроуровне экономических отношений, обслуживает общие народнохозяйственные потребности, делает то, что не делает ни один другой банк, эмитируя в экономику наличные деньги.

Отличие Национального банка от коммерческого можно обнаружить и по другим параметрам.

По целевой ориентации. Получение прибыли не является целевым мотивом деятельности Национального банка. В отличие от последнего коммерческий банк, напротив, работает ради прибыли.



По типу собственности. Капитал Национального банка чаще всего принадлежит государству, тогда как для коммерческих банков в рыночной экономике наиболее характерна акционерная форма собственности на капитал.

По численности и капитальной базе. В каждой отдельной стране функционирует свой единый Национальный банк; коммерческих банков в зависимости от национальных традиций, масштабов экономики и размеров территории могут быть десятки, сотни и даже тысячи.

Задание 1

Зачем необходима двухуровневая банковская система? Почему нельзя обойтись только Национальным банком?

Задание 2

Чем отличаются банки от других организаций, занятых в сфере финансов, таких как ломбарды?

Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты

- Различать двухуровневую банковскую систему РК.
- Понимать сущность депозитов и кредитования.
- Понимать инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку.
- Применять навыки расчёта депозитной и кредитной ставки.

Прежде чем мы начнём обсуждать кредиты и депозиты, остановимся на теории сбережений английского экономиста Джона Мейнарда Кейнса[1]. Потребительский спрос и, следовательно, личное потребление зависят от совокупного денежного дохода и от того, как расходуется этот доход. Иначе говоря, они зависят от пропорции, в которой доход распадается на расходы на потребление и сбережения. Если вы заработали за месяц 150 000 тенге, сколько из них вы потратите на ваши нужды (оплату жилья, продукты, гигиенические средства, уход и здоровье, учёбу и т. д.) и сколько сможете отложить, то есть сберечь? С ростом доходов растёт и спрос, увеличиваются расходы на потребление, но не в той пропорции, в которой растут доходы. По мере роста доходов прирост потребления замедляется. То есть, получая 150 000 тенге в месяц, вы тратили на ежедневные нужды 130 000 тенге и откладывали 20 000 тенге. Когда вы стали зарабатывать 200 000 тенге, то стали больше тратить (так как получили возможность покупать более дорогие вещи), но не на 50 000 тенге (разница между вашей нынешней и прошлой зарплатой), а на 30 000 тенге. То есть, теперь вы стали откладывать 40 000 тенге в месяц. Причина этого, по терминологии Кейнса, «основной психологический закон»: по мере роста богатства склонность к потреблению снижается, а часть дохода, откладываемая на сбережения, увеличивается (сбережения — это разница между размером дохода и уровнем потребления).

Теперь, когда мы обсудили теорию сбережений, мы можем перейти к изучению кредитов и депозитов.

Что такое кредит? Виды кредитов

***Кредит** — это ссуда, предоставленная кредитором (в данном случае банком) заёмщику под определённые проценты за пользование деньгами. Кредиты выдаются физическим и юридическим лицам.*

Например, у вас не хватает денег на покупку еды в школьной столовой на этой неделе, так как вы потратили деньги, которые вам выдали родители. Вы просите у друга 1000 тенге в долг, так как знаете, что на следующей неделе вам выдадут деньги снова, и вы сможете вернуть ему долг. Кредит отличается тем, что за каждый день

1 Кейнс Дж.-М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2002 г. – 343 с.

пользования деньгами вы должны будете платить другу проценты по кредиту. Например, 50 тенге в день. То есть через 7 дней вы должны будете вернуть другу уже не 1000 тенге, а 1000 + (50 * 7) = 1350 тенге.

Кредиты гражданам делятся на нецелевые, когда банк выдаёт определённую сумму на нужды заёмщика, и на целевые — на покупку жилья, автомобиля, на ремонт.

Условно ссуды можно разделить на залоговые и беззалоговые. Например, достаточно распространена схема выделения кредита под залог квартиры и любой другой недвижимости, который принято называть ***ипотекой.***

Как правило, ставки по беззалоговым кредитам выше, чем по залоговым. В среднем ставки по таким займам составляют 18-25 %, в то время как по кредитам, залогом по которым является автомобиль или недвижимость, они ниже.

Если бы ваш друг выдавал вам беззалоговой кредит, он просто выдал бы вам 1000 тенге. Если же залоговый, он взял бы у вас что-то в качестве гаранта погашения долга, например, наушники для мобильного телефона. Если бы вы выплатили ему долг в оговорённый срок и полностью, он вернул бы вам наушники. Если же вы нарушили бы своё обещание, он оставил бы наушники себе в качестве компенсации за 1350 тенге кредита, которые вы ему не вернули.

Существуют льготные предложения по кредитованию; например, у ряда банков есть специальные программы приобретения жилья, которыми может воспользоваться молодая семья.

Принципы кредитования

У банковского кредитования есть несколько принципов:

Принцип *срочности* означает, что кредит даётся на однозначно определённый срок (то есть на 7 дней в нашем примере выше).

Принцип *возвратности* предполагает, что в определённый договором срок вся сумма кредита должна быть возвращена полностью (то есть через 7 дней вы полностью вернёте другу долг).

Принцип *платности* подразумевает, что за право пользования кредитом заёмщик должен заплатить оговорённую сумму процентов (то есть дополнительные 350 тенге за пользование 1000 тенге друга в течение 7 дней).

Принцип *подчинения кредитной сделки нормам законодательства и банковским правилам.* В частности, обязательно составление кредитного договора или соглашения в письменной форме, не противоречащего закону и нормативным актам (с другом вы можете не составлять договора кредитования, но с банком этого избежать не удастся: юридически оформленные документы — гарант вашей и банковской безопасности и письменное подтверждение того, что все условия кредитования будут соблюдаться).

Принцип *неизменности условий кредитования.* То есть изменение условий кредитного договора (соглашения) должно производиться в соответствии с правилами,

сформулированными в самом кредитном договоре либо в специальном приложении к нему (если бы вы или банк решили изменить условия кредитования, вам пришлось бы составить новый письменный договор об этом).

Принцип *взаимовыгодности кредитной сделки* означает, что условия сделки должны адекватно учитывать коммерческие интересы и возможности обеих сторон (беря кредит, вы выигрываете, получая деньги, когда они вам необходимы (иначе вы бы остались без обедов на эту неделю); организация, выдающая кредит, выигрывает, получая проценты за ваше пользование кредитом).

Как правило, когда возникает необходимость получить первоначальный капитал для открытия бизнеса или привлечь дополнительные средства для масштабирования бизнеса, обойтись без кредита практически невозможно.

Сами по себе кредиты не являются «злом», если заёмщик (бизнесмен) понимает, как они работают, и отдаёт себе отчёт в том, что ему придётся возвращать взятую в кредит сумму, и понимает, каким образом он сможет это сделать.

Связав понятие кредита с понятиями пассива и актива, которые мы рассматривали ранее, мы можем сказать, что кредит, который мы взяли на покупку машины, дома, свадьбу, поездку на отдых — это пассив. Если же кредит берётся на получение образования или на развитие бизнеса, он становится активом, так как в будущем он принесёт дополнительную прибыль, которая позволит погасить такой кредит и увеличит доходы заёмщика. Поэтому стоит внимательно подумать и просчитать все риски, прежде чем брать кредит.

Потребительский кредит

Потребительский кредит *— кредит, предоставляемый непосредственно гражданам (домашним хозяйствам) для приобретения предметов потребления.*

Такой кредит берут не только для покупки товаров длительного пользования (квартиры, мебель, автомобили и т. п.), но и для прочих покупок (мобильные телефоны, бытовая техника, продукты питания). Он выступает или в форме продажи товаров с отсрочкой платежа, или в форме предоставления банковской ссуды на потребительские цели, в том числе через кредитные карты. При этом взимается довольно высокий процент.

Плюсы и минусы покупки товара в кредит

Плюсы:

- покупка в кредит спасает от возможности подорожания товара в будущем;
- покупка в кредит спасает от возможности исчезновения товара с прилавков;
- покупка в кредит позволяет купить на месте товар нужной модификации, при условии, что он есть в наличии;

- покупка в кредит позволяет купить вещь в момент её наивысшей актуальности для покупателей;
- покупка в кредит позволяет оплачивать товар несущественными платежами на протяжении нескольких месяцев.

Минусы:

- процент по кредиту существенно увеличивает стоимость товара;
- самым существенным психологическим недостатком покупки в кредит можно назвать истечение периода первоначального удовольствия от покупки, в то время как платежи по кредиту необходимо платить ещё много месяцев;
- велик риск заплатить кредитному учреждению гораздо большую сумму за пользование кредитом, чем кажется на первый взгляд — зачастую банки маскируют реальную процентную ставку.



Задание 1

Приведите знакомые вам примеры из жизни, иллюстрирующие плюсы и минусы покупки товара в кредит.

Кредит для юридических лиц *— денежный заём, выдаваемый юридическому лицу на определённый срок на условиях возвратности и оплаты кредитного процента.*

Виды бизнес-кредита

Кредит на развитие бизнеса является наиболее простым видом финансирования. Залог не требуется. Процентные ставки зависят от сроков кредитования и размеров кредита. Лимит кредитования устанавливается по отношению к текущему обороту компании.

Кредит на покупку основных средств, автотранспорта, спецтехники, недвижимости. Погашение происходит равными долями. Залогом выступают товары в обороте, оборудование, автотранспорт, спецтехника, недвижимость, в том числе приобретаемые на кредитные средства. Требование к заёмщику — наличие доходов от предпринимательской деятельности в течение последнего года.

Коммерческая ипотека. Кредит для покупки нежилых помещений, склада или офиса. Коммерческая недвижимость и является залогом. Отличается высокими процентными ставками по сравнению с жилищной.

Инвестиционный кредит. Предоставляется под конкретную инвестиционную программу. Срок — от 3 до 10 лет. Заёмщик должен предоставить в банк бизнес-план

инвестиционного проекта и финансовую отчётность за последние годы. Залог по кредиту — имеющиеся активы.

Документы, необходимые для получения бизнес-кредита

- заявление (подлинник);
- устав коммерческой деятельности (копия);
- бухгалтерский баланс с отметкой о регистрации в налоговом органе (копия);
- учредительный договор (копия);
- лицензия или разрешение на коммерческую деятельность (копия).

Все подлинники документов должны быть заверены соответствующими должностными лицами, а копии — нотариальными органами с оттисками фирменных печатей. Банки могут потребовать и другие документы.

Задание 2

Прочитайте текст ниже и обсудите, как возникновение кредитования повлияло на историю человечества, на экономику государств, на жизнь каждого человека в отдельности.

Давным-давно функцию денег выполняли разные вещи — соль, скот, рабы, одежда, ракушки, сушёная рыба и др. Главное, чтобы все верили, что эти вещи можно обменять на другие ценные вещи. Физические свойства золота и серебра способствовали тому, что постепенно они вытеснили из обращения другие формы денег и стали монопольно выполнять их функции. Ювелиры способствовали развитию торговли тем, что отливали монеты из драгоценных металлов. При этом для хранения драгоценных металлов ювелиры имели надёжные сейфы. Помимо хранения своих ценностей, ювелиры могли использовать их для сдачи в аренду другим гражданам, которые также нуждались в хранении своих монет и ценностей. Таким путём ювелиры получали небольшой дополнительный доход. Со временем ювелир заметил, что вкладчики никогда не приходили все сразу, чтобы забрать своё золото. Этому способствовало то, что долговые расписки, которые ювелир выдавал, принимая золото на хранение, стали обращаться на рынке в качестве денег наравне с реальным золотом. Фактически это были бумажные деньги. В обращении они были удобнее, чем тяжёлые монеты.

К тому времени ещё одним побочным бизнесом ювелиров была выдача кредитов золотом под проценты. А поскольку долговые расписки использовались в обращении в качестве денег, то при получении ссуд их стали брать вместо золота. По мере развития экономики потребность в кредитах увеличивалась. Это обстоятельство навело ювелира на мысль, что при выдаче

кредитов долговые расписки (т. е. бумажные деньги) можно выдавать под залог чужого золота, которое хранилось в его сейфах. Ибо вкладчики никогда не требовали все разом возвращения хранимого у него золота.

Таким образом, ювелир стал получать проценты от выдачи кредитов, используя не только своё золото, но и золото своих вкладчиков. Выдача кредитов стала главным источником его дохода, а сам он фактически стал ростовщиком, наживаясь на выдаче ссуд под залог чужого золота без ведома владельцев. Но слухи о таких действиях ювелира дошли до вкладчиков, и они потребовали вернуть своё золото или взять их в долю, выплачивая им часть своих процентов. Ювелир был вынужден согласиться.

Таким образом, если раньше вкладчики платили ювелиру плату за хранение золота, теперь ювелир стал платить вкладчикам деньги в качестве процента. В результате ювелир превратился в банкира, а хранимое золото превратилось в ссуду, которую вкладчики предоставляли ему. Так возникли банки.

Банкиры стали зарабатывать на разнице в процентах. Кредиты выдавали под более высокий процент, чем процент, выдаваемый вкладчикам. Но ювелир, а теперь уже банкир, не был доволен своими доходом, который оставался после выдачи процентов вкладчикам. Вместе с тем, спрос на кредиты всё время возрастал по мере того, как европейцы расширяли свои колониальные владения. Но способность банкиров удовлетворять возросший спрос на кредиты была ограничена количеством золота, хранимого в их сейфах. У банкиров возникла новая идея. Ведь, кроме самих банкиров, никто не знал, сколько золота хранится в их сейфах.

Поэтому они начали выдавать долговые расписки под залог золота, которого у них вообще не было. Никто об этом не узнает. А все вкладчики никогда не приходят одновременно с требованием возвратить всё золото. Это было мошенничеством, с помощью которого банкиры начали делать деньги из ничего. Они сказочно разбогатели. И это вновь вызвало подозрение вкладчиков. Они стали требовать своё золото. Началась паника, ибо стало ясно, что из-за мошеннической схемы часть вкладчиков останется без своего золота. Банки обанкротились, а доверие к ним было подорвано.

Однако вместо того, чтобы запретить такую практику банкиров, государство узаконило её. Но при этом банкиры должны были ограничить количество необеспеченных денег, которые они могли выдавать в кредит. В среднем требуемое законом соотношение необеспеченных денег к золоту было девять к одному. Инспекции проверяли выполнение этих законов. Кроме того, законом было предусмотрено, что в случае необходимости Центральный банк поддержит местные банки вливаниями золота. Поэтому кризис банковской системы мог возникнуть только тогда, когда все банки одновременно израсходуют весь свой резерв.

Урок 37. Сбережения, кредиты и депозиты

- Различать двухуровневую банковскую систему РК.
- Понимать сущность депозитов и кредитования.
- Понимать инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку.
- Применять навыки расчёта депозитной и кредитной ставки.

На прошлом уроке мы разобрали, что такое кредит. Допустим, вы решили взять кредит на развитие бизнеса. Что же вам нужно знать о кредитах, чтобы выбрать одно из множества предложений различных банков? Чем меньше кредитная ставка (то есть сумма, которую мы переплачиваем за возможность пользоваться кредитом), тем выгоднее для нас. Более подробно о том, что она собой представляет, о её разновидностях, и о том, как можно на неё повлиять, вы узнаете на этом уроке.

Процентная ставка. Что это такое?

Процентная ставка *— это сумма, выраженная в процентном отношении к сумме выдаваемого кредита, которую платит заёмщик за использование заёмных денег в расчёте на определённый временной интервал (день, неделя, месяц, год и т. д.).*

Проще говоря, это ответ на вопрос: «Какой процент от тех денег, что я возьму в кредит, я должен буду вернуть, и через какой срок?»

Обычно мы сталкиваемся с годовой процентной ставкой, то есть с суммой переплаты за год пользования кредитом.



Проведём небольшой эксперимент. Откройте любой кредитный калькулятор (их нетрудно найти через любую поисковую систему) и рассчитайте график платежей со следующими параметрами кредита: сумма — 100 000 тенге; срок — 1 год (12 месяцев); процент по кредиту — 10 %; вид платежа — аннуитетный. В итоге вы получите переплату 5499 тенге. Обратите внимание, что эта сумма не похожа на 10 % от 100 тысяч (что составляет 10 тыс. тенге), а значительно меньше. Почему?

Таблица 1. Пример расчёта процентной ставки

Результаты расчёта	
Выплаты	Суммы
Ежемесячный платёж	8 791,59
Переплата	5 499,06
Переплата, %	5,50%
Общая сумма выплат	105 499,06

Таблица 2. Пример выплат по кредиту

Планы выплат по кредиту					
Период	Кредит	Проценты	Комиссия	Остаток	В месяц
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
Итого	105 499.06				

Всё просто. Дело в том, что график платежей рассчитан на ежемесячные погашения займа (об их разновидностях мы ещё скажем чуть далее). После очередного погашения сумма долга (тела кредита) уменьшается на величину ежемесячного взноса, после чего процент начисляется уже на остаток задолженности, который с каждым месяцем становится всё меньше. Из-за этого суммарная переплата будет ниже заявленной.

Но в том случае, если бы вы выплатили всю сумму единоразово, то пришлось бы отдать 110 тысяч. Кстати, несмотря на то, что банкам выгоднее второй, единоразовый вариант погашения, любой заём выплачивается частями и в большинстве случаев каждый месяц. Это сделано не только для удобства клиента. Банки должны

видеть, насколько своевременно заёмщик выполняет обязательства по договору, и в случае неуплаты вовремя принять меры.

Ни одна ссуда, выдаваемая банками, не может стоить дешевле, чем привлечённые банковские ресурсы. Кто станет работать себе в убыток? Уж точно не банк! Деньги, по сути, такой же товар, за пользование которым надо платить.

Когда мы говорим о реальной ставке, то имеем в виду так называемую эффективную процентную ставку, которая отражает полную стоимость кредита (ПСК). ПСК в соответствии с законом должна быть указана крупным шрифтом в чёрной рамке в правом верхнем углу первой страницы кредитного договора. Она включает в себя все расходы по обслуживанию взятого займа и является, по сути, ценой кредита. Именно по этому параметру и надо сравнивать предложения от различных банков. ПСК в обязательном порядке указывается в виде годовой ставки.

Расчёт переплаты

Сумма, которую в итоге приходится отдавать банку, зависит и от вида платежа по нему — он бывает дифференцированный или аннуитетный.

При **дифференцированной схеме погашения** тело кредита делится на равные части, в зависимости от предполагаемого количества выплат (это можно узнать из графика платежей). К каждой равнозначной части прибавляются начисленные на остаток задолженности проценты, которые будут максимальными в первый платёж и минимальными в самый последний. Таким образом, сумма оплаты будет уменьшаться с каждым месяцем.

Аннуитетная схема делает все платежи одинаковыми. Проценты также начисляются на остаток задолженности, но при этом доля выплачиваемого тела кредита в первых платежах будет минимальной — основную часть платежа будет составлять процент по кредиту. Таким образом, сначала вы погасите проценты, а потом — основной долг.

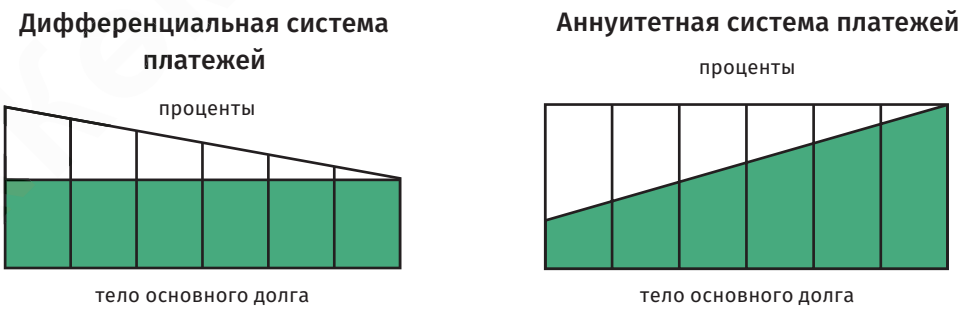


Рис. 1. Сравнение дифференциальной и аннуитетной схем платежей

В основном банки используют аннуитетную схему.

Для расчёта ежемесячных платежей применяются следующие формулы:

Формула расчёта дифференцированного платежа:

$$\text{Размер месячного платежа} = \frac{S}{t} + \frac{S * R * dm}{DY}$$

S — оставшаяся сумма платежа;
t — оставшееся количество месяцев до погашения;
R — годовая процентная ставка;
dm — количество дней в месяце;
DY — количество дней в году.

Формула расчёта аннуитетного платежа:

$$\text{Ежемесячный платёж} = S * \frac{r * (1 + r)^n}{(1 + r)^n - 1}$$

S — сумма кредита;
r — месячная процентная ставка;
n — количество месяцев, на которое вы берёте деньги.

Суммарную переплату вы можете увидеть в графике платежей, выдаваемых банками в виде неотъемлемой части кредитного договора, или рассчитать в кредитном калькуляторе на сайте банка или на другом ресурсе Интернета.

Влияние инфляции на кредитную ставку

Инфляция *— это процесс обесценивания денег, снижение их покупательской способности.* В каждой стране она присутствует и постоянно отслеживается, так как является важным экономическим показателем. Инфляция влияет на проценты по выдаче займов, депозитов, на налоговые выплаты населения, на тарифы и т. д.

Выделяют номинальную и реальную ставку процента с учётом инфляции.

Номинальная ставка процента (i) — это текущая рыночная ставка, не учитывающая уровень инфляции.

Реальная ставка процента (r) — это номинальная ставка за вычетом ожидаемых темпов инфляции (π).

Американский экономист Ирвинг Фишер выдвинул гипотезу относительно связи между номинальной и реальной ставкой. При невысокой инфляции можно рассчитать величину реальной ставки процента r, используя **формулу Фишера,** отражающую влияние инфляции на величину процентной ставки:

$$r = i - \pi$$

Более точная формула реальной ставки процента, используемая для высоких темпов инфляции, немного сложнее:

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

Допустим, мы получили в банке по срочному депозиту 12 % годовых. Значит ли это, что на 12 % от вложенной суммы денег мы стали богаче? Да, денег мы имеем больше именно на эту величину. Однако, если за период хранения вклада инфляция выросла, скажем, на 7 % в год, то покупательная способность суммы депозита с процентами сократилась на величину темпа инфляции. В этом случае мы можем купить товаров на 7 % меньше, и наш выигрыш от вклада реально составит 5 % годовых, а не 12 %. Это и есть реальная ставка процента. Иначе говоря, ***реальная ставка процента*** — это изменение покупательной способности суммы депозита с процентами, скорректированное на темп инфляции.

В том числе инфляция влияет на ставку кредитного процента. Формируется она по следующей схеме: банк кредитуется Национальным банком (НБ) по ставке рефинансирования. Установка данной ставки находится в компетенции НБ. Для того чтобы выдавать населению и компаниям кредиты, банки обращаются за средствами к НБ. Однако, так как любые займы не даются просто так, НБ устанавливает свой чёткий процент, который и называется «ставка рефинансирования».

Когда уровень инфляции в стране снижается, деньги дорожают, НБ начинает проводить политику уменьшения ставки рефинансирования. Это, в свою очередь, позволяет банкам выдавать более дешёвые кредиты физическим и юридическим лицам. Когда уровень инфляции возрастает, растёт и ставка рефинансирования. Это приводит к тому, что затраты банков на кредитование населения значительно увеличиваются. Если кредит станет слишком дорогим, то населению будет сложно брать кредиты и ипотеки, проценты по которым и так очень высокие.

После кредитования по ставке рефинансирования банк плюсует к ставке свои затраты (съём помещений, заработная плата работников, оплата электроэнергии и другие платежи), а также риски и уровень дохода. Что касается рисков, то это очень важно. Чем хуже общая ситуация в стране, чем менее стабильной она является, тем выше будет риск того, что кредит не будет возвращён, а соответственно, он становится гораздо дороже. Эффективный процент в среднем составляет около 30 % годовых.

Допустим, мы взяли кредит на сумму 300 000 тенге на полгода под 15,5 %. Если воспользоваться кредитным калькулятором банка, то можно получить сумму переплаты в размере 13 707 тенге. Теперь нужно рассчитать, насколько «сгорел» кредит с учётом инфляции. Если определить месячный уровень инфляции, то он будет составлять около 0,5 % (для Республики Казахстан на 2019 г.). Это значит, что ежемесячно кредит будет дешеветь. В общем, за 6 месяцев переплата составит 6854 тенге, так как остальную сумму (6853 тенге) «съест» инфляция. А это значит, что реальная ставка процента значительно меньше, чем объявлено изначально.

Задание 1

Кредит в размере 500 000 тенге был взят 20 марта со сроком погашения 15 августа этого же года при ставке 30 % годовых. Определите сумму про-

цента за кредит для дифференцированной и аннуитетной схем погашения платежа.

Задание 2

Банк выдаёт долгосрочные кредиты по сложной ставке 30 % годовых. Определите сумму процентов, полученных за кредит в размере 200 тыс. тенге, погашенный единовременным платежом через 2,5 года 2 методами. Какая схема более выгодна кредитору?

1 метод:

Наращение по сложному проценту рассчитывается по следующей формуле:

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

где

P_n — наращенная сумма через число периодов n;

P_0 — первоначальный размер долга;

i — сложная ставка наращения;

n = a + b — число периодов (лет) наращивания;

a — целая часть периода;

b — дробная часть периода;

$(1 + i)^n$ — множитель наращивания по сложным процентам.

2 метод:

Смешанный метод расчёта предполагает для целого числа лет периода начисления процентов использовать формулу сложных процентов, а для дробной части года — формулу простых процентов:

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

где

P_n — наращенная сумма через число периодов n;

P_0 — первоначальный размер долга;

i — сложная ставка наращения;

a — целое число лет;

b — дробная часть года.

Задание 3

Мы разобрали, как повлияет инфляция на кредит сроком на 6 месяцев. Давайте рассмотрим ситуацию с долгосрочным кредитованием. Допустим, вы взяли кредит на сумму 300 000 тенге под 15,5 % теперь уже сроком на 2 года. Посчитайте, насколько снизится сумма переплаты за счёт инфляции через 2 года.

Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты

- Различать двухуровневую банковскую систему РК.
- Понимать сущность депозитов и кредитования.
- Понимать инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку.
- Применять навыки расчёта депозитной и кредитной ставки.

На прошлых уроках мы обсудили кредиты. На этом уроке мы познакомимся с депозитами.

***Банковский вклад** (или банковский депозит) — сумма денег, переданная лицом кредитному учреждению с целью получить доход в виде процентов, образующихся в ходе финансовых операций с вкладом.*

Например, теперь вы даёте другу 5000 тенге на неделю в качестве депозита. По истечении недели он должен будет выплатить вам 5500 тенге. Ваш друг увлекается резьбой по дереву. На ваши 5000 тенге он купит цепочки и застёжки, вырежет из дерева кулоны и продаст их на ярмарке в выходные. Таким образом, потратив 5500 тенге, он заработает 10 000 тенге.

Начисление

Проценты выплачиваются за выбранный промежуток времени, а не за каждый месяц выбранного промежутка времени, т. е. если выбран вклад 6 % на 1 месяц, то выплатят 6 % от суммы вклада в конце месяца, а если выбран вклад 7,8 % на 4 месяца, то выплатят 7,8 % от суммы вклада по истечении четырёх месяцев, а не 7,8 % за каждый месяц.

Например, вы дали другу 5000 тенге под 10 % (500 тенге). Если вам срочно понадобятся деньги через 3 дня, друг вернёт вам только ваши 5000 тенге, так как не истёк срок действия депозита. Если же вы подождёте 7 дней, вы получите ваши 10 % (500 тенге).

Виды депозитов

Вклад до востребования — депозит без указания срока хранения, который возвращается по первому требованию вкладчика. Обычно по сберегательным

вкладам начисляются проценты по ставкам ниже соответствующих для срочных депозитов.

Срочный вклад — депозит под проценты, внесённый на определённый срок и изымаемый полностью по истечении обусловленного срока. Положив деньги на срочный депозит, вы не сможете забрать их в любой момент, в отличие от сберегательного вклада до востребования, но при этом срочные депозиты приносят более высокий процент дохода.

То есть, если вы даёте другу 5000 тенге сроком на неделю, ставка составит 10 %. Но вы не можете забрать у друга деньги раньше, чем истечёт неделя (срочный вклад). Если же вы хотите иметь возможность забрать свои деньги раньше, когда захотите, вы выбираете форму вклада до востребования. Тогда процент будет уже не 10 %, а, например, 2 %.

Срочный вклад также может иметь различные формы:

- сберегательный вклад — подразумевает, что вы не сможете пополнить свой вклад или снять часть средств до момента истечения срока вклада (в данном случае вы не можете забрать у друга свои 5000 тенге ранее, чем через неделю, и не можете дать ему дополнительные деньги на тех же условиях);
- накопительный вклад —подразумевает, что вы можете докладывать деньги на депозит в течение срока его действия (в этом случае вы можете каждый день добавлять другу по 200 тенге. Через неделю ваш депозит составит 5000 + (200 * 7) = 6400 тенге. Ваши 10 % при этом уже будут равняться 640 тенге. То есть, вложив за неделю 6400 тенге, вы получите 6400 + 640 = 7040 тенге).
- расчётный вклад (универсальный вклад) — подразумевает, что вы можете забирать деньги и добавлять их, когда посчитаете нужным.

Почему депозит лучше откладывания денег дома

Во-первых, как мы уже говорили, в экономике происходит инфляция. То есть, на ваши 5000 тенге в декабре вы уже не купите столько же товаров, сколько в январе год назад. Депозит подразумевает начисление процентов. То есть, сумма вашего вклада увеличится и покроет инфляцию. Если доходность депозита окажется выше уровня инфляции, то на ваши 5000 тенге + проценты депозита вы сможете купить больше товаров, то есть окажетесь в выигрыше.

Во-вторых, хранить деньги дома может быть небезопасно.

И, в-третьих, очень сложно накопить деньги, если у вас есть к ним доступ — вам, скорее всего, будет хотеться потратить их на сиюминутные желания. В результате деньги не копятся. Положив деньги на депозит, можно отказать себе в не очень важных, спонтанных тратах и накопить значимую сумму на более важные дела.

Сегодня распоряжаться деньгами, лежащими на банковском счёте, очень просто и удобно. Онлайн-сервисы позволяют оформить, не выходя из дома, банковскую карту, а также совершить любую банковскую операцию: оплатить покупки, перевести деньги между собственными счетами или на счета других лиц, пополнить счёт, снять средства, оплатить коммунальные или транспортные услуги и т. д.

Как рассчитать проценты по вкладу

Давайте посмотрим, как вы самостоятельно можете рассчитать проценты по банковскому депозиту.

Рассмотрим сумму 100 000 тенге, размещённую сроком на 12 месяцев. У нас три разных депозита, которые отличаются капитализацией процентов (начисление процентов за определённый период к первоначально вложенной сумме):

- капитализация процентов ежемесячно;
- капитализация процентов ежеквартально;
- капитализация процентов в конце срока.

Для того чтобы рассчитать процентную ставку, обычно используют две формулы:

- для расчёта простых процентов;
- для расчёта сложных процентов.

Формула простого процента

Простой процент — это когда процент по вкладу начисляется в конце срока. Например, открыт вклад на год, с выплатой процентов в конце срока вклада, значит, будут применять эту формулу:

S = (P * I * t / K) / 100

I — годовая процентная ставка;

t — количество дней начисления процентов по привлечённому вкладу;

K — количество дней в календарном году (365 или 366);

P — первоначальная сумма привлечённых в депозит денежных средств;

S — сумма начисленных процентов.

Формула сложного процента

Формулу сложного процента мы уже разбирали с вами на втором уроке четверти. Посмотрим, как мы можем применить её при расчёте ставки депозита.

Сложный процент — это когда в течение срока вклада производится капитализация процентов внутри срока вклада (ежемесячно, ежеквартально). Например, открыт вклад на год. Если в течение года будет происходить капитализация процентов, значит, будут применять формулу для расчёта сложных процентов:

S = (P * I * j / K) / 100

I — годовая процентная ставка;

j — количество календарных дней в периоде, по итогам которого банк производит капитализацию начисленных процентов;

K — количество дней в календарном году (365 или 366);

P — первоначальная сумма привлечённых во вклад денежных средств, а также последующая сумма с учётом капитализации процентов;

S — сумма денежных средств, причитающаяся к возврату, равная первоначальной сумме привлечённых средств плюс начисленные капитализированные проценты.

Таблица 3. Капитализация процентов ежемесячно

КАПИТАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕНТОВ ЕЖЕМЕСЯЧНО					
Месяц	**Сумма депозита**	**Проценты**	**Кол-во дней**	**Дней в году**	**Начисленные проценты**
Январь	100000	14	31	365	1189,04
Февраль	101189,04	14	28	365	1086,74
Март	102275,78	14	31	365	1216,10
Апрель	103491,88	14	30	365	1190,87
Май	104682,75	14	31	365	1244,72
Июнь	105927,47	14	30	365	1218,89
Июль	107146,36	14	31	365	1274,01
Август	108420,38	14	31	365	1289,16
Сентябрь	109709,54	14	30	365	1262,41
Октябрь	110971,95	14	31	365	1319,50
Ноябрь	112291,45	14	30	365	1292,12
Декабрь	113583,57	14	31	365	1350,56
ИТОГОВАЯ СУММА С ПРОЦЕНТАМИ: 114934,13					

В этом случае мы применяем формулу сложных процентов, так как капитализация процентов происходит ежемесячно.

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

S = 1189,04 тенге

Далее, получившийся процент в размере 1189,04 тенге мы прибавляем к нашему первоначальному вкладу в размере 100 000 тенге. Получаем 101 189,04 тенге. Так выглядит ежемесячная капитализация. Дальше февраль рассчитываем аналогичным образом, не забывая про то, что в феврале 28 или 29 дней.

Фев: S = (101 189,04 x 14 x 28 / 365) / 100

S = 1086,74 тенге (сумма получилась меньше, так как в феврале было меньше дней, чем в предыдущем месяце). Прибавляем полученные проценты 1086,74 к 101189,04 = 102275,78 тенге. И так далее, полученные проценты прибавляем к предыдущей сумме, и расчёт нового месяца делаем с учётом первоначального вклада и всех накопленных процентов.

Таблица 4. Капитализация процентов ежеквартально

КАПИТАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕНТОВ ЕЖЕКВАРТАЛЬНО					
Месяц	**Сумма депозита**	**Проценты**	**Кол-во дней**	**Дней в году**	**Начисленные проценты**
Январь	100000	14	31	365	0,00
Февраль	100000,00	14	28	365	0,00
Март	100000,00	14	31	365	3452,05
Апрель	103452,05	14	30	365	0,00
Май	103452,05	14	31	365	0,00
Июнь	103452,05	14	30	365	3610,90
Июль	107062,96	14	31	365	0,00
Август	107062,96	14	31	365	0,00
Сентябрь	107062,96	14	30	365	3778,00
Октябрь	110840,96	14	31	365	0,00
Ноябрь	110840,96	14	30	365	0,00
Декабрь	110840,96	14	31	365	3911,32
Итоговая сумма с процентами: 114752,28					

Применяем формулу сложных процентов. Действуем по аналогии с первым примером. Но подставляем в формулу j не количество дней в месяце, а количество дней за общий календарный период. Для этого мы суммируем количество дней за 3 месяца каждого квартала.

В первом квартале — это будет 90, либо 91 день, в зависимости от того, сколько дней в феврале, например: январь (31 день) + февраль (28 дней) + март (31 день) = 90 дней.

Во втором квартале — это будет 91 день: апрель (30 дней) + май (31 день) + июнь (30 дней) = 91 день.

В третьем квартале — это будет 92 дня: июль (31 день) + август (31 день) + сентябрь (30 дней) = 92 дня.

В четвёртом квартале — это будет 92 дня: октябрь (31 день) + ноябрь (30 дней) + декабрь (31 день) = 92 дня.

1 кв.: S = (100 000 * 14 * 90 / 365) / 100

S = 3452,05 тенге. Прибавляем это к первоначальной сумме. Получаем 103452,05 тенге. Дальше по аналогии с первым примером.

Таблица 5. Капитализация процентов в конце срока

КАПИТАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕНТОВ ЕЖЕГОДНО					
Месяц	**Сумма депозита**	**Проценты**	**Кол-во дней**	**Дней в году**	**Начисленные проценты**
Январь	100000	14	31	365	0,00
Февраль	100000,00	14	28	365	0,00
Март	100000,00	14	31	365	0,00
Апрель	100000,00	14	30	365	0,00
Май	100000,00	14	31	365	0,00
Июнь	100000,00	14	30	365	0,00
Июль	100000,00	14	31	365	0,00
Август	100000,00	14	31	365	0,00
Сентябрь	100000,00	14	30	365	0,00
Октябрь	100000,00	14	31	365	0,00
Ноябрь	100000,00	14	30	365	0,00
Декабрь	100000,00	14	31	365	14000,00
Итоговая сумма с процентами: 114000,00					

В этом случае применяется формула расчёта простых процентов.

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

S = 14000 тенге.

Задание 1

Банк начисляет ежемесячно проценты на вклады по ставке 26 %. Определите доходность вкладов по годовой ставке сложных процентов.

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

где

j — номинальная годовая ставка процентов;

m — число периодов начисления;

n — период вклада.

Следовательно,

$i = (1 + j / m)^m - 1$

$j = 26\ \% = 0{,}26$

$m = 12$



Задание 2

Сложные проценты начисляются на вклады ежемесячно по ставке 36 %. Определите сумму процентов, начисленных на вклад 2000 тенге, за два года.

Начисление процентов за дробное число лет может выполняться по формуле сложных процентов:

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

где

P_n (или S) — наращенная сумма через число периодов n;

P_0 — первоначальный размер долга;

i — номинальная процентная ставка наращения;

n — число лет наращивания;

m — число периодов за год;

j = i/m — проценты за один период, начисляемые по ставке i;

nm — количество начислений.

Следовательно,

$P_0 = 2000$ тенге

$i = 36\ \% = 0{,}36$

$m = 12$

$n = 2$

Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги

- Описывать систему мировых денежных единиц.
- Различать наличный и безналичный расчёт.

Часто казахстанским предпринимателям приходится работать с предпринимателями из других стран. Например, у вас свой бизнес по продаже детской одежды. Значит, вам сначала нужно будет закупить эту одежду у производителей, например, в Китае и России. Но вы не можете перевести им оплату заказа в тенге — в Китае и России функционируют другие валюты — юань и рубль. Кроме того, вы не можете отправить деньги в конверте. Значит, вам придётся воспользоваться безналичным расчётом (перевести деньги через банк) и произвести конвертацию валют (перевод денег из тенге в юань и рубль) по актуальному валютному курсу. При этом вы можете получить кешбэк за пользование безналичным переводом в виде какого-то процента от переведённой вами суммы. О том, как работают все эти системы, мы и поговорим на сегодняшнем уроке.

Роль денег в жизни человека

Каждый день мы сталкиваемся с деньгами. Деньги помогают нам пересчитывать стоимость товаров и услуг, мы их можем поменять на товары и услуги, совершать рыночный обмен. Скажем, вы работаете парикмахером. При этом вам нужно купить продукты на неделю. Оказывая услуги парикмахера, вы получаете деньги, которые можете потом обменять на продукты. Благодаря существованию денег вам не нужно искать владельца продуктового магазина, который дал бы вам продукты в обмен на стрижку. Оказывая свои услуги, вы получаете деньги, которые потом можете обменять на любые нужные вам товары или сервисы.



Кроме того, с помощью денег можно вести торговлю с другими странами. Таким образом, деньги обслуживают мировую и государственную экономику. Потребитель покупает продукты в обмен на деньги, бизнесмены оплачивают этими деньгами налоги, затем деньги поступают в государственный бюджет, и государство, например, оплачивает этими деньгами ремонт дорог, по которым ездят как потребители, так и предприниматели.

Задание 1

Посмотрите на рисунок ниже и обсудите различные функции денег. Приведите примеры для каждого пункта.



Рис. 2. Роль денег в обществе

Благодаря существованию денег развивается банковское дело, торговля, появляются новые товары и услуги. То, сколько в стране имеется денег (а значит, сколько денег готово население тратить на различные товары и услуги), говорит о состоянии экономики страны (чем больше у населения денег, тем больше люди будут склонны покупать различные товары и услуги, тем больше товаров и услуг будут производить бизнесмены, тем больше налогов они будут отчислять в государственный бюджет, тем больше будет у государства средств на поддержание определённого уровня жизни в стране: медицинское обслуживание, образование, строительство и т. д.).

Валюта

Валюта *(от итал. valuta) — национальные, иностранные и международные деньги, как в наличной форме (в виде банкнот, казначейских билетов, монет), так и безналичной (на банковских счетах и в банковских вкладах), являющиеся законным средством платежа.*

Слово «валюта» вошло в обиход во второй половине XX века. Валюта и деньги — это не одно и то же. Например, функцию денег (как средства платежа и обмена) могут выполнять и определённые товары (товарные деньги). Так, например, в Германии в первые годы после окончания Второй мировой войны в Западной зоне оккупации на чёрном рынке роль денег играли американские сигареты.

Валютные отношения — это обмен валютой между различными бизнесами, бизнесами и потребителями, гражданами между собой и т. д.

Мировые деньги

В основе мировой валютной системы лежат мировые деньги. От национальных денег мировые отличает то, что они выполняют функцию международной меры стоимости и международного платёжного средства. То есть, помогают разным странам обмениваться товарами и услугами между собой.

В начале XIX века, когда все мировые деньги были обеспечены золотом, возник золотой стандарт. То есть, чтобы пересчитать стоимость товара, например, произведённого в Российской империи, в доллары США, нужно было приравнять стоимость этого товара к золоту. Узнав, сколько золота можно было бы получить за этот товар в Российской империи в рублях, можно было затем пересчитать, сколько долларов США можно было бы получить за то же золото в США.

Фунт стерлингов стал первой валютной единицей, официально приравненной к золоту по курсу, который установила Британская империя. Затем к ней присоединились США, государства Европы и Российская империя.

В 1922 г. в Италии был подписан официальный документ о введении золотодевизного стандарта. Помимо фунта стерлингов и золота было решено ввести в обращение доллар США. Эти денежные единицы стали выступать в роли мировых платёжных инструментов. Основную функцию денег в мире стали выполнять безналичные деньги и кредиты.

В 1944 г. в г. Бреттон-Вудс в Северной Америке прошла конференция, где было решено, что мировые деньги с этого момента будут обеспечиваться не только золотом, но и долларами США. То есть теперь, чтобы, например, в Италии узнать, сколько денег будет стоить товар, произведённый в СССР, не нужно было переводить их в золото, вместо этого стоимость товара стала пересчитываться в долларах США.

В 1976 г. на конференции на о. Ямайка было решено, что теперь сами страны будут определять курс их национальных валют. Курсы стали плавающими, а также стали определяться их равновесной ценой: то есть, зная, сколько рублей и итальянских лир в данный конкретный момент можно поменять на $1 США, можно просчитать курс рубля по отношению к итальянской лире.

Начиная с 1999 года, доллар США стала теснить другая валюта — евро, так как ей стало пользоваться больше стран (весь Европейский союз). Евро также

стал резервной валютой, и стоимость активов, товаров и услуг стали переводить также в евро.

Сегодня мировая валютная система выполняет следующие функции:

- помогает странам взаимодействовать между собой (например, в сферах торговли и экономики);
- помогает пересчитывать стоимость товаров и услуг, выраженных в валюте одной страны, в валюту другой страны;
- разрабатывает стандарты валютных отношений для того, чтобы представители разных стран могли вступать в партнёрские отношения.

Конвертация валюты

Чтобы страны могли торговать друг с другом, должна быть возможность поменять любую национальную валюту на валюту другой страны. *Возможность поменять одну валюту на другую называется* ***конвертируемостью.*** При этом разные мировые валюты обладают разной степенью конвертируемости.

1. **Свободно-конвертируемая валюта (СКВ).** Такая валюта свободно и без ограничений обменивается на другие иностранные валюты.

Свободно-конвертируемыми валютами признаны американский доллар (USD), английский фунт стерлингов (GBF), швейцарский франк (CHF) и др.

2. **Частично конвертируемая валюта (ЧКВ).** К таким валютам относятся национальные валюты тех стран, в которых применяются валютные ограничения для жителей, а также по отдельным видам обменных операций. Например, частично конвертируемыми являются российский рубль и казахстанский тенге.
3. **Неконвертируемая (замкнутая) валюта (НКВ).** Это национальная валюта, которая функционирует только в пределах данной страны и не обменивается на иностранные валюты.

Разряд валюты определяет Международный валютный фонд (МВФ).

Валютный курс

Чтобы сопоставить покупательскую способность одной валюты (то есть, сколько товаров можно купить на эту валюту) с покупательской способностью другой валюты, нужно конвертировать одну валюту в другую. А для этого нужно установить валютный курс, то есть определить, сколько валюты одной страны можно получить в валюте другой страны.

Паритет покупательной способности *— соотношение между денежными единицами различных стран по их покупательной силе к определённому набору товаров и услуг* — то есть один и тот же товар должен иметь во всех странах одинаковую цену, если она исчисляется в одной и той же валюте. Но на миро-

вом рынке товары продаются и покупаются за разные деньги, поэтому между валютами должно существовать определённое соотношение. Это соотношение выражается формулой Кесселя.

Например, 1 доллар = 1,5 евро, или 1 евро = 0,75 доллара, что означает возможность купить одинаковое количество продукции как на 1 доллар, так и на 1,5 евро.

Пусть P_d — внутренняя цена (domestic price) данного товара, а P_f — его цена за рубежом, в соседней стране (foreign price). Эти цены представляют собой количество валюты, национальной для данной страны и иностранной, которое дают за единицу товара в стране и за рубежом. Отношение цен и будет тем курсом, по которому одну валюту будут обменивать на другую ради покупки данного товара.

$$S = P_d/P_f$$

> ***Валютным курсом*** *называется соотношение между двумя валютами, или это цена одной валюты, выраженная через другую валюту.*

Валютный курс представляет собой фактическую цену одной валюты в единицах другой валюты. Например, цена 1 долл. США на казахстанском рынке в апреле 2019 г. была равна 381 тенге, а цена одного тенге примерно 0,0026 долл. США.

Безналичный расчёт

> ***Безналичные расчёты*** *— это платежи, осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачётов взаимных требований.*

Например, у вас на карточном счёте имеется 5000 тенге, вы их можете перечислить на счёт вашего друга, не обналичивая (то есть, оперируя не реальными деньгами, а цифрами на вашем счёте). По сути это будет означать, что вы передали обязательство банка выплатить вам 5000 тенге по вашему требованию вашему другу, и теперь банк обязан выплатить эту сумму не вам, а ему.

Безналичные платежи удобнее наличных, так как они позволяют оплачивать товары и услуги без необходимости личного контакта, а значит, гораздо быстрее. Представим, что какая-либо казахстанская компания купила товар в Китае. Чтобы заплатить за него, она перевела на счёт китайской компании деньги безналичным платежом. Затем она стала продавать свой товар в Казахстане, покупатель купил его, совершив безналичный платёж. Вся цепочка движения товара — от производителя до поставщика, а затем до покупателя была совершена без использования реальных денег, просто за счёт изменения записей цифр на банковских счетах лиц, участвовавших в сделке.

Кроме того, печатание наличных денег сопряжено с расходами — на бумагу, краску, технологии печатания водных знаков, зарплату работникам, которые их печата-

ют, охранникам на объектах, водителям за перевозку напечатанных банкнот в банки и т. д. То есть, безналичные платежи позволяют экономить средства на печатание реальных денег.

Ещё одним примером безналичного расчёта может быть чек.

***Чек** — это обычная бумага, на которой указана сумма для чекодержателя.*

Чекодатель — это человек, имеющий денежные средства в определённом банке, которыми он имеет полное право распоряжаться.

Чекодержатель — это человек, который получил чек, а плательщик — это банк, в котором находятся денежные средства чекодателя.

Расчётный чек — это документ, в котором содержится приказ банку от чекодателя о переводе некоторой суммы денежных средств со своего счёта на счёт чекодержателя.



Рис. 3. Реклама «Сбербанк Казахстан выпустил карту Visa с выгодной рассрочкой»

Кешбэк

***Кешбэк** (от англ. cashback — возврат наличных денег) — это бонусная программа для привлечения клиентов и повышения их лояльности, или отсроченная скидка.*

Схема кешбэка состоит в следующем: клиент оплачивает продавцу розничную цену; возврат части стоимости покупки (бонус) клиент получает от другого лица — не от продавца, а от аффилиата, обеспечивающего продавцу приток покупателей.

Источник кешбэка — комиссионные, выплачиваемые продавцом аффилиату за каждого покупателя. Указанными комиссионными владельцы кешбэк-сайтов делятся с покупателями, стимулируя их приобретать товары и услуги на своём портале.

Так в Казахстане работает, например, мобильное приложение «Рахмет». Покупая, скажем, абонемент на горнолыжный курорт «Шымбулак», покупатель полу-

чает 5 % от покупки в качестве кешбэка, который он может потратить на оплату заказа в кофейне Traveler's Coffee. Обналичить кешбэк покупатель не сможет, но зато сможет сэкономить при оплате товаров и услуг компаний, входящих в сеть «Рахмет».

Задание 2

В чём заключаются сходство и различия между бумажными и электронными деньгами? Можно ли «электронные деньги» воспринимать как полноценную валюту или же это финансовый суррогат? Обоснуйте свой ответ.

Задание 3

Обсудите плюсы и минусы обеспечения валюты не золотом, а другими валютами, например, долларами США. Какие риски существуют? Как выпуск дополнительных долларов и последующее обесценивание каждой купюры влияет на страны, где местная валюта обеспечена не золотом, а долларом США?

© ГКЕКЛМЕК-ГОНОЗДНТ

Урок 40. Фондовые рынки

- Знать механизм работы фондового рынка.
- Знать влияние экономических циклов на фондовый рынок.
- Определять разницу между видами ценных бумаг.

В какой-то момент компания в результате роста становится крупной, что подтверждается показателями и экспертами рынка. Тогда владение этой компанией делят на акции (происходит IPO — первичное публичное размещение её акций). Эти акции попадают на биржу, и любой желающий может их приобрести, получая взамен долю компании. Компания, таким образом, получает деньги, которые может направить на дальнейшее развитие бизнеса. А акционеры могут рассчитывать на долю прибыли этой компании. Кроме того, владельцы акций могут их продавать на бирже. Но на бизнес влияет множество факторов. Возможно, акция, купленная вами за $10, через год будет стоить уже $100. Или, наоборот, обесценится до $1. О том, как работают фондовые биржи, мы и поговорим на сегодняшнем уроке.

Что такое фондовый рынок?

Главное слово в этом определении — рынок. Раз это рынок, следовательно, существуют продавцы, предлагающие некий товар, и покупатели, которые этот товар покупают. На фондовом рынке товаром являются ценные бумаги. Именно поэтому фондовый рынок по-другому можно назвать рынком ценных бумаг.

Ценными бумагами являются акции, облигации, векселя, чеки, инвестиционные паи, фьючерсы и опционы.

> ***Акция*** *(нем. Aktie, нидерл. Actie, от лат. actio — [помимо проч.] право (на что-то), которое может быть отстояно в суде) — ценная бумага, доля владения компанией, закрепляющая права её владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации, пропорционально количеству акций, находящихся в собственности у владельца.*

Облигация *(лат. obligatio — обязательство; англ. bond — долгосрочная, note — расписка) — долговая ценная бумага, владелец которой имеет право получить от лица, её выпустившего (эмитента облигации), в оговорённый срок её номинальную стоимость деньгами или в виде иного имущественного эквивалента. Также облигация может предусматривать право владельца (держателя) на получение процента (купона) от её номинальной стоимости либо иные имущественные права.*

Вексель *(от нем. Wechsel) — ценная бумага, оформленная по строго установленной форме, дающая право лицу, которому вексель передан (векселедержателю), на получение от должника оговорённой в векселе суммы.*

Чек *(фр. chèque, англ. cheque/check) — ценная бумага, содержащая распоряжение чекодателя банку произвести платёж указанной в нём суммы чекодержателю.*

Чекодателем является лицо, имеющее денежные средства в банке, которыми он вправе распоряжаться путём выписывания чеков; чекодержателем — лицо, в пользу которого выдан чек; плательщиком — банк, в котором находятся денежные средства чекодержателя.

Инвестиционный пай *— именная ценная бумага, удостоверяющая долю её владельца в праве собственности на имущество, составляющее паевой инвестиционный фонд.*

Фьючерс *(от англ. futures contract или futures — фьючерсный контракт или фьючерсный договор) — производный финансовый инструмент (договор) на бирже купли-продажи базового актива (товара, ценной бумаги и т. д.), при заключении которого стороны (продавец и покупатель) договариваются только об уровне цены и сроке поставки.*

Опцион *(лат. optio — выбор, желание, усмотрение) — договор, по которому покупатель опциона (потенциальный покупатель или потенциальный продавец базового актива — товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени.*

При этом продавец опциона несёт обязательство соответственно продать актив или купить его у покупателя опциона в соответствии с его условиями.

Фондовый рынок является механизмом, обеспечивающим переход денежных средств из одного сектора экономики в другой.

Чтобы это было легче понять, приведём простой пример. Есть компания, которая выпускает определённый товар, и для продолжения производства ей не хватает денег. Чтобы эти деньги получить, предприятие от своего имени выпускает на фондовый рынок некие ценные бумаги.

При этом другая компания, имеющая необходимую сумму денег, эти бумаги покупает. Таким образом происходит перераспределение капитала между предприятиями и отраслями.

Участниками фондового рынка являются:

- эмитенты — те, кто выпускает (производит) на рынок ценные бумаги;
- инвесторы — покупатели ценных бумаг;
- профессиональные участники рынка — частные лица и компании, для которых торговля на фондовом рынке является профессиональной деятельностью (дилеры, брокеры, трейдеры и пр.).

Дилер *(англ. dealer — торговец) — профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий операции с ценными бумагами от своего имени и за свой счёт.*

Брокер *— торговый представитель, юридическое лицо, профессиональный участник рынка ценных бумаг, имеющий право совершать операции с ценными бумагами по поручению клиента и за его счёт или от своего имени и за счёт клиента на основании возмездных договоров с клиентом.*

Трейдер *(от англ. trader — торговец) — торговец, действующий по собственной инициативе и стремящийся извлечь прибыль непосредственно из процесса торговли.*



Посмотрим, в чём заключается сущность работы профессиональных участников рынка ценных бумаг. В отличие от инвесторов, они не приобретают ценные бумаги в собственность, а участвуют в торгах по поручению своих клиентов. Следовательно, они выполняют функции посредников.

Цель их работы — приумножение вложенного клиентом капитала путём совершения определённых операций на

фондовом рынке. Фактически они стараются купить товар дешевле, чтобы затем продать его дороже.

За свою работу они получают денежное вознаграждение в виде процентов от полученного на торгах дохода. Кроме того, чтобы получить возможность работать на фондовой бирже, они обязаны подтвердить свою компетентность и получить соответствующую лицензию.

Лицензии выдаются специализированной государственной структурой. Она очень жёстко подходит к выдаче лицензий, а также внимательно следит за любыми нарушениями, которые служат причиной для отзыва лицензии.

По этой причине попасть на фондовый рынок мошенникам очень сложно и каждый участник рынка дорожит своей лицензией.

Классификация фондовых рынков

Существует два основных типа фондовых рынков: первичный и вторичный.

Первичный рынок — это рынок, на котором предлагаются новые, выпущенные впервые ценные бумаги.

Вторичный рынок предполагает торговлю бумагами, которые ранее уже были выпущены и куплены на первичном рынке.

То есть в первом случае покупатель получает товар непосредственно у эмитента (производителя), а во втором — у перекупщика (посредника).

Основные фондовые биржи мира

Таблица 6. Основные фондовые биржи мира

Фондовая биржа	Регион
New York Stock Exchange	Нью-Йорк, США
NASDAQ	Нью-Йорк, США
London Stock Exchange	Лондон, Великобритания
Borsa Italiana	Милан, Италия
Japan Exchange Group	Токио, Япония
Hong Kong	Гонконг
Frankfurt Exchange	Франкфурт, Германия
Shanghai stock exchange	Шанхай, Китай
Euronext	Амстердам, Нидерланды

Функции фондового рынка

Фондовый рынок похож на любой другой рынок, например, продуктовый. Рынок — это место, где встречаются покупатели и продавцы.

Когда продавцы и покупатели встретились, покупатели получают возможность выбрать из множества предложений необходимый им товар. Таким образом, после совершения сделок рынок концентрирует весь капитал (средства, потраченные на приобретение ценных бумаг).

Затем накопленный капитал распределяется между различными отраслями экономики, переходит от одних предприятий к другим.

С помощью фондового рынка можно также привлекать иностранный капитал. К примеру, если на казахстанском рынке появится интересная и перспективная компания, то она сможет привлечь деньги иностранных инвесторов для своего развития, которые будет использовать опять же на казахстанском рынке.

Таким образом, это будет полезно не только для компании, которая привлекла иностранный капитал, но и для жителей Казахстана, так как они смогут претендовать на новые рабочие места. Выигрывает бюджет страны или того региона, в котором работает компания, так как она будет выплачивать большее количество налогов.

Каким образом происходит торговля ценными бумагами

На фондовом рынке есть организатор торгов, который инициирует куплю и продажу ценных бумаг. Как правило, организатором торгов становится фондовая биржа.

Если у вас есть средства, и вы решаете, вместо того, чтобы положить их на депозит, купить на них акции какой-либо компании, вы не сможете это сделать самостоятельно.

Во-первых, у вас должна быть лицензия, получить которую можно после прохождения специального обучения.

Во-вторых, для участия в торгах на бирже вам потребуется внести вступительный взнос.

В-третьих, вам потребуется специальное и довольно дорогое программное обеспечение.

Вам придётся обратиться к брокеру, чтобы он начал торговлю на бирже от вашего имени.

Задание 1

Прочтите текст. Что стоит сделать, прежде чем довериться брокерской компании? Составьте план, состоящий как минимум из 5 пунктов.

Департамент внутренних дел г. Астаны расследует уголовное дело в отношении сотрудников ТОО Teletrade Central Asia, которые подозреваются в мошенничестве, передаёт Kazpravda.kz.

«Следственным управлением столичного ДВД проводится досудебное расследование по ст. 190 (мошенничество в особо крупном размере) УК РК в отношении сотрудников ТОО Teletrade Central Asia, которые в период с 2014 по 2016 годы под предлогом оказания брокерских или трейдерских услуг на мировом фондовом биржевом рынке Forex завладели денежными средствами жителей Астаны и других регионов», — указывается в распространённом сообщении.

Согласно материалам дела, потерпевшие по всему Казахстану, выступая в качестве инвесторов, заключали договоры с трейдерами компании ТОО Teletrade Central Asia на проведение торговых операций, предоставляли пароль от своих личных торговых счетов трейдерам, которые через Интернет осуществляли виртуальные торги на бирже. В последующем инвесторам сообщали о том, что они потерпели убытки, объясняя это сложностью конъюнктуры рынка Forex.

Сложность для потерпевших была в том, что, отдавая так называемым «профессиональным трейдерам» свои сбережения под оперативное управление на фондовом биржевом рынке, вы не можете быть уверены как минимум в 2 моментах:

1. Нет достоверного подтверждения, что каждый ваш приказ на покупку или продажу валюты на бирже Forex был действительно доведён до рынка и реализован. Действия трейдера могут симулироваться на электронной платформе, но не иметь никакой активности на реальной бирже.

2. Трейдер может намеренно вводить вас в заведомо проигрышную позицию, пытаясь «слить» счёт, чтобы обогатиться, поскольку понимает, что не зарабатывает проценты с каждой сделки, поскольку вся деятельность симулирована.

Задание 2

Изучите месторасположение фондовых бирж и скажите, почему американская биржа самая важная с точки зрения принятия решения о покупке или продаже ценных бумаг.

Урок 41. Фондовые рынки

- Знать механизм работы фондового рынка.
- Знать влияние экономических циклов на фондовый рынок.
- Определять разницу между видами ценных бумаг.

На сегодняшнем уроке мы продолжим разбирать фондовые рынки, а именно познакомимся с тем, как работает Казахстанская фондовая биржа (KASE).

KASE

Казахстанская фондовая биржа (Kazakhstan Stock Exchange — KASE) — фондовая биржа со штаб-квартирой в городе Алматы, занимает второе место среди бирж СНГ по капитализации рынка акций (то есть по стоимости всех акций, которые торгуются на ней). Биржа была основана в 1993 году.

15 ноября 1993 года в Казахстане была введена национальная валюта — тенге. Через два дня после этого события — 17 ноября 1993 года — Национальный Банк Республики Казахстан и 23 ведущих казахстанских коммерческих банка приняли решение создать валютную биржу. Существовавший до этого Центр проведения межбанковских валютных операций (Валютная биржа) являлся структурным подразделением Национального Банка Республики Казахстан. Основной задачей, поставленной перед новой биржей, являлись организация и развитие национального валютного рынка в связи с введением тенге.

Сегодня биржа является коммерческой организацией, функционирующей в организационно-правовой форме акционерного общества.

На KASE три категории членства. В зависимости от вида финансовых инструментов, торговля которыми интересует организацию, она может стать членом следующих категорий KASE: «валютная», «фондовая» или «деривативы». Возможно одновременное членство в двух или трёх из указанных категорий.

Дериватив *(англ. derivative) — договор (контракт), по которому стороны получают право или обязуются выполнить некоторые действия в отношении базового актива.*

Обычно предусматривается возможность купить, продать, предоставить, получить некоторый товар или ценные бумаги. В отличие от прямого договора купли-продажи, дериватив формален и стандартизирован, изначально преду-

сматривает возможность минимум для одной из сторон свободно продавать данный контракт, то есть является одним из вариантов ценных бумаг.

По состоянию на 1 октября 2018 года статус члена KASE имеют 53 профессиональных участника рынка.

KASE является:

- членом Всемирной федерации бирж (WFE), объединяющей более 60 бирж мира, на которых сконцентрирован почти весь биржевой оборот мирового фондового рынка;
- членом Федерации евро-азиатских фондовых бирж (FEAS), объединяющей около 50 профессиональных организаций биржевой индустрии, функционирующих на развивающихся фондовых рынках Европы и Азии;
- членом Международной ассоциации бирж стран Содружества Независимых Государств, объединяющей около 20 организаций из 9 стран СНГ;
- членом Международной ассоциации распространителей и потребителей финансовой информации (SIIA/FISD), объединяющей более 200 членов, среди которых крупнейшие мировые биржи, банки, брокерские и инвестиционные компании, а также ведущие информационные агентства;
- членом Ассоциации финансистов Казахстана (АФК) — крупнейшего профессионального объединения на финансовом рынке Республики Казахстан, насчитывающего около 250 членов;
- участником Биржевого форума стран Организации Исламского Сотрудничества (ОИС), представляющего собой платформу для обсуждения деятельности по международному сотрудничеству среди представителей компаний и институтов ОИС.

Рынки KASE

KASE обслуживает рынки:

- ценных бумаг (включая акции, паи, корпоративные облигации, государственные ценные бумаги);
- иностранных валют;
- денег;
- деривативов.

Задание 1

Прочтите текст ниже. После прочтения текста выберите одну из компаний, представленных в списке (данные с сайта Kase.kz). Стали бы вы вкладывать деньги в её акции? Почему? Обоснуйте свой ответ (IPO, SPO — первичное и вторичное публичное размещение акций соответственно).

Таблица 7. Данные о IPO и SPO компаний на KASE

IPO и SPO							
Код	**Компания**	**Дата**	**Цена, KZT**	**Акции, шт.**	**Объём, млн KZT**	**Сделки**	**Спрос, %**
ABBN	Банк Астаны	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
* данные за последние 5 лет							

Что влияет на цену (курс) акций

Разумеется, начинающего инвестора или трейдера наиболее сильно волнует вопрос, что влияет на цену акций. Понимая причины изменения курса, можно предсказать эти изменения и, благодаря этому, правильно сориентироваться в ситуации: вовремя купить или продать.

Важнейшие факторы, определяющие стоимость акций:

1. Положение на иностранных и мировых биржах, мировые фондовые индексы.

2. Государственная политика:

- *ставка рефинансирования центрального банка (т. е. процент, по которому он отпускает кредиты);*
- *государственная поддержка тех или иных предприятий в виде займов и льгот;*
- *государственные заказы;*
- *внеэкономические политические события.*

Дело в том, что политика и экономика сильно связаны. Если в стране неразбериха и политическая нестабильность, то, естественно, такая страна становится куда менее интересной и привлекательной для иностранного капитала — заграничные инвесторы не хотят рисковать своими деньгами.

3. Цена на нефть. Повышение фьючерса на нефть практически стопроцентно вызовет рост биржевых индексов вслед за ростом котировок гигантов нефтегазового сектора.

4. Психология и поведение конечного потребителя.

Так, например, практически каждый год наблюдается «новогоднее ралли» — быстрый рост курсов акций в конце декабря. Этому способствует повышенное потребление в новый год (подарки, продукты к новогоднему столу, новогодние путешествия). В это время реальная прибыль многих компаний сильно увеличивается, что увеличивает и курсы акций.

5. Публикация статистики — государственной или отдельных предприятий.

На настроение инвесторов закономерно влияют отчёты о прибыли или убытках предприятий. Естественно, если предприятие демонстрирует рост и прибыль, то его акции вырастут, что дополнительно подстегнёт инвесторов вкладывать в них деньги.

6. Мнения экспертов о дальнейшем поведении рынка не только оценивают текущую ситуацию, но и в значительной мере формируют её.

Если известный эксперт говорит о том, что тот или иной актив будет расти, и его мнение широко известно, некоторые инвесторы, веря в авторитет аналитика, могут броситься покупать указанные бумаги, и они действительно поднимаются в цене.

7. Иногда рынок может расти или падать вроде бы без видимых причин: никаких отчётных данных не опубликовано, аналитики говорят о стагнации, государственная политика не меняется.

Это может означать, что крупные игроки на рынке проводят масштабные спекуляции на рынке, искусственно завышая или понижая цену акций путём массовых покупок или продаж.

Задание 2

В чём разница между облигацией и векселем? Дайте ответ, пользуясь информацией двух предыдущих уроков и Интернета, по необходимости.

Экономические циклы[1]

***Экономические циклы** — термин, обозначающий регулярные колебания уровня деловой активности от экономического бума до экономического спада.*

В цикле деловой активности выделяются четыре чётко различимые фазы: пик, спад, дно, или низшая точка, и подъём.

Пик, или вершина цикла деловой активности, является «высшей точкой» экономического подъёма. При пике деловой активности безработица в стране снижается, и практически все имеющиеся в стране ресурсы капитала и человеческой силы участвуют в производстве.

Во время спада происходит сокращение объёмов производства и снижение деловой активности. В это время растёт безработица. Спад деловой активности, чтобы его можно было признать таковым, должен продолжаться, как минимум, шесть месяцев.

В низшей точке деловой активности падает производство, в стране наблюдается значительная безработица. При этом, чем хуже становится ситуация,

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

тем вероятнее, что скоро экономика пойдёт на подъём, так как, как правило, этот этап не бывает длинным. Хотя бывают и исключения. Например, великая депрессия 1930-х годов длилась почти десять лет.

После достижения низшей точки цикла наступает фаза подъёма: начинается рост производства, снижается уровень безработицы.

Кроме экономического цикла, есть и другие факторы, влияющие на экономику страны. Например, сезонные колебания: перед Новым годом растёт активность покупателей в сфере розничной торговли — люди закупают подарки и продукты к празднику. Бывают сезонные колебания и в сельском хозяйстве, автомобильной промышленности, строительстве и других сферах экономики. Времена года, праздники и сезонные привычки людей влияют на изменение деловой активности бизнесов.

Чтобы определить, на какой стадии находится экономический цикл, можно посмотреть на объём производства. Объём производства измеряется валовым внутренним продуктом, то есть стоимостью всех продуктов и услуг, которые были произведены в стране за год. При этом важно не само значение ВВП, а его рост — чем выше темп этого роста, тем ближе находится страна к экономическому подъёму. Если темп роста ВВП отрицательный (то есть за каждый год в стране производится товаров и услуг меньше, чем в предыдущий год), считается, что экономика переживает спад.

Влияние экономических циклов

Меньше всего от экономического спада страдают производители и продавцы товаров кратковременного пользования — даже если у населения мало денег, люди не перестанут покупать продукты питания, чистящие средства, одежду для детей и т. д. При этом при экономическом спаде некоторые сферы деятельности могут даже активизироваться: например, ломбарды, куда люди сдают ценные вещи, чтобы получить за них деньги, с возможностью их выкупить в будущем; или услуги юристов, которые оформляют банкротство компаний.

При экономическом спаде сложнее всех приходится компаниям, выпускающим товары длительного пользования или средства производства. Если у людей недостаточно средств, они не будут приобретать телевизоры, дорогую одежду или автомобили. Скорее, они предпочтут починить старый автомобиль, вместо того чтобы приобретать новый.

Если экономика находится в стадии кризиса, компании не будут покупать станки и оборудование у их производителей, так как они не могут рассчитывать на то, что потом их продукцию приобретут потребители в достаточном количестве, чтобы окупить эти затраты. Вместо этого они предпочтут ремонтировать уже имеющееся оборудование, чтобы продолжать функционировать.

Зато эти компании выигрывают больше всего от подъёма в экономике, так как товары длительного пользования и оборудование — наиболее маржинальные (то есть разница между выручкой таких компаний и их затратами на производство наиболее выраженная).

Обычно на рынке присутствует лишь несколько крупных фирм, выпускающих товары длительного пользования, так как процесс их производства является трудоёмким и требует значительных начальных инвестиций. Такие компании можно назвать монополиями. Во время экономического спада компании-монополисты могут сохранять цены на прежнем уровне, уменьшая производство в ответ на падение спроса. Следовательно, падение спроса в гораздо большей степени влияет на производство и занятость, нежели на цены.

Компании, выпускающие товары кратковременного пользования, наоборот, при падении спроса снижают цены. На этом рынке нет монополий, поэтому, чтобы компании продолжали существовать, им нужно победить конкурентов в борьбе за покупателей. А покупатели выбирают из однотипных товаров, как правило, тот, что дешевле.

Причины циклов

То, на какой стадии сейчас находится экономика (на подъёме или спаде), влияет на компании, население и правительство страны. Если экономика находится на спаде, в стране наблюдается безработица, у населения нет средств на покупку дорогих товаров или услуг, компании терпят убытки, в государственную казну не поступают налоги. Поэтому вопрос чередования спадов и подъёмов экономики так волнует экономистов. Некоторые школы экономической мысли считают, что спады и подъёмы связаны с важными изобретениями (например, железных дорог или синтетических материалов). Другие полагают, что спады и подъёмы зависят от внешних условий — войн, эпидемий, природных и техногенных катастроф. Третьи связывают спады и подъёмы с событиями, происходящими в денежно-кредитной сфере. Например, увеличение объёма денежной массы, включающей и наличные деньги, и кредитные инструменты, стимулирует экономику, тогда как сокращение объёма денежной массы её угнетает.

Урок 42. Управление личным бюджетом

- Понимать основы управления личным бюджетом;
- Применять инструменты управления личным бюджетом.

Сегодня мы поговорим о личных финансах, финансовом планировании и бюджете. Наверняка вы все слышали об этих понятиях. Давайте разберёмся в каждом из них, чтобы понять, для чего они нам нужны в повседневной жизни.

Итак, ***личные финансы*** *— это все виды денежных средств, которыми вы владеете, при помощи которых вы можете достигнуть краткосрочных или долгосрочных финансовых целей.*

Начнём с того, что наверняка большая часть ваших личных финансов — это деньги, которые выделяют вам родители на повседневные нужды. Источники ваших финансов могут быть разные: 1) родители дают фиксированную сумму; 2) родители дают деньги, когда вы попросите; 3) вы оставляете себе сдачу после покупок; 4) деньги дают другие родственники; 5) вы зарабатываете сами; 5) вы берёте деньги дома сами, не отчитываясь перед родителями.

Если ваш единственный источник финансирования — фиксированная сумма, которую дают родители, очевидно, что они составляют бюджет и умеют им управлять. Тем не менее, представим, что у вас есть несколько источников финансирования.

Задание 1

Нурлан — ученик 11 класса. Каждый месяц родители дают Нурлану фиксированную сумму денег (20 000 тенге) на обеды, проезд в автобусе, покупку мелочей: шоколадок, соков, жвачки и т. д. Каждый день Нурлан с друзьями заходит в магазин и покупает сок и шоколадку, иногда покупает и друзьям. Помимо фиксированной суммы, Нурлан иногда просит деньги на кино, подарки друзьям на день рождения. Эта сумма примерно составляет от 10 до 20 тысяч тенге в месяц. 3 раза в неделю Нурлан посещает уроки английского языка. После каждого урока он покупает пирожок или булочку и любимый журнал. К сожалению, той суммы, которую Нурлану выделяют родители на повседневные расходы, ему постоянно не хватает, и он вынужден каждый месяц просить дополнительную сумму. Родители Нурлана ведут семейный бюджет и не приветствуют постоянные просьбы сына дать ему ещё денег, потому что они все его расходы подсчитали, и

им приходится выделять деньги из средств, отложенных на долгосрочные финансовые цели.

1) Что вы думаете об этой истории?
2) Типична ли такая ситуация?
3) Каковы положительные и отрицательные моменты в данной ситуации?
4) Что вы можете посоветовать Нурлану и его семье?

Вы только что дали рекомендации по поводу того, что нужно сделать Нурлану и его семье. Но теперь нужно поговорить о том, как это сделать. Итак, что же такое бюджет?

Задание 2

Дайте ваше определение бюджета.

Для того чтобы выполнение бюджета было успешным, нужно следовать определённым правилам.

Задание 3

Разделитесь на две группы. Одна группа должна предположить, из каких статей состоит та часть бюджета, которая представляет план доходов. Пожалуйста, подумайте о том, что доходы могут быть: постоянными и непостоянными, периодическими, сезонными, временными.

Вспомните о разных источниках доходов, которые вы можете потенциально иметь.

Вторая группа должна предположить, на какие типы могут быть разделены все ваши расходы. Пожалуйста, примите во внимание также периодичность определённых выплат, необходимость делать различные покупки в разное время, сезонность некоторых затрат и т. д.

Теперь, когда вы расписали свои доходы и расходы, мы объединим их в одну таблицу. Это и будет форма для составления плана доходов и расходов, т. е. бюджета.

Таблица 8. Составление бюджета (доходов и расходов)

Бюджет	
Доходы	**Сумма**
Родители дают фиксированную сумму	
Родители дают деньги, когда попросите	
Оставляете себе сдачу после покупок	

Деньги дают другие родственники	
Сам зарабатываю	
Итого	
Расходы	
Необходимые расходы	
Питание	
Транспортные расходы	
Другие	
Итого	
Расходы на развлечения	
Подарки на дни рождения друзей	
Походы в кино, театр и т. д.	
Итого	
Общие расходы	
Сбережения	

Задание 4

Что нам даёт составление бюджета? Трудно ли заполнить категории доходов и расходов в таблице?

Обратите внимание, что на данном этапе появилось два новых термина: «сбережения» и «финансовые цели».

Задание 5

Что вы знаете о финансовом планировании? Есть ли у вас какие-нибудь мечты? Приведите примеры.

Давайте договоримся, что мы будем называть финансовыми целями любые события в жизни, которые связаны с относительно крупными затратами. Мы не будем считать финансовыми целями ежедневные расходы на питание и другие мелкие нужды. Цели могут быть разными — от удовлетворения насущных потребностей до покупки автомобиля. Некоторые являются краткосрочными и достигаются быстро, другие — долгосрочные.

У вас уже есть понимание того, как вы планируете доходы и расходы, но мы в основном говорили о краткосрочном периоде в один месяц, полгода, год. Если составлять план более чем на год, то в бюджете обязательно появятся долгосрочные финансовые цели.

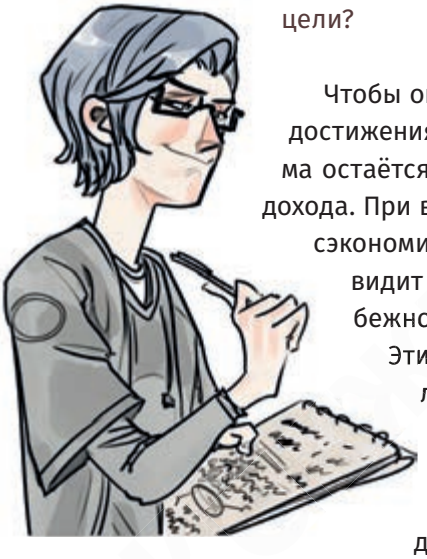
Для планирования финансовых целей будет полезна следующая таблица.

Таблица 9. Планирование финансовых целей

Цель (на что откладываются деньги)	Необходимая сумма	Срок	Возможности сбережений

Задание 6

Впишите ваши финансовые цели в данную таблицу. Какая информация вам нужна для того, чтобы запланировать свои финансовые цели?



Чтобы оценить, сколько вы сможете откладывать в месяц для достижения каждой цели, необходимо точно знать, какая сумма остаётся после вычета всех расходов из вашего совокупного дохода. При ведении бюджета любой человек, как правило, может сэкономить минимум 10 % от своих обычных расходов, так как видит те излишние траты (похитители денег), которые неизбежно появляются, если не планировать затраты.

Эти цели записаны на бумаге, но для того, чтобы они стали реальностью, необходимо следовать определённым правилам. Сегодня мы уже называли некоторые правила.

1. Составляйте бюджет на каждый месяц и придерживайтесь его.
2. Ведите учёт расходов.
3. Анализируйте расходы, особенно если они превышают запланированные.
4. Откладывайте не ту сумму, которая осталась после всех расходов, а которую вы запланировали в бюджете.
5. Планируйте свои финансовые цели правильно: знайте, какие суммы вам необходимы, к какому сроку, а также ваши возможности сбережений.
6. Пересматривайте свои финансовые цели на предмет их приоритета и возможностей реализации.
7. Будьте настойчивы и начните планировать свою жизнь уже сегодня.

Урок 43. Управление личным бюджетом

- Понимать основы управления личным бюджетом.
- Применять инструменты управления личным бюджетом.

На прошлом уроке вы узнали основы управления личным бюджетом и познакомились со структурой личного финансового плана. На этом уроке вы познакомитесь с практическими рекомендациями по ведению личного бюджета, основанными на советах экспертов по финансовому планированию.

Стоимость квартиры и машины

Максимальная стоимость автомобиля должна составлять размер дохода за 12 месяцев. Если вы зарабатываете 200 тыс. тенге в месяц, максимальная стоимость машины составит 2 400 000 тенге. Такой автомобиль будет комфортным по содержанию и не станет финансовой обузой. Всё, что дороже, вы покупаете не по средствам.

Максимальная стоимость жилья — семейный доход за 4 года. Например, если вы получаете по 200 тыс. тенге, суммарный доход на двоих составит 400 тыс. тенге в месяц. Доход за 4 года будет на уровне 19 200 000 тенге. За эти деньги можно купить квартиру.

Любому человеку необходимо иметь резервы, которые можно потратить в случае форс-мажорных ситуаций. Минимальный размер резервов — доход за 6 месяцев. Оптимальный — доход за 1 год.

Данный размер резервов позволит вам комфортно пережить временные трудности или сменить профессию при необходимости.

Как контролировать свои расходы и откладывать больше

Часто много денег уходит на лишние или ненужные расходы. Чашка кофе в день за 500 тенге будет стоить вам 15 тыс. тенге в месяц или 180 тыс. тенге в год. Поэтому контроль расходов позволит вам серьёзно сэкономить, а значит, быстрее копить деньги на нужные покупки.

Расходы стоит расписать по следующим статьям:

- *Накопление* — минимум 10 % от доходов. Эти деньги сразу откладываются и идут на счёт в банк.

- *Квартплата, телефон, Интернет.* Это расходы, которые вы не можете не платить. Поэтому деньги на них стоит отложить заранее.
- *Расходы на еду.* Эти деньги нужно отложить сразу и контролировать траты понедельно. Например, если вы планируете тратить на еду 40 000 тенге в месяц — в неделю необходимо тратить не более 10 000 тенге. Иначе есть риск, что в первые недели вы потратите слишком много, а потом будете жить впроголодь или не уложитесь в бюджет.
- *Расходы на одежду.* Можно составить список вещей, которые должны быть в гардеробе, определить среднюю цену одной вещи и срок её службы — и на основе этих данных рассчитать, сколько примерно денег нужно на обновление гардероба в течение года.
- *Расходы на транспорт.* Если у вас есть свой автомобиль, вам нужно заранее просчитать стоимость его страхования, ремонта в случае необходимости и расходы на топливо. Так вы поймёте, сколько вы тратите на транспорт в месяц. Если вы передвигаетесь на общественном транспорте, вы можете посчитать, сколько поездок и какой стоимостью вы совершаете в течение недели, и высчитать свои месячные расходы.
- *Расходы на отдых и развлечения.* Подумайте, какие развлечения и поездки вы хотите осуществить в течение этого года. Если вы ходите в кино, встречаетесь с друзьями в караоке или кафе, посчитайте, сколько таких мероприятий вы можете себе позволить. Если вы собираетесь в заграничную поездку, просчитайте её бюджет. Так вы поймёте, сколько вам нужно откладывать каждый месяц.
- *Расходы на обучение и образование, повышение квалификации.* Чтобы вы росли профессионально и могли претендовать на повышение зарплаты, вам нужно совершенствоваться — выучить английский язык, окончить курсы повышения квалификации, поступить в выбранный вами вуз. Подумайте, какие курсы вы хотите пройти в этом году, сколько они стоят, и сколько денег вам нужно откладывать для этого каждый месяц.
- *Непредвиденные расходы и резервы.* Всегда нужно предусматривать небольшие суммы на непредвиденные траты, примерно 3-5 % от заработка. Они вам понадобятся, если у вас сломается какая-нибудь техника, вы заболеете и т. д.

Задание 1

Представьте, что вы начали работать. Допустим, ваша первая заработная плата равняется 150 000 тенге после вычета налогов. Распределите её между статьями расходов: 1) накопление; 2) квартплата, телефон, Интернет; 3) расходы на еду; 4) расходы на одежду; 5) расходы на транспорт; 6) расходы на отдых и развлечения; 7) расходы на обучение и образование; 8) непредвиденные расходы.

Как понять, на чём можно экономить

Если вы хотите быстро накопить деньги, важно понять, на чём вы готовы экономить. Например, сократить расходы на покупку одежды, отдых и развлечения. Сделать это можно при помощи записи всех расходов и последующего анализа данных. Удобнее всего это делать при помощи специальных программ.

Изучите разные программы (например, Money Lover, Money Manager или Zenmoney) и выберите удобную для вас. Важно, чтобы в программе была возможность делить расходы на разные статьи, получать статистику трат по каждой статье, использовать различные фильтры данных.

Как быстро накопить деньги на машину или другую дорогую вещь

Если вам нужно быстро накопить деньги, например, на новую машину — определите, какая сумма вам нужна и через какое время. Рассчитайте, сколько нужно откладывать в месяц, и на основании этого определите, какие статьи расходов можно сократить, чтобы получить требуемую сумму. Если денег не хватает, рассмотрите варианты подработки для получения нужной суммы.

Рассмотрите вариант покупки дорогой вещи в другой комплектации или без аксессуаров. Например, если не хватает денег на дорогую комплектацию автомобиля, можно выбрать более простую версию и сэкономить. Также вы можете приобрести подержанную вещь, например, вместо нового электрического самоката купить бывший в употреблении через сайт объявлений OLX.kz. Это также позволит вам сэкономить.

Задание 2

Что бы вы хотели приобрести? Следуйте алгоритму: 1. Определите, какая сумма вам нужна. 2. Посмотрите на свои расходы и рассчитайте, сколько денег вы можете откладывать в месяц. 3. Посчитайте, сколько месяцев вам понадобится, чтобы накопить нужную сумму денег. 4. Подумайте, какие расходы вы могли бы сократить, чтобы накопить нужную сумму быстрее.

Нам часто кажется, что личными финансами можно будет заняться и позже, когда вы начнёте зарабатывать. При этом не стоит забывать, что вашими личными финансами можете заниматься только вы сами. И чем раньше вы задумаетесь о своём личном бюджете и его организуете, тем вероятнее придёте к нужному вам результату — финансовой независимости в будущем.

Нам всем кажется, что то, как мы живём последние 2-3 года, будет неизменным всю жизнь. Но чем взрослее становится человек, тем больше финансовых

обязательств и задач перед ним встаёт. Скоро вам придётся зарабатывать на свои покупки и развлечения самостоятельно. Если у вас появятся семья и дети, они тоже станут участниками вашего семейного бюджета. Перед вами встанут вопросы приобретения квартиры или дома, машины, семейного отпуска, оплаты детского сада или школы для ребёнка и т. д. Поэтому, чтобы достичь финансовой стабильности в будущем, вам нужно заняться личным бюджетом уже сейчас.

Давайте посмотрим, какими принципами вы сможете руководствоваться в дальнейшем, когда у вас появятся средства для ведения личного бюджета.

Три сценария финансовой деятельности

Каждый из нас в своей жизни существует в рамках одного из финансовых сценариев: *бедности, комфорта* или *богатства.* При этом имеется в виду не то, сколько именно денег у вас сейчас есть. *«Бедный»* человек тратит все свои деньги на текущие нужды и желания. При этом неважно, сколько он зарабатывает: 100 000 тенге или 1 000 000 тенге в месяц: к концу месяца он остаётся без сбережений. В случае, если случится экономический кризис, его уволят, он заболеет и потеряет работу и т. д., он окажется в абсолютной бедности, так как до этого тратил все заработанные средства и ничего не скопил.

Сценарий *комфорта* подразумевает сбережение, накопление капитала или наличие пассивного дохода. В данном случае человек понимает, что для комфортного существования ему необходима «подушка безопасности» — средства, которые он сможет потратить в случае непредвиденной кризисной ситуации или просто после выхода на пенсию, когда он не сможет работать. Просчитав заранее, сколько денег ему понадобится хотя бы на полгода без работы или на комфортную жизнь после выхода на пенсию, такой человек ежемесячно инвестирует определённую сумму денег в тот или иной финансовый инструмент или заранее создаёт себе пассивный доход, пусть и небольшой, но стабильный.

Сценарий *богатства* подразумевает, что у человека столько активов, которые работают на него, что уже неважно, попадёт ли он в кризисную ситуацию, произойдёт ли инфляция или он лишится дееспособности. Таких людей мало — всего 2 % населения планеты.

«Богатым» человеком может стать не каждый, но вот жить комфортно может любой. Всё, что для этого требуется — осознанный подход к своим финансам. Известны многочисленные случаи, когда, получив незапланированные крупные суммы денег в результате выигрыша в лотерею, люди тратили их в течение нескольких лет, чтобы снова вернуться к привычному сценарию бедности. Чтобы этого не произошло, человек должен быть психологически готовым копить, инвестировать и не тратить все имеющиеся средства на бесконечные желания и потребности, которые удовлетворить до конца всё равно невозможно.

Не стоит также забывать о существовании на стыке экономики и психологии такого понятия, как «гедонистическая адаптация». Как бы счастливы вы ни были, например, от выигрыша в лотерею или приобретения нового автомобиля, ваш уровень счастья вернётся к своей норме примерно через 3 месяца. То есть, никакие приобретения и достижения не смогут удержать вас в состоянии эйфории и удовлетворения больше этого срока.

Задание 3

Прочтите текст ниже и скажите, какие из причин чаще всего заставляют вас покупать что-то. Составьте свои рекомендации, чтобы не стать шопоголиком.

Почему мы покупаем: пять главных причин

1. Шопинг как лекарство

Учёные утверждают, что покупки повышают в нашей крови уровень серотонина — гормона радости. Поэтому во время депрессии или осенней хандры нам так хочется купить новую вещь, книгу или новые наушники. Если покупка и не поможет полностью избавиться от депрессии, она сможет поднять настроение на какое-то время. Как правило, покупая что-то просто, чтобы улучшить себе настроение, мы приобретаем ненужную вещь. И вместо решения проблем получаем ещё одну — нехватку средств на по-настоящему нужные траты.

2. Шопинг ради повышения статуса

Многие дорогие бренды, такие как Louis Vuitton, Vogue, Calvin Klein, iPhone или Converse, действительно выпускают качественную продукцию. Но, несмотря на это, значение брендов часто сильно преувеличивается. Это не значит, что вы не можете купить себе дорогую вещь, если она вписывается в ваш бюджет. Но погоня за дорогими брендами в ущерб накоплению или покупке более важных вещей (например, оплаты курсов подготовки к сдаче IELTS перед поступлением в вуз) может привести к необдуманной трате денег и стать вашим пассивом, а не активом.

3. Шопинг ради повышения самооценки

Иногда нам кажется, что в новом костюме нам будет легче найти работу, в новых кроссовках на нас сразу обратят внимание, в новом спортивном костюме для бега мы сразу начнём показывать хорошие результаты. Совершая покупки в таком случае, мы как бы повышаем свой собственный статус в своих глазах. Но тратить каждый месяц значительные средства на покупку вещей для самоутверждения — не самый лучший вариант. Эти же деньги можно потратить на курсы публичных выступлений и раз и навсегда почувствовать себя уверенно и достойно.

4. Шопинг как исполнение детской мечты

Если в детстве родители не всегда могли нам позволить купить всё, что хочется, то когда у нас появляются собственные наличные деньги, возникает соблазн купить себе всё то, чего мы были лишены когда-то. На самом деле нельзя купить себе «прошлому» что-то сейчас. И такая необдуманная трата денег приведёт к тому, что вы лишите себя «настоящего» возможности копить средства для более важных для вас покупок или для инвестирования в собственное будущее.

5. Шопинг как контроль над своей жизнью

Когда у вас появляются собственные деньги, может показаться, что теперь вы — властитель своей судьбы, и можете потратить их на всё что угодно. Поддавшись чувству эйфории, можно совершить множество необдуманных покупок. Когда деньги внезапно кончатся, вы поймёте, что совершили ошибку. Контроль над своими желаниями и финансами может стать той самой свободой, к которой вы так стремились.



Подводя итог, можно сказать, что в составлении личного бюджета самое главное — анализировать ваши доходы и расходы. Чтобы вы могли их анализировать, вы должны научиться их записывать. Вы можете вести записи в тетради или использовать бесплатные мобильные приложения, которые позволяют следить за тратами, формировать бюджет, фиксировать долги и постоянные выплаты и т. д. Например, Money Lover, Money Manager или Zenmoney.

Задание 4

Запланируйте свои расходы на следующий месяц, а потом по факту затрат сравните, насколько реально выполнение бюджета и можно ли сэкономить деньги, контролируя расходы.

Урок 44. Самопродвижение

- Понимать сущность и состав понятия самопродвижения и личного брендинга.
- Определять разницу между компетентностью и квалификацией.

Мы с вами говорили про активы и пассивы с точки зрения финансов. Но самый главный ваш актив — это вы сами. И этот актив также нужно уметь правильно использовать, то есть заниматься самопродвижением.

В отношениях работодатель-работник первый выступает в роли заказчика, или клиента. Как мы помним, клиенты платят за решение проблем. Соответственно, если мы не решаем ту или иную проблему работодателя, мы перестаём быть ему нужными. Определение проблем при этом достаточно широкое. Это не только выполнение конкретных рабочих задач, но и улыбка на лице при обслуживании клиента компании. Получив положительный опыт общения с фирмой, клиент получит удовлетворение от пользования сервисом и захочет вернуться снова.

Компетенции и квалификация

Для того чтобы качественно и успешно решать поставленные перед вами рабочие задачи, вы должны обладать соответствующими компетенциями.

***Компетенция** — это способность решать определённые задачи в конкретной предметной области.*

***Компетентность** — наличие необходимых 1) знаний, 2) умений и навыков, 3) опыта, 4) личных качеств специалиста в той или иной области жизнедеятельности.*

Для любого работника необходимы не только узкоспециальные профессиональные компетенции, но и целый ряд сопутствующих навыков. Компетентности можно разделить на несколько видов:

1. **Специальная деятельностная компетентность** — овладение нормами профессиональной деятельности, высокая эффективность; стабильность результатов; профессиональное мастерство.
2. **Социальная общенческая, коммуникативная компетентность** — отнесение себя к профессиональной общности; овладение нормами профессионального общения, умение сотрудничать, вступать в контакты, лёгкая совместимость, гибкая смена социальных ролей в профессии, готовность к изменениям.
3. **Личностная компетентность** — устойчивая профессиональная мотивация; творческая установка, обогащение профессии средствами своего творчества — приспособление себя к профессии и профессии к себе, индивидуальность в профессиональном труде; удовлетворённость профессиональным трудом.

4. **Индивидуальная компетентность** — целостное профессиональное самосознание, принятие себя как профессионала; постоянно углубляющийся процесс профессионального самоопределения; самопроектирование, самоэкспериментирование, построение собственной стратегии профессионального роста, построение и реализация сценария своей профессиональной жизни.

Все присутствующие у работника компетенции в конечном итоге отражаются в его квалификации.

***Квалификация** — это уровень профессионального мастерства, степень и вид подготовленности для выполнения профессиональной деятельности.*

Профессиональная компетентность становится индивидуальной готовностью человека выполнять данную работу на высоком уровне.

Закончив университет, вы получите квалификацию бакалавра (4 года обучения) или специалиста (5 лет обучения). Данная квалификация даст вам право поступить в магистратуру. Кроме того, она будет означать, что вы знакомы с теорией и получили базовую практику по выбранной вами специальности, а значит, можете приступать к работе.

Получив квалификацию магистра, вы сможете поступить в аспирантуру или докторантуру. Кроме того, это будет означать, что вы получили более глубокие знания по выбранной вами профессии и уже можете выполнять множество задач, связанных с ней.

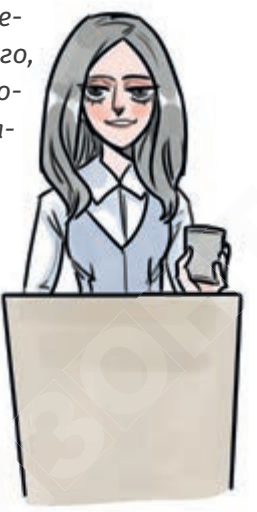
Задание 1

Выпишите все 4 вида компетентностей и разделите их на две колонки — те, которыми вы уже обладаете, и те, которые вам нужно развить в себе. Для каждой компетентности из второй колонки продумайте способы, которыми вы могли бы её развить.

Самопродвижение

Когда вы встречаетесь с кем-то в первый раз, человеку сложно понять, какими навыками и компетенциями вы обладаете. Но произвести хорошее впечатление на собеседника — крайне важно, ведь именно это позволит вам получить новые проекты, развиваться как профессионал и личность. Именно поэтому — чтобы преподнести свои уникальные качества и компетенции коллегам и друзьям — и нужно заниматься самопродвижением. Каждый из вас — уникальная личность, но об этом знают лишь немногие ваши знакомые и друзья. Чтобы об этом узнали другие люди, вы и должны научиться преподносить себя.

Самопродвижение *— это открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оценённым по достоинству и благодаря этому получить преимущества в отборе кандидатов, назначении на должность и т. п.*



Самопрезентация *— управление впечатлением, которое инициатор производит на целевую персону, с целью поддержания или усиления своего влияния на неё.*

Успех самопрезентации зависит от умения представить себя другим людям, умения подать себя, привлечь к себе внимание, актуализировать интерес людей к своим качествам. Целью самопрезентации является создание и донесение своего имиджа до других людей.

В целом, в процессе общения и социального взаимодействия человек способен не только смотреть на себя глазами партнёра, но и корректировать собственное поведение в соответствии с его ожиданиями, если его цель — создать наиболее благоприятное впечатление. Косвенно это позволяет контролировать и поведение других людей.

Правила самопродвижения

Правило 1. Самопрезентация должна формироваться в контексте происходящего.

Если вы устраиваетесь в иностранную компанию, вам нужно продемонстрировать знание английского языка. Если же вы общаетесь с друзьями, среди них гораздо больше будет цениться ваше чувство юмора, чем знание английского. Соответственно, нужно понимать, какие качества нужно и важно демонстрировать в каждом конкретном случае.

Правило 2. Почти каждое наше действие имеет самопрезентирующее значение.

Правило 3. «Случайные» сигналы могут оказаться более важными, чем намеренные.

Если не можешь подтвердить свои возможности реальными действиями, то, по крайней мере, не опровергай их своими же действиями.

Самопродвижение отличается от самовосхваления тем, что инициатор влияния не просто утверждает о себе что-либо, но и подкрепляет это реальными делами или неоспоримыми фактами, свидетельствами этих реальных дел.

Задание 2

Прочитайте ниже два примера. Можно ли поведение преподавателей в этих случаях считать самопродвижением? Как в них реализуются два правила самопродвижения, указанные выше?

«В математике главное — быстрота», — говорит преподаватель математики и начинает рисовать схему на доске. От слишком энергичного нажима мел выскальзывает из его пальцев. Молниеносным движением поймав его уже на уровне талии, преподаватель говорит: «Ну, вот видите! Быстрота и ещё раз быстрота, друзья мои!»

«Психологу необходима креативность», — говорит преподаватель психологии и поворачивается к доске. Тут обнаруживается, что мела нет. Недолго думая, преподаватель берёт тряпку и рисует схему влажной тряпкой.

Техники самопродвижения

- Реальная демонстрация своих возможностей.
- Предъявление сертификатов, дипломов, официальных отзывов, патентов, печатных работ, изделий и др.
- Предъявление графиков, расчётов, схем.
- Раскрытие своих личных целей.
- Формулирование своих запросов и условий.

Задание 3

Прочитайте ниже пример. Как в нём реализуются техники самопродвижения?

После предъявления диплома о высшем образовании (техническом) и справки о прохождении обучения на курсах по маркетингу претендент на должность торгового представителя добавляет: «Я хотел бы работать в вашей фирме и для того, чтобы реализовать собственные цели. Я хочу получить опыт работы торговым представителем, чтобы потом специализироваться в маркетинге и через несколько лет стать известным специалистом по маркетингу. Меня устроит зарплата, которая хотя бы на 20 % выше, чем в моей нынешней фирме, то есть 200 тысяч тенге. Кроме того, я хотел бы рассчитывать на дополнительное вознаграждение за объём продаж».

Личный брендинг

Вы уже знакомились с понятием брендинга на уроках по маркетингу. Теперь брендом являются не продукты и услуги, которые вы производите, а вы сами.

***Личный бренд** — это узнаваемое, всем известное имя человека, который «сделал сам себя».*

Для того чтобы стать брендом, человеку надо для начала стать профессионалом в той сфере, в которой он хочет развиваться, и быть личностью.

Задание 4

Подумайте, как бы вы хотели, чтобы вас воспринимали окружающие — как успешного бизнесмена, умного человека, общительного, экстремала и т. д.

Теперь, когда вы знаете, какой личный бренд хотели бы создать, познакомимся с основными стратегиями расположения к себе других людей.

Основные стратегии приобретения расположения людей

Выражение своей симпатии к другому человеку.

Чтобы продемонстрировать свою симпатию к другому человеку, ему можно сделать комплимент, похвалить его за что-то (за хорошо выполненную работу, за то, что он пришёл вовремя на встречу и т. д.), попросить у него совет или поддержку (так человек поймёт, что его мнение важно и ценно для вас). Чем более к вам расположен человек, тем вероятнее он захочет с вами взаимодействовать — дружить, работать и т. д.

Также при общении можно улыбаться, кивать головой на реплики собеседника, смотреть на него. Всё это покажет, что у вас хорошее настроение (а разве кому-то приятно общаться с человеком, который всем недоволен?), и людям захочется проводить с вами больше времени.

Создание видимости сходства.

Нам нравятся те, кто похож на нас. Если вы любите рок-музыку, вам вряд ли будет комфортно в кругу любителей корейской поп-культуры, и наоборот. Одежда, манера общения, темы разговоров непохожих на вас людей могут привести к тому, что вам будет неловко или скучно в их компании. Поэтому, если вы хотите произвести хорошее впечатление на человека, стоит поддержать его мнение, а не вступать с ним в откровенный спор.

Увеличение своей физической привлекательности.

Если вы опрятно одеты, причёсаны и т. д., с вами будет приятнее общаться, чем тогда, когда на вас будет несвежая рубашка. Также если вы выглядите здоровым и полным сил человеком, вы будете больше располагать к себе людей, чем если вы выглядите больным или уставшим.

Демонстрация собственной скромности.

Хвастуны вряд ли сумеют привлечь к себе расположение других людей. Рядом с заносчивым и преувеличивающим свои достоинства человеком не всегда приятно находиться, так как он демонстрирует своё превосходство и таким образом заставляет вас чувствовать себя «хуже», чем он. Если же человек открыто признаёт,

что успех, например, школьного доклада — это результат работы всей команды, все участники проекта благодарны ему.

Скромность не стоит путать с низкой самооценкой и отсутствием самоуважения. Человека, который не уважает себя сам, вряд ли будут уважать и другие. Поэтому нужно найти баланс — знать свои сильные стороны, но не выпячивать их перед другими, уважать себя за собственные достижения, но не хвастаться ими.

Если, формируя свой имидж, вы будете следовать указанным рекомендациям (выражать симпатию к другим людям; искать то, в чём вы похожи, а не указывать на ваши различия; следить за своей внешностью и здоровьем; уважать себя и при этом не хвастаться своими достижениями) и приобретёте необходимые для выбранной вами профессиональной деятельности компетенции, вы станете специалистом, с которым все хотят сотрудничать.

Эффект Даннинга-Крюгера

Гипотеза о существовании подобного феномена была выдвинута в 1999 году Джастином Крюгером и Дэвидом Даннингом.



Рис. 4. График «Эффект Даннинга-Крюгера»

Давайте вместе посмотрим на изображение. Эффект феномена состоит в том, что, обладая небольшими знаниями и опытом, люди склонны быть очень уверенными в себе, достигая «пика глупости». По мере приобретения знаний и опыта люди начинают понимать, что они ещё очень далеки от идеала, и скатываются в «долину отчаяния», где им кажется, что они из себя ничего не представляют. И лишь затем, по мере приобретения больших знаний и опыта, их уверенность в себе растёт, доходя до «склона просветления», а затем и до «плато стабильности».

Проиллюстрируем это на примере. Новичок-фотограф покупает камеру, читает руководство по использованию и начинает фотографировать. Через несколько дней ему кажется, что он достиг профессионализма в фотографии, и он очень доволен собой. Затем он начинает изучать сайты для фотографов и понимает, что ему нужно познакомиться с основами измерения и настройки света, научиться выстраивать правильно диафрагму, разобраться в особенностях разных объективов, научиться определять экспозицию и т. д. Через полгода после покупки камеры он понимает, что крайне далёк от профессионализма, что он только новичок, и ему стыдно говорить своим друзьям, что он «фотограф». На самом деле, через полгода после покупки камеры он знает о фотографии гораздо больше, чем на следующий после покупки день. Но его уверенность в собственном мастерстве падает с «пика глупости» в «долину отчаяния». И если он не забросит фотографию и продолжит совершенствовать свои знания, со временем он достигнет и «склона просветления», и «плато стабильности». Тогда он будет профессионалом и при этом будет уверен в своих силах.

Задание 5

Выработайте собственные правила, которые позволят вам эффективно совершенствовать навыки самопродвижения, но при этом не стать жертвами эффекта Даннинга-Крюгера.

Урок 45. Резюме и практика составления резюме

- Применять навыки составления собственного резюме.
- Применять навыки самопродвижения при устройстве на работу в учебно-игровых ситуациях.

На прошлых уроках мы подробно обсудили, как важно правильно преподнести себя и уметь демонстрировать собственные компетенции. Но не всегда это можно сделать при личной встрече. Часто приходится презентовать себя по электронной почте или через социальные сети, когда вы не видите собеседника воочию. Когда вы впервые вступаете в контакт с работодателем, поступаете в университет, подаёте заявку на стипендию, участвуете в волонтёрских программах и т. д., чаще всего это происходит через ваше резюме. Именно поэтому умение правильно составить резюме является одним из главных шагов на пути профессионального роста.

Что такое резюме? Четыре принципа составления

***Резюме** — это документ, составленный вами, который позволяет презентовать собственные умения и навыки, как в профессиональном, так и в личностном плане.*

Это также возможность рассказать о своих достижениях и уникальности. По сути, резюме — это визитная карточка соискателя.

Существует четыре основных принципа составления успешного резюме.

Принцип №1. Краткость

Ваше резюме не должно быть слишком длинным. Человек, который его увидит, должен понять, что вы умеете, какие служебные обязанности уже выполняли, в каких компаниях и сколько работали, какими качествами обладаете. Ему не нужно знать подробности. Если ваше резюме будет слишком длинным (больше 2 страниц), его могут не дочитать до конца.

Принцип №2. Конкретность

В резюме нужно верно указать все даты (например, окончания школы или поступления в университет), названия компаний, где вы работали, контактные адреса и телефоны, имена и т. д. Лучше потратить время и убедиться, что вы не сделали ошибку, так как тот, кто читает ваше резюме, может проверить какие-либо из указанных вами сведений.

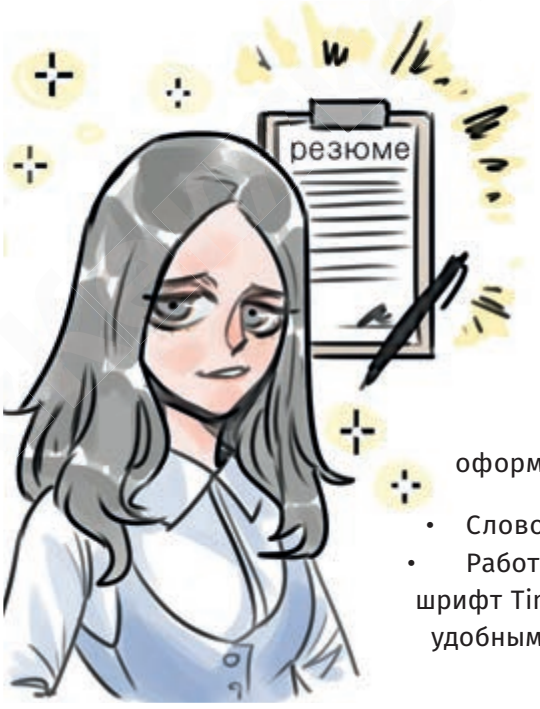
Принцип №3. Правдивость

Не нужно указывать навыки, которых у вас нет, должности, которые вы никогда не занимали, компании, в которых вы не работали. Тот, кто читает ваше резюме, может проверить все данные и обнаружить, что вы не были правдивы. Даже если он не проверит их, он будет ожидать, что всё указанное вами является правдой. И непременно попросит вас сделать то, что вы на самом деле не умеете (но указали, что умеете), или познакомить с кем-то, кого вы должны знать, но не знаете (так как вы указали, что работали в компании, в который вы на самом деле не работали).

Принцип №4. Избирательность

Составляя своё резюме, подумайте, какие из ваших навыков или сертификатов имеют значение в конкретном случае. Например, если вы хотите устроиться на подработку официантом, лучше указать, что у вас есть опыт организации и обслуживания домашних праздников. Для вашего работодателя это будет важнее, чем то, что вы заняли первое место на олимпиаде по математике. Если же вы хотите получить грант в университете, будут важнее ваши заслуги в учёбе и участие в волонтёрских мероприятиях, чем опыт работы официантом.

Как правильно составить (написать) резюме — оформление и структура



Ваше резюме должно быть верно оформлено, чтобы тому, кто его читает, не пришлось долго разбираться с тем, где указаны ваши контакты, опыт работы или названия учебных заведений, которые вы окончили.

Форма резюме — оформление

Рассмотрим подробнее, как лучше оформить ваше резюме.

- Слово «Резюме» писать не нужно.
- Работая в программе Word, выберите шрифт Times New Roman. Он считается самым удобным и приятным для восприятия.

- Цвет шрифта должен быть чёрным. Это позволяет не отвлекаться на другие цвета и сконцентрироваться на самой информации.
- Установите размер шрифта 12 кегль. В верхней части листа укажите свои ФИО. Выделите их жирным шрифтом и увеличьте размер надписи до 14 кегля. Это поможет запомнить ваши данные.
- Оформите поля документа: верхнее — 2 см, нижнее — 2 см, правое — 2 см, левое — 1 см.
- Межстрочный интервал сделайте одинарным. Это позволит разместить больше информации на одном листе и не нарушить структуру документа.
- Если вы решите выделить какую-то информацию, лучше использовать выделение жирным шрифтом, избегая курсив и подчёркивание. При таком выделении текст будет смотреться органично и станет лёгким для восприятия.
- Разделите резюме на абзацы, чтобы было понятно, где кончается один блок информации и начинается другой.
- Не используйте рамки, различные символы, смайлики, стикеры и т. д., так как резюме — деловой документ, который должен быть оформлен соответственно.

Посмотрите на составленное резюме, не вчитываясь в него. Оно должно быть хорошо структурированным, отдельные слова не должны выступать за рамки основного текста, текст должен выглядеть графически красивым и цельным.

Кроме того, постарайтесь избегать специфических терминов. Ведь ваше резюме может прочитать не специалист в вашей области, а секретарь, работник отдела кадров и т. д., который ничего не поймёт.

В конце перечитайте получившееся резюме и убедитесь, что в нём нет грамматических и орфографических ошибок. Для многих людей грамотность — показатель культуры, и текст с ошибками может резать им глаза и создать о вас неблагоприятное впечатление.

Содержание резюме — структура

Обычно резюме состоит из 5 основных блоков:

1. Личные данные

- Фамилия, имя, отчество (полностью).
- Адрес места проживания. Очень важно, чтобы он был фактическим. Если существует только временный адрес, значит, нужно указать, где потом вас можно будет найти;
- Номер телефона. Если вдруг в какое-то время вы не можете отвечать на звонки (например, во время учёбы), вы можете указать это («после

15.00»). Вы также можете в скобках указать, есть ли на этом номере у вас WhatsApp («WA»);
- Адрес своей электронной почты. Если это важно, вы можете указать адрес своего аккаунта в социальных сетях (например, вы хотите стать помощником дизайнера и указываете свой Instagram-аккаунт, где можно познакомиться с вашими работами);
- Дата своего рождения.

2. Цель поиска

В этом блоке важно правильно указать название желаемой должности. Если же вы поступаете в университет, то должны указать, что хотите стать студентом, указать нужный факультет.

Причём, если вы планируете участвовать в поиске нескольких вакансий, то на каждую из них лучше всего создать отдельное резюме.

3. Приобретённое образование

В этом блоке указываются данные, подтверждающие ваш уровень и степень образования. Порядок должен быть следующим: название учебного заведения, годы обучения, факультет, полученная квалификация. Сверху указывается то учебное заведение, которое вы окончили последним, и так далее. То есть в самом низу окажется самое первое учебное заведение, оконченное вами.

Сначала указываются высшие учебные заведения, затем специальное образование, а затем дополнительные курсы или тренинги.

Не нужно указывать просто аббревиатуры, надеясь на то, что заведение известное. Лучше сделать расшифровку (не «АИЭС», а «Алматинский институт экономики и статистики»).

Если вы закончили компьютерные курсы или курсы иностранного языка, также укажите это. Это станет вашим плюсом по сравнению с другими кандидатами.

4. Наличие опыта работы

Указывать опыт работы необходимо в хронологическом порядке, начиная с сегодняшнего или последнего места работы, как бы отматывая историю назад.

Воспользуйтесь следующим порядком для оформления информации:

- период работы (начало и окончание);
- название компании;

- сфера деятельности компании;
- должность;
- обязанности (какими полномочиями вы были наделены и какие обязанности выполняли. Желательно чётко и ясно представлять информацию, чтобы будущий руководитель понимал, что, выполняя ряд таких функций, вы уже достигли в них опыта);
- примеры ваших показателей, которых удалось достигнуть за определённый период. Пусть это будут количественные данные, выраженные в % или штуках, но конкретные и реальные (например, увеличение продаж на 20 %).

Если у вас ещё нет опыта работы, в этом блоке вы можете расписать свою различную деятельность, например, участие в школьных мероприятиях, волонтёрских проектах, научных олимпиадах и т. д.

5. Дополнительные сведения

Этот блок можно оформить по следующей структуре:

- степень владения компьютером (названия программ, с которыми приходилось работать, и уровень их освоенности);
- степень владения иностранными языками (перечисление языков и уровень владения, к примеру, «свободно» или «со словарём»);
- дополнительные навыки, которые вы не указывали в предыдущих блоках, но считаете, что они способны дополнить общую картину и рассказать о вашей уникальности, например, «опыт написания статей в школьной газете»;
- другая информация (например, наличие автомобиля, если он у вас есть, возможность ездить в командировки, готовность задерживаться на работе и т. д.);
- личные качества.

Личные качества в резюме

Указывая свои личные качества, рекомендуется придерживаться следующих правил:

- указывая личные качества, нужно помнить, что их должно быть не более 5;
- их важно указывать так, чтобы они напрямую соответствовали той должности, на которую человек претендует;
- лучше не шутить;
- определить свою нужность и полезность. Это сделать очень легко, достаточно только представить себя на месте потенциального работода-

теля и решить, какие бы качества хотели видеть именно вы, принимая такого сотрудника на работу.

Из наиболее распространённых личных качеств в резюме можно указать следующие: аккуратность, активность, вежливость, внимательность, высокая работоспособность, инициативность, доброжелательность, исполнительность, креативность, надёжность, настойчивость, оптимизм, порядочность, пунктуальность, предприимчивость, самоконтроль, справедливость, трудолюбие, уверенность в себе, умение работать в команде, честность, энергичность, чувство юмора.

Нужно помнить, что нет одного универсального резюме, которое можно использовать в любом случае. Важно для каждой отдельно взятой вакансии составлять отдельное резюме с упором на те требования, которые предъявляются к соискателю. Да и как вы можете использовать одно и то же резюме, если в каждом отдельном случае в резюме вы должны отразить, какие задачи вы можете решать на конкретной позиции и что нового вы привнесёте для достижения результатов?

Задание 1

Основываясь на принципе избирательности, подумайте:

1) чем будет ваше резюме для участия в волонтёрском проекте отличаться от резюме для поступления в вуз;

2) чем будет ваше резюме для поступления на гуманитарную специальность отличаться от резюме для поступления на техническую специальность.

Задание 2

Как вы думаете, где проходит грань между ложью в резюме и приукрашиванием? Можно ли приукрашивать свои качества и навыки в резюме или лучше писать исключительно правду? Как привлечь к себе внимание, если вы пишите правду и она не очень-то и привлекает работодателя?

Урок 46. Резюме и практика составления резюме

- Применять навыки составления собственного резюме.
- Применять навыки самопродвижения при устройстве на работу в учебно-игровых ситуациях.

Мы продолжаем знакомиться с техникой составления резюме и самопрезентацией.

Профессиональные навыки в резюме

Конечно, понятно, что любой руководитель желает видеть своим сотрудником только профессионала. Поэтому от того, насколько умело и правильно будут обозначены профессиональные навыки в составляемом резюме, и будет зависеть уровень его интереса к кандидату.

Кроме того, вы сами — будущие предприниматели, значит, вам тоже со временем придётся брать людей на работу, читать их резюме и принимать решения о трудоустройстве того или иного кандидата. Посмотрим, на какие навыки кандидатов стоит обращать внимание, когда вы сами пишите или читаете резюме.

Если вам сложно сформировать правильно навыки и умения для своего резюме, или вы не знаете, с чего начать, можно обратиться к примерам и отобрать наиболее подходящие.

Навыки делового общения. Это умение вести беседы и переговоры с возможными клиентами или будущими партнёрами, возможности налаживать правильные контакты с заказчиками и выстраивать общение так, чтобы всем было комфортно общаться и учитывать интересы разных сторон.

Знание иностранных языков. Если вы свободно владеете английским языком, то можете вести переписку с иностранными партнёрами и клиентами, ездить в заграничные командировки, на стажировки и т. д. Всё это поднимет вас на уровень выше как профессионала. В нашей стране также важно говорить на казахском и русском языках, т. к. это поможет вам выстраивать отношения вашей компании с клиентами и партнёрами в крупных городах и регионах.

Навыки работы с клиентской базой. Это создание и развитие базы клиентов, умение ориентироваться в разных сегментах потребителей и выстраивать коммуникацию с каждым из них. А также понимание возможностей оптимизации работы с клиентами.

Навыки бюджетирования. Это навык составления бюджета, для которого необходимо понимать, в каких работниках нуждается каждый отдел компании, что нужно для

их качественной и бесперебойной работы, в чём состоят затраты компании. Он также подразумевает создание собственной системы оценки и контроля затрат.

Навык деловой переписки. Это не только знание делового этикета, но и правильное, грамотное ведение письма, поддержание имиджа своей организации, умение быть корректным и правильно отображать свои мысли, не навредив ведению бизнеса и формированию лояльности со стороны другого собеседника.

Навык ведения бухгалтерского и налогового учёта. Это знание бухгалтерского баланса, всех его основных тонкостей и умение провести любую операцию по поступлению, движению, списанию товара вовремя и по установленным срокам. Умение своевременно провести все начисления и платежи, сформировать ведомости по заработной плате и сдать отчётность в соответствующие органы для последующей проверки. Этот навык также предполагает сотрудничество с налоговыми органами, предоставление нужных показателей и отчётных форм.

Навыки обеспечения жизнедеятельности офиса. Это умение искать наиболее выгодные предложения для покупки товаров, необходимых для обеспечения жизни офиса (канцелярских товаров, моющих средств и т. д.). Это также обслуживание сотрудников компании всем необходимым, умение контролировать работу офиса, служебного транспорта, всех работников, оказывающих сопутствующие услуги (уборщиц, специалистов технической поддержки и т. д.).

Работа с Интернетом. Это оперативный поиск информации, её хранение и систематизация, умение обращаться с поисковыми системами, знание инструментов поиска.

Навыки планирования продаж. Это умение оценить основные финансовые показатели компании, продажи, затраты и т. д. При этом специалист по продажам должен хорошо разбираться в самой продукции компании, потребителях, посредниках и т. п.

Навыки осуществления закупок товара. Специалист по закупкам должен понимать, сколько товара может продать компания в конкретный сезон в конкретном месте; следить, чтобы товара было достаточно, но при этом не накапливались излишки; контролировать поставки. Кроме того, такой специалист должен понимать, как компания может расширить ассортимент своей продукции, или, наоборот, сократить его, какие цены можно поставить на товар и т. д.

Навыки проведения инвентаризации. Во время перевозки и хранения любого товара неизбежны поломки. Кроме того, во время работы компании может закрасться ошибка (например, продавец забудет отметить, что товар был куплен, и он будет значиться как доступный для продажи, хотя его уже нет). Кроме того, у каждого товара есть срок годности. Во время инвентаризации проверяют, соответствует ли реально имеющийся товар записям, сортируют бракованные или испорченные изделия, выявляют товар, который давно не продаётся, и т. д.

Навыки мерчендайзинга. Это работа с внешним видом магазина — расстановка товара на полках, украшение витрин, контроль за тем, чтобы товар был правильно разложен, продавцы правильно одеты, в помещении было чисто и т. д.

Задание 1

Каким образом можно приобрести вышеуказанные или иные полезные для работодателя навыки, не имея ещё опыта работы в качестве полноценного работника, например, в период каникул? Составьте список возможных выходов.

РЕЗЮМЕ С ОПЫТОМ РАБОТЫ

Место для фотографии

Дмитриев Дмитрий
Цель: соискание должности начальника отдела кадров
Дата рождения: 20.10.1975 г.
Город: Алматы
Семейное положение: женат
Телефон: +7-xxx-xxx-xx-xx
E-mail: mail@mail.ru
Образование: Высшее (очное) 1992-1997 г.г. Казахский Национальный Университет
Специальность: кадровый учёт на предприятии

Опыт работы:
04.02.2011 — 01.02.2013ТОО «Импорт-торг»
Должность: начальник отдела кадров
Должностные обязанности:
- приём и увольнение сотрудников;
- проведение собеседований;
- ведение кадрового делопроизводства, руководство отделом кадров.

03.05.2005-04.02.2011ООО «Авка-СТ»
Должность: специалист отдела кадров
Должностные обязанности:
- работа с текущей документацией;
- ведение кадрового делопроизводства;
- выполнение поручений начальника отдела кадров.

Дополнительная информация:
Тренинги и курсы: в 2012 году прошёл курсы повышения квалификации для руководителей кадровых служб в тренинг-центре «Одуванчик» (г. Алматы)
Знание иностранных языков: английский разговорный
Владение компьютером: на уровне опытного пользователя (Microsoft Office, Интернет, 1С-предприятие «Зарплата и кадры»)
Личные качества: умение чувствовать людей и располагать их к себе, ответственность, внимательность, исполнительность, высокая работоспособность.

Рекомендации с предыдущего места работы:
ООО «Импорт-торг»
Генеральный директор: **Иванов Пётр Иванович**
т. +7-xxx-xxx-xx-xx

Ожидаемый уровень заработной платы: 250 000 тенге.
Готов приступить к работе в ближайшее время.

Образец резюме без опыта работы

Место для фотографии

Дуйсенбиев Алибек
Цель: соискание должности стажёра
Дата рождения: 25.12.1996 г.
Город: Алматы
Семейное положение: холост
Телефон: +7-xxx-xxx-xx-xx
E-mail: mail@mail.ru
Образование: Высшее (очное) Казахский Национальный Университет (2014-2019 г.г.)
Специальность: психология
Дополнительная информация:
Знание иностранных языков: английский (читаю и перевожу со словарём)
Владение компьютером: на уровне опытного пользователя (офисные программы, Adobe Photoshop, Интернет)
Личные качества: ответственность, внимательность, исполнительность, обучаемость, умение работать с большим количеством информации.

Навыки и умения:
- написание интересных статей на любые темы;
- администрирование интернет-сайтов;
- создание компьютерной графики;
- психологическое консультирование молодёжи и родителей.

Увлечения и хобби: здоровый образ жизни, самообразование, межличностная коммуникация, психология.

Рекомендации с места учебы:
Декан социально-психологического факультета
Мухиев Женис
т. +7-xxx-xxx-xx-xx

Ожидаемый уровень заработной платы: 50 000 тенге.
Готов приступить к работе в ближайшее время.

© Издательство Альпина Паблишер

Задание 2

Поделитесь на группы по 4 человека. Первый из вас будет кандидатом на работу, второй — представителем работодателя, 2 человека — помощники соискателя.

Поиграйте в симуляцию процесса найма на работу, определите, что это будет за компания, с учётом пожелания кандидата (возможно, это будет реальная компания, в которую хочет устроиться в будущем соискатель).

Задача помощников — максимально подготовить соискателя, рассказав о том, какими положительными или сильными сторонами обладает соискатель, напомнив о важных моментах. Задача представителя работодателя — задавать те вопросы, которые могут интересовать работодателя, вопросы могут быть провокационными. (Почему вы уволились с предыдущей работы, если она вам нравилась? Как вы можете быть уверенными в эффективности на этой позиции, если у вас нет опыта работы?)

Задача соискателя — за 3 минуты разговора быстро, уверенно, аргументированно и чётко отвечать, вырабатывая собственную стратегию прохождения собеседования в будущем и отмечая для себя важные аспекты, которые впоследствии можно отразить в резюме.

Помощники не могут помогать во время собеседования, но могут слушать и делать свои пометки.

В завершение: необходимо выслушать впечатления каждого о плюсах и минусах собеседования и резюмировать результаты с выводами.

Затем участники меняются ролями.

Задание 3

На основании выводов, сделанных в ходе предыдущей симуляции, составьте собственное резюме. Подумайте, на какую позицию вы хотели бы претендовать, и чего ожидает работодатель от соискателя на данную позицию.

© ГКНТ

Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети)

- Понимать значимость доверительных и долгосрочных отношений с людьми и взаимопомощи.
- Описывать собственное видение возможности использования потенциала профессионального взаимодействия для решения собственных задач.

На этом уроке мы поговорим о такой важной составляющей делового общения, как нетворкинг, то есть сеть контактов и взаимосвязей с другими людьми.

Если бы бизнесменам задали вопрос: «Что бы вы посоветовали самому себе, если отмотать время на 10 лет назад?», многие из них посоветовали бы себе больше знакомиться с деловыми людьми: ходить на разные мероприятия, чтобы заводить больше деловых связей, потому что это сильно влияет на продвижение в карьере или в бизнесе. Умение строить связи — бесценный навык, который действует как ускоритель.

Согласно исследованию в Linkedin, 85 % рабочих мест заполняется с помощью нетворкинга. Подсчитано, что где-то 70-80 % рабочих мест никогда не публикуются. То есть люди предпочитают искать работников через знакомых на основании их рекомендаций. Значит, чем больше профессиональных связей у вас есть, тем вероятнее вы найдёте работу, которая будет соответствовать вашим запросам.

Простыми словами, ***нетворкинг*** *— это построение сети деловых связей, формирование вокруг себя круга людей, каждый из которых профессионал в какой-то своей области:* у вас всегда будет возможность обратиться к ним за помощью или просто за советом.

В основе понятия «нетворкинг» лежит так называемая теория шести рукопожатий, разработанная в 1960-х годах американским социологом Стенли Милгрэмом и психологом Джеффри Трэверсом. Суть её в том, что каждый из нас опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых. В среднем эта цепочка состоит из шести человек.

Давайте посмотрим, зачем стоит уделять нетворкингу время.

Нетворкинг — это:

- новое окружение;
- быстрый темп знакомства с новыми людьми и быстрое профессиональное продвижение;

- каждый новый знакомый может стать для вас ментором, дать экспертный совет, и это сэкономит время на самостоятельное выяснение интересующих вас вопросов.

Правила нетворкинга

1. Сделайте себе визитные карточки.

Визитные карточки могут помочь в установлении контактов, так как, даже если человек вас не запомнил, у него останется карточка, посмотрев на которую, он вспомнит о вашей встрече. Или обратится к ней позже, когда у него появится необходимость в подобном специалисте.

Визитная карточка должна содержать всю необходимую информацию — ваше имя, описание вашей деятельности, название компании (если вы где-то уже работаете), ваши контакты (телефон, электронная почта). Можно добавить на визитную карточку некую деталь, которая может запомниться.

Визитная карточка всегда должна быть под рукой, даже если вы шли не на встречу, а просто прогуляться с друзьями: вы никогда не знаете, что может произойти или с кем вы можете встретиться.

2. Если визитные карточки закончились, замените их чем-нибудь.

Если вдруг вы забыли свои визитные карточки дома или они закончились, не переживайте. Тем не менее, вам нужно что-то предпринять, чтобы человек вас запомнил и мог легко связаться с вами снова при необходимости.

Например, можно нарисовать визитку от руки на простой бумаге. Или предложить собеседнику записать ваш контакт в телефон, или найти его в социальной сети, которой он пользуется, и добавить его в друзья.



Задание 1

Представьте, что вы пришли на встречу стартаперов без визиток. Придумайте логотип и дизайн своих визиток, а также продумайте, на какой материал вы нанесёте данные. Создайте свою визитку.

3. Приходите рано, уходите поздно.

Если вы пришли рано, у вас есть возможность спокойно пообщаться с теми, кто также пришёл заранее. Вас, скорее всего, лучше запомнят, так как на тот момент ещё не будет так много гостей.

Если вы уйдёте позже, вы также сможете пообщаться с теми, кто остался, в более спокойной обстановке.

4. Не нервничайте.

На самом деле *нетворкинг — это, по сути, дружеское общение и заведение приятных контактов с новыми людьми*. Это не телефонные переговоры с попытками продать что-то. Некоторые из этих людей могут стать вашими друзьями, кто-то — инвестором, новым работодателем или партнёром. Это не гонка за количеством визиток и знакомств, а установление содержательных контактов.

Поэтому постарайтесь расслабиться и улыбаться. Даже если вам не всегда легко общаться с незнакомыми людьми, со временем вы научитесь это делать легко и без напряжения.

5. Установите для себя, с каким количеством людей вы хотите познакомиться сегодня.

Если вам сложно общаться с незнакомыми людьми, то, чтобы облегчить себе задачу, вы можете установить, с каким количеством новых знакомых вы поговорите сегодня. Даже если дела будут идти не очень хорошо, постарайтесь следовать своему плану.

Задание 2

Напишите список из 10 пунктов тех людей, которые будут способствовать достижению ваших целей на ближайший год. Проставьте напротив каждого имени сроки для знакомства (но не более 3-х месяцев).

6. Различайте общение с одним человеком и с группой.

Если на встрече стартаперов вы увидите одиноко стоящего человека, может быть, смотрящего в телефон, стоит попробовать заговорить с ним первым. Сначала стоит вежливо поинтересоваться, например, так: «Я вам не помешаю? Могу я поинтересоваться?..» Или же просто: «Привет, меня зовут XXX, как вам мероприятие?»

Если же интересующий вас человек уже разговаривает с кем-то в группе, не стоит подходить к группе и прерывать разговор. Вместо этого стоит постоять рядом, просто слушая, но не вмешиваясь, пока у вас действительно не появится что-то, что вы можете сказать по теме беседы.

Если в группе есть ваш знакомый, можно попросить представить вас. Вы также можете попросить вашего знакомого представить вас какому-то одному, знакомому ему, собеседнику. Продолжить разговор после представления гораздо проще. Кроме того, в таком случае у собеседников возникает более личностное общение, по сравнению с самостоятельным знакомством с нуля.

7. Будьте заинтересованными в других.

Нетворкинг — это строительство отношений, и его важной частью является искренняя заинтересованность в другой стороне. Если вы разговариваете с кем-то, не нужно говорить исключительно о себе, своих достоинствах и бизнес-идеях. Лучше узнать, почему ваш собеседник решил посетить мероприятие, как он пришёл к своему бизнесу, что он любит в своей работе, какие интересные проекты у него были в последнее время. Если разговор становится более личным, можно задать вопросы, касающиеся увлечений или семьи.

После того как у вас с собеседником возникли отношения, вам будет гораздо проще говорить о себе и своих делах и рассчитывать на интерес к ним со стороны собеседника.

При разговоре не нужно отвлекаться, пытаться высматривать кого-то поверх головы собеседника, смотреть в телефон. Если вы хотите оставить после себя хорошее впечатление, несколько минут полноценного внимания помогут вам в достижении этой цели.

8. Подумайте, чем вы можете быть полезным собеседнику.

Все, с кем вы встречаетесь, также находятся в поисках партнёров или новых связей для своего бизнеса. Поэтому, чем быстрее человек поймёт, чем вы можете быть ему полезным, тем скорее у вас завяжутся плодотворные деловые отношения. Важно, что вы умеете делать, что вы знаете, с кем вы знакомы. Даже если вы студент, вы можете поделиться с владельцем крупного бизнеса какой-то полезной для него информацией: порекомендовать интересную книгу, удобное мобильное приложение или новый музыкальный альбом.

9. Используйте соцсети для реального общения.

Если вы ищете работу, то можете использовать для этого нетворкинг в социальных сетях. Поймите, кто является профессионалом в вашей области. Может быть, вы обнаружите, что они знакомы с кем-то, кого знаете вы. Ваши «социальные» друзья могут представить вас так же, как это происходило бы при реальном общении. Если же точек соприкосновения нет, вы всегда можете написать

письмо с объяснением, почему бы вы хотели добавить его в список своих контактов, попросить совета, задать интересующий вас вопрос. Вы также можете попросить виртуального собеседника порекомендовать вам других людей, с кем вы могли бы связаться по вашему вопросу, поблагодарить и попросить связаться с вами, если в компании появится подходящая вакансия.

10. Напомните о себе.

Чтобы ваши контакты «работали», необходимо время от времени напоминать о себе. Правило 48 часов говорит, что после знакомства с новым человеком вам нужно в течение двух дней как-то напомнить о себе: написать письмо, сообщение в WhatsApp или социальной сети.

Чтобы напоминание о себе не выглядело притянутым, вспомните, о чём вы говорили с человеком. Если при разговоре вы ссылались на какую-то книгу, и собеседник сказал: «Интересно, надо бы почитать», вы можете прислать ему ссылку на электронную версию книги. Если речь шла о новом мобильном приложении, вы можете скинуть ему ссылку на него в Google Play или App Store.

Подумайте, что собеседнику будет полезно и интересно. Тогда ваше письмо будет не рекламой самого себя, а полезным сообщением, и вы произведёте хорошее впечатление на собеседника, и он вас запомнит. Если общение в социальных сетях удалось, и вы понимаете, как человек может быть полезен вашему проекту, затем уже можно предложить встретиться в кафе, чтобы обсудить сотрудничество.

Кроме того, не стоит забывать поздравлять ваших знакомых с различными праздниками: днём рождения, Новым годом, Наурызом и т. д. Так человек будет время от времени вспоминать о вас, и в момент, когда ему действительно понадобится специалист вашего профиля, вы будете первым, кто придёт ему на ум.

Задание 3

В списке напротив каждого имени из задания 2 сделайте пометку о том, какая зона интересов у этого человека и чем он вам может быть полезен. После знакомства с ними начинайте искать больше общих точек соприкосновения.

Секреты нетворкинга в социальных сетях

Если вас попросят назвать марку стирального порошка, чая или мобильного телефона, те названия, которые всплывут у вас в голове в первую очередь, скорее всего, будут именно теми марками, которые вы приобретёте, когда вам понадобится порошок, чай или мобильный телефон. Также происходит и с людь-

ми. Допустим, у вас своя школа английского языка. Встречаясь с людьми, вы говорите об этом. И даже если сейчас вашему собеседнику это неважно, завтра его друг может спросить, знает ли он какую-нибудь школу английского языка, ваш собеседник вспомнит вас и порекомендует именно вашу школу, так как у него в голове сформируется связь между вами и преподаванием английского языка. Чтобы эта связь работала, необходимо регулярно напоминать о себе другим людям — на встречах, через популярные сейчас месенджеры: WhatsApp-чаты или Telegram-каналы. Ваш контент будет ассоциироваться с вами и напоминать о вас. Вспомните про личный брендинг, который мы разбирали на прошлых уроках: все ваши взаимодействия с другими людьми будут работать на ваш личный брендинг.

В первую очередь вам нужно заполнить свой профиль в социальных сетях. Потому что, когда человек открыт, к нему возникает больше доверия. Заполните данные о том, где вы работали, что любите, ваши контакты и т. д. Сделайте качественную фотографию для своего аватара: по ней будут судить о вас.

Кроме того, вы должны быть участником деловых пабликов или каких-то профессиональных тематических групп. Посмотрите, какую информацию или фотографии вы выкладываете у себя на стене: по ним также будут судить о вас как о личности и о ваших интересах. Интересные обзоры, семинары и т. д. будут создавать образ интеллектуала, заинтересованного развитием современного бизнеса. В то время как фотографии с вечеринок с друзьями могут создать ваш отрицательный образ.

Обязательно заполните шапку вашего профиля так, чтобы человек, заходящий к вам на страницу, сразу понимал, кто вы и чем занимаетесь.

С ЧЕГО НАЧАТЬ НЕТВОРКИНГ

Одно из самых подходящих мест для нетворкинга — это коворкинги. В коворкингах собираются люди дела, как правило, бизнесмены или профессионалы в каких-то областях. В коворкингах часто проводятся различные мероприятия, на которые можно прийти бесплатно.

Начните ходить по разным бизнес-школам. Не обязательно платным. Можно ходить на различные семинары, тренинги и воркшопы. Также можно изучить, какие есть деловые бизнес-клубы в вашем городе.

Можно просить людей стать для вас наставником («ментором») или взять интервью.

Независимо от того, требует ли ваша ежедневная работа общения с разными людьми, вы можете извлечь выгоду из развития сети связей, которая вдохновит на новые идеи и бросит вызов вашим убеждениям.

Освободите место в своём графике дня на то, что вы считаете «ненужным». Это могут быть два часа в неделю на развитие навыка, который не вписывается в ваш текущий карьерный путь. Именно во время учёбы в колледже Стив Джобс посещал урок каллиграфии, который впоследствии вдохновил типографику Apple. Может быть, именно на тренировках по бегу вам встретится ваш новый партнёр. Встречи в непринуждённой обстановке могут оказаться очень полезными и продуктивными, ведь люди в эти моменты расслаблены и открыты, и с готовностью идут на контакт.

Задание 4

На листе бумаги нарисуйте маленький кружок и напишите «Я», после этого начните размещать точки вокруг кружка, обозначая имена людей из вашего окружения. Важно размещать их на расстоянии, пропорциональном частоте и близости общения: чем ближе и чаще общаетесь, тем ближе располагаете «к себе» точку. Соедините точки с кружком, а также линии между теми лицами, которые знакомы друг с другом достаточно хорошо. А теперь проанализируйте, кто находится в круге «ближнего» общения, кто в «среднем» круге общения, а кто в «дальнем». Необходимо понимать, что те, кто находятся в ближнем круге общения, — это люди, влияющие сильно на вас, в среднем круге имеют потенциал влияния на вас, в дальнем — слабое влияние. Ответьте на вопрос: «Способствуют ли люди из моего ближнего окружения достижению моих личных и профессиональных целей?» Может быть, картина покажет вам, что необходимо активизировать нетворкинг с совершенно новой группой лиц?

Задание 5

Составьте список мест, где можно воспользоваться аудиторией и создавать нетворкинг (не менее 15 пунктов).

Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

- Понимать значение переговоров для предпринимателя.
- Применять навыки переговоров при взаимодействии с другими учащимися в рамках учебно-игровых ситуаций.

Задание 1

Прежде чем мы начнём говорить о деловом общении, ответьте на вопрос: зачем вообще нужно деловое общение и почему стоит развивать навыки делового общения?

Вспомните, как вы когда-нибудь ходили на базар. На базаре множество продавцов картошки. Представим, что один продавец вежливо разговаривает с покупателями, делает комплименты, предлагает потрогать товар или предлагает скидку при большой покупке. А другой грубит, не разрешает трогать картошку, на вопрос про скидку отвечает: «И так дёшево. Не нравится — иди в другое место». У какого продавца вы, вероятнее всего, купили бы картошку? Значит, деловое общение влияет на готовность покупателя что-то купить у продавца.

Коммуникативная культура включает умение взаимодействовать с людьми, вступать с ними в психологический контакт, понимать, что хочет сказать собеседник, и верно доносить до него информацию, прогнозировать реакцию собеседника на то или иное высказывание или действие, умение убеждать и находить компромисс. Чтобы общение было успешным, оно должно быть вежливым, корректным, тактичным, скромным, точным и предупредительным.

Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству. Вежливость проявляется в разговоре, выборе слов, интонации, мимике, жестах. Если человек демонстрирует неуважительное отношение к своему собеседнику, его взглядам и т. д., его считают грубым.

Корректность — умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных. Корректность проявляется во время споров, когда собеседники стараются отстоять свою точку зрения. При корректном общении они не переходят на личности, не повышают голоса, не совершают резких движений руками. Корректный человек даже во время спора готов прислушаться к идеям и точке зрения собеседника.

Тактичность — это чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение. Бестактными могут быть замечания по поводу внешнего вида или поступка, сочувствие, выраженное в присутствии других по поводу интимной стороны жизни человека, и т. д.

Скромность в общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей. Если человек демонстрирует своё пренебрежительное отношение к одежде, внешнему виду, идеям и т. д. собеседника, он даёт понять, что его одежда, внешний вид или идеи — лучше, а значит, проявляет высокомерие и развязность.

Точность — это выполнение своих обещаний и обязательств в срок и в том объёме, о котором была договорённость. Представьте, что вы договорились с другом пойти в кино, а он уснул, не пришёл в кинотеатр, не отвечал на ваши звонки. Вы пропустили сеанс, нервничали, ваш день испорчен. Вряд ли вы захотите пойти с ним в кино ещё раз. Если же человек относится несерьёзно к своим деловым обязательствам, его партнёр может понести финансовые и другие убытки.

Предупредительность — это стремление избавить другого человека от неудобств и неприятностей. Если вы договорились с партнёром о встрече, но внезапно выяснили, что не можете прийти на неё вовремя из-за важного совещания с руководством, вы можете заранее попросить у него прощения и предложить встретиться позже или перенести встречу на удобное для него время. Это будет лучше, чем заставить человека ждать вас неизвестно сколько и терять время.

Задание 2

Нарисуйте таблицу, как показано ниже, и позвольте трём одноклассникам оценить каждый из параметров по 5-балльной шкале. После оценки определите качества, над которыми вам необходимо поработать.

Таблица 10. Определение качеств, необходимых для построения эффективной коммуникации

ФИО_____(оцениваемого)

№	Вежливость	Тактичность	Корректность	Скромность	Точность	Предупредительность
1						
2						
3						

Человек с высоким уровнем коммуникативной культуры обладает:

- эмпатией — умением видеть мир глазами других, понимать его так же, как они;
- доброжелательностью — уважением, симпатией, умением понимать людей, не одобряя их поступки, готовностью поддерживать других;
- аутентичностью — способностью быть самим собой в контактах с другими людьми;
- конкретностью — умением говорить о своих конкретных переживаниях, мнениях, действиях, готовностью отвечать однозначно на вопросы;
- инициативностью — способностью «идти вперёд», устанавливать контакты, готовностью браться за какие-то дела в ситуации, требующей активного вмешательства, а не просто ждать, когда другие начнут что-то делать;
- непосредственностью — умением говорить и действовать напрямую;
- открытостью — готовностью открывать другим свой внутренний мир и твёрдой убеждённостью в том, что это способствует установлению здоровых и прочных отношений с окружающими, искренностью;
- восприимчивостью — умением выражать свои чувства и готовностью принимать эмоциональную экспрессию со стороны других;
- любознательностью — исследовательским отношением к собственной жизни и поведению, готовностью принимать от людей любую информацию о том, как они воспринимают тебя, но при этом быть автором самооценки.

Не менее важными составляющими коммуникативной культуры являются знания, умения и навыки, относящиеся к речевой деятельности, т. е. культура речи.

Показателями культуры речи в деловом общении являются:

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
- словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает);
- произношение;

- грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики);
- стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Корпоративное общение — это общение, необходимое для совместной деятельности людей, обмена информацией и опытом. В отличие от обычного общения, у корпоративного общения есть конкретная цель и задача — сделать заказ, проконсультировать клиента, договориться о сроках поставки товара и т. д.

Вы можете перестать общаться с человеком в очереди в магазине, но вам будет сложно перестать общаться с партнёром, если у вас уже есть определённые договорённости. Поэтому, чтобы это общение было продуктивным и не доставляло вам неприятных эмоций, не стоит пренебрегать развитием навыков корпоративного общения.

К формам корпоративного общения относятся: деловая беседа; деловые переговоры; спор, дискуссия, полемика; деловое совещание; публичное выступление; телефонные разговоры; деловая переписка.

Деловая беседа — это сообщение какой-то деловой информации или обмен мнениями по какому-то вопросу. Обычно в результате деловой беседы стороны принимают какое-то решение, договариваются о дальнейших совместных действиях.

Деловая беседа может предшествовать переговорам или быть их частью.

Деловые переговоры — это обсуждение решения, которое бы удовлетворило обе стороны. У деловых переговоров всегда есть какая-то цель, по их результатам стороны могут заключить сделки, прийти к соглашению, подписать договор.

Спор — столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения.

Деловое совещание — открытое коллективное обсуждение проблем группой специалистов.

Публичное выступление — передача какой-то информации или знаний одним человеком нескольким людям или целой аудитории людей с использованием приёмов ораторского мастерства.

Деловая переписка — обобщённое название различных по содержанию деловых документов.

Задание 3

Представьте, что вы отправились на базар. Каждый ученик должен взять восемь небольших листочков (стикеров). На каждом из листочков разборчиво напишите своё имя и каждую записку сложите текстом внутрь несколько раз, чтобы не было видно вашего имени. Подготовленные записки положите на стол или в специально приготовленную коробку или мешочек. Учитель перемешивает записки.

Теперь каждый из вас по очереди подходит и вытягивает 8 бумажек. В течение следующих 5 минут вам придётся уговорами, спорами, обменом найти и вернуть себе все восемь листочков с вашим именем. Первые три покупателя, которым удастся быстрее всех приобрести товар — 8 бумажек со своим именем — будут считаться победителями.

После упражнения ответьте на вопросы: что позволило победителям так быстро справиться с заданием? Какую тактику вы использовали во время торга (активный поиск, ожидание, активный обмен, попытка обвести партнёров вокруг пальца, попытка выйти сразу на всю аудиторию и др.)? Какие выводы вы можете сделать?

Социально-психологические методы управления общением

Принуждение происходит, когда один человек вопреки своему желанию выполняет требования другого человека.

Внушение происходит, когда один человек воздействует на другого, так как он обладает большим авторитетом, ему доверяют и не сопротивляются.

Подражание происходит, когда один человек стремится походить на другого и копирует его поведение, манеру говорить и т. д.

Убеждение происходит, когда один человек старается целенаправленно изменить точку зрения другого человека с помощью доводов, личной убеждённости и других приёмов.

Часто, стараясь убедить другого, мы используем не только убеждение, но и подражание и внушение. Если в убеждении человек должен сознательно оценить точку зрения другого, увидеть её плюсы и принять осознанное решение изменить свои взгляды, то подражание и внушение предполагают менее осознанный подход, так как конечное решение тут зависит от авторитета говорящего, настроя слушающего, общественного мнения и т. д.

Примером такого воздействия могут быть лекции, театральные или спортивные мероприятия и даже мода и слухи.

Подражание и внушение возможны, так как люди склонны испытывать групповые психологические состояния. Оказавшись на стадионе среди болельщиков футбола, очень сложно противостоять общему ажиотажу.

Если мы уважаем человека или он нам нравится, мы стараемся в чём-то походить на него — похоже одеваться, говорить, посещать те же места и т. д.

Внушение отличается от подражания тем, что для использования подражания нам нужно стать привлекательным для нашего собеседника, чтоб он сам захотел походить на нас. При внушении же нам нужно эмоционально воздействовать на собеседника с помощью слова.

И, наконец, принуждение — это насильственный метод, при котором человек выполняет что-либо без собственного желания из-за страха перед наказанием или последствиями. Поэтому использовать принуждение стоит лишь тогда, когда речь идёт о нарушении закона.

В общении убеждение, внушение, подражание и принуждение применяются как взаимосвязанная система методов.

Задание 4

Разделитесь на 4 группы. Каждая из групп выбирает один из методов управления общением и составляет не менее 10 фраз, слов, вводных конструкций, которые присущи или могут быть применены для данного метода воздействия. По завершении необходимо представить результаты перед классом и обсудить, согласны ли с ними остальные ученики.

© ГКЕЛИТ Горизонт

Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

- Понимать значение переговоров для предпринимателя.
- Применять навыки переговоров при взаимодействии с другими учащимися в рамках учебно-игровых ситуаций.

Мы продолжаем разбирать принципы делового общения предпринимателя.

Чтобы деловое общение было эффективным, нужно понимать, что для разных типов общения существуют разные правила и нормы. Представьте, что вы общаетесь со своим будущим начальником, коллегой или подчинённым. В каждом случае стиль общения будет иным, в зависимости от того, какое положение относительно собеседника вы занимаете: «сверху-вниз» (руководитель-подчинённый), «снизу-вверх» (подчинённый-руководитель) и «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник).

Правила делового общения «сверху-вниз»

От руководителя зависит атмосфера в компании: что допустимо, а что нет. Если вы когда-нибудь станете руководителем бизнеса, вам стоит позаботиться о том, чтобы всем в вашей компании было комфортно работать.

- Если вы дали сотруднику какое-то распоряжение, а он его не выполнил, стоит дать ему это понять. Ваша обязанность как руководителя состоит именно в этом: делегировать всем вашим работникам задания и следить за их выполнением.
- Если работник сделал что-то неправильно, ему стоит указать на это, критикуя при этом выполнение действия, а не самого человека.
- Не стоит давать подчинённым советы личного характера. Это может вызвать напряжение в отношениях, если ваш совет не понравится, или окажется неудачным.
- Чтобы вся команда работала эффективно, её члены должны уважать своего руководителя. Поэтому, даже если ситуация вышла из-под контроля, не стоит показывать, что вы растерянны или не знаете, что делать, иначе вы можете потерять уважение и веру в себя.
- Не игнорируйте успехи своей команды. Наоборот, наградите работника, который показал выдающийся результат. Так все ваши подчинённые будут

уверены в вашей справедливости и будут стараться работать лучше, чтобы заслужить награду.

- Даже если вам кажется, что основная заслуга успеха бизнеса принадлежит вам, не забывайте хвалить команду и подчёркивать, что успех компании — плод коллективного труда.
- В сложных ситуациях вставайте на сторону ваших подчинённых. Лучше разберитесь с тем, что вызвало трудности, наедине, а в присутствии посторонних защищайте свою команду.
- Разберитесь, какой человек у вас работает: нужно ли его контролировать, или он может сам справиться со многими задачами, если ему не мешать; нужно ли ему ставить жёсткие временные рамки, или наоборот, дать возможность самому распределять своё время и т. д. Подстраивая стиль общения под каждого человека индивидуально, вы добьётесь максимальной эффективности работы команды.

Задание 1

Разделитесь на 8 групп. Каждая группа должна выбрать одно из вышеназванных правил и составить фразу по отношению к подчинённому, которая бы отвечала данному правилу. Каждая команда зачитывает фразу или предложение, а затем весь класс обсуждает, насколько точно она составлена, и предлагает свои варианты корректировки.

Правила делового общения «снизу-вверх»

Если вы будете работать под чьим-то руководством, выстроить верные отношения с руководителем также важно. Наверняка вам придётся когда-то отпрашиваться с работы, договариваться об отпуске или авансе. Если ваши отношения с руководителем позитивные, сделать это будет гораздо проще.

- Помогайте руководителю создавать приятную атмосферу общения на работе — не ссорьтесь со своими коллегами, не пытайтесь следить за ними и т. д.
- Не нужно пытаться навязать руководителю свою точку зрения. Ваши пожелания и претензии лучше оформлять вежливо, например, вы можете спросить, как бы он отнёсся к тому, что...
- Не нужно всегда соглашаться с руководителем или всегда с ним спорить. Руководителю может быть интересно ваше мнение. Высказывайте свою точку зрения, не забывая об этикете.
- Не стоит «терять себя» в общении с руководителем. Человек со своими принципами всегда вызывает уважение, ему доверяют и его ценят.
- Если вы будете работать в крупной компании, и у вашего руководителя будет свой начальник, не нужно решать какие-либо вопросы, обращаясь к нему

напрямую. Иначе ваш руководитель усомнится в том, что вы признаёте его авторитет, или решит, что вы оспариваете его компетентность.

- Если с течением времени ваши обязанности на работе вырастут, не бойтесь спросить своего руководителя о возможности повышения вашей зарплаты. Чем больше у человека ответственности, тем на большее количество прав он может претендовать.

Задание 2

Разделитесь на 6 групп. Каждая группа должна выбрать одно из вышеназванных правил и составить фразу по отношению к руководителю, которая бы отвечала данному правилу. Каждая команда зачитывает фразу или предложение, а затем весь класс обсуждает, насколько точно она составлена, и предлагает свои варианты корректировки.

Правила делового общения «по горизонтали»

Кроме отношений с руководителем, важно также уделить внимание и отношениям с вашими коллегами, поскольку вы работаете и проводите достаточно много времени вместе. Если отношения между вами напряжённые, то будете постоянно чувствовать себя не в своей тарелке и уставать от постоянных конфликтов или напряжённости.

- Если вы выполняете с коллегами общую работу, нужно сразу разграничить, кто и за что несёт ответственность, чтобы избежать конфликтов в будущем.
- Если ваши обязанности пересекаются с обязанностями другого сотрудника, вы можете обратиться к руководителю за разъяснением, или самостоятельно договориться с коллегой о том, кто из вас что именно делает.
- Не давайте коллегам обещания, которые вы не сможете сдержать. На вас будут рассчитывать, и в итоге может сложиться неприятная ситуация.
- Не нужно пытаться подружиться с коллегой, если он этого не хочет. Может быть, ему будет неприятно отвечать на ваши вопросы, касающиеся его личной жизни.
- Не стоит делать вид, что вы лучше или умнее своих коллег. Равные отношения — залог приятной атмосферы в компании.
- Посмотрите на вашего коллегу как на личность, которую стоит уважать, вне зависимости от того, как он справляется со своими задачами.

Задание 3

Разделитесь на 6 групп. Каждая группа должна выбрать одно из вышеназванных правил и составить фразу по отношению к коллеге, которая бы отвечала данному правилу. Каждая команда зачитывает фразу или предложение, а затем весь класс обсуждает, насколько точно она составлена, и предлагает свои варианты корректировки.

Стиль общения определяет результат

Деловое общение может протекать в разной среде — по телефону, по переписке или при личной встрече. Очень часто, чтобы подобное общение было максимально эффективным, собеседникам нужно встретиться лично, поговорить, познакомиться друг с другом. Такие деловые встречи могут проходить и в официальной обстановке, и в неофициальной, например, в кафе.

Замечали ли вы когда-нибудь, что вам нравятся в основном те, кому нравитесь вы? Если человек демонстрирует своё пренебрежение по отношению к вам, вы, в свою очередь, также вряд ли захотите с ним встречаться или проводить вместе время. Поэтому общение при личной встрече должно строиться на основании следующих принципов.

- Не стоит прерывать собеседника — пусть человек закончит свою мысль. Так вы продемонстрируете своё уважение к нему. Высказать свою точку зрения вы сможете позже, когда он закончит говорить. Если в разговоре возникают паузы — это не страшно. Паузы стимулируют человека говорить дальше, подробнее описать свои проблемы или ожидания.
- Не смотрите на часы, иначе человек может подумать, что вам скучно и вы не заинтересованы в общении с ним.
- Не старайтесь закончить мысль собеседника за него. Иначе с вами просто не захотят продолжать сотрудничество, если вы и так всё знаете.
- Если вы задали собеседнику вопрос, дождитесь ответа, даже если возникла пауза. Дайте человеку обдумать свой ответ без спешки.
- Следите за тем, как вы сидите. Не нужно разваливаться на стуле. Лучше сидеть прямо, чуть наклонившись вперёд. Так вы покажете своё уважение к собеседнику и заинтересованность в том, что он говорит.

Задание 4

Две компании являются претендентами на выполнение большого проекта по строительству. Каждая компания хочет забрать проект себе, однако у первой компании нет достаточного количества сваебойных установок, которые она собирается арендовать у конкурента (другие варианты дороже на 30 %). Вторая компания также не может самостоятельно выполнить проект,

так как не имеет путей подхода к территории заказчика. Единственная дорога к территории заказчика, через которую можно подвезти технику — это развёрнутый понтонный мост для тяжёлой техники, который принадлежит первой компании. Развёртывать другой мост невыгодно, это «съедает» 50 % маржи.

Поочередно группами разыграйте переговоры, с каждой стороны должно быть по 3 человека. Задача остальных учеников — наблюдать и отмечать допущенные командами ошибки, а также неиспользованные рекомендации. После каждого раунда длиной в 3 минуты проведите разбор переговоров.

Навыки ведения эффективного делового разговора по телефону

1. Если вам нужно позвонить и обсудить какие-либо вопросы с клиентами или партнёрами, стоит подготовиться к разговору. Лучше понимать заранее, что вы хотите спросить или сообщить, подобрать соответствующие слова.

Для подготовки к разговору по телефону можно подготовить бланк, в котором вы отметите все важные моменты разговора, чтобы не забыть, с кем вы говорили и что вам ответили.

Таблица 11. Бланк для записи телефонного разговора

Дата	
Время	
Номер телефона	
Организация	
Фамилия, имя, отчество	
Вопросы	
Прогнозируемые ответы	
Ответы	
Выводы	

2. Лучше запомнить или предварительно записать все имена, фамилии, даты и другие данные, которые имеют отношение к разговору.

3. По телефону лучше говорить кратко. Чтобы вы успели сказать всё, что нужно, в течение нескольких минут, используйте технологию «Семь П»: 1) приветствие; 2) представление; 3) причина звонка; 4) проблема; 5) подведение итогов; 6) признательность; 7) прощание.

Также вы должны продумать, как собеседник может отреагировать на ваши слова, чтобы быть готовыми к этому. Чтобы разговор не затянулся и был более

продуктивным, лучше использовать «закрытые вопросы», предполагающие односложные («да», «нет», «не знаю») ответы. Такими вопросами можно также заканчивать обсуждение темы.

4. Чтобы собеседник понял, кто вы и зачем ему звоните, начните разговор с представления себя.

5. Как и при любом общении, чтобы оно было эффективным, стоит сдерживать эмоции, не грубить, не повышать голоса. Вместе с тем, при разговоре по телефону человек вас не видит. Чтобы он понимал, что вы его слушаете, вставляйте в беседу краткие реплики, подтверждающие ваше внимание. Следите за интонацией, тоном и тембром голоса. От них зависит, как воспримут вашу информацию в целом.

6. Закончить разговор может тот, кто позвонил, или старший из говорящих. Разговор нужно закончить вежливо. Подойдут фразы «Спасибо за звонок», «Приятно было с вами побеседовать» и т. п.

Деловое общение в WhatsApp

Сегодня для делового общения часто используется WhatsApp. Давайте посмотрим на некоторые правила деловой переписки в мессенджерах, которые помогут вам быть более эффективными.

1. Обязательно здоровайтесь и представляйтесь, когда вы начинаете переписку.

2. Не отправляйте несколько сообщений, когда можно ограничиться одним. Не нужно писать в разных сообщениях: 1. «Здравствуйте». 2 «Меня зовут ...». 3. «Я хотел бы...». И т. д. Многочисленные оповещения могут раздражать собеседника.

3. Не стоит использовать смайлы, если речь идёт о деловой переписке.

4. По рабочим вопросам пишите только в рабочее время (с 9 утра до 7 вечера). Иначе вы просто разозлите собеседника, который уже мог лечь спать в 10 вечера. Если всё же приходится писать (но не позже 10 вечера), обязательно принесите извинения за беспокойство и оставьте человеку возможность не отвечать, у него есть на это полное право.

5. Звонить можно один раз, выждав 4-5 гудка; если тот, кому вы звоните, не поднимает трубку, подождите 2 часа, пока вам перезвонят.

6. Перед видеозвонком необходимо заблаговременно позвонить или написать, уточнить: «Могу ли я вам позвонить по видеосвязи?» Если нет, то нужно договориться о времени, когда вашему собеседнику будет удобно говорить.

7. Лучше воздержаться от пересылки в чатах, особенно в рабочих, фото, видео, гифок, различных демотиваторов и других сообщений, не несущих важной и нужной информации для участников групп.

8. Если вы прочли сообщение, необходимо на него ответить в ближайшее время. То, что сообщение в WhatsApp дошло, обозначается двумя синими галочками. Обратная сторона понимает, что сообщение прочитано, и нужно постараться всё же дать ответ.

9. В общие группы и чаты лучше не скидывать аудиосообщения. Не всегда и не у всех есть возможность, время и место прослушать их.

10. Будьте внимательны и не отправляйте в чаты фотографии или скриншоты, где есть имена других людей или их данные. Например, вам отправили скриншот экрана, который вам нужно переслать. Позаботьтесь о том, чтобы обрезать имя отправителя. Лучше, чтобы ваши собеседники вообще не знали, что вы пересылаете им что-то. Сохраните полученное изображение на телефоне и отправьте заново, чтобы в чате не появлялась запись о том, что это пересылаемое сообщение.

Задание 5

Разыграйте ситуацию: партнёры двух компаний, одна из которых занимается сборкой компьютеров, а другая — установкой на них операционных систем и программных приложений, ведут переговоры о необходимости снижения цены на итоговый продукт. Поставщик программных приложений хочет, чтобы сборщик компьютеров снизил цену на свои услуги, чтобы итоговый продукт стал дешевле на 10 %. Другая компания хочет, чтобы цену снизил поставщик ПО. Аргументируйте свои позиции и попытайтесь выиграть переговоры, используя изученный материал. Время на каждый раунд переговоров — 5 минут.

© Якласс

Урок 50. Эмоциональный интеллект

- Понимать сущность и назначение эмоционального интеллекта.
- Анализировать возможности достижения собственных целей посредством управления эмоциональным интеллектом.

Мы с вами поговорили о важности построения нетворкинга и умении вести переговоры. Строить взаимоотношения с другими людьми, неважно, в бизнесе или дружбе, — не всегда просто. Часто нами руководят наши эмоции, и нам сложно оставаться спокойными, если задето наше самолюбие, мы расстроены или устали.

Эмоциональный интеллект (ЭИ) *— способность перерабатывать информацию, содержащуюся в эмоциях.*

Зная и понимая эмоции, вы можете управлять ими. Другой аспект управления эмоциями — способность воспроизводить эмоциональные состояния, приводящие к успеху[1].

Задание 1

Подумайте, как знания об эмоциональном интеллекте могут пригодиться предпринимателям. Отвечая на вопрос, вспомните, что предпринимательство — это удовлетворение нужд клиентов. А также, что предприниматель не может действовать в одиночку, ему всегда понадобится помощь партнёров и команды. Что бы вы ни производили, вам нужно будет, в конечном счёте, продать это. Даже если покупка происходит онлайн, и вы не общаетесь с клиентом лично, решение купить и вернуться к вам снова будет зависеть от того, какие эмоции переживёт ваш клиент, общаясь с вами и вашей компанией.

Термин ЭИ (EI, EQ) ввели американские психологи Джон Майер и Питер Сэловей. Согласно их представлениям, ЭИ рассматривается как часть социального интеллекта, которая включает способность наблюдать собственные эмоции и эмоции других людей, различать их и использовать эту информацию для управления мышлением и действиями.

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

Концепция ЭИ получила широкое распространение благодаря книге «Emotional Intelligence» американского психолога Дэниела Гоулмана, профессора Чикагского университета, ставшей мировым бестселлером.

Принципы эмоционального интеллекта связаны с такими характеристиками, как эмпатия, осведомлённость, равновесие, ответственность.

Эмпатия — это сопереживание эмоциям другого человека, способность примерить на себя его состояние. Вы изучали это понятие подробно на уроках по дизайн-мышлению в 10-м классе.

Осведомлённость. Чтобы мы могли адекватно отвечать на эмоции других людей и оставаться счастливыми, вне зависимости от эмоций окружающих нас, для начала нужно научиться разбираться в собственных чувствах. То есть, понимать истинные причины тех или иных собственных эмоций и их природу — продуктивную и непродуктивную. При этом важно уметь это делать сейчас — в момент, когда чувство переживается, чтобы научиться переводить деструктивные эмоции в конструктивное русло. Когда вы научитесь понимать собственные эмоции и контролировать их, вам будет легче переносить и интерпретировать эмоции других людей.

Равновесие. Со временем, сталкиваясь с разными эмоциями, мы учимся анализировать ситуации, когда у нас возникают разные переживания, чтобы определить, какое эмоциональное поведение сопряжено с риском, а какое — ведёт к позитивным последствиям. Если человек обладает высоким эмоциональным интеллектом, он может уравновешивать собственные эмоции, не поддаваясь им.

Ответственность. Если у человека высокий уровень эмоционального интеллекта, он понимает, что под действием эмоций он совершает тот или иной выбор, то есть совершает определённые действия. Такой человек понимает, что ответственность за его выбор лежит только на нём самом. При этом ответственным поведением могут считаться действия, которые не приносят вред ни тебе самому, ни другим людям. А для этого нужно научиться контролировать свои оценки, мысли, чувства. Когда это происходит, человек понимает, что быть счастливым или несчастным — это его собственный выбор, который не зависит от других людей, он также понимает, на какой дистанции он должен общаться с теми или иными людьми, чтобы всем было комфортно. Он умеет признавать свои чувства и не боится проявлять их.

Задание 2

Используя пятибалльную шкалу, оцените, в какой мере вы обладаете каждой из указанных ниже способностей. Прежде чем выставлять оценку, вспомните реальные ситуации, в которых вы проявляли данное качество:

1 — отсутствует;

2 — проявляется в незначительной степени;

3 — проявляется в средней степени;
4 — проявляется в значительной степени;
5 — присутствует постоянно.

1. Я связываю внутренние психологические состояния с различными эмоциями.
2. Я умею снять внутреннее напряжение, находясь в сложных ситуациях.
3. Я знаю о том, как моё поведение влияет на других людей.
4. При возникновении конфликта я стремлюсь первым разрешить его.
5. Когда меня охватывает гнев, я могу быстро взять себя в руки.
6. Я замечаю, когда собеседник начинает злиться.
7. Я вижу, когда человек испытывает стресс.
8. Я достигаю консенсуса с другими людьми.
9. Я распознаю эмоции окружающих.
10. При выполнении неинтересной работы я умею найти мотивацию.
11. Я помогаю другим овладеть своими чувствами.
12. Я помогаю окружающим почувствовать себя комфортно.
13. Я замечаю, когда у собеседника меняется настроение.
14. Я сохраняю спокойствие, когда собеседник начинает злиться.
15. Я могу поставить себя на место другого человека.
16. При необходимости я могу дать совет и оказать эмоциональную поддержку другим людям.
17. Я замечаю, когда собеседник начинает занимать оборонительную позицию.
18. Я могу оценить, насколько поступки человека соответствуют его словам.
19. Я веду доверительные беседы с другими людьми.
20. Я отвечаю человеку точно теми же чувствами, которые он проявляет по отношению ко мне.

Подсчитайте сумму баллов по всем двадцати пунктам, чтобы определить общий уровень эмоционального интеллекта. Самосознание оценивается пунктами 1, 6, 9, 13 и 17; владение собой — пунктами 2, 5, 10, 14 и 18; социальное сознание — пунктами 3, 7, 11, 15 и 19; менеджмент взаимоотношений — пунктами 4, 8, 12, 16 и 20.

Если вы набрали более 80 баллов, у вас высокий уровень эмоционального интеллекта. Если вы набрали 50-80 баллов, у вас есть прочный фундамент для развития эмоционального интеллекта и задатков лидера. Сумма баллов ниже 50 указывает, что, по вашему мнению, вы обладаете эмоциональным интеллектом ниже среднего. Для каждого из компонентов результат более 20 является высоким, а менее 10 — низким. Что вы предпримете, чтобы улучшить ваши результаты?

Развитие эмоционального интеллекта

Одним из главных факторов достижения успеха является наличие мотива. Без мотива вы вряд ли приступите к какой-то деятельности, и у вас вряд ли будет энергия, чтобы двигаться к цели на протяжении всего пути. Без мотива невозможно движение. Если мотив слабый, и движение будет таким же — медленным и прерывистым.

Поэтому, чтобы стать успешным, вам нужно научиться мотивировать себя, чтобы у вас было достаточно энергии для того, чтобы довести задуманное до конца, даже если на вашем пути встретятся трудности.

Если успех зависит от действий, действия — от наличия мотива, то мотив зависит от эмоций. Именно эмоции заставляют нас чего-то хотеть, улучшать нашу жизнь, развиваться как личности и профессионала, и наоборот.

Хорошая новость состоит в том, что эмоциями можно управлять. А значит, научившись управлять ими, вы сможете замотивировать себя и добиться успеха в любой намеченной цели.

Принципы развития эмоционального интеллекта

Обучение. Учиться чему-либо можно в любом возрасте. Даже если вдруг вы решите освоить совершенно новую для вас область знаний. При этом учиться можно как с помощью преподавателя, так и самостоятельно. Потратив время на изучение себя самого — своих слабых и сильных сторон, страхов, склонностей, можно гораздо проще и продуктивнее выбрать область, в которой вы будете развиваться как профессионал.

Чтение качественной литературы. Чем бы вы ни занимались, вам нужно повышать свой уровень знаний и компетенций — ведь наука и рынок не стоят на месте. Здесь пригодится все — книги, руководства, журналы, интернет-ресурсы, исследования и т. д. Так как наш временной ресурс ограничен, стоит сфокусироваться на качественной литературе, написанной профессионалами в своей отрасли. Читая и анализируя прочитанное, вы составите своё личное мнение по обсуждаемым вопросам, сформируете свои собственные представления и цели, а также поймёте, что и как вам нужно делать, чтобы добиться намеченной цели.

Ведение дневника. Как мы уже сказали, чтобы научиться разбираться в собственных эмоциях, их нужно анализировать. Чтобы анализ, как своих эмоций, так и чужих, был наиболее эффективным, его нужно фиксировать — то есть записывать в дневнике. Запись в дневнике событий, своих реакций на них позволяет их классифицировать и делать соответствующие выводы, чтобы в следующий раз контролировать свои реакции, и они становились всё более продуктивными.

Развитие качеств. Обучаясь, читая качественную литературу, размышляя над ней и делая выводы, можно развивать в себе те качества, которые позволят вам улучшить свой эмоциональный интеллект — эмпатию, самосознание, ответственность и т. д.

Путешествия. Чтобы выйти из зоны комфорта и испытать новые эмоции, полезно путешествовать. Так как в путешествиях вы столкнётесь с ситуациями, отличными от привычных, это потребует от вас новых действий и реакций. Узнав себя лучше в непривычной обстановке, вы сможете затем использовать эти новые эмоции и собственные качества, вернувшись домой. Это поможет вам найти новую мотивацию и энергию для постановки новых целей и их достижения. Новый взгляд на мир и себя также может привести к изменению ценностей, что повлияет и на эмоции. Сравнивая жизнь в других странах со своей собственной, можно обнаружить её преимущества и недостатки, определить, что вам нужно изменить в своей жизни, чтобы стать более счастливыми.

Гибкость. Когда вы принимаете какое-то решение, часто от него зависит не только ваша судьба, но и жизнь других людей — вашей семьи, друзей, коллег и т. д. Развитие эмоционального интеллекта помогает искать компромиссы и учитывать последствия ваших действий для всех участников общения. Если же вы будете действовать только с учётом собственных интересов, вы, вероятнее всего, нанесёте вред или доставите неприятные эмоции другим людям.

Общение. Общение всегда сопряжено с эмоциями — положительными и отрицательными. Если, общаясь с новыми людьми или со старыми друзьями, вы начнёте оценивать свои эмоции и управлять ими, вы можете испытать совершенно новые чувства и повлиять на результаты общения. Если вы не вовремя разозлитесь или начнёте нервничать, вы можете провалить собеседование и не поступить в тот университет, в который хотели, или не устроиться на работу мечты. Если же ваши эмоции будут позитивными, они будут вызывать также позитивные эмоции у вашего собеседника. А значит, ваши шансы на успех общения повысятся во много раз.

Творчество. Каждый раз, когда мы создаём что-то новое, занимаемся творчеством, мы получаем положительные эмоции. Если же вам удастся придумать что-то уникальное, что будет пользоваться успехом и принесёт пользу другим, за что вам будут благодарны, вы получите крайне сильный заряд позитивных эмоций. Поэтому, чем больше сил и стараний вы вкладываете в любое дело, тем лучше становится результат, тем более счастливыми и удовлетворёнными вы становитесь.

Победы, награды, успех. Участвуя в соревнованиях, конкурсах, олимпиадах, дебатах, человек может получить новые и достаточно сильные эмоции. Особенно, если он продемонстрировал выдающиеся результаты или победил. При этом, чем больше сил вы потратили, чтобы достичь этих результатов, тем более удовлетворённым и счастливым вы становитесь, если ваши усилия были оценены по достоинству.

Всё, о чём мы говорили выше, помогает нам получить бесценный эмоциональный опыт. А этот опыт, в свою очередь, учит нас сознательно обращаться с собственными эмоциями. Если вы знаете, какие эмоции могут возникнуть у вас в тех или иных ситуациях, и к каким вашим действиям это приведёт, вы можете вовремя позаботиться о том, чтобы не испытывать вредные и деструктивные эмоции и, наоборот, испытывать полезные и конструктивные.



Задание 3

Закройте уши и сконцентрируйтесь на окружающей обстановке, постарайтесь увидеть все детали. Так картинка станет «ярче» и вы заметите то, на что раньше не обращали внимание.

Затем закройте глаза и сконцентрируйтесь на звуках. В обычной ситуации мы подсознательно концентрируемся на зоне не более 1,5 метров вокруг себя. «Расширяя» свой слух, мы начинаем замечать нюансы природных и механических звуков. Закройте глаза и уши вместе. Почувствуйте, как ваше тело взаимодействует с окружающим миром.

Это упражнение достаточно делать один раз в неделю, чтобы способности распознавать голосовые интонации собеседников, нюансы мимики стали значительно выше. Это позволит более точно определять явные и скрытые посылы собеседников и, самое главное, собственную реакцию на те или иные процессы, а также понимать, как ваше тело реагирует на информацию, как переживает эмоции.

Задание 4

Сыграйте в игру: вытяните карточку с названием эмоции («гнев», «радость», «грусть», «интерес», «растерянность», «задумчивость», «решительность», «неуверенность», «обескураженность» и т. д.). Каждый ученик по очереди вытягивает карточку и изображает эмоцию. Другие ученики должны угадать её. Это простой и эффективный способ «отработать» своё эмоциональное выражение. При этом ваша эффективность как переговорщика повышается в несколько раз.

Задание 5

Выберите какие-нибудь значимые для вас личные или деловые отношения. Для личных отношений достаточно вспомнить период от нескольких дней до недели, для деловых лучше взять период побольше — один-два месяца. Разделите лист вертикальной чертой пополам, левую колонку обозначьте как «+», правую — как «—». Запишите в левой колонке все действия, которые, по вашему мнению, улучшали состояние вашего счёта (те действия, которые улучшали настроение вашему партнёру), в правой — ухудшали его. Посмотрите, как вы повлияли на состояние своего эмоционального баланса в этих отношениях за данный период.

© ГК «Манн, Иванов и Фербер»

Урок 51. Тайм-менеджмент

- Понимать сущность и назначение тайм-менеджмента.
- Применять навыки управления временем в целях повышения личной эффективности.

Что такое тайм-менеджмент

С английского языка «time management» переводится как «управление временем». Никто из нас не может управлять временем в прямом смысле, но мы можем использовать то время, что у нас есть, максимально эффективно. Именно этому и учит тайм-менеджмент. То есть, распределению времени и его планированию так, чтобы мы успевали сделать гораздо больше дел за меньшее количество времени, чтобы этого времени хватало на работу, учёбу, отдых, хобби, семью и т. д.

Если вы научитесь продуктивно распределять ваше время между всеми своими делами, ваша жизнь станет более насыщенной, так как вы станете делать те же дела, что делаете сейчас, быстрее, а значит, у вас останется больше времени на отдых, творчество и т. д.

С помощью тайм-менеджмента можно упорядочить своё время, занятое делами и личными увлечениями, в течение дня, недели, месяца, года и т. д. Отвлечение на посторонние и неважные дела поглощает огромные временные ресурсы. Давайте прикинем, сколько времени вы тратите впустую — пролистывая ленту в социальных сетях, оттягивая время, чтобы не приступать к чему-то, чего делать не хочется, просматривая видео на YouTube во время еды и т. д. Даже если предположить, что суммарно вы «растрачиваете» два часа в день, мы получим 14 часов в неделю, 56 часов в месяц, 672 часа в год, а это уже 28 дней! То есть каждый год почти месяц времени вы теряете, не успев сделать ничего, что принесло бы вам радость, прогресс или удовлетворение. А значит, из 12 лет вашей жизни год просто пропадает, как будто его и не было!

Мифы об управлении временем

Несмотря на всё вышеперечисленное, многие продолжают считать, что тайм-менеджмент нужен только для работы — чтобы успевать сделать больше за то же время. И не хотят превращаться в «робота», лишённого свободы. Посмотрим на существующие мифы о тайм-менеджменте и разберёмся, так ли это.

Миф 1. Никто не может управлять временем

Никто из нас не может остановить время или заставить его пойти быстрее. Вы сами это знаете: например, время на экзамене пролетает так быстро, что вы не всегда успеваете ответить на все вопросы, а время ожидания встречи с друзьями

может тянуться очень долго. И хотя управлять временем мы не можем, мы можем управлять своей жизнью — решать, на что мы хотим это время потратить, определять, какие наши действия сейчас имеют первостепенное, а какие — второстепенное значение.

Когда вы начнёте относиться к времени осознанно, вы удивитесь, сколько времени у вас высвободится для чего-то действительно полезного или важного.

Миф 2. Тайм-менеджмент заставит меня работать больше и интенсивнее

Человек не может работать без отдыха — как физического, так и морального. Такая работа приведёт к ухудшению здоровья или к депрессии. При этом сделать хочется многое, особенно если у вас есть собственный бизнес, который развиваете именно вы. Эффективное распределение времени позволит вам стать более результативными — то есть выполнять работу быстрее, так, чтобы оставалось время на отдых. Для этого нужно научиться следовать намеченным планам и ранжировать дела на главные и второстепенные.

Управление временем не влечёт за собой увеличение количества работы. Наоборот, вы учитесь отделять нужное от ненужного. Как только вы определите своих «пожирателей времени» и исключите эти ненужные задачи из своего распорядка дня, вы сможете выполнять нужную работу в срок, а оставшееся время посвящать отдыху.

К таким «пожирателям времени» относится множество бессмысленных мелких дел, которые мы выполняем в течение дня, проверяя чаты и мессенджеры, листая ленты в соцсетях, читая новости, ведя бессмысленные разговоры, играя в компьютерные игры. Как правило, за всем этим стоит желание отложить выполнение дел, которые нам не хочется делать, на потом.

Миф 3. Использование тайм-менеджмента превратит меня в робота, который всё будет делать по расписанию, лишит меня свободы и выбора

Мы не хотим зависеть от других, потерять свою свободу выбирать, что и когда нам делать. Но на самом деле мы больше зависим от своих собственных привычек, которые не дают нам по-настоящему выбирать и быть свободными от своих эмоций, лени и т. д. Научиться управлять своим временем — это путь к свободе, а не к зависимости.

Планируя и распределяя временные ресурсы, можно быстрее достичь цели и найти дополнительное время на то, что всегда остаётся за пределами возможностей.

Задание 1

Приведите примеры разрушения мифов о тайм-менеджменте из собственной жизни.

Менеджмент жизни

Что бы вы ни делали, время течёт вперёд, и вернуть его невозможно. Но зная, чего вы хотите достичь в будущем, вы можете повлиять сейчас на распределение своего времени.

Когда вы решаете, на что потратить своё время, вы формируете своё будущее, то есть свою жизнь. Таким образом, менеджмент времени является также и менеджментом жизни, если вы берёте на себя ответственность за то, на что вы тратите свой временной ресурс.

Представьте, что вы идёте по улице и видите, что на земле лежат купюры — 500 тенге, 1 000 тенге, 10 000 тенге. Рядом идут другие прохожие, а значит, вы можете не успеть поднять их все. Какую купюру вы, скорее всего, захотели бы поднять первой? Очевидно, что самую крупную. Такое решение можно было бы считать эффективным. Время — ваш ценный ресурс. Умеете ли вы тратить его эффективно? Вспомните, чем вы занимались на прошлой неделе, когда у вас возникало свободное время? Тратили ли вы его эффективно, например, на подготовку к поступлению в вуз? Или не эффективно — на множество мелких неважных дел?

Эффективное управление временем подразумевает, что вы распределяете свои временные ресурсы между четырьмя важными для человека сферами жизни: работой или учёбой, семьёй, здоровьем и поиском смысла жизни.

Таблица 12. Сферы управления жизнью

Достижения, работа/учёба	Тело	Общение	Смысл
Хорошая профессия Деньги, успех Карьера Благополучие Достаток	Здоровье Питание Отдых, расслабление Занятия спортом, ожидания от жизни	Друзья Семья Благотворительность, признание	Любовь Самореализация, исполнение Религия Философия Вопросы о будущем

Каждая из четырёх перечисленных сфер зависит от других. Если вы будете слишком уставать во время учёбы и подготовки к занятиям, у вас могут начаться проблемы со здоровьем, не будет времени и желания общаться с друзьями или родственниками. Если вы не будете понимать, в чём смысл вашей жизни, чего вы хотите добиться, у вас исчезнет мотивация что-либо делать, и вы застрянете на одном месте без энергии достигать чего-либо. Если вы слишком зациклитесь на достижении успеха, у вас не будет хватать времени на общение с семьёй, ваше здоровье также может ухудшиться.

Предположим, что все четыре сферы жизни в сумме составляют 100 %. Теперь представьте себе мысленно вашу нынешнюю жизненную ситуацию, то есть не то, чего бы вы хотели, а то, что есть в действительности.

Сколько процентов вашего активного времени («времени бодрствования»), вашей энергии и приоритетов вы уделяете сфере «достижения и работа»?

Сколько процентов вы отдаёте сфере «тело и здоровье»?

Сколько процентов вы вкладываете в «контакты и личные отношения»?

Сколько процентов отнимают у вас вопросы о смысле и о будущем?

По возможности не раздумывая, быстро разделите общую сумму — 100 % — на четыре жизненных сферы.

При этом баланс четырёх жизненных сфер должен распределяться по-разному на разных этапах жизни. До 25 лет упор стоит сделать на учёбу, так как потом, когда у вас появятся семья и работа, вы не сможете так легко выделить время на образование. С 25 до 35 лет лучше уделять больше времени построению карьеры и профессиональному развитию. Ближе к 40 годам у вас уже не будет столько энергии. Кроме того, чтобы создать семью и обеспечить её всем необходимым, вы должны состояться как профессионал. Ваш тяжёлый труд окупится сторицей в будущем, когда вы уже станете состоявшимся специалистом или предпринимателем и сможете уделять время семье, отдыху и здоровью без ущерба вашему бизнесу.

При этом, распределяя время между четырьмя сферами жизни, важно понимать, что важнее не то, сколько времени вы потратили на каждую из них, а насколько качественно вы провели это время. Представьте час времени, проведённый на концерте любимого исполнителя, и тот же час времени, потраченный на выполнение домашнего задания в выходной день. В первом случае этот час покажется очень коротким, во втором — чрезвычайно длинным. Поэтому гораздо более эффективным решением будет потратить час на выполнение уроков, чтобы затем, не тревожась и не отвлекаясь, провести час времени с младшим братом или сестрой, чем два часа разрываться между уроками и братом и не получить удовольствия ни от того, ни от другого.

Давайте подумаем, что может произойти, если вы направите всё своё внимание лишь на одну из сфер человеческой жизни?

Если вы будете уделять всё своё время только учёбе или профессиональному росту, у вас может ухудшиться здоровье, могут начаться конфликты с родственниками и друзьями.

При чрезмерной заботе о здоровье, как, например, у профессиональных спортсменов, может появиться моральное и физическое истощение. Организм может не справиться с такой нагрузкой, и времени на то, чтобы развивать дружеские или семейные отношения, не останется. И когда спортсмен перестанет показывать лучшие результаты, он окажется в затруднительном положении — без друзей, с многочисленными травмами и без побед.

Чрезмерное внимание к общению может привести к тому, что человек не состоится как профессионал — ведь он толком и не учился, проводя всё своё время с друзьями. Став старше, друзья могут перестать общаться так интенсивно — у них появятся работа, семья, другие обязанности. Если, будучи молодым человеком, вы не уделяли время учёбе, не нашли профессию, которая даёт вам моральное удовлетворение, спорт, который позволяет вам оставаться в форме, вам будет довольно трудно признать, что в зрелом возрасте вы ничего не достигли и упустили свой шанс.

Постоянные поиски призвания и смысла жизни могут также привести к последствиям для здоровья из-за чрезмерных аскетических практик, к потере друзей и родственных связей, отсутствию профессии, которая приносила бы доход и независимость.

Ключ к успеху — в равновесии всех четырёх жизненных сфер. Так как наше время ограничено только 24 часами в день, то, уделяя чрезмерное внимание какой-то одной из четырёх сфер жизни, мы неминуемо «крадём» это время у другой сферы. Если же вы приобретёте навыки тайм-менеджмента, то сможете распределить своё время так, чтобы все сферы вашей жизни были уравновешены.

Задание 2

1) Составьте список своих дел на каждый день, проранжируйте по степени важности от большего к меньшему. Сформируйте своё расписание на ближайшую неделю.

2) По прошествии недели составьте отчёт о своих ощущениях. Насколько легко или тяжело вам было соблюдать свой график? Появилось ли у вас дополнительное свободное время?

Задание 3

Возьмите бумагу и ручку. В течение 6 минут вы должны написать на листе всё, что вы желаете получить в этой жизни. Не анализируйте ваши мысли и желания, записывайте любое, даже самое фантастическое из них. Количество целей не ограничено, но, как только 6 минут пройдёт — запись останавливается. Далее поставьте таймер на 1 минуту и в течение этого времени выберите из своего списка то, чем вы хотите заниматься на протяжении 3 лет. Следующую 1 минуту потратьте на внесение или исключение из списка желаний. То, что останется в списке, должно быть реалистично и выполнимо, это должны быть важные для вас цели и намерения.

Теперь, когда у вас есть список ваших целей и намерений, мы можем обсудить способы их достижения. Этому будет посвящён материал следующего урока.

Урок 52. Тайм-менеджмент

- Понимать сущность и назначение тайм-менеджмента.
- Применять навыки управления временем в целях повышения личной эффективности.

Как управлять временем

На прошлом уроке вы поняли, что такое тайм-менеджмент и как он связан с менеджментом жизни. На этом уроке мы перейдём к практике и выясним, как правильно управлять временем, с чего начать контроль и планирование своих действий, какие трудности обычно возникают на этом пути и как их преодолеть.

Принцип 1. Планируйте свои действия

Очень важно планировать заранее свой день и неделю. Даже если вы учитесь в школе и ещё не работаете, вы сможете распределять своё время между вашими обязанностями и увлечениями гораздо эффективнее, если спланируете его заранее. Все успешные люди начинают с планирования своего времени.

Чтобы планирование времени принесло свои плоды, стоит следовать следующим рекомендациям:

- Фиксируйте цели письменно. Только так ваше сознание воспримет их как обязательные к выполнению.
- Планируйте свой день. Если вы заранее составите план на день и будете его придерживаться, то увеличите свою продуктивность на 25 %.
- Большие задачи нужно разбивать на мелкие подзадачи. Продумайте последовательность выполнения этих мелких подзадач и установите сроки для их выполнения.
- Планировать день нужно не один раз, а каждый день, например, перед сном. Когда это станет вашей привычкой, вы будете точно знать, как начать свой день, что вам предстоит сделать, и не будете тратить время попусту.
- Всегда оставляйте определённый резерв времени на «форс-мажор» — непредвиденные обстоятельства.
- Составление плана займёт несколько минут, а время, которое вы при этом выиграете, будет равняться десятку часов в неделю.

Задание 1

Узнайте у своего соседа по парте о его заботах и делах на следующую неделю. Составьте для него план, чтобы он отвечал всем требованиям. Затем поме-

няйтесь ролями. Важно рассказать обо всех делах, даже незначительных, а также о сложных задачах, с которыми вы не справитесь сразу. Попробуйте прожить следующую неделю по данному плану.

Принцип 2. Формулируйте желаемый результат в конкретные цели и задачи

Чтобы верно распределить время, вы должны понимать, чего вы хотите достичь в итоге и из каких этапов будет состоять достижение этой цели.

Например, вы хотите выйти отличником по всем предметам. Внедрение данной цели можно разбить на несколько подзадач: разобраться с самыми сложными для вас предметами, прочитать непонятые ранее темы, делать домашние задания вовремя и т. д.

Чтобы верно устанавливать цели в тайм-менеджменте, существует особый инструмент, который называется **«принцип SMART».**

Согласно данному принципу цель должна быть:

- конкретной (Specific);
- измеримой (Measurable);
- достижимой за определённый период (Attainable);
- актуальной или истинной — необходимо заранее понять, действительно ли данная задача поможет в достижении цели (Relevant);
- ограниченной во времени (Time-bound).

Успех любого дела состоит в том, чтобы определить конкретные задачи, которые необходимо выполнить для его достижения, и сделать их в определённый срок.

Задание 2

Напишите своих 5 главных целей на следующий месяц и сформулируйте по принципу SMART (конкретно, измеримо, достижимо, актуально и ограниченно во времени). Например: «Я прочту книгу Глеба Архангельского «Тайм-драйв: как успевать жить и работать» к 22 марта».

Принцип 3. Фиксируйте ваш план действий

Мы уже сказали, что план ваших дел на день нужно фиксировать. Посмотрим, как это можно сделать. Одним из инструментов, которые нам пригодятся, будет **«Диаграмма Ганта»**[1].

Допустим, ваша цель — построить дом. Для начала следует разбить задачу на несколько этапов: расчистить площадку, вырыть и заложить фундамент, провести надземные работы, выполнить отделку помещений, провести коммуникации и заняться благоустройством.

1 Рассел Дж., Кон Р. Диаграмма Ганта. – М.: VSD, 2012.

В диаграмме Ганта указываются все задачи текущего масштабного проекта вместе со сроками их осуществления, продолжительностью во времени и очерёдностью выполнения.

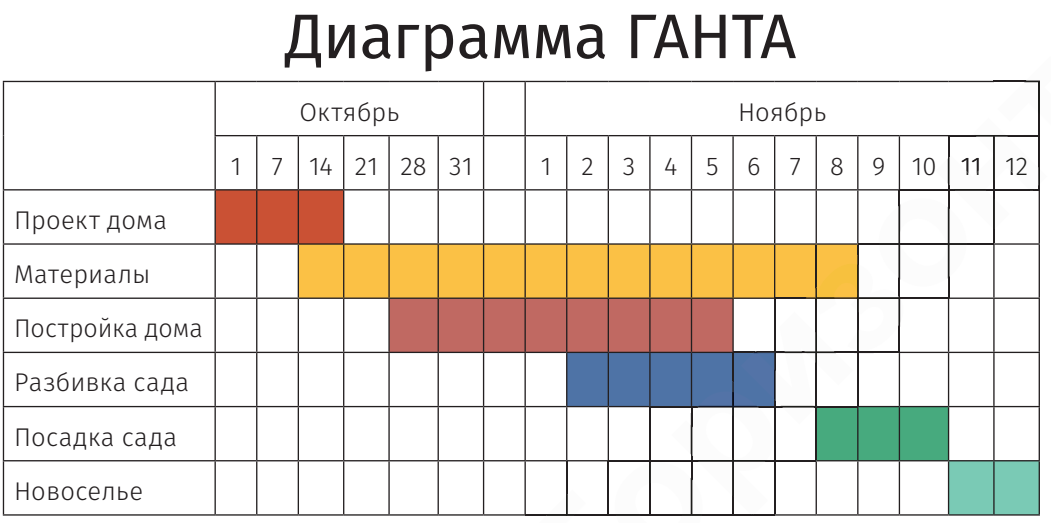


Рис. 5. Диаграмма Ганта

Задание 3

Выберите одно из самых сложных и длительных своих дел. Разбейте его на этапы, определите сроки и нарисуйте диаграмму Ганта. Обсудите правильность и реалистичность вашего плана с соседом по парте.

Принцип 4. Расставляйте приоритеты

После того как вы определили цель, нужно распределить задачи, которые теперь перед вами стоят, по степени сложности. Для этого можно использовать способ, который называется **«АБВГД»**.

«А» — это самое важное дело текущего дня, «Б» — менее важное, «В» — задача средней значимости и т. д.

Первое в списке дело следует выполнять первым. Обычно эта задача самая трудоёмкая и сложная. Иногда человек испытывает страх или ленится начинать день с главной задачи, но секрет в том, что именно от её выполнения зависит эффективность вашей текущей деятельности.

Специалист по практическому тайм-менеджменту Брайан Трейси советует решать данный вопрос с помощью метода **«Съесть лягушку на завтрак»**[1]. «Лягушка» — это самое сложное и неприятное дело текущего дня. Вы постоянно переносите его на «послеобеда», на вечер, а то и на завтра.

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

Но из-за этого вы не можете расслабиться, и все остальные дела выполняете непродуктивно, пытаясь их растянуть во времени, чтобы не приступать к вашей «лягушке». Если же вы выполнили самое сложное дело, оставшуюся часть дня вы будете проживать легко и непринуждённо.

Чтобы подкрепить значение метода Брайана Трейси, можно вспомнить **принцип Парето**[1].

20 % наших усилий приносит нам 80 % результатов, а остальные 80 % наших усилий — лишь 20 % результатов. Таким образом, наша задача — выявить эти 20 % наших самых эффективных действий и сконцентрироваться именно на них.

Принцип 5. Фокусируйтесь на главном

Тайм-менеджмент становится продуктивным, если вам удаётся сфокусироваться на главном и не отвлекаться на постороннее.

Время — невосполняемый ресурс, и самый ценный из всех существующих. Мы можем потратить 50 000 тенге и снова их заработать, но вернуть обратно прожитую секунду мы не в состоянии. Мы также неспособны продлить сутки до 25 часов, но можем освободить собственное пространство для тех занятий, которые нам действительно важны.

Второстепенных дел может оказаться очень много. Особенно если вы — владелец бизнеса. Чтобы высвободить время на более важные задачи, можно использовать делегирование.

Делегирование *— это способ поручить часть наших дел другим людям.*

Например: если у вас есть своя машина, вы можете помыть её самостоятельно или отдать в автомойку; потёкший кран в ванной можно починить самостоятельно или вызвать профессионального сантехника. Если у вас свой магазин, вы сами работаете в нём продавцом и за три часа работы зарабатываете 10 000 тенге, то гораздо выгоднее заплатить сантехнику 5 000 тенге за починку крана, чем тратить на это 3 часа своего времени и лишиться заработка. Чем выше стоимость вашего времени, тем больше неважных дел вы можете делегировать.

Также, к примеру, находясь в транспорте или в очереди, можно совмещать ожидание с обучением — прослушивать аудиокниги по профессиональному мастерству или развитию одного из навыков личной эффективности.

Ещё один важный навык для реальной экономии времени: ***умение говорить «нет».***

Это не значит, что вы должны отказывать в любой просьбе. Но умение отказать тому, что отнимает у вас время, ничего не принося взамен — важный шаг на пути к личной эффективности. Можно отказать пустым разговорам, онлайн-играм, пролистыванию лент в социальных сетях, просмотру телевизора. Вы можете решить отвлечься лишь ненадолго и сами не заметите, как пролетит несколько часов, и всё,

1 Кох Р. Принцип 80/20. – М.: Эксмо, 2014. – 336 с.

что вы запланировали на сегодняшний день, вы уже просто не сможете выполнить.



Принцип 6. Контролируйте время

Когда вы приступаете к какому-то делу, нужно рассчитать, когда вы его начнёте, когда закончите, когда прервётесь на отдых. Например: дело А будет завершено к восьми вечера четверга, дело Б — к трём дня пятницы и так далее. Это позволит вам не затягивать выполнение каждого дела.

Оставляйте запас времени. Если по расчётам на выполнение задачи А нужно три часа, заложите четыре. Запас времени избавит от стресса и пригодится в случае форс-мажоров.

Старайтесь решить задачу раньше срока. Тогда вы точно не опоздаете, а высвободившееся время всегда сможете потратить на что-то приятное и интересное.

Для контроля времени можно пользоваться методом «**Помидор**», названным так в честь кухонного таймера в виде помидора. Запланируйте задачу. Поставьте таймер на 25 минут. Работайте, не прерываясь и не отвлекаясь, до звонка. После раунда сделайте перерыв в 3-5 минут. После каждого четвёртого раунда отдохните 15-30 минут. Запишите, что отвлекало вас или мешало вам. Это ваши «пожиратели времени».

Принцип 7. Анализируйте свой опыт и создавайте свои правила тайм-менеджмента

Когда у вас будет свой собственный опыт тайм-менеджмента, вы сможете изучить его, чтобы понять, какие ошибки вы совершили, и не совершать их в будущем. Подумайте, в каких ситуациях вы теряли временные ресурсы чаще всего. Почему это происходило? Как этого избежать в дальнейшем?

Задание 4

Проанализируйте, эффективно ли вы распределяли время в течение третьей четверти курса «Основы предпринимательства и бизнеса»? Какие ошибки вы допустили? Как вы можете их исправить в четвёртой четверти?

Принцип 8. Планируйте отдых

Не забывайте, что отдых — такая же важная часть жизни, как и решение всех ваших текущих задач. Чтобы у вас были силы действовать, вам нужно отдыхать. И отдых также нужно спланировать заранее.

Известный российский бизнес-тренер и оратор Радислав Гандапас, как он рассказывал на одном из своих тренингов, планирует в своём рабочем расписании дни на посещение гольф-клуба. Это важное хобби в его жизни. Эти дни он выделяет красным как мероприятия высшей степени важности, которые не подлежат переносу. В противном случае, говорит Радислав, ему не удаётся поиграть в гольф в принципе, так как всегда находятся дела поважнее.

Нельзя экономить на сне, собственных выходных и общении с близкими — это такие же важные факторы эффективного тайм-менеджмента, как планирование и постановка целей.

На этом третья четверть курса «Основы предпринимательства и бизнеса» окончена! Поздравляем вас с началом каникул! Не забудьте хорошо распланировать свой отдых!

© ГКЕКЛМЕК-ГОЛМ-ОЛТЛ

РАЗДЕЛ 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ



Раздел «Стратегия развития» обращает внимание на прогнозы развития рынка. Прививает навыки целеполагания, знакомит с масштабированием бизнеса, международным бизнесом, личной стратегией. Формирует собственное видение стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки. Данный раздел познакомит с комплексом мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей и предпринимателей.

Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка

- Понимать сущность масштабирования бизнеса.
- Анализировать прогнозы развития рынка.

В 1-й и 2-й четвертях вы учились строить собственный бизнес; 3-я четверть была посвящена личной эффективности. В этой четверти мы посмотрим, как сделать более эффективным ваш бизнес.

- Представим, что у вас уже есть действующий бизнес: операционная деятельность отлажена, появились постоянные клиенты, все работники знают свои обязанности, ваши расходы и доходы стабильны. В этот момент владелец бизнеса задаёт себе вопрос: «А что же дальше? Как ещё я могу развиваться?»

Очевидно, что не все бизнесмены задумываются о масштабировании. Кому-то нравится заниматься и маленьким бизнесом — например, самостоятельно печь хлеб в своей пекарне. Но есть бизнесмены, которым интересно развивать своё дело, чтобы постепенно выходить за пределы своего села в город, затем в область, страну и, может быть, всё СНГ или даже мир.

Что такое масштабирование бизнеса и зачем оно нужно

«Масштабирование» означает расширение компании. Это расширение может происходить по двум сценариям: можно расширить уже имеющуюся компанию или создать новую по тому же принципу.

К примеру, вы приобрели небольшой продуктовый магазин. Когда он начал приносить прибыль, стоит задуматься о том, чтобы увеличить площадь этой торговой точки. Другой вариант — открыть ещё одну.

Важно понимать, что расширению подвергается система, но не люди. То есть бизнес в виде кондитерской, где владелец сам готовит выпечку по авторским рецептам, расширить невозможно. А вот если речь идёт, например, о туристическом агентстве, в котором руководитель занимается лишь организационными вопросами и управлением, то масштабирование будет вполне уместным. Владелец может создать целую сеть агентств, работающих по единой схеме и под одним брендом, и тем самым существенно увеличить свой доход.

В этом и заключается смысл масштабирования: поскольку капитализация сети выше, чем отдельно взятого офиса или точки продаж, расширение делает бизнес более прибыльным.

Как понять, что бизнесу требуется масштабирование

Стоит задуматься о масштабировании, если вы замечаете стабильное увеличение количества клиентов. Если у вас собственная школа английского языка, в которой учатся примерно 50 студентов в месяц, и вы замечаете, что каждый месяц у вас становится на 5-10 учеников больше, можно подумать о том, чтобы открыть аналогичные школы в вашем городе, а может быть, и в других городах Казахстана.

Если в такой ситуации не расширить бизнес, то в скором времени вы столкнётесь с рядом проблем:

- Недостаток товара. Ваши товары будут покупать быстрее, чем они производятся. В результате не все клиенты смогут получить, что хотят, и часть из них уйдёт к конкурентам.
- Нехватка сотрудников. Поскольку количество заказов возрастает, постепенно будут возникать сложности с их приёмом и оформлением, так как работники не будут успевать справляться с их задачами. Если задач у работников станет слишком много, они начнут делать ошибки.
- Задержка доставки. Так как ваша компания не была рассчитана на такое количество заказов, система логистики может перестать справляться с их потоком. Клиентам придётся ждать свой заказ слишком долго, и они начнут выказывать недовольство или поменяют вашу компанию на другую.

Варианты масштабирования бизнеса

Если вы решаете масштабировать бизнес, вы должны выбрать одну из моделей масштабирования — горизонтальную или вертикальную. Представим, что у вас есть свой завод. При горизонтальном расширении вы бы смотрели на сам завод — расширяли ассортимент продукции, приобретали новые станки, нанимали новых работников и т. д. При вертикальном расширении вы бы смотрели на всё то, что приходит на ваш завод извне или выходит из него. Например, обнаружив, что закуп алюминия для производства алюминиевых заготовок является слишком затратным, вы решили бы купить собственный завод и производить алюминий самостоятельно.

Горизонтальное масштабирование предполагает увеличение количества. Например:

- открытие филиалов. Если у вас школа английского языка, то при таком масштабировании вы будете просто открывать аналогичные школы под тем же брендом в других районах города или других городах Казахстана. Схему масштабирования бизнеса за счёт открытия филиалов использует множество казахстанских бизнесов. Так, сеть кофеен «Мадлен» работает в четырёх городах — Алматы, Астане, Таразе и Шымкенте. Всего в сети 17 заведений;

- увеличение ассортимента. В таком случае вы будете увеличивать количество вариантов продукта, который вы предлагаете своим клиентам. Если в вашей школе есть курсы «Разговорный английский» и «Бизнес-английский», примером такого расширения будет открытие курса «Английский для детей»;
- поиск новых партнёров. Если раньше вы преподавали только в стенах собственной школы, теперь вы можете расширить сеть партнёров и, например, договориться с крупными компаниями о том, что вы будете проводить занятия по английскому языку для их сотрудников в офисе компании;
- развитие франшизы. В данном случае вы будете продавать саму модель работы своей школы английского языка (франшизу) другим владельцам (франчайзи). Затем они будут сами открывать школы под вашим брендом в разных городах страны, пользуясь готовой схемой, которую вы разработали: как искать помещение для школы и каким оно должно быть, как искать учителей, какую методику преподавания использовать, как оформлять помещение, по каким учебникам заниматься и т. д. За возможность пользоваться вашим именем и наработками франчайзи будет платить вам роялти — плату за использование бизнес-модели, которая производится разово или регулярно (раз в месяц, квартал или год). По сути, это финансовое вознаграждение за право пользоваться плодами вашего интеллектуального труда и тем имиджем, который уже успела наработать ваша школа.

Вертикальное масштабирование предполагает совершенствование самой модели бизнеса. Например:

- улучшение самого продукта. Допустим, у вас несколько коров и вы продаёте молоко соседям. Если раньше вы продавали молоко на розлив, просто обходя соседей с тележкой, вы можете закупить тару и продавать молоко в упаковке не только соседям, но и сдавать его в магазины вашего района;
- улучшение уровня сервиса. Если у вас своё кафе, где вы продаёте манты, можете ввести доставку мант. Теперь ваши клиенты смогут не только есть манты в вашем кафе, но и заказывать их на обед или ужин домой или в офис;
- увеличение среднего чека. Существует несколько вариантов увеличения среднего чека, и повышение цен на продукт — не единственный из них. Если у вас свой книжный магазин, вы можете начать продавать закладки или обложки для книг, можете объявить о снижении цены на 20 % на каждую вторую книгу, можете предлагать небольшую дополнительную плату за праздничную упаковку книги в подарок, увидев, какую книгу выбрал клиент, предложить ему посмотреть книги схожей тематики и т. д.
- обучение персонала. Чем более компетентный и дружественно настроенный у вас персонал, тем вероятнее, что клиент будет выбирать вас снова и снова. Предположим, у вас свой магазин косметики. Обычный продавец будет отпускать товар, брать деньги, давать сдачу. Продавец-консультант сможет

рассказать, какая именно косметика подойдёт для типа кожи конкретной покупательницы, проконсультирует, как та или иная косметика изменит её внешний вид, сможет составить комплекты для комплексного ухода и т. д.

Таблица 13. Способы горизонтального и вертикального масштабирования бизнеса

Горизонтальное масштабирование	Вертикальное масштабирование
- открытие филиалов - увеличение ассортимента - поиск новых партнёров - развитие франшизы	- улучшение продукта - улучшение уровня сервиса - увеличение среднего чека - обучение персонала

Какой бы вариант масштабирования вы ни выбрали, его суть сводится к тому, что вы увеличиваете либо количество клиентов, либо сумму чека у имеющихся клиентов. В любом случае происходит увеличение вашей прибыли.

Задание 1

Вспомните стартап-проекты, над которыми вы работали в 1-й и 2-й четвертях. Предположите, как бы вы могли увеличить прибыль вашего бизнеса с помощью:

1) горизонтального масштабирования: а) открытия филиалов; б) увеличения ассортимента; в) поиска новых партнёров; г) развития франшизы;

2) вертикального масштабирования: а) улучшения продукта; б) улучшения уровня сервиса; в) увеличения среднего чека; г) обучения персонала.

Прогноз развития рынка

Чтобы бизнес можно было масштабировать, нужно понимать, как обстоят дела на вашем рынке сейчас, и как они могут измениться в ближайшем будущем. Текущее положение дел на рынке даст вам представление о максимальной прибыли, которую вы можете получить, и способах её получения. Поэтому каждый предприниматель должен фиксировать результаты, которых ему удалось достичь, и отслеживать тенденции, чтобы верно выбрать направление развития компании в будущем.

Основные задачи прогноза развития рынка

Рынок нужно анализировать, чтобы понять, как он будет развиваться в будущем. Если ваша компания производит какие-либо товары или торгует ими, для вас

будут важны потребности людей — хотят ли они покупать вашу продукцию, увеличивается ли спрос на неё. Также вы должны оценить собственные возможности. От этого зависит, на каких своих конкурентных преимуществах вы сможете сфокусироваться, как вы будете использовать ресурсы, которые у вас есть, во что следует инвестировать для дальнейшего развития.

Чтобы сделать прогноз развития рынка, нужно учитывать несколько факторов:

- производственные: планы, нормы и текущие задачи;
- рыночные: ожидаемый товарооборот, цены, показатели прибыльности и рентабельности, объём, структуру и динамику товарного предложения;
- планируемые инвестиции, расширение производства и торговых сетей;
- социально-демографические: ожидаемую структуру, численность, состав покупателей, их миграции и потребности (материальные, информационные и любые другие).

Как собрать информацию, чтобы составить прогноз развития рынка

Положение дел на рынке формируется под воздействием разных факторов — социальных, экономических, политических, технических, научных, информационных: находится экономика на спаде или подъёме, каков уровень безработицы в стране, нет ли в стране политических волнений, какие технические достижения появились на рынке, как распространяется информация в стране и т. д.

Предприниматель может и самостоятельно предугадывать дальнейшее развитие рынка, общаясь с покупателями. Именно поэтому так важно лично взаимодействовать с клиентами — чтобы своевременно определить тенденции изменения рынка. Если у вас своя кофейня, но посетители регулярно спрашивают, нет ли у вас в меню чая, вы можете догадаться, что эта позиция будет пользоваться популярностью и ввести её в меню.

***Конъюнктурой** рынка называется фактическое соотношение между предложением и спросом на тот или иной вид товаров и уровень цен на него.*



Исследование рыночной конъюнктуры призвано найти ответы на вопросы:

- какова степень влияния на состояние рынка тех или иных производителей;

- каким может быть развитие данного рынка в скором и отдалённом будущем (прогнозы и предположения);
- как наиболее полно удовлетворить потребности и запросы покупателей;
- есть ли способы оптимизировать производственные мощности компаний и использовать их более разумно и т. д.

Модели прогнозирования рынка

Существуют разные методы построения прогнозов развития рынка.

Экстраполяция — самый популярный и простой способ создания прогнозов рыночных процессов, лучше всего подходит для построения краткосрочного прогнозирования. Он заключается в распространении трендов, актуальных в настоящий момент, на ближайший отрезок будущего.

Например, сейчас среди городской молодёжи популярна одежда в стиле оверсайз (одного большого размера). Поэтому можно предположить, что магазины, торгующие подобной одеждой, будут популярны в течение, как минимум, ближайшего года.

Аналоговая модель построения прогноза развития рынка довольно проста и очевидна: выбираем рынки, существующие в условиях, сходных с нашими, отслеживаем их состояние и создаём прогноз их развития. Эти рынки могут различаться по географическим, демографическим, социальным, структурным признакам, но исходные условия должны совпадать с условиями анализируемого бизнеса.

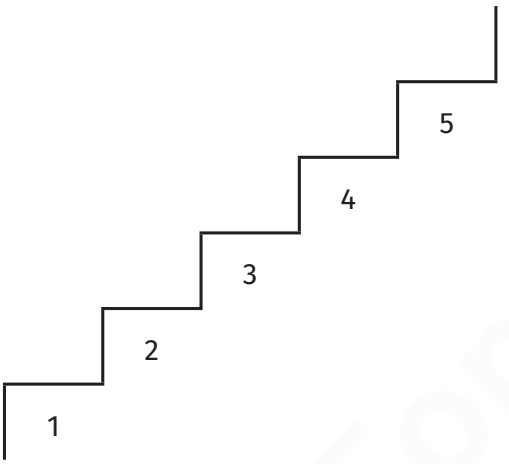
Например, на Западе в последнее время становится всё более популярной экологичная культура потребления. Можно предположить, что скоро эти тенденции будут иметь аналогичное значение и в городах Казахстана, и начать предлагать пользователям экологичную упаковку, возможность сдать тару после пользования продуктом, более натуральные ингредиенты и т. д.

Имитационная модель построения рыночных прогнозов основывается на точном измерении соотношений параметров рынка и нахождении взаимосвязей между ними и внешними факторами, определяющими динамику спроса и предложения.

Например, можно посчитать, сколько в вашем районе сейчас детей дошкольного возраста. Через год-два они станут школьниками, и их родители будут обеспокоены их подготовкой к школе. Затем можно посмотреть, сколько подобных организаций уже работают в вашем районе. Если окажется, что они не в состоянии покрыть запросы всех родителей, можно задуматься об открытии центра подготовки к школе в вашем районе.

Задание 2

Продолжите лесенку, нарисованную ниже, дополнив её следующими пятью ступенями. Как вы поняли, что следующие ступени будут расположены именно так, а не по-другому? Какую модель прогнозирования вы использовали?



Задание 3

Вспомните стартап-проекты, над которыми вы работали в 1-й и 2-й четвертях. Спрогнозируйте развитие рынка вашего стартапа на основе:

1) экстраполяции;
2) аналоговой модели;
3) имитационной модели.

© «Кенгуру-Горизонт»

Урок 54. Способы и виды развития бизнеса

- Понимать сущность базовых стратегий развития.
- Понимать сущность экономического роста, ВВП, ВНП.
- Различать интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса.

На прошлом уроке мы разобрали основные способы масштабирования бизнеса. Сегодня мы поговорим о стратегиях развития бизнеса.

Каждый раз, когда речь идёт о развитии бизнеса, на самом деле имеется в виду развитие одного из пяти элементов бизнеса: продукта — что именно вы предлагаете своим клиентам; рынка — на каком рынке вы предлагаете свой продукт; положения вашей компании на рынке — какую его часть вы занимаете, как вас воспринимают потребители относительно ваших конкурентов; или технологии — как именно вы производите или продаёте свой продукт.

Все существующие стратегии развития бизнеса работают с одним из указанных элементов. Вы можете изменить сам продукт, который производите; можете решить, что вы продаёте свой продукт не на том рынке и не для той аудитории и изменить их; можете поработать над своим положением на этом рынке, чтобы создать себе другой, более выгодный, имидж; или изменить технологию производства своих товаров или услуг. При этом стратегии развития рынка можно будет разделить на четыре группы, с которыми мы сегодня познакомимся подробнее:

1. концентрированного роста;
2. интегрированного роста;
3. диверсифицированного роста;
4. сокращения.

На прошлом уроке вы разбирали горизонтальное и вертикальное расширение бизнеса. На этом уроке мы рассмотрим конкретные стратегии развития на основании этих моделей расширения.

Стратегии концентрированного роста

Стратегии концентрированного роста подразумевают расширение компании при помощи добавления новых структур. Компания может расширяться или с помощью приобретения собственности, или изнутри.

Для этого вы можете ***усиливать позиции на рынке.*** То есть, использовать все маркетинговые стратегии, которые вы изучали в первой четверти, чтобы повысить лояльность ваших клиентов и приобрести новых.

Допустим, у вас свой магазин спортивных товаров. У вас множество конкурентов, и сейчас вы — лишь один из них. Вам нужно добиться того, чтобы название вашего магазина всплывало в умах людей в первую очередь, когда они думают о том, где бы им купить новый велосипед. Для этого вы можете использовать множество различных механизмов: улучшить свой веб-сайт, нанять SMM-специалиста для ведения социальных сетей, предложить значимую скидку на товар известным блогерам взамен на материалы о вашем магазине в их аккаунтах, запустить рекламу и т. д.

Вы также можете поискать ***новые рынки***, на которых сможете развиваться. Если раньше ваш магазин был ориентирован на взрослых людей, то теперь можно начать продавать товары и для детского спорта.

Третьим вариантом станет выход ***нового продукта на старый рынок.*** Допустим, можно открыть при магазине ремонтную мастерскую, чтобы клиенты, которые и так покупают у вас велосипеды, теперь ещё приходили к вам, чтобы их чинить.

Стратегии интегрированного роста



Стратегии интегрированного роста реализовываются, когда компания уже не может развиваться с существующим продуктом на этом рынке, то есть фирма уже достигла предела на рынке с продуктом.

В этом случае вы можете создать ***дополнительные структуры*** в своей компании, чтобы избавиться от необходимости пользоваться услугами поставщиков. Например, собственный завод по производству различных мячей. Таким образом, вы сможете сократить издержки на закупку готовых мячей у производителей, а кроме того, сможете продавать мячи своего производства другим спортивным магазинам.

Вы также можете начать ***контролировать структуры, которые стоят между вами и конечным потребителем.*** Если вы производите молоко и сдаёте его в магазины вашего района, то можно открыть свои магазины фермерской продукции и реализовывать там свой товар самостоятельно, без помощи посредников.

Стратегии диверсифицированного роста

Стратегии диверсифицированного роста используются, если в экономике происходят значительные изменения, или если компании хотят повысить свою эффективность за счёт изменения самой технологии производства.

Тогда компании могут начать производить ***новый продукт, для которого им потребуются новые технологии.*** Например, раньше вы просто сдавали велосипеды в прокат в нескольких точках вашего города. Теперь же вы решили установить автоматизированные точки проката велосипедов в разных местах города, чтобы вашим клиентам не нужно было каждый раз приезжать в ваш офис, чтобы взять или сдать велосипед. Тогда вам понадобится разработать систему автоматизированного проката.

Если вам удастся разработать подобную автоматизированную систему, вы сможете продавать не только услугу проката велосипедов, но и автоматизированные системы работы с клиентами. Так, у вас появится новый рынок, на котором сможет работать ваш бизнес.

Стратегии сокращения

Стратегии сокращения, наоборот, подразумевают ***сокращение активов компании***, если она понимает, что налаживать работу слишком многих подразделений менее выгодно, чем сфокусироваться на одной, более прибыльной деятельности.

Если у вас собственное производство мебели и при этом свой собственный мебельный салон, но, смотря на месячные показатели, вы понимаете, что заказы через Интернет составляют 80 % ваших доходов, в то время как на содержание салона приходится 50 % ваших расходов, выгоднее будет закрыть салон и сфокусироваться на развитии продаж через Интернет.

И, наконец, вы можете ***сократить свои издержки.*** Если вы проанализируете работу сотрудников и поймёте, что загрузка вашего колл-центра такова, что каждый из двух работников отвечает на звонки только 3 часа в день, станет понятно, что вы можете оставить только одного сотрудника, подняв ему зарплату в полтора раза. Это будет выгоднее, чем держать двух работников за полную зарплату.

Таблица 14. Стратегии развития бизнеса

Концентрированный рост	Интегрированный рост	Диверсифицированный рост	Сокращение
- усиление позиций на рынке; - поиск новых рынков; - вывод нового продукта на старый рынок.	- создание дополнительных структур в компании, чтобы избавиться от поставщиков; - контроль структур, которые стоят между вами и потребителем.	- разработка новых технологий.	- сокращение активов компании; - сокращение издержек.

Стратегии роста напоминают лестницу, где ступеньки поменьше представляют собой меньший риск, но и меньшее развитие. Начинающие предприниматели должны преодолеть самые нижние ступеньки, чтобы постепенно переходить на новые уровни развития.

Для начала предприниматель пытается продать больше своего продукта на существующем рынке, рассказывая о нём в социальных сетях, рекламируя его через Интернет и т. д. Затем, когда существующий рынок освоен, он переходит на новую ступеньку — начинает продавать свой продукт на похожих рынках в других городах, а затем и странах. Потом начинается поиск новых каналов продаж. Если раньше вы продавали свой продукт через Интернет, то теперь вы начинаете обращаться напрямую к крупным компаниям, участвовать в тендерах и т. д. В процессе вы замечаете, что вам следует создавать новые продукты для новых клиентов. Например, вы продаёте санки. Но в этом году снега не было и не прогнозируется. Вам нужно придумать что-то новое, предложить что-то актуальное для ваших клиентов, и вы начинаете производить самокаты. Такую стратегию использовал Apple, когда представил на рынке IPod. Кроме того, они продавались независимо от компьютеров Apple.

Решая использовать стратегию интенсивного роста, вы должны сначала выбрать какую-то одну ступеньку. И постепенно можете внедрить новые технологии продвижения и расширения. Помните, что каждый шаг приносит риск. Иногда у вас не остаётся другого выхода, кроме как рисковать с новой силой.

Как начать использовать стратегии развития бизнеса



Чтобы понять, как именно вашей компании стоит развиваться, вы должны ответить на те же вопросы, которые вы задавали себе при построении канвы бизнес-модели:

1. Что отличает вас от конкурентов? Почему клиенты приходят к вам за товаром или услугой? Что в вашем предложении вызывает доверие? — вспомните УТП, о котором мы говорили в рамках стартап-акселератора.

2. Кто ваш идеальный клиент? Вы пришли на рынок, чтобы предложить решение вопроса для определённой категории людей. Кто они? Эта аудитория — ваши идеальные клиенты? Если нет, то

каких клиентов вы хотите видеть? Определите, на кого направлено ваше предложение и отталкивайтесь в своей стратегии от этих знаний.

3. Какие основные показатели влияют на ваш бизнес? Изменения должны быть измеримыми. Если вы не можете измерить эти изменения, то не поймёте, что приносит пользу, а от чего лучше отказаться. Определите, какие основные показатели влияют на рост вашего бизнеса, а затем направьте время и ресурсы на эти области.

4. Каковы ваши источники дохода? Откуда вы получаете прибыль? Какие потоки можете добавить, чтобы сделать бизнес более прибыльным?

5. Кто ваши конкуренты? Посмотрите на компании, которые делают похожие вещи. Как они сформировали свою стратегию роста? Спросите себя, почему ваши конкуренты выбрали эту стратегию? Можете ли вы применить это у себя?

6. В чём ваши сильные стороны? Сосредоточьтесь на своих сильных сторонах. Не пытайтесь бороться со слабыми.

7. Как вы можете помочь вашим сотрудникам улучшить их знания и навыки? Ваши сотрудники непосредственно общаются с клиентами. Вам нужно нанимать людей, которых вдохновляют и мотивируют ценности вашей компании.

Задание 1

Вспомните канву бизнес-модели вашего стартапа, которую вы составили в 1-й и 2-й четвертях. Отталкиваясь от неё, выберите стратегию развития для вашей компании и обоснуйте своё решение.

Задание 2

Подумайте, какие могут возникнуть сложности при масштабировании бизнеса. Аргументируйте свой ответ.

© Текст. Полиграфия

Урок 55. Способы и виды развития бизнеса

- Понимать сущность базовых стратегий развития.
- Понимать сущность экономического роста, ВВП, ВНП.
- Различать интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса.

Когда мы говорим про развитие компании, оно происходит на фоне развития всей экономики государства. Невозможно думать о развитии бизнеса, если в стране экономический или политический кризис. На бизнес напрямую влияет рост рынка, на котором он функционирует. Если в стране наблюдается рост экономики, растёт покупательская способность населения: люди чувствуют себя в безопасности, у них появляются дополнительные средства, которые они готовы тратить на приобретение различных товаров или услуг, помимо товаров первой необходимости. Экономика Казахстана сейчас развивается, поэтому в нашей стране созданы все условия для развития бизнеса.

Поскольку мы сказали, что развитие бизнеса напрямую связано с развитием экономики, разберём более подробно, что такое экономический рост, и по каким показателям можно судить об экономическом росте страны.

Сущность экономического роста и его измерение

Экономический рост *— это увеличение объёма выпуска товаров или услуг.*

Чтобы страна переживала экономический рост, она может начать увеличивать свои производственные возможности (создавать новые заводы, осваивать новые отрасли производства) или начать более эффективно использовать те производственные мощности, что у неё есть (модернизировать производство, сделать его более эффективным, менее ресурсозатратным и т. д.).

Почему экономический рост так важен для общества? Во-первых, в результате экономического роста повышается благосостояние всех жителей страны (становится больше работы, повышается уровень заработной платы и т. д.); во-вторых, жизнь в стране становится более безопасной, так как и у населения, и у государства появляются ресурсы, чтобы поддерживать жизнь на прежнем уровне во время кризиса.

На макроэкономическом уровне ведущими показателями динамики экономического роста являются:

1. Рост объёма ВВП или валового национального дохода:

Валовой внутренний продукт *(англ. Gross Domestic Product), общепринятое сокращение — ВВП (англ. GDP) — это рыночная стоимость всех товаров и услуг, которые были произведены за год в стране во всех отраслях экономики (неважно, были ли они использованы, отправлены на экспорт или ещё находятся в стране).*

Валовой национальный доход (ВНД) *— это общая стоимость всех товаров и услуг, произведённых в течение года на территории государства (то есть ВВП), плюс доходы, полученные гражданами страны из-за рубежа, минус доходы, вывезенные из страны иностранцами.*

2. Темпы роста ВВП или национального дохода в расчёте на душу населения.

3. Темпы прироста промышленного производства в целом, по основным отраслям и на душу населения.

Для измерения экономического роста, особенно при сопоставлении на международном уровне, широко используется темп прироста на душу населения. Этот показатель обычно используется для характеристики уровня жизни и динамики благосостояния населения страны. ВВП показывает, какова стоимость продуктов и услуг, которые были произведены за год в какой-либо стране. Если мы поделим эту цифру на количество граждан страны, мы получим среднее значение — то есть какая часть стоимости всех товаров и услуг пришлась в среднем на каждого гражданина. Очевидно, что величина валового внутреннего продукта на душу населения будет зависеть от численности населения страны. Если сам ВВП остаётся неизменным, то при перерасчёте на душу населения он становится тем больше, чем меньше численность населения в стране, и наоборот. Поэтому, чтобы средний уровень жизни населения стран повышался, рост ВВП должен превышать рост населения.

Кроме ВВП на душу населения, об экономическом развитии страны можно судить по: продолжительности жизни граждан страны, уровню их образования; тому, как сильно различается уровень доходов у разных слоёв населения; скорости распространения инноваций; тому, сколько энергоресурсов потребляется по отношению к ВВП (энергоёмкость); уровню экологии; тому, какие и сколько отраслей экономики развивается в стране; и др.

Задание 1

Марк Твен однажды сказал: «Есть три вида лжи: ложь, наглая ложь и статистика».

1) Объясните смысл высказывания Марка Твена.

2) Разделитесь на группы по 5 человек, обсудите, какие проблемы могут возникнуть при расчёте ВВП.

Чтобы обобщить все характеристики развития экономики, используется термин **«экономическое развитие».** Тогда можно говорить, что экономическое развитие — это накопление потенциала экономики страны и его реализация.

Экономический рост важен не только для государства в целом, но и для всех субъектов экономики: предпринимателей и работающих жителей страны.

Если мы подумаем о том, что руководит действиями предпринимателей и работающих граждан страны (потребителей), мы поймём, что и те, и другие хотят увеличить свою прибыль или доходы. При экономическом росте растёт спрос на продукцию, которую производят предприниматели. Так компании начинают получать прибыль. Чтобы это произошло, предприниматели делают инвестиции в свой бизнес, осваивают более прогрессивные технологии производства, лучшие методы управления и организации своих компаний. Все работающие жители страны (потребители) хотят, чтобы их благосостояние также увеличивалось. Чтобы это произошло, они сберегают часть своего дохода (зарплаты), а также инвестируют его часть в повышение качества своего источника дохода (получают новые знания, также осваивают новые технологии, приобретают более эффективное оборудование и т. д.).

С одной стороны, экономический рост позволяет и потребителям, и предпринимателям увеличивать материальные блага, в результате появляется больше возможностей для инвестирования, потребители начинают приобретать больше разнообразной продукции. Предприниматели могут приобретать ресурсы, которых нет в их стране, в других государствах, чтобы с их помощью организовывать новые производства в своей стране. Поэтому, если наблюдается рост количества продуктов и услуг, которые производятся в стране, можно заключить, что экономическое благосостояние её граждан растёт.

С другой стороны, отрицательные стороны экономического роста также следует учитывать: загрязнение окружающей среды, промышленный шум и выбросы, транспортные заторы.

Несмотря на это, экономический рост считается положительным явлением, ведь благодаря ему у жителей страны появляется возможность осуществлять задуманные проекты, развиваться и внедрять что-то новое.

Типы экономического роста

Принято различать экстенсивный, интенсивный и смешанный типы экономического роста.

При **экстенсивном типе** увеличение количества продуктов и услуг происходит за счёт количественного увеличения факторов производства: больше жителей страны начинают участвовать в производстве товаров и услуг, больше средств вкладывается в развитие производства, больше земли используется для расположения на ней производственных объектов. При этом технологическая база производства остаётся неизменной.

Например, у вас своя пекарня. Не меняя техники, вы нанимаете больше рабочих, которые начинают выпекать больше хлеба. Ваши продажи и прибыль растут. При этом каждый рабочий как выпекал, например, 100 булок хлеба в день, так и выпекает. Просто количество рабочих увеличилось, а значит, увеличилось и количество выпускаемой продукции.

При экстенсивном типе увеличение количества товаров и услуг не сопровождается научно-техническим прогрессом. Но технический прогресс является важным двигателем экономического роста. Он включает в себя не только совершенно новые методы производства, но также и новые формы управления и организации производства. Под техническим прогрессом подразумевается открытие новых знаний, позволяющих по-новому комбинировать данные ресурсы с целью увеличения конечного выпуска продукции. Технический прогресс часто влечёт за собой инвестиции в новые машины и оборудование.

Экстенсивный тип экономического роста позволяет быстро осваивать природные ресурсы. Но вследствие того, что использование этих ресурсов при экстенсивном типе идёт нерационально, происходит быстрое истощение рудников, пахотного слоя земли, полезных ископаемых.

При **интенсивном типе развития** главное — повышение экономической эффективности, хотя количество работников, территория производства и т. д. могут оставаться неизменными. Главное здесь — совершенствование технологии производства, повышение качества основных факторов производства.

Так, если бы вы развивали свою пекарню интенсивным способом развития, то не стали бы нанимать новых рабочих, а купили бы новое оборудование, позволяющее выпекать хлеб быстрее или в бóльших количествах за раз. То есть каждый ваш пекарь стал бы выпекать не 100 булок ежедневно, а, например, 150. Это также привело бы к увеличению количества товара и прибыли.

Важнейший фактор интенсивного экономического роста — повышение производительности труда. Этот показатель можно представить в виде дроби:

ПТ = П / Т,
где:
ПТ — производительность труда,
П — созданный продукт в натуральном или денежном выражении,
Т — затраты единицы труда (например, человеко-час).

Интенсивный тип экономического роста — это увеличение количества товаров и услуг с помощью использования более эффективных и совершенных факторов производства, то есть применение более совершенной техники, передовых технологий, достижений науки, более экономичных ресурсов, повышение квалификации работников.

Мировая экономическая история не знает интенсивного или экстенсивного типа экономического роста в чистом виде. Поэтому говорят о смешанном типе экономического роста, который подразумевает, что развитие может идти по двум сценариям одновременно: как за счёт вовлечения новых факторов производства, так и за счёт использования новых технологий. Например, в сельском хозяйстве развитие производства может происходить за счёт приобретения и обработки новых земель (вследствие чего количество урожая вырастет), а также за счёт введения более продуктивных систем орошения или удобрения земель (так с той же земли можно будет получать больше урожая, чем раньше). В промышленности привлечение дополнительной рабочей силы можно совмещать с внедрением более совершенных систем производства и управления или переработки отходов.

Интенсификация экономического роста

Выделяют три основных вида интенсификации экономического роста.

Интенсификация *— процесс и организация развития производства, в котором применяются наиболее эффективные средства производства, а также расширение производства.*

Трудосберегающая интенсификация — новая техника вытесняет из производства рабочую силу. То есть производство увеличивается, так как, благодаря новой технике, повышается производительность труда.

Например, автоматизировав процесс, владелец компании может отказаться от работы некоторых сотрудников. Теперь ему достаточно платить зарплату одному работнику, который контролирует машины.

Капитало- и материалосберегающая интенсификация происходит, когда начинают применять более совершенные машины и оборудование, более эффективно используют материалы, энергию и т. д.

Например, применение более качественных и современных материалов может привести к тому, что продукция компании будет служить дольше. Стоимость товара можно будет поднять.

Всесторонняя интенсификация происходит, когда всё производство, включая его работников, начинает функционировать более эффективно и с меньшими затратами за счёт рационального использования ресурсов.

Например, компания BI Group, занимающаяся строительством, в том числе жилых домов, смогла увеличить время работы строителей зимой. Из-за того, что зимой темнеет раньше, рабочий день сокращается на несколько часов. Просто снабдив всех рабочих налобными фонариками, компания смогла продлить их рабочий день на несколько часов и сдавать объекты без задержек. Кажется, что несколько часов в день — это незначительный успех. Но в месяце 30 дней,

то есть за месяц компания сократила расходы на 60 часов. Если вы посчитаете, сколько человек работает на строительном объекте, подумаете, сколько стоит час работы каждого сотрудника, и умножите получившуюся цифру на 60, вы поймёте, что рациональное использование ресурсов помогло сэкономить BI Group значительные средства.

Задание 2

Разделитесь на группы по 5 человек. Попробуйте взглянуть на любой процесс в вашей школе (передвижение между кабинетами на переменах, очереди в столовой или гардеробе, парковочные места перед школой и т. д.) через призму интенсификации экономического роста. Подумайте, как бы вы могли улучшить состояние дел в школе. Выработайте рекомендации с описанием результатов, которые могут быть достигнуты.

Задание 3

Как мы уже сказали, существует три основных типа экономического роста: интенсивный, экстенсивный и смешанный. При экстенсивном типе количество продукции увеличивается за счёт количественного увеличения ресурсов. При этом технологическая база производства остаётся неизменной. При интенсивном росте количество ресурсов остаётся неизменным, но используются более совершенные технологии. При смешанном типе происходит как количественное увеличение ресурсов, так и качественное совершенствование технологий.

Один цех из пяти швей обеспечивает валовый оборот в 200 000 тнг/мес. при расходах в 150 000 тнг, его прибыль составляет 50 000 тнг. Вы решаете произвести масштабирование и добавляете 10 цехов по 5 швей в каждом. Ваш валовый оборот увеличится до 2 000 000 тнг, расходы — до 1 500 000 тнг, а доход составит 500 000 тнг.

Определите, какой тип экономического роста применён в данном случае (интенсивный, экстенсивный или смешанный). Какие плюсы и минусы при данном типе масштабирования вы можете назвать? Покажите, как можно было бы провести масштабирование, используя два других типа.

Урок 56. Управление качеством

- Понимать сущность и состав управления качеством.
- Описывать принцип кайдзен.

Мы с вами уже говорили про важность построения отношений с клиентами, в результате которых формируется лояльное отношение к бренду и компании. При этом немаловажным фактором формирования лояльности к компании является качество товаров и услуг. Мы все как потребители хотим покупать качественный товар.

Задание 1

Что для вас означает качество товара? Какими качествами должен обладать товар, чтобы вы могли назвать его качественным?

Понятие качества

Качество производства товаров и услуг в стране взаимосвязано с уровнем жизни населения, экономической, социальной и экологической безопасностью. Чтобы можно было сказать, что продукция является качественной, качество должно прослеживаться на всех этапах деятельности компании: от разработки стратегии и организации производства до маркетинга.

Один из главных аспектов качества — это качество самой продукции (товаров и услуг). Существует международная организация по стандартизации и стандарт ИСО-8402, исходя из которого ***качество*** *— это совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.*

У каждого из нас существует своё представление о качестве. Для кого-то это прочность и надёжность в использовании, для кого-то — эстетичный внешний вид, а для кого-то — это вежливый продавец, который сможет грамотно проинструктировать обо всех особенностях товара. Именно из-за разного подхода к понятию качества у разных людей и возникла необходимость выработки единого международного стандарта качества — ИСО серии 9000.

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Иными словами, стандарты ИСО — жёсткая ориентация на потребителя. Качество можно представить в виде пирамиды.

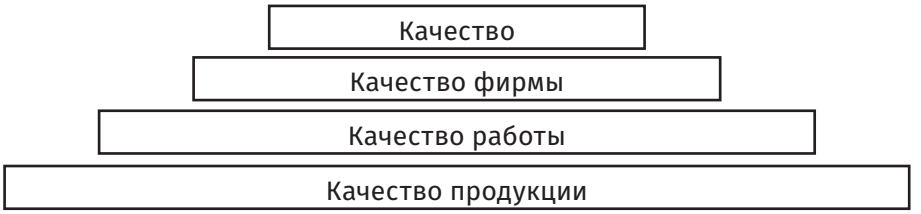


Рис. 6. Понятие качества

Качество пронизывает всю пирамиду насквозь. Качество управления, работы служащих, продаж, самой продукции — все взаимосвязаны и зависят одно от другого. Поэтому, чтобы добиться качества товаров или услуг, нужно следить за качеством работы на каждом этапе: от закупки сырья, работы с поставщиками, производства до продажи, рекламы, послепродажного обслуживания и т. д.

TQM (Total quality management) *— всеобщий менеджмент качества, который предполагает непрерывное улучшение качества в различных сферах деятельности — производстве, закупках, сбыте, организации работы и пр.*

Для правильного понимания проблем качества необходимо учитывать следующие положения:

- качество должно быть ориентировано на потребителя;
- за качеством должно следить не одно подразделение компании, вместо этого качество должно прослеживаться на всех уровнях и во всей деятельности компании;
- на качество стоит обращать внимание не только во время производства товаров, но и на этапе их разработки, маркетинга, послепродажного обслуживания и пр.;
- чтобы качество продукции не падало, компания должна своевременно обновлять свои технологии;
- чтобы можно было проследить качество на всех этапах деятельности компании, все, кто участвует в производстве и реализации продукции, должны быть заинтересованы в нём.

Чтобы продукция компании была конкурентоспособной, она должна отвечать запросам потребителей. Но чтобы создать что угодно, нужно выполнить множество разных действий.

Качество продукции начинается на стадии её проектирования. Например, вы шьёте одежду. Прежде чем вы сможете продать своим клиентам платье, вам нужно сделать выкройку. А для этого вам нужно продумать, где удобнее расположить карманы, нужен ли разрез, какой должен быть вырез и т. д. Всё это нужно сделать с учётом удобства и вкусов клиентов, чтобы они захотели купить ваше платье и получили удовольствие от его носки. Когда выкройка готова, вы создаёте пробный образец. Вам нужно купить качественные швейные машины, чтобы они не рвали нитки, и т. д. Закупить качественные

материалы — прочные нитки, хорошую ткань, а также замки или пуговицы. Если любой из этих элементов вашего платья будет некачественным, он сломается, и клиент окажется в неприятной ситуации, когда ему нужно будет самостоятельно ремонтировать платье или перестать его носить.

Затем вам нужно будет найти хорошее помещение, где вашим швеям было бы комфортно работать — проветриваемое, просторное, в черте города, чтобы им не пришлось далеко ездить. Потом вам нужно найти хороших швей, иначе, какая бы интересная выкройка у вас ни получилась, какую бы хорошую ткань вы ни купили, из-за плохой работы швеи всё может пойти насмарку.

Затем вам нужно будет качественно организовать работу в вашем коллективе. Чтобы каждая швея знала, за что она отвечает, чтобы вы выставляли реальные сроки на изготовление изделия и т. д. Вам также нужно провести качественное планирование: оценить, сколько платьев у вас могут купить, чтобы не нести лишние расходы: вы потратите деньги на закуп ткани, аренду помещения, зарплату швеи. С другой стороны, если желающих купить ваши платья будет больше, чем изделий, вы потеряете прибыль, так как вы уже потратили время на разработку выкройки, рекламу своей компании и т. д.

Затем вам нужно проследить за качеством рекламы вашей продукции, качеством общения с клиентами. Иначе они могут отказаться приобретать вашу продукцию на этом этапе, если продавцы будут грубыми или не смогут объяснить, где находится ваш магазин, как сделать доставку. Затем вам нужно убедиться в качестве работы доставки и даже общения с клиентами после покупки. Ведь они могут позвонить и сказать, что они ожидали другой оттенок, судя по фотографии, и т. п. Итак, становится очевидным, что качество продукта — платья — складывается из качества работы на всех этапах.

Когда покупатель принимает решение о покупке товара, он смотрит на его качество. Покупателю неважно, как производился товар, как закупался материал и т. д. Его представления о качестве сконцентрированы в некоторых свойствах, которыми обладает товар:

- технические свойства: надёжность, длительность срока службы, бесперебойная работа и т. д.;
- эстетические свойства: насколько изделие приятно на вид, ощупь и т. д.;
- эксплуатационные свойства: насколько сложно ухаживать за ним, есть ли на изделие гарантия, как его ремонтировать в случае поломки, удобно ли его хранить и т. д.

Задание 2

Выберите какой-либо продукт, например, торт, и опишите, какими техническими, эстетическими и эксплуатационными характеристиками он должен обладать, чтобы вы могли назвать его качественным.

Значение повышения качества

Для управления качеством важно обращать внимание на две составляющие: качество продукции и менеджмент качества.

Итак, именно качество позволит вам выиграть борьбу за клиентов с конкурентами. Конечно, чтобы достичь качества, потребуются какие-то затраты. Но они окупятся благодаря прибыли, которую вы в итоге получите. Если не думать о качестве в процессе производства, товар будет сопровождаться браком. А исправление этого брака может стать гораздо более ресурсозатратным, чем выработка стандартов качества на каждом этапе производства продукции. У компаний, которые уделяют качеству мало внимания, 60 % времени уходит на исправление дефектов.

Кайдзен[1]

> ***Кайдзен*** *(с японского «изменение» и «хорошо») — это японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработке вспомогательных бизнес-процессов и управления, то есть на улучшении качества.*

Концепция стала очень популярной в Японии в 1950-х годах. А позже благодаря работам Масааки Имаи кайдзен приобрёл популярность во всём мире.

Как же вы можете внедрить принципы кайдзен в вашей компании?

Улучшать каждый процесс постепенно

Мы уже видели на примере пошива платьев, что бизнес-процесс состоит из множества этапов. Для начала нужно определить, из каких этапов он состоит, чтобы понять, какие из них можно убрать или усовершенствовать.

Например, вы нанимаете специалиста, который ведёт ваши социальные сети. Чтобы посты были интересные, они должны сопровождаться фотографиями вашего товара, новостями, репортажами из магазина или ателье. Значит, вам нужен будет фотограф, который сначала сфотографирует ваши изделия. Кроме того, вам нужно будет постоянно общаться с менеджером по социальным сетям, чтобы информировать его о новостях. А что если сразу найти человека, который будет и писать, и фотографировать, и, например, приходить в ваше ателье или магазин несколько раз в неделю, чтобы на месте узнавать новости и рассказывать о работе вашей компании?

Открыто обсуждать проблемы

В любом бизнесе есть проблемы. Если все члены вашей команды смогут говорить о них открыто, вы сможете легко решать их, не теряя на это много ресурсов.

Например, ваше ателье находится довольно далеко от мест общественного питания. Работницам приходится тратить полчаса, чтобы дойти до столовой, пообедать там, а затем полчаса, чтобы вернуться обратно. Если вы договоритесь с компанией, готовящей обеды, привозить их в офис, вашим работникам не придётся тратить лишнее время на дорогу до столовой, они будут больше отдыхать во время обеденного перерыва, а значит, потом лучше работать. Но узнать об этом вы сможете, лишь пообщавшись с ними и спросив, как вы можете облегчить или улучшить их работу.

1 Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 274 с.

Избавляться от лишних трат

Под тратами понимаются:

- *Движение.*

Например, вы храните все ткани на отдельном складе. И, чтобы взять нужный материал, вашим швеям приходится тратить время, чтобы добраться до него и обратно. Вы можете выделить часть помещения и время от времени привозить туда ткани со склада.

- *Время.*

Например, вы закупаете нитки, ткани и комплектующие у разных поставщиков. Соответственно, вы ведёте переписку с тремя разными партнёрами, переводите деньги, ездите, чтобы забрать материалы со склада, в три разных места. А что если найти поставщика, который торгует всеми тремя типами материалов? Тогда вы будете делать работу по покупке и доставке материала в три раза быстрее.

- *Дефекты.*

Закупая ткань у нового поставщика, вы можете сначала проверять её на качество. Если выяснится, что она не соответствует вашим требованиям, вы сможете вернуть её или поменять на другую. Но если вы уже потратили время, чтобы сшить из неё изделие, и лишь потом выяснилось, что ткань некачественная, вы понесёте больше убытков, так как время вашей швеи уже было потрачено.

- *Перепроизводство.*

Если вы произведёте сразу большую партию платьев, не проверив, есть ли на них спрос, они потом будут просто лежать на вашем складе. Огромное количество времени и ресурсов было потрачено без получения прибыли.

Принимать идеи от сотрудников

Сотрудники — самая большая ценность. В холдинге BI Group каждый работник может вносить предложения по усовершенствованию своего рабочего процесса в WhatsApp-чате по кайдзен своего подразделения с видео «до» и «после» усовершенствования. Затем эти изменения транслируются в других чатах и внедряются во всех подразделениях компании.

Исправлять то, что не работает

Например, одна ваша швейная машина заедает или рвёт нить. Каждый день швея тратит несколько часов, чтобы наладить её. Если вы один раз вызовете мастера и исправите поломку, вы сэкономите время швеи и свои финансовые ресурсы.

Если у вас что-то сломалось, подумайте, действительно ли вам нужна эта вещь. Если нет — просто выбросите её. Если да — почините. Если она может работать лучше — усовершенствуйте её.

Быть экономным

Всегда можно найти возможность быть экономным. Например, продумать, как вы можете выкроить изделие, чтобы как можно меньше ткани пришлось выбросить.

Фокусироваться на клиентах

Мы уже не раз говорили, что в основе всех ваших улучшений должна стоять мысль о клиенте. Например, вы можете класть в пакет с вашим платьем инструкцию

по его стирке. Так вы будете уверены, что клиент постирает его правильно, оно не испортится, и он не обратится к вам с жалобой на его качество.

Создавать рабочие команды

Когда работники трудятся в команде, у них создаётся ощущение работы над общим делом. Каждый из них понимает, что качество его работы влияет на работу другого человека, и старается не подвести коллегу.

Стандартизировать

Если работник знает, какие стандарты качества в компании существуют, и как проверить, является ли его работа качественной, он легко сможет начать соответствовать им.

Поэтому, когда компания «Samsung» разработала новые стандарты качества, они были распространены между всеми её работниками. Если же работник не умел читать, он получал копию в виде комикса.

Гемба кайдзен

Гемба *— это японский термин, буквально означающий «реальное место».* В бизнесе это то место, где происходит реальная работа. В нашем примере с пошивом платьев это ателье, где стоят швейные машины и работают швеи.

- Если в вашей компании возникла проблема, то вам нужно пойти на гемба и на месте разобраться с ней. Например, платья часто шьются с задержкой.
- Проверьте все объекты на гемба, чтобы понять, в чём причина. Может оказаться, что у вас не хватает какой-то техники. Например, один оверлок (машина для обмётывания срезов) не справляется с нагрузкой. Швеям приходится ждать, когда он освободится, чтобы закончить изделие, и они срывают сроки.
- Примите меры на месте, чтобы ситуация улучшилась. Спросите у швей, сколько им нужно оверлоков, чтобы избежать простоя. Или измените график их работы, чтобы они пользовались оверлоком в разное время.

Соблюдая принципы гемба, можно не только избежать лишних затрат, но и создать особую атмосферу в компании, где люди знают, что к ним прислушиваются, и это скажется на качестве их работы.

Задание 3

Вспомните задание из предыдущего урока, когда вы пытались разработать рекомендации для улучшения дел в школе.

Теперь вам нужно определить место, которое наиболее подходит в качестве гемба кайдзен. Если вы считаете, что проблема — в очередях в гардеробе, значит, ваша гемба — именно гардероб.

Выйдите на гемба и опишите проблему. Выработайте рекомендации по её разрешению.

Урок 57. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Теперь, когда вы знаете о методах масштабирования и стратегиях развития бизнеса, мы поговорим о международном бизнесе. Расширяясь, компании стараются захватить всё больший рынок: сначала своего села, потом близлежащего города, области, страны. Если расширение продолжается, компания может выйти и за пределы Казахстана. Тогда речь пойдёт о международном бизнесе. Точно так же компании других стран могут начать продавать свою продукцию в Казахстане, если рынок им покажется интересным и перспективным.

Когда вы выходите за рамки своего села и начинаете торговать в соседнем селе, ваш бизнес не претерпевает многочисленных изменений. Но если вы выходите на рынок другой страны, в ней другой язык, законы, налоги, пошлины, ментальность, стандарты, ценности и т. д., и поэтому для эффективного ведения международного бизнеса нужно понимать его сущность.

Современные каналы коммуникаций сделали выход на международный рынок гораздо более простым, чем ещё несколько десятилетий назад. С помощью интернет-технологий вы можете легко закупать товар у иностранных поставщиков, следить за логистикой и т. д.

При этом стоит помнить, что международный бизнес не только даёт вам возможность работать в любой стране мира, но и предпринимателям всего мира работать на территории Казахстана. Теперь вашими конкурентами являются не только ваши соотечественники, но и любой предприниматель из любой страны мира, который решит выйти на рынок Казахстана.

Сущность международного бизнеса

Международный бизнес *подразумевает осуществление деловых операций партнёрами из более чем одной страны.* В качестве примера можно привести такие операции, как:

- закупка сырья и материалов в одной стране и их перевозка на территорию другой страны для дальнейшей обработки или сборки (например, закупка

детских площадок в разобранном виде у российской стороны, а затем их сборка в Казахстане местными компаниями);
- транспортировка готовой продукции из одной страны в другую для продажи (например, многочисленные российские бренды продуктов питания на полках казахстанских магазинов — «Домик в деревне», «Простоквашино» и т. д.);
- строительство заводов в зарубежных странах, где более дешёвая рабочая сила (например, перенос производств множества международных компаний в Китай, где рабочая сила стоит дешевле: именно поэтому, когда вы покупаете одежду европейского бренда, вы можете найти не этикетке надпись «Сделано в Китае»);
- получение кредита в банке одной страны для финансирования операций в другой стране.

В таких сделках могут участвовать физические лица (граждане страны), компании, группы компаний и государственные организации.

То есть внутреннее предпринимательство полностью происходит на территории одной страны, а международный бизнес выходит за её границы. При этом:

- в разных странах могут использоваться разные валюты, значит, при совместной работе придётся конвертировать одну валюту в другую;
- в разных странах могут быть разные законы, то есть при совместной работе компаниям из разных стран придётся это учитывать;
- в разных странах могут быть культурные различия, которые тоже придётся учитывать;
- в разных странах есть различные ресурсы. Например, в одной стране может быть достаточно природных ресурсов, но не хватать квалифицированных работников, а в другой — наоборот.

Задание 1

Предположите, с какими ещё трудностями могут столкнуться предприниматели, занимающиеся международным бизнесом.

Чаще всего при работе с международными партнёрами вам понадобятся те же знания и навыки, что и при работе на внутреннем рынке. Например, где бы вы ни находились, вам нужно одинаково отталкиваться от нужд и желаний потребителей, грамотно формировать бюджет, настраивать логистику и т. д. Единственное отличие состоит в том, что вы должны хорошо понимать культурные, законодательные, политические и социальные особенности той страны, в которой работаете. Нужно будет оценить всех потенциальных партнёров, чтобы выбрать рынок, на котором будет продаваться ваша продукция, и те страны, где вам будет выгоднее всего закупать ресурсы или материалы.

Формы международного бизнеса

Классическими, но не единственными формами международного бизнеса являются импорт и экспорт.

***Экспорт** — это продажа продукции, произведённой в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран.*

***Импорт** — это закупка продукции, произведённой в других странах, с дальнейшей целью использования или перепродажи на территории своей страны.*

Все экспортно-импортные операции подразделяются на две группы. Первая группа — это ***торговля товарами*** (материальными продуктами), такими как предметы одежды, компьютеры, а также сырьё. Вторая группа экспортно-импортных операций — это ***торговля услугами*** (нематериальными продуктами), такими как банковские, транспортные и бухгалтерские услуги.

Помимо экспорта и импорта, важной составляющей международного бизнеса являются ***международные инвестиции.*** В этом случае капитал (деньги) граждан или компаний одной страны используется для ведения бизнеса в другой стране.

Самое крупное шельфовое нефтегазовое месторождение Казахстана, расположенное в 80 км от города Атырау, — Кашаган — является ярким примером международного бизнеса в Казахстане. Месторождение разрабатывается совместной операционной компанией North Caspian Operating Company (NCOC), в которую входят: KMG Kashagan B.V. — 16,877 % (Казахстан), AgipCaspian Sea B.V. — 16,807 % (Италия), Total EP Kazakhstan — 16,807 % (Франция), ExxonMobil Kazakhstan Inc. — 16,807 % (США), Shell Kazakhstan Development B.V. — 16,807 % (Англия и Нидерланды), CNPC — 8,333 % (Китай) и Inpex — 7,563 % (Япония). Благодаря такому большому консорциуму международных партнёров становится возможной добыча нефти на таком сложном месторождении.

Задание 2

Приведите по два примера экспорта и импорта известных вам брендов.

Характерные черты современного международного бизнеса

Международный бизнес в современных условиях определяется следующими характерными чертами:

1. Доступность и всеобщность.

Практически любая компания из любой страны может начать работать в другой стране. То есть, никакая компания, по сути, не ограничена работой только на локальном рынке. Если она захочет, то может начать вести дела на международном уровне.

Так, например, талантливому парню-программисту из любого казахстанского города ничто не мешает разработать мобильное приложение, которое затем попадёт в Google Play или App Store, где его купит житель США или Индии.

2. Ступенчатость развития

Обычно, если компания задумывается о международном бизнесе, она начинает с простой формы — импорта заграничных товаров в свою страну для продажи. Затем она начинает продавать свою продукцию за рубеж. Потом она открывает в другой стране свой офис. Налаживает там свою собственную систему доставки, набирает отдельную команду специалистов и т. д., со временем становясь мультинациональной корпорацией.

Если на первом этапе компанию будет в основном заботить качество товаров или услуг, которые она продаёт или покупает, то затем она начинает фокусироваться на качестве организации сбыта товаров: работе складов, доставке товара из одной точки в другую, использовании собственных средств для доставки или работе с партнёрами — компаниями, осуществляющими доставку, качестве подготовки сотрудников в различных офисах компании в разных странах и т. д.

Как правило, начинается зарубежный бизнес в Казахстане с закупки товаров в Китае (благодаря их невысокой стоимости и минимальным затратам на транспортировку, так как Казахстан граничит с Китаем). Затем компания может перейти только на закупку комплектующих, а саму продукцию производить в Казахстане. Следующим шагом может стать налаживание поставок уже готового товара в страны СНГ и т. д. На каждом этапе компании придётся совершенствовать свою систему логистики, менеджмента и т. д.

3. Технологическая глобализация

Благодаря современным средствам связи и компьютеризации работу компании за границей можно контролировать из офиса в своей стране.

Такой контроль может осуществляться в режиме реального времени: например, владелец бизнеса из Казахстана может давать указания своим коллегам в другой стране по мере возникновения необходимости, может проводить с ними совещания средствами онлайн-конференций и т. д.

Находясь в одной стране, можно эффективно заниматься разными аспектами работы компании за границей: поиском товаров и поставщиков, поиском работников, финансами, обменом информацией и т. д.

Чтобы закупать продукцию для реализации в другой стране, вам не нужно, как раньше, ехать с сумками на границу, искать там товар и везти его обратно. Сегодня вы можете найти весь товар в Интернете, пользуясь услугами онлайн-переводчиков, связаться с продавцом, сделать заказ, тут же перевести оплату товара на банковскую карту поставщика и т. д.

4. Сложное взаимодействие национального и интернационального

На международный бизнес влияют, в том числе, конвергентные и дивергентные процессы.

Конвергенция (от лат. convergo «сближаю») — процесс сближения, схождения (в разном смысле), компромиссов; противоположна ***дивергенции*** (от лат. divergere — обнаруживать расхождение).

Из-за глобализации люди в разных странах начинают носить одинаковую одежду, смотреть одни и те же фильмы, есть похожую еду (конвергенция). В результате и бизнес-культура разных стран становится похожей — ей начинают следовать практически все бизнесмены мира. Но иногда различия в культуре, религии и т. д. переходят в конфликты (дивергенция), так как все национальности хотят сохранить свои традиции поведения, культурные ценности и не дать им раствориться в общей культуре глобализации. Эти стремления могут выражаться в различных запретах на осуществление международной бизнес-деятельности между разными странами.

Развитие международного бизнеса

У компаний, работающих с международными партнёрами, появляется ряд преимуществ по сравнению с компаниями, действующими только в своей стране.

Повышение эффективности за счёт глобализации.

Международные компании могут сократить свои издержки, разместив своё производство там, где им выгоднее.

Например, производство спортивной обуви является очень трудоёмким, поэтому компания Nike, так же как и многие её конкуренты, сосредоточивает выпуск своей продукции в странах, в которых не требуется больших затрат на рабочую силу.

Сокращение издержек производства посредством экономии от масштаба.

Международные компании могут построить одно предприятие, которое будет обслуживать рынки нескольких стран.

Например, вместо размещения производства нового спортивного автомобиля на нескольких предприятиях в компании Mercedes-Benz было принято решение осуществлять сборку автомобилей этой модели на одном предприятии, расположенном в штате Алабама (такая организация производственного процесса позволяет получить экономию от масштабов производства).

Экономия от диверсификации деятельности.

Международные компании могут увеличивать набор продукции, которую они реализуют в каждой стране, снижая затраты на производство и маркетинг.

Например, меню McDonald's немного различается в разных странах: в Канаде в нём есть национальное квебекское блюдо путин: картофель фри и рассольный сыр под сладким соусом; в Бразилии — круассаны с ветчиной; в Мексике — буррито; в Испании — гаспачо; в Италии — пирожки панцеротти; в Египте — фалафель, и т. д.

Диверсификация деятельности *— переход от производства одного продукта к производству широкого перечня продуктов.*

Когда компания Nissan начала продавать свои автомобили в Соединённых Штатах Америки, она предлагала потребителям только одну модель, которую можно было купить только у партнёров — агентств по продаже автомобилей. Затраты на сбыт были достаточно высокими. Чем выше становилась репутация Nissan на рынке США, тем больше новых моделей она внедряла на рынок. Теперь у компании есть своя собст-

венная сеть сбыта продукции, через которую она торгует целым ассортиментом легковых и грузовых автомобилей в странах Северной Америки. В результате издержки в расчёте на продажу одной модели существенно снизились.

Многонациональная гибкость.

Мы уже говорили, что в разных странах могут быть различные политические, экономические, правовые и культурные условия. Кроме того, они могут постоянно меняться. В каждой стране постоянно принимаются новые законы, меняются правительства, появляются новые конкуренты. Если локальным компаниям нужно приспосабливаться к таким изменениям только в одной стране, то международным компаниям приходится учитывать весь спектр изменений во всех странах, где они функционируют.

Например, компания по переработке куриного мяса Tyson Foods выгодно воспользовалась повышением спроса на куриные грудки среди американских потребителей, заботящихся о своём здоровье. Однако производство большего количества куриных грудок сопровождалось увеличением количества куриных окороков, которые не пользуются большим спросом на рынке США. В качестве выхода из сложившейся ситуации руководством компании Tyson было принято решение экспортировать куриные окорока на российский рынок, где потребители отдают предпочтение тёмному мясу, и в Китай, где они считаются деликатесом. Объём экспорта куриных окороков компании Tyson в Россию и Китай составляет более $250 млн.

Задание 3

Разделитесь на две команды и устройте дебаты на тему «Плюсы и минусы международного бизнеса». Аргументируйте свои точки зрения.

© ГК «Просвещение»

Урок 58. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Как мы уже говорили, международный бизнес во многом схож с национальным бизнесом, однако имеются и существенные различия. Главная проблема — преодоление различий национальных культур, которые проявляются в особенностях ведения дела. В качестве примера можно вспомнить тот факт, что во многих восточных компаниях сильно развита семейственность ведения бизнеса.

Всем известно отношение немцев к работе — их аккуратность и точность. При этом также известно лёгкое отношение к своим обязательствам у итальянцев. Если не учитывать эти особенности менталитета, строить бизнес в этих странах будет очень сложно.

Когда компания работает в разных странах, ей нужно учитывать, что при одинаковых начальных данных (объёме инвестиций, численности работников, методах поощрения работников и т. д.) она может получить совершенно разные результаты. Поэтому методы ведения дела в каждой стране нужно координировать в зависимости от особенностей её культуры.

Национальная культура и организационное поведение: методика Хофстеде[1]

Так как компаниям приходится работать в разных странах, которые отличаются друг от друга экономическим развитием, политическим устройством, культурой, климатом и т. д., возникает вопрос: «Как все эти особенности влияют на поведение людей в разных странах?»

Герт Хофстеде в начале 1980-х годов предложил типологию культур, которую он разработал после масштабного исследования подразделений транснациональной корпорации IBM, опросив 116 тыс. служащих в 40 странах.

Хофстеде при определении характеристик различных культур предложил учитывать следующие параметры:

1 Hofstede G. Culture's Consequences. – SAGE Publications, 1980. – 475 p.

- индивидуализм — коллективизм;
- дистанция власти (степень участия в принятии решений, касающихся всех);
- приемлемость неопределённости;
- мужественность — женственность;
- временной горизонт ориентации на будущее (короткий — длинный);
- потворство своим желаниям — сдержанность.

Индивидуализм — коллективизм

Данный параметр показывает, предпочитают ли люди действовать самостоятельно или выступать как члены какой-то группы.

С одной стороны шкалы оказываются культуры, где люди ставят во главу угла свои личные интересы, а с другой — где люди полностью подчиняются интересам группы, в которую они входят.

Таблица 15. Различия стран с высоким и низким значением коллективизма по типологии Хофстеде

Страны с высокими значениями коллективизма	Страны с высокими значениями индивидуализма
Приоритет подготовки работника со стороны компании (тренинг, физическое состояние и т. д.)	Приоритет личной жизни работника (по затратам свободного времени)
Эмоциональная зависимость от компании	Эмоциональная независимость от компании
Стремление работать в крупных компаниях	Стремление работать в небольших компаниях
Преобладают моральные обязательства в отношениях с компанией	Преобладает трезвый расчёт в отношениях с компанией
Студенты считают социально менее приемлемым преследовать собственные цели, не заботясь о других	Студенты считают социально приемлемым преследовать собственные цели, не заботясь об остальных
Менеджеры стремятся к послушанию и порядку	Менеджеры стремятся к лидерству и разнообразию
Менеджеры оценивают своё положение, ставя на первое место уверенность и стабильность	Менеджеры оценивают своё положение, ставя на первое место свою самостоятельность
Менеджеры придерживаются традиционных взглядов, не одобряя инициативы работников или групповой активности	Менеджеры придерживаются современных взглядов на стимулирование инициативы работников или групповой активности

Страны с высокими значениями коллективизма	Страны с высокими значениями индивидуализма
Групповые решения более привлекательны, чем индивидуальные	Индивидуальные решения более привлекательны, чем групповые
Студенты ориентируются в жизни на веление долга	Студенты ориентируются на радости жизни
Менеджеры в качестве главных целей в жизни называют долг, опыт и престиж	Менеджеры в качестве главных целей в жизни называют удовольствия, влечения и безопасность
Индивидуальная инициатива осуждается обществом: фатализм	Индивидуальная инициатива поощряется обществом
Большая уступчивость в ответ на вопрос о значимости	Меньшая уступчивость в ответ на вопрос о значимости
Люди рассуждают в терминах свой-чужой: партикуляризм	Люди рассуждают в общих терминах: универсализм
Социальные отношения определяются принадлежностью к своей или чужой группе	Люди испытывают потребность в личных дружеских отношениях
Более длительный период ученичества (время до повышения в должности)	Менее длительный период ученичества (время до повышения в должности)
Большое значение удельного показателя дорожно-транспортных происшествий	Меньшее значение удельного показателя дорожно-транспортных происшествий
Преобладание традиционных способов времяпрепровождения	Преобладание современных способов времяпрепровождения

Оказалось, что уровень благосостояния страны (то есть ВНП на душу населения) совпадает с высоким значением по шкале «индивидуализм-коллективизм». То есть, богатые страны Европы и США демонстрируют высокий индивидуализм, а такие страны, как Колумбия, Пакистан, Тайвань, Россия и др. — высокий коллективизм.

Задание 1

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «индивидуализм — коллективизм»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Дистанция власти

Дистанция власти показывает, могут ли подчинённые свободно обращаться к руководителю со своими проблемами и предложениями, или они не допускают подобного поведения.

В нашей культуре дистанция власти такова, что ученики очень уважительно относятся к своему преподавателю, не могут спорить с ним, обращаются к нему на «Вы». В западных странах эта дистанция другая — зачастую учитель и ученики выступают на равных, могут говорить друг другу «ты», открыто выступать против решений преподавателя.

Таблица 16. Различия стран с меньшей и большей дистанцией власти по типологии Хофстеде

Страны с меньшей дистанцией власти	Страны с большей дистанцией власти
Родители придают меньшее значение послушанию детей	Родители придают большее значение послушанию детей
Студенты высоко ценят независимость	Студенты высоко ценят комфорт
Авторитарный подход среди студентов — следствие их личных особенностей	Студенты рассматривают авторитарный подход как социальную норму
Менеджеры склонны при принятии решений советоваться с подчинёнными	Менеджеры принимают решения на автократичной и патерналистской основе
Постоянный надзор и контроль оцениваются подчинёнными негативно	Постоянный надзор и контроль оцениваются подчинёнными позитивно
Сильная производственная этика: не верят, что человек может не любить работать	Слабая производственная этика: скорее верят, чем не верят, что человек может не любить работать
Менеджерам больше нравится начальник, непосредственно участвующий в делах	Менеджерам больше нравится директивный и мотивирующий начальник
Предпочтения подчинённых в отношении стиля принятия решений менеджером явно направлены в сторону консультативного, компромиссного типа	Предпочтения подчинённых в отношении стиля принятия решений менеджером поляризованы между авторитарно-патерналистским стилем и правилом подчинения меньшинства большинству
Менеджеры предпочитают рассматривать самих себя как практичных и системных людей, признают необходимость поддержки	Менеджеры предпочитают считать себя великодушными людьми, берущими ответственность за принятие решений на себя

Страны с меньшей дистанцией власти	Страны с большей дистанцией власти
Работники в меньшей степени боятся выражать несогласие с начальством	Работники боятся выражать несогласие с начальством
Работники проявляют большую готовность к кооперации	Работники проявляют меньшую готовность к кооперации
Считается, что менеджеры более склонны к рассуждениям	Считается, что менеджеры менее склонны к рассуждениям
У студентов слова «власть» и «богатство» вызывают чаще позитивную реакцию	У студентов слова «власть» и «богатство» вызывают чаще негативную реакцию
Смешанные настроения по поводу участия подчинённых в управлении	Идеологическая поддержка участия подчинённых в процессе управления
Смешанные настроения среди менеджеров по поводу возможности распределения лидерских функций и инициативы	Идеологическая поддержка среди менеджеров возможности широкого распределения лидерских функций и инициативы
Возможен неформальный совет с работниками без их формального участия в процессе	Формальное участие работников в процессе возможно без неформального совета с ними
Высокообразованные работники в меньшей степени придерживаются авторитарных ценностей, чем малообразованные	Уровень образования не влияет на приверженность большинства авторитарным ценностям
Преобладание традиционных способов времяпрепровождения	Преобладание современных способов времяпрепровождения

В обществе граждане получают возможность влиять на решение властей настолько, насколько они позволяют власти управлять ими без их вмешательства. Дистанция власти очень велика в таких странах, как Филиппины, Венесуэла, Индия, и довольно велика во Франции, Бельгии и России. В Дании, Израиле и Австрии этот показатель низок.

Как правило, в большинстве богатых стран дистанция власти малая, а в бедных — большая.

Задание 2

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «дистанция власти»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Восприятие неопределённости

Этот показатель демонстрирует, предпочитают ли люди действовать само-

стоятельно, когда речь идёт об их жизни и жизни их близких. В некоторых странах неопределённость ближайшего будущего (того, что может случиться завтра, через неделю или месяц) воспринимается как нечто неприемлемое, в других же странах люди относятся к возможным изменениям так же, как к изменениям погоды.

В странах, где неопределённость — норма, люди легко рискуют и не склонны работать слишком усердно, так как считают, что будущее слишком «неопределённо» и результаты их труда могут кардинально измениться в скором времени.

В странах с противоположным отношением к неопределённости люди пытаются контролировать своё будущее, усерднее трудиться, планировать всё заранее и т. д.

Так, например, сильное неприятие неопределённости можно наблюдать в странах Латинской Америки, в Греции, Турции, Японии и Южной Корее.

Таблица 17. Различия стран, принимающих и отвергающих неопределённость, по типологии Хофстеде

Страны, принимающие неопределённость	Страны, отвергающие неопределённость
Пониженный уровень тревоги населения	Повышенный уровень тревоги населения
Большая готовность жить сегодняшним днём	Большая забота о будущем
Меньший уровень связанных с работой стрессов	Высокий уровень связанных с работой стрессов
Меньше эмоциональное сопротивление переменам	Больше эмоциональное сопротивление переменам
Лояльность по отношению к работодателю не считается добродетелью	Лояльность по отношению к работодателю рассматривается как добродетель
В качестве работодателей предпочитают небольшие организации	В качестве работодателей предпочитают крупные организации
Меньший разрыв между поколениями	Как правило, высокие посты занимают более пожилые люди: геронтократия
Менеджеров отбирают по каким-то иным критериям, нежели возраст	Менеджеров отбирают на основе критерия старшинства
Более сильная мотивация на достижение	Менее сильная мотивация на достижение
Надежда на успех	Боязнь поражения
Большая склонность к риску	Меньшая склонность к риску

Страны, принимающие неопределённость	**Страны, отвергающие неопределённость**
Более сильная ориентация на индивидуальные достижения	Менее сильная ориентация на индивидуальные достижения
Предпочтение карьеры менеджера карьере специалиста	Менеджер должен быть специалистом в той области, которой руководит
Иерархическими структурами организации можно пренебрегать из прагматических интересов	К иерархическим структурам организации необходимо относиться с уважением
Предпочтение отдаётся более широким директивам	Предпочтение отдаётся детализированным требованиям и инструкциям
Возможность нарушения установленных правил из прагматических соображений	Невозможность нарушения правил
Конфликт в организации — нормальное явление	Конфликт в организации нежелателен
Конкуренция между работниками должна быть честной	Конкуренция между работниками не одобряется на уровне личностного сознания
Большие симпатии отдаются индивидуальному и авторитарному решению	Идеологическое требование консенсуса и консультативного лидерства
Возможно полное делегирование полномочий подчинённым	Инициативу подчинённых следует контролировать
Высокая терпимость к неопределённости в восприятии других	Низкая терпимость к неопределённости в восприятии других
Высокая готовность к достижению компромисса с оппонентами	Низкая готовность к компромиссу с оппонентами
Иностранцы допускаются в качестве менеджеров	Подозрительное отношение к иностранцам в качестве менеджеров
Большое количество людей готовы к жизни за границей	Лишь немногие готовы к жизни за границей
Более высокая толерантность к неясности в оценке собственной работы (низкий уровень удовлетворённости)	Низкая толерантность к неясности в оценке собственной работы (высокий уровень удовлетворённости)
Оптимизм по поводу возможности контролировать принятие решения политиками	Пессимизм по поводу возможности контролировать принятие решения политиками

Страны, принимающие неопределённость	Страны, отвергающие неопределённость
Оптимизм работников по поводу мотивов деятельности компании	Пессимизм работников по поводу мотивов деятельности компании
Оптимизм в отношении инициативы, амбиций и лидерских способностей персонала	Пессимизм в отношении инициативы, амбиций и лидерских способностей персонала

Задание 3

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «восприятие неопределённости»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Мужественность — женственность

В ряде стран между женщинами и мужчинами чётко закреплены их социальные роли и трудовые функции. Такие общества Г. Хофстеде назвал «маскулинными». А общества со слабым разделением ролей — «фемининными». Он считал, что самая маскулинная страна — Япония, за ней следуют германоязычные страны — Германия, Австрия и Швейцария.

В некоторых обществах женщины в основном занимаются домашним хозяйством — воспитывают детей, готовят еду и т. д. Если же они выходят на работу, то эти работы также являются «женскими» — они шьют, работают в офисах, учат детей и т. д. В других культурах большой разницы между «женскими» и «мужскими» работами нет — там можно встретить мужчину-воспитателя в детском саду и женщину — водителя тяжёлой техники или промышленного альпиниста.

«Фемининные» страны — Дания, Швеция, Норвегия, Нидерланды и Финляндия. Промежуточное положение занимают Аргентина, Чили, Перу, Парагвай, Бразилия, Португалия, Греция, Испания, Италия, Франция, а также Россия. В этих странах женщины и мужчины выполняют много схожих ролей (хотя при этом есть роли, которые не смешиваются).

Задание 4

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «мужественность — женственность»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Временной горизонт ориентации на будущее

Этот параметр показывает, насколько культура ценит время и прошлое.

Если культура ориентирована на краткосрочный период, в ней ценятся традиционные методы, очень много внимания уделяют развитию отношений — то есть будущее и прошлое связаны между собой, и если что-то вы не успели сделать сегодня, вы можете сделать это завтра.

Если ориентация на будущее долгосрочная, такие культуры не смотрят на прошлое, а, скорее, ориентированы на будущие успехи и достижения. В таком обществе высоко ценятся результаты и достижение поставленных целей.

Задание 5

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «временной горизонт ориентации на будущее»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Потворство своим желаниям — сдержанность

Этот параметр показывает, насколько люди склонны удовлетворять свои сиюминутные потребности и готовы прислушиваться к желаниям других.

В «сдержанном» обществе устанавливаются строгие правила и нормы поведения, а личные желания отодвигаются на второй план.

Задание 6

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «потворство своим желаниям — сдержанность»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

© ТОО «Корпорация «Интеллектуальные технологии»

Урок 59. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Как мы уже сказали, международный бизнес — это бизнес, в котором участвуют партнёры более чем из одной страны. Применительно к казахстанским бизнесменам это может означать, что:

1. компания закупает комплектующие или готовую продукцию за границей, а затем собирает конечный продукт или распространяет его на территории Казахстана; или
2. компания производит свой продукт в Казахстане, а затем реализует его на территории других стран.

Конечно, два подхода можно комбинировать: например, закупать комплектующие или готовую продукцию за границей (например, в Китае), а потом под своим брендом продавать в Казахстане и других странах мира. Давайте рассмотрим подробнее обе модели.

Для начинающих бизнесменов хорошим стартом может быть схема закупа готовой продукции в Китае, а затем её распространение в Казахстане через интернет-магазин, аккаунт в Instagram, собственные точки продажи, сеть дилеров и т. д.



Задание 1

Почему бизнес с Китаем может быть привлекательным? Аргументируйте свой ответ.

Международный бизнес, основанный на закупе продукции за границей

Как же можно организовать вариант международного бизнеса, основанный на закупе продукции за границей?

Шаг 1. Выбор модели бизнеса

Существует несколько вариантов торговли иностранными товарами.

Дропшиппинг — модель бизнеса, при которой вы просто рекламируете чьи-то товары, преимущественно в Интернете, а клиент, заказав их через вас, получает товар непосредственно со склада поставщика. При этом вы даже не закупаете товар. Ваша прибыль формируется за счёт разницы в цене продажи, указанной у вас в рекламе, и стоимостью товара на складе поставщика.

Оптовые продажи. Вы ищете надёжного поставщика и клиентов, которые приобретут у вас товар крупными партиями. Вы снова берёте на себя роль посредника, но на этот раз — для больших поставок.

Розничные продажи офлайн и онлайн. У вас есть свой магазин (реальный или виртуальный), вы закупаете товар за границей, а затем продаёте его в собственном магазине, настраивая маркетинг, устанавливая цены и оформляя свой магазин и бренд.

Шаг 2. Поиск своей ниши (товара, который вы будете продавать)

Ниша — это общее направление деятельности вашего бизнеса. Например, вы продаёте одежду для занятий спортом. Товар — это единица продукции в этой нише. Например, кроссовки для бега.

Для начала вам нужно определить, есть ли спрос на ваш товар на рынке. Для этого вы можете воспользоваться интернет-сервисами, которые определяют, сколько раз в месяц та или иная фраза (слово) была набрана пользователями в поисковой строке. Чем выше частотность запроса по конкретному товару, тем больше он востребован.

Шаг 3. Выбор товара

Вы можете начать торговать уже популярным товаром, создав сайт или аккаунт в социальных сетях.

Если же у вас уже есть собственный бизнес, например, вы шьёте одежду для спорта сами, вы можете расширить свой ассортимент за счёт импорта товара из-за границы. Например, дополнить свой ассортимент спортивной обувью.

Шаг 4. Поиск поставщика и его проверка на надёжность

Вы можете найти контакты поставщика в Интернете и связаться с ним, чтобы предложить ему сотрудничество. Если речь идёт о Китае, можно зарегистриро-

ваться на одной из китайских торговых площадок, например, Taobao.com. Даже если вы не говорите на языке поставщика, вам может помочь онлайн-переводчик.

Вам нужно обговорить с поставщиком все нюансы: условия поставки, комплектацию, цвета, размеры и остальные параметры закупаемых товаров.

Шаг 5. Расчёт рентабельности

Рассчитать рентабельность вашего бизнеса можно по формуле: (прибыль / затраты) * 100 %, выраженная за период, например, за год.

Например, вы купили 100 наручных часов известной фирмы в Китае по 5 000 тенге за штуку, потратив на это 500 000 тенге. В течение года вы распродали весь объём товара по 15 000 тенге за штуку. Ваша прибыль составила: 1 500 000 тенге — 500 000 тенге = 1 000 000 тенге. Рентабельность вашего бизнеса в этом случае составит: (1 000 000 / 500 000) * 100 % = 200 % годовых или 16,6 % в месяц.

Шаг 6. Доставка

Для небольших партий товаров таможенного оформления и прочих манипуляций с документами не требуется. На рынке несложно будет найти компании, которые занимаются поставкой грузов с оплатой, начиная от 1500 тг за килограмм. Вопросы с таможней уже включены в эту стоимость.

Шаг 7. Поиск покупателей

Поиск покупателей для иностранного товара ничем не отличается от поиска покупателей для отечественного товара. Вам пригодятся все те же инструменты, которые мы уже обсуждали: веб-сайт, доски объявлений, например, OLX или Satu.kz, таргетированная реклама в социальных сетях, контекстная реклама в поисковиках.

Шаг 8. Закупка и тестирование товара

Прежде чем продавать купленный товар, стоит проверить его качество (вспомните, что мы говорили о качестве несколько уроков назад). Если вы выполнили все предыдущие действия верно, то можете рассчитывать на прибыль.

Задание 2

Поделитесь на группы. Подумайте, на каком продукте могла бы сконцентрироваться ваша группа, если бы вы решили заняться продажами заграничных товаров. Составьте краткую инструкцию по запуску бизнеса по продаже вашего товара с указанием всех 8 шагов, перечисленных выше.

Международный бизнес, основанный на продаже казахстанской продукции за границей

Второй вариант международного бизнеса — это продажа казахстанских продуктов за границей. При этом «продукт» может быть любым. Так, например,

казахстанская система электронного документооборота Documentolog работает с крупными корпоративными клиентами и малым и средним бизнесом в Китае и России; казахстанский производитель спортивной одежды «КазСПО-N» с брендом «ZIBROO» вышел и закрепился на российском рынке; усть-каменогорская проектная компания «Казгипроцветмет» строит железные дороги в Словакии; а отечественная компания ТОО «AAEngineering» заключила контракт на строительство золотоизвлекательной фабрики на одном из крупнейших месторождений в Кыргызстане.

Выходя на международный рынок, стоит руководствоваться той же схемой, которую мы подробно рассматривали на уроках 1-й и 2-й четвертей, учитывая особенности потребителей и ведения бизнеса в том регионе, где вы планируете реализовывать свой товар.

Выход компании на международный рынок можно разбить на несколько этапов.

1. Исследование

На этом этапе вы решаете, какой рынок вам интересен, и собираете информацию о нём, учитывая методику Хофстеде, которую мы разбирали ранее: каков размер рынка, есть ли там конкуренты, в чём состоят особенности, подходит ли ваш продукт для этого рынка, как его нужно изменить с учётом особенностей региона.

2. Тестирование

Вы выходите на рынок с минимальной партией товара, чтобы посмотреть, работают ли там продажи, ищете партнёров на новом рынке. На этом этапе вы также проходите все стадии развития бизнеса, о которых мы говорили ранее:

- набираете команду специалистов: как будет организована наша компания? Разделение по рынкам или по функциям? Кто будет отвечать и за какие функции (маркетинг, продажи, продукт, поддержка, администрирование и т. д.) на каждом рынке?
- определяете своих ключевых пользователей, каналы общения с ними (как они узнают о вашем продукте): социальные сети, выставки, доски объявлений, контекстная реклама и т. д.;
- выбираете каналы продаж;
- продумываете логистику: как продукт дойдёт до покупателя? Откуда вы будете его отправлять? Будете ли вы хранить его в стране отправки и отправлять оттуда? Что вы будете делать с возвратами?
- налаживаете продажи: нужен ли вам отдел продаж? Кто будет заниматься продажами? Как они будут это делать?
- определяете варианты оплаты: как пользователи платят в нужной стране? Картами, наличными или как-то ещё? Какие методы оплаты им нужны? Как вам эти методы подключить? Если картами не платят, а платят курьеру наличными — влияет ли это на логистику?

- продумываете поддержку покупателей: кто будет поддерживать пользователей и покупателей? На каком языке? В каких каналах коммуникаций?
- знакомитесь с налоговыми режимами страны: какие и где вы должны заплатить налоги и сборы? Какие варианты существуют в зависимости от схемы логистики и методов оплаты?
- обдумываете необходимость представительства и открытия собственного офиса: нужно ли вам представительство или юридическое лицо в данной стране? Или в какой стране нужно, чтобы работать с данной страной? Нужен ли вам офис? Для чего?
- определяете, нужны ли вам сертификаты и лицензии: надо ли сертифицировать ваш продукт или получать лицензии в данной стране? Как это сделать?

В конечном итоге вы понимаете, нужно ли что-то изменить в продукте для этого рынка. Например, состав, упаковку, ассортимент и т. д.

3. Усиление

Если у вас начались первые продажи, бизнес оказался прибыльным, то вы можете развиваться на этом рынке дальше. Для этого вам нужно будет оценить, какие улучшения максимально увеличат продажи за промежуток времени, и составить чёткий план действий. Со временем вы сможете перевести различные процессы и операции с партнёров на себя там, где это будет экономически целесообразно. Например, на этапе тестирования вы можете пользоваться услугами логистических компаний для доставки товара. Если же ваш бизнес начнёт устойчиво развиваться, вы можете организовать собственную сеть доставки. Также на первом этапе вы можете нанять специалиста по маркетингу со стороны. Потом вы можете взять эти функции на себя.

Задание 3

Разбейтесь на команды по 4-5 человек в каждой. Каждой из команд нужно будет проанализировать один из регионов (одну из стран), основываясь на методе Хофстеде, и разработать стратегию вывода казахстанского курта на указанный рынок.

1 команда: Россия;
2 команда: Китай;
3 команда: Италия;
4 команда: США;
5 команда: Турция.

Урок 60. Защита прав потребителя

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей.
- Различать организации защиты прав потребителей.
- Применять навыки защиты прав потребителей через учебно-игровые ситуации.

Мы с вами уже говорили о значении качества на каждом этапе бизнеса. Мы все являемся потребителями товаров, поэтому вправе требовать от производителей соблюдения всех международных стандартов качества на любом этапе взаимодействия компании с потребителями. Когда мы выступаем в роли предпринимателей, мы также должны понимать, что у наших клиентов есть право требовать соблюдения своих прав. Когда мы работаем с нашими партнёрами и покупаем у них что-то, например, комплектующие, из которых собираем наш конечный продукт, мы тоже становимся потребителями их услуг. О том, какими правами обладают потребители, и как они защищаются, мы и поговорим на сегодняшнем уроке.

Защита прав потребителей (также консьюмеризм) *— комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем и субъектом предпринимательской деятельности — изготовителем, исполнителем, продавцом, и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.*

Задание 1

Вспомните случаи, когда вы или ваши близкие сталкивались с необходимостью защиты прав потребителей. Чем эти случаи закончились? Были ли вы или ваши близкие подготовлены к защите своих прав (знали ли вы соответствующие законы)?

Защита прав потребителей в Казахстане[1]

Большинство людей, ежедневно совершая покупки, а также пользуясь разными услугами, совершенно не задумывается о том, что в момент приобретения тех или иных товаров и услуг становятся одной из сторон сделок розничной купли-

1 Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV.

продажи. Но когда потребитель заключает сделку с какой-то компанией, то есть покупает у неё какой-то продукт или услугу, в момент покупки он приобретает, в том числе, и право защитить свои интересы, если они будут нарушены.

В итоге возможность обратиться в суд и защитить свои интересы для покупателя и возможность понести наказание, если интересы покупателя будут нарушены, для продавца (например, заплатив штраф, поменяв товар и т. д., вплоть до лишения свободы) становятся двигателем экономики. Продавцы становятся заинтересованными в том, чтобы рассказывать покупателям обо всех товарах и услугах на рынке; покупатели выбирают те товары и услуги, которые соответствуют их требованиям. Если продавцы нарушают права потребителей, они теряют клиентов. Таким образом формируется честный рынок.

Права и гарантии каждого потребителя на обеспечение качественными товарами, работами и услугами защищены от опасностей для жизни и здоровья в соответствии с Законом Республики Казахстан «О защите прав потребителей». Права потребителя на справедливую цену по услугам от предприятий-монополистов обеспечиваются Законом РК «О естественных монополиях», в соответствии с которым цены на продукцию и услуги предприятий-монополистов утверждаются антимонопольным органом.

Какие законные права имеют потребители (то есть ваши клиенты)?

- свободное заключение договоров на приобретение товаров, выполнение работ и оказание услуг;
- доступ к информации в сфере защиты прав потребителей;
- получение информации о товаре, работе, услуге, а также о продавце, изготовителе, исполнителе;
- приобретение безопасного товара, работы, услуги;
- свободный выбор товара, работы, услуги;
- надлежащее качество товара, работы, услуги;
- обмен или возврат товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества;
- возмещение в полном объёме убытков, причинённых их жизни, здоровью и имуществу вследствие недостатков товара, работы, услуги;
- получение у продавца (изготовителя, исполнителя) документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги);
- создание общественных объединений потребителей;
- возмещение морального вреда.

Если вы продадите клиенту товар ненадлежащего качества, потребитель может по своему выбору потребовать:

- соразмерного уменьшения покупной цены;
- безвозмездного устранения недостатков товара;

- возмещения своих расходов на устранение недостатков товара;
- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчётом покупной цены;
- расторжения договора и возврата уплаченной за товар денежной суммы.

Вы как предприниматели обязаны обеспечить обмен или возврат товара, проданного с истёкшим сроком годности, не соответствующего требованиям, установленным техническими регламентами, нормативными документами по продукции, в том числе выпущенного с нарушением прав интеллектуальной собственности в течение тридцати календарных дней со дня приобретения товара с возвратом потребителю денежной суммы за купленный товар. Обмен производится в соответствии со статьёй 30 настоящего Закона.

Согласно норме Закона не подлежат возврату:

1. лекарственные средства, изделия медицинского назначения;
2. нательное бельё;
3. чулочно-носочные изделия;
4. животные и растения;
5. метражные товары, а именно ткани, ленты, кружева, тесьма, проводы, шнуры, кабели, линолеум, багет, плёнки, клеёнки.

Право потребителей на защиту прав и законных интересов

Защита прав и законных интересов потребителей осуществляется в пределах компетенции соответствующими государственными органами, судом и арбитражем.

Потребитель вправе обращаться к вам с претензией об устранении нарушений прав и законных интересов и возмещении потребителю причинённого этими нарушениями убытка (вреда) в добровольном порядке.

Если в течение десяти календарных дней вы не дадите ответа на претензию или откажетесь устранить нарушения и возместить в добровольном порядке причинённый убыток (вред), потребитель вправе обратиться в суд.

Ещё один пример нарушения права потребителя — ущемление его права на получение полной, достоверной и своевременной информации о товаре (работе, услуге), а также о продавце (изготовителе, исполнителе). Это не только прямое нарушение прав потребителя, но и неисполнение вами своих обязанностей.

Если вы отказываетесь возвратить/обменять товар, потребитель вправе:

- предъявить вам официальную досудебную претензию;
- обратиться в суд с исковым заявлением, если в течение 10 дней он не получил от вас ответа;
- обратиться в общественное объединение по защите прав потребителей по месту требования либо проконсультироваться по телефону горячей линии.

Такие горячие линии работают в отделах защиты прав потребителей департаментов Комитета по регулированию естественных монополий, защите конкурен-

ции и прав потребителей Министерства национальной экономики (КРЕМЗКиПП) во всех областях и крупных городах Казахстана.

Письменная претензия потребителя должна содержать:

1) Ф.И.О. и адрес заявителя;

2) наименование и фактическое местонахождение продавца (исполнителя); обстоятельства, являющиеся основанием для предъявления претензии в свободной форме; основания отношений адресантов претензии: договор, гарантийное письмо; нарушенные права потребителя;

3) условия обязательств, нарушение которых вызвало претензионное требование; обоснованная сумма материальных требований с расчётом;

4) предупреждение о последующем обращении за защитой прав в суд в случае неудовлетворения претензии или нерассмотрения её в установленном порядке.

Необходимо приложить копии документов, обосновывающих требования. Заявление необходимо отправить письмом с уведомлением. В течение 10 дней вы обязаны дать ответ на заявление.

Задание 2

Составьте письменную претензию потребителя для одного из случаев, указанных вами в задании 1.

Рекомендации для потребителей

Читая данные рекомендации, вы должны помнить, что сами можете выступать как в роли потребителя (если речь идёт о ваших взаимоотношениях с партнёрами), так и в роли продавца, который обслуживает своих клиентов.

1. Будьте внимательны и неторопливы при выборе товара.

2. Не поддавайтесь на уловки продавцов (торговцев), помните — вы приобретаете товар за свои деньги, а не получаете его бесплатно.

3. Добивайтесь максимума информации о товаре, об изготовителе, об основных потребительских свойствах товара, наличии гарантийного срока, всегда требуйте гарантийный талон. Узнавайте место, сроки, способы, условия и механизм проверки (экспертизы) товара, в случае его поломки.

4. Помните, что в рамках гарантийного срока услуги по ремонту и обслуживанию товара бесплатны, а время, потраченное на ремонт, продлевает действие гарантийного срока.

5. Знайте, что продавец обязан довести до сведения потребителя своё наименование, местонахождение (адрес) и режим работы на казахском и русском языках (информация, данная на одном языке либо на иностранном языке, считается непредоставленной). И разместить эту информацию на вывеске. Также ему необхо-

димо предоставить потребителю информацию о своих фамилии, имени, а также о госрегистрации и наименовании госоргана, осуществившего его регистрацию как ИП.

6. Помните, что потребитель имеет право на получение товара надлежащего качества и поэтому имеет право на проверку качества, комплектности, веса, объёма, на проведение в его присутствии проверки свойств или демонстрации правильного и безопасного использования товара.

7. Покупатель вправе в течение 14 дней с момента приобретения непродовольственного товара возвратить приобретённый товар надлежащего качества продавцу и получить уплаченную за него денежную сумму, либо обменять купленный товар в месте покупки на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки, комплектации, либо на другой товар по соглашению сторон, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчёт с продавцом.

8. В случае обнаружения покупателем недостатков товара и предъявления им требования о его замене, продавец (изготовитель) обязан заменить его незамедлительно. А при необходимости дополнительной проверки (экспертизы) качества товара продавцом (изготовителем) — в течение 30 календарных дней с момента предъявления соответствующего требования покупатель вправе потребовать проведения экспертизы в его присутствии.

Потребительское движение в Казахстане

Зарождение потребительского движения в Казахстане связано с обретением нашей Республикой в 1991 году независимости и переходом от плановой к рыночной экономике.

5 июня 1991 года был принят Закон «О защите прав потребителей». Данный закон закрепил основополагающие права потребителей на информацию, на надлежащее качество продукции, полную и достоверную информацию о продукции, безопасность продукции, услуги, работы, возмещение причинённого вреда, на объединения в общества потребителей и обращение в суд, также были предусмотрены штрафы за нарушение прав потребителей.

В 1994 году был создан отдел по защите прав потребителей при Агентстве по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и поддержке малого бизнеса.

25 февраля 1993 года было принято Постановление Кабинета Министров №152 «Об усилении ответственности за нарушения правил торговли и ущемление прав потребителей» в целях повышения ответственности хозяйствующих субъектов и лиц, осуществляющих торговую деятельность, за реализацию товаров ненадлежащего качества и в соответствии с Законом Республики Казахстан «О защите прав потребителей».

В соответствии с вышеуказанным постановлением было установлено, что продажа товаров в розничной торговой сети и предприятиях общественного питания на территории Республики Казахстан осуществляется только на основании свидетельств о государственной регистрации, выдаваемых в соответствии с действующим законодательством.

Впервые закреплялась равная ответственность как для частных предпринимателей, так и для государственных производителей в соответствии с государственными стандартами.

В целях обеспечения координации деятельности министерств и ведомств Республики по вопросам защиты прав потребителей 11 января 1995 года был создан Межведомственный совет по защите прав потребителей, в который вошли представители 20 министерств и ведомств Республики Казахстан.

Данный Совет был призван координировать действия министерств и ведомств Республики Казахстан по реализации Закона «О защите прав потребителей», анализировать практику применения Закона «О защите прав потребителей», других законодательных и иных нормативных актов, затрагивающих интересы потребителей, а также организацию независимой потребительской экспертизы.

Параллельно с государственными организациями развиваются некоммерческие общественные организации по защите прав потребителей. Например, республиканское общественное объединение «Национальная лига потребителей», общественное объединение «Помощь и щит» по защите прав потребителей, общественное объединение по защите прав потребителей «Адал», городские центры защиты прав потребителей.

Задание 3

Покупатель приобрёл видеокамеру и через 2 дня нашёл у неё недостаток — крышка объектива была треснута. Затем покупатель продолжал пользоваться камерой, а перед истечением срока гарантии возвратил товар продавцу. По закону продавец обязан возвратить покупателю сумму, которая указана в чеке. Однако товар с учётом выхода новой модели стоит уже в два раза дешевле. Если бы покупатель вернул товар сразу же, продавец смог бы его отремонтировать и продать. После того как вещью пользовались, сделать это уже невозможно.

Разделитесь на 2 группы, одна из которых будет на стороне потребителя, а вторая — на стороне продавца. Подготовьте всевозможные доводы и контраргументы, чтобы выиграть спор. В ходе подготовки можно использовать свидетелей, экспертов, сведения из законодательства, финансовые показатели экономики и т. д. В подготовке и обсуждении принимают участие все, но на сами переговоры выходят только 3 человека с каждой стороны. Учитель выступает в качестве мирового судьи, не допускающего оскорблений, дублирования доводов и т. д.

Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей.
- Различать организации защиты прав предпринимателей.
- Описывать институты поддержки бизнеса и предпринимательства.
- Понимать виды государственной поддержки МСБ.
- Применять навыки защиты прав предпринимательской деятельности через учебно-игровые ситуации.

На прошлом уроке мы рассмотрели защиту прав потребителей. Но в отношениях предприниматель-потребитель есть и вторая сторона, которая также обладает правами, которые могут быть нарушены. Как мы помним, развитие предпринимательства — ключевой аспект развития всей экономики страны. Именно поэтому институту защиты прав предпринимательства придаётся такое значение.

Бизнес — сложный процесс. И любой бизнесмен, от мелкого до крупного, сталкивается с налогами, таможней при транспортировке товаров, получением лицензий, контролем качества товаров и услуг. Всеми этими вопросами занимаются те или иные государственные органы. Правила и законы регулярно меняются, поэтому предприниматели должны знать о своих правах, чтобы не допускать злоупотребления своими полномочиями от представителей различных органов, контролирующих предпринимательскую деятельность.

Государство поддерживает предпринимателей, принимая законы, которые запрещают ограничивать свободу их деятельности, защищая их интересы в суде от нарушений со стороны государственных органов, партнёров или потребителей.

Предприниматели могут:

1) осуществлять свою деятельность без получения чьих-либо разрешений, кроме лицензируемых видов деятельности;

2) максимально просто зарегистрировать свою деятельность в одном регистрирующем органе;

3) не подвергаться чрезмерным проверкам своей деятельности государственными органами;

4) принудительно прекратить свою деятельность только по решению суда;

5) получить запрет только на осуществление деятельности, которая запрещена для частного предпринимательства, экспорта или импорта;

6) привлекать государственные органы, партнёров и т. д. к ответственности за неправомерное воспрепятствование их деятельности.

Задание 1

Бывает, что покупатель много раз обменивает и возвращает товар, злоупотребляя статьёй 14 «Закона о защите прав потребителей» (право потребителя на возврат и обмен товара надлежащего качества). Раздражённые продавцы отказывают в обмене или возврате. Тогда потребитель смело обращается в суд и выигрывает дело. Подготовьте комплекс мероприятий, которые можно использовать в качестве обеспечения доказательств о неправомерном использовании ситуации покупателем и защиты от потребительского экстремизма.

Развитие предпринимательства является необходимым условием функционирования стабильной, активной и эффективной рыночной экономики. Статья 26 Конституции РК устанавливает: «Каждый имеет право на свободу предпринимательской деятельности».

Законом о государственной регистрации юридических лиц установлен общий **порядок регистрации юридических лиц,** в том числе занимающихся предпринимательской деятельностью. Чтобы предприниматель мог воспользоваться государственными мерами по защите своих прав, бизнес должен быть зарегистрирован.

При регистрации проверяется законность занятия предпринимательской деятельностью. Запрещается отказ в регистрации со ссылкой на нецелесообразность её в данных условиях (нет спроса на товары и услуги, большая конкуренция и т. п.). Для регистрации предприниматель-заявитель должен обратиться только в один регистрирующий орган. Если все требуемые Законом о государственной регистрации юридических лиц документы составлены в надлежащей форме, регистрирующий орган не имеет права отказать в регистрации либо требовать от заявителя предоставления каких-либо дополнительных виз, согласований, разрешений и т. п.

Так как предпринимательство — это сложный процесс, существуют бизнесы, чья деятельность может принести урон государству или его жителям. В соответствии с казахстанским законодательством некоторые виды деятельности требуют лицензирования.

Лицензирование *— это процедура, которая предполагает выдачу государством разрешения компаниям или частным лицам на ведение определённого вида деятельности.*

Лицензирования требуют следующие сферы деятельности: культура, образование, коммуникация, строительство, промышленность, энергоснабжение, атомная энергетика, сельское хозяйство (для зерновых и хлопковых культур), транспорт (перевозки автобусами, микроавтобусами и по железной дороге), медицина и фармакология, ветеринария, оперативно-розыскная деятельность, судебная экспертиза, вооружение и производство взрывчатых веществ, изготовление национальных символов Казахстана, производство и реализация алкогольной продукции и табачных изделий, торговые биржи, экспорт и импорт товаров, банковская сфера, игорный бизнес, туризм.

Если предприниматель занимается лицензируемой деятельностью, которая помогает развивать конкуренцию на рынке и удовлетворять спрос потребителей, но не нуждается в специальном государственном ограничении, лицензия будет ему выдана беспрепятственно. Если же у государства возникает необходимость выбрать из множества предпринимателей, которые хотят заниматься определённой лицензируемой деятельностью, лишь несколько, оно может само ограничить их круг, проведя аукцион или конкурс между ними.

Защита предпринимательства также выражается в **сохранении коммерческой тайны.** Согласно ст. 21 Закона о защите и поддержке частного предпринимательства под коммерческой тайной понимаются не являющиеся государственными секретами сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением финансами и другой деятельностью хозяйствующего субъекта, разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб его интересам. Если у тех или иных людей, работающих в государственных контролирующих органах, судах и т. д., есть доступ к такой информации, они обязаны не разглашать её. Ответственность за разглашение коммерческой тайны предусмотрена ст. 28 Закона о защите и поддержке частного предпринимательства.

Но закон не допускает злоупотребления коммерческой тайной для недобросовестного нарушения чужих интересов, введения хозяйственных партнёров в заблуждение, уклонения от ответственности и т. п. Поэтому Закон о защите и поддержке частного предпринимательства содержит специальную статью 23 «Сведения, не составляющие коммерческую тайну». Запрещено, в частности, делать секретными итоги годовой предпринимательской деятельности, в том числе сальдо счёта прибылей и убытков, сумму уставного капитала, сводные суммы кредиторской и дебиторской задолженности и т. п.

В РК действует ряд нормативных правовых актов, направленных на развитие предпринимательства. Основным является Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года (№ 375-V Закон РК). Предпринимательский кодекс определяет правовые, экономические и социальные условия и гарантии, обеспечивающие свободу предпринимательства в Республике Казахстан, регулирует общественные отношения, возникающие в связи с взаимодей-

ствием субъектов предпринимательства и государства, в том числе государственным регулированием и поддержкой предпринимательства.

Государство понимает, что предпринимательство очень важно для развития экономики и поэтому оказывает ему всестороннюю поддержку от обучения основам предпринимательства до консультаций по юридическим и другим вопросам ведения бизнеса. **Государственная поддержка частного предпринимательства** осуществляется путём:

- оказания финансовой помощи;
- организации сети центров поддержки малого предпринимательства;
- организации деятельности бизнес-инкубаторов.

Кроме этого, для защиты интересов бизнеса Генеральной прокуратурой Республики Казахстан с Национальной палатой предпринимателей заключён Меморандум о сотрудничестве и подписан совместный план мероприятий.

В частности, планом предусмотрено:

- создание рабочих групп по выработке единого подхода для разрешения системных проблем предпринимателей по их обращениям;
- разработка Карты проблем предпринимателей и др. мероприятия.

Теперь каждый предприниматель вне зависимости от региона ведения бизнеса имеет возможность обратиться с вопросом правового характера посредством видеоконференции к руководителям прокуратур областей и Генеральной прокуратуры Республики Казахстан.

Миссия и история НПП «Атамекен»

Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен» — это некоммерческая организация, созданная для усиления переговорной силы бизнеса с Правительством РК и государственными органами.

С одной стороны, есть государство, задачей которого является развитие экономики страны; с другой стороны, есть бизнес, который нацелен на получение прибыли. Когда бизнесмены идут в акиматы и министерства, чтобы получить помощь или консультацию по тому или иному вопросу, они вряд ли найдут там единомышленников, так как государственные органы занимаются более глобальными вопросами экономики и не могут решать частные проблемы отдельных предпринимателей. Именно поэтому возникла необходимость создания органа, который, с одной стороны, поддерживал бы предпринимателей и решал их индивидуальные проблемы, а, с другой стороны, понимал и учитывал при этом интересы государства. Таким органом и стала НПП «Атамекен».

Палата предпринимателей представляет интересы малого, среднего и крупного бизнеса, охватывая своей деятельностью все сферы предпринимательства, включая внутреннюю и внешнюю торговлю. Главная задача «Атамекена» — за-

щита прав и интересов бизнеса и обеспечение широкого охвата и вовлечённости всех предпринимателей в процесс формирования законодательных и иных нормативных правил работы бизнеса.

Основные функции:

- представительство и защита прав и законных интересов предпринимателей;
- проведение общественного мониторинга предпринимательской активности, условий предпринимательской деятельности в регионах;
- участие в государственных программах поддержки и развития предпринимательства;
- поддержка отечественного производства и повышение доли местного содержания в закупках организаций;
- подготовка, переподготовка, повышение квалификации, сертификация и аттестация кадров, развитие технического и профессионального образования;
- стимулирование внешнеэкономической деятельности субъектов предпринимательства;
- привлечение инвестиций и диверсификация экономики.

Более того, Нацпалата выступает за активное вовлечение казахстанского бизнеса в реализацию государственных программ. Защищает интересы деловых кругов в органах государственной власти и местного самоуправления, расширяет и укрепляет связи с бизнес-сообществом зарубежных стран, а также выступает в поддержку казахстанского бизнеса в рамках интеграционных процессов.

История Палаты

Национальная палата предпринимателей РК создана 9 сентября 2013 года совместным решением Правительства РК и Национальной экономической палаты Казахстана «Союз «Атамекен». При создании Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен» за основу бралась континентальная модель организации бизнес-сообществ. На всеобщем членстве предпринимателей основана континентальная (европейская) модель палаты. Эта модель была разработана во Франции и Германии и на сегодня успешно применяется во многих европейских странах. Сегодня 15,5 миллионов из 19 миллионов предприятий Европейского Союза работают в бизнес-среде всеобщего членства.

В структуре «Атамекена» созданы представительные и исполнительные органы: Съезд, Президиум, Правление, Ревизионная комиссия, региональные палаты и советы предпринимателей.

Членами Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен» являются:

- коммерческие юридические лица (хозяйственные товарищества, акционерные общества, производственные кооперативы), зарегистрированные в Казахстане;
- индивидуальные предприниматели;
- крестьянские (фермерские) хозяйства.

Членство в Национальной палате предпринимателей РК «Атамекен» не распространяется на:

- филиалы и представительства иностранных организаций;
- субъекты предпринимательства, осуществляющие аудиторскую и оценочную деятельность;
- государственные предприятия;
- некоммерческие юридические лица.

8 октября 2013 года в 14 областных центрах страны и городах Астана, Алматы были созданы региональные палаты предпринимателей (РПП).

РПП содействуют развитию предпринимательства в конкретном регионе страны, лоббируют интересы региональных предпринимателей при принятии различных государственных законов, помогают налаживать связь между бизнесменами региона и региональной властью.

РПП представляют интересы предпринимателей по всему Казахстану. Своя РПП есть в каждой области — в районных центрах и крупных городах. Это позволяет НПП «Атамекен» тесно сотрудничать с предпринимателями в каждом регионе.

Инициатива введения в школьную программу предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» также принадлежала НПП «Атамекен». Есть у НПП и другие инициативы, направленные на развитие предпринимательского образования в нашей стране, например, современная платформа для обучения предпринимательству Atameken Academy. На платформе представлены короткие видеолекции с действующими предпринимателями в качестве спикеров. В каждом курсе вы сможете найти видеоуроки и сопроводительные статьи с интересными фактами из сферы бизнеса и предпринимательства, т. е. всё, что поможет вам лучше усвоить тему урока. Если вы заинтересуетесь какой-то определённой тематикой, вы можете зайти в раздел «Дополнительные материалы» и найти для себя много полезного и интересного. За каждое действие на сайте вам присваиваются баллы, из которых формируется рейтинг всех пользователей. Также среди пользователей проводятся конкурсы с денежными призами и не только.

В «Атамекене» также действует Совет по защите прав предпринимателей и противодействию коррупции, куда входят депутаты, представители Генеральной прокуратуры и Агентства по делам госслужбы и противодействию коррупции, юристы-практики, общественные деятели, а также представители СМИ.

При Национальной палате предпринимателей РК «Атамекен» создан Совет деловых женщин. Основной идеей создания Совета является усиление активизации женщин регионов в деловой среде.

Задание 2

Найдите в Интернете контакты РПП вашего села или города. В рамках данного курса мы не можем раскрыть все вопросы, касающиеся предпринимательской деятельности, так как они могут различаться в зависимости от того, в каком регионе страны вы живёте. Представители РПП понимают все региональные особенности и специфику ведения бизнеса в каждом регионе.

Подготовьте список вопросов, которые бы вы в первую очередь задали руководителю вашего локального подразделения «Атамекена». Вопросы должны отличаться актуальностью, злободневностью, преследовать ваш личный интерес и касаться региона, в котором вы живёте. Обратитесь в местное подразделение «Атамекена», обобщив вопросы всего класса в одном документе: по электронной почте, через веб-сайт, форум, соцсети или лично задайте их в локальном представительстве «Атамекена» (выберите трёх человек, которые будут говорить от имени вашего класса).

Подготовьте презентацию, иллюстрирующую ваши вопросы, полученные ответы и выводы, которые вам удалось сделать.

© ркеатамекен.kz

Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей.
- Различать организации защиты прав предпринимателей.
- Описывать институты поддержки бизнеса и предпринимательства.
- Понимать виды государственной поддержки МСБ.
- Применять навыки защиты прав предпринимательской деятельности через учебно-игровые ситуации.

На прошлом уроке мы разобрали организации и способы защиты прав предпринимателей. Вы также нашли контакты РПП «Атамекен», куда вы можете обращаться по любым возникшим вопросам. На этом уроке мы посмотрим, какие организации и каким образом оказывают поддержку предпринимателям в нашей стране.

Структуры поддержки предпринимательства

Инфраструктура поддержки предпринимательства представляет собой комплекс организаций, обеспечивающих благоприятные условия создания, функционирования и развития частной предпринимательской деятельности.

В Республике Казахстан к подобным организациям можно отнести:

- государственные и созданные по инициативе государства организации;
- неправительственные организации;
- коммерческие организации.

В зависимости от функциональной направленности структура институтов инфраструктуры определяется следующим образом:

- государственная поддержка и содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса;
- финансовая поддержка;
- информационно-аналитическая поддержка;
- поддержка в области образования и повышения квалификации кадров;
- материально-техническая поддержка.

Задание 1

Объясните, почему для государства важно развитие предпринимательства. Почему бы государству вообще не вмешиваться в дела предпринимательства и пустить всё на «самотёк»? Аргументируйте ваши доводы.

Государственные органы и организации

Высший государственный орган, реализующий политику и ответственный за развитие частного предпринимательства — Министерство национальной экономики Республики Казахстан (МНЭ). Министерство относится к центральным исполнительным органам и подотчётно Правительству и Президенту страны.

Организационно в структуру МНЭ входит Департамент развития предпринимательства, осуществляющий функции по формированию государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития и поддержки предпринимательства.

Следующим уровнем государственной структуры поддержки предпринимательства в Республике являются местные исполнительные органы в лице аппаратов акимов областей и городов Алматы, Шымкента и Астаны. Для реализации государственной политики в области развития и поддержки предпринимательства при акиматах созданы департаменты (управления) предпринимательства и промышленности, в состав которых входят отделы предпринимательства.

Окончательным звеном в цепочке по реализации государственной политики в области предпринимательства являются территориальные исполнительные органы, представленные аппаратами акимов городов и районов Республики, в составе которых проблемами предпринимательства обязаны заниматься отделы экономики и бюджетного планирования или отделы экономики и финансов. На территориальные исполнительные органы возлагаются функции по непосредственной реализации принятой государственной политики и осуществлению мероприятий и программ, запланированных и финансируемых из местных бюджетов.

В целях создания благоприятных условий для реализации инициатив предпринимательской среды и реализации поставленных Президентом задач при аппаратах акимов были созданы комиссии по делам предпринимательства, в функции которых вошло:

- изучение проблем, препятствующих развитию малого и среднего бизнеса;
- разработка предложений и рекомендаций для местных и территориальных органов исполнительной власти.

Выход на комиссию по делам предпринимательства каждый предприниматель может получить, обратившись в любое общественное объединение или объединение юридических лиц в своей области. Как правило, несколько областных ассоциаций или объединений имеют места в комиссии.

Для организации подобной «обратной связи» с предпринимателями на уровне центральных исполнительных органов создан Совет предпринимателей при Президенте Республики Казахстан. Основными задачами Совета являются:

- выработка предложений, направленных на поддержку и развитие предпринимательства;
- создание условий, стимулирующих развитие рыночной экономики;
- консолидация деловых кругов, предпринимательских ассоциаций и союзов, действующих в Республике Казахстан;
- подготовка рекомендаций для решения важных государственных проблем в области предпринимательства.

Государство также предоставляет предпринимателям финансовую, информационно-аналитическую и материально-техническую поддержку с помощью различных государственных программ и специально созданных с участием государственного капитала организаций.

Каждое из указанных ниже АО специализируется на оказании поддержки в каком-то одном, достаточно узком, направлении. Так, если вы занимаетесь новыми технологиями, вам нужно будет обратиться за помощью в АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий»; если экспортными операциями (вывозом казахстанской продукции на иностранные рынки) — в АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «Kaznex», и т. д.

К организациям, выполняющим перечисленные функции, относятся следующие государственные компании:

- **АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий».** Основная цель Центра состоит в повышении конкурентоспособности отраслей реального сектора экономики Казахстана путём организации трансферта новых технологий, а также активизации инновационной деятельности в Республике;
- **АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «Kaznex»** оказывает информационно-аналитическую поддержку Правительству в области формирования государственной политики, в том числе и по развитию предпринимательства;
- **АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»** — содействие качественному развитию малого и среднего бизнеса, а также микрофинансовых организаций Казахстана в роли интегратора и оператора предоставления финансовых, консалтинговых услуг. Реализует Государственную программу поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025»;
- **АО «QazTech Ventures»** — содействие развитию технологического предпринимательства через инструменты венчурного финансирования, бизнес-инкубирования и технологического консалтинга;
- **АО «Инвестиционный фонд Казахстана»** — финансовая поддержка путём инвестирования в уставный капитал предприятий, производящих углубленную переработку сырья и материалов с использованием современных и передовых технологий;
- **АО «Банк Развития Казахстана»** — финансовая поддержка;

- **АО «Национальный управляющий холдинг «КазАгро»** — поддержание государственных запасов зерна, предоставление займов, инвестирование в финансовую аренду сельскохозяйственного сектора. Дочерними обществами холдинга являются: АО «Аграрная кредитная корпорация», АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства», АО «КазАгрофинанс», АО «Продовольственная контрактная корпорация»;
- **АО «Аграрная кредитная корпорация»** — это крупная финансовая организация, осуществляющая деятельность в сфере развития АПК, реализующая программы кредитования по приоритетным направлениям развития сельскохозяйственного производства, определённым в рамках Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы;
- **АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства»** — осуществляет кредитование сельского хозяйства, а также реализует программы кредитования по приоритетным направлениям «Программы развития продуктивной занятости массового предпринимательства на 2017-2021 годы»;
- **АО «Национальная компания «Продовольственная контрактная корпорация» (Продкорпорация)** — осуществляет возложенные на неё государством задачи на зерновом рынке;
- **АО «КазАгроФинанс»** является лидером на казахстанском рынке лизинговых услуг с долей более 70% и уникальной компанией, эффективно совмещающей кредитную и лизинговую детальность в аграрном секторе.

Задание 2

Представьте, что вы стали главой государства и озадачились вопросом развития и поддержки предпринимательства. Перед вами стоят две задачи:

1) определить, какие проблемы препятствуют развитию малого и среднего бизнеса;

2) определить, какие проекты можно осуществить для развития малого и среднего бизнеса.

Какие бы вы приняли три первых указа по задаче 1 и задаче 2? Аргументируйте ваш ответ.

Кроме указанных выше институтов развития в настоящее время в Казахстане получило широкое распространение движение по созданию и развитию технопарков, бизнес-инкубаторов и промышленных зон. Все указанные структуры призваны эффективно решать точечные проблемы. Например, СЭЗ «Национальный индустриальный нефтехимический технопарк» занимается развитием химического производства, СЭЗ «Сарыарка» — развитием металлургии и т. д.

Технопарки

***Технопарки** — это структуры, создаваемые в основном на базе высших учебных заведений или на базе научно-исследовательских институтов с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий.*

Целью создания технопарков является организация субъектов инновационной деятельности, обеспечивающих эффективное использование результатов научных исследований и разработок.

Среди поставленных государством перед технопарками задач:

- внедрение в производство передовых достижений отечественного и мирового научно-технического прогресса;
- инвестирование научно-технических исследований и инновационных производств;
- оказание материально-технической помощи в создании и развитии инновационного предпринимательства.

Среди казахстанских технопарков можно отметить следующие: технопарк «Сары-Арка» (г. Караганды), технопарк «Алгоритм» (г. Уральск), технопарк «Алтай» (г. Усть-Каменогорск), Региональный технопарк в Южно-Казахстанской области (г. Шымкент), Технопарк КазНТУ им. К. И. Сатпаева (г. Алматы), Региональный технопарк города Астаны (г. Астана), технопарк «Алатау» (г. Алматы).

Бизнес-инкубаторы

***Бизнес-инкубаторы** — это программы помощи бизнесу, которые обеспечивают предпринимателей необходимыми консультациями и поддержкой.*

Обычно бизнес-инкубаторы располагаются в специальных помещениях, где размещается несколько начинающих фирм. Они не только совместно используют помещение и оборудование, но и в равной степени имеют доступ ко всем услугам, оказываемым бизнес-инкубатором, включая консультации по различным направлениям бизнеса. Стоимость некоторых видов услуг может быть включена в стоимость аренды, другие виды предоставляемых услуг имеют достаточно низкие расценки.

Цель, преследуемая созданием бизнес-инкубаторов — создание благоприятных условий для начинающих предпринимателей, где вновь создаваемые предприятия набираются опыта и получают помощь для дальнейшего роста, укрепления своих позиций на рынке. После достижения определённого уровня развития, обычно после третьего года, фирма покидает бизнес-инкубатор и начинает самостоятельное существование, но уже имея значительный опыт и потенциал, которые позволяют ей не только избежать банкротства, очень частого на первых этапах, но и расти дальше. А на освободившееся место приходят новые фирмы, начинающие бизнес с нуля.

Промышленные зоны

***Промышленная зона** представляет собой объект, в котором множество малых обособленных предприятий размещено и функционирует на единой производственной территории.*

Основная цель промышленных зон — это активизация развития малого предпринимательства и отечественного товаропроизводителя, поддержка и оказание помощи предпринимателям, особенно на начальном этапе их деятельности.

На территории промышленной зоны размещаются обособленные малые предприятия, каждое из которых занимает отдельное помещение и организует в нём своё производство. Единственным условием для размещения множества различных малых предприятий в одну промышленную зону является их отраслевая и технологическая совместимость. Нормальное функционирование всего комплекса промышленной зоны обеспечивается специальным органом — управляющей компанией, которая помимо сдачи в аренду помещений может предоставлять и другие услуги, связанные с администрированием и ведением бизнеса.

В Казахстане действуют 12 специальных экономических зон (СЭЗ):

- **СЭЗ «Астана — новый город»** (ускоренное строительство нового административно-делового центра столицы; открытие новых производств в Индустриальном парке);
- **СЭЗ «Сарыарка»** (развитие металлургической промышленности и отрасли металлообработки, в частности производства готовых изделий путём привлечения производителей мировых торговых марок);
- **СЭЗ «Национальный индустриальный нефтехимический технопарк»** (разработка и реализация прорывных инвестиционных проектов по созданию и развитию нефтехимических производств мирового уровня по глубокой переработке углеводородного сырья и выпуску широкой конкурентоспособной нефтехимической промышленности с высокой добавленной стоимостью);
- **СЭЗ «Морпорт Актау»** (создание благоприятного инвестиционного климата и привлечение отечественных и зарубежных инвестиций для реализации инвестиционных проектов с экспортной ориентацией; ускоренное развитие современных производств и инновационных технологий в отрасли экономики региона для импортозамещения; создание новых рабочих мест и повышение уровня квалификации местных кадров);
- **СЭЗ «Оңтүстік»** (развитие предприятий хлопкоперерабатывающего производства, текстильной и швейной промышленности Республики Казахстан; привлечение производителей мировых торговых марок для производства текстильной продукции; создание высокотехнологичных производств, улучшение качества и расширение ассортимента производимой текстильной продукции);

- **СЭЗ «Химический парк Тараз»** (создание благоприятного инвестиционного климата, привлечение отечественных и зарубежных инвестиций для реализации инвестиционных проектов с экспортной ориентацией; ускоренное развитие современных производств и инновационных технологий в отрасли экономики региона для импортозамещения; создание новых рабочих мест и повышение уровня квалификации местных кадров);
- **СЭЗ «Хоргос — Восточные ворота»** (стратегический объект для создания логистического хаба, соединяющего Китай, Центральную Азию и Средний Восток);
- **СЭЗ «Парк инновационных технологий»** (технологическое развитие информационных технологий, технологий в сфере телекоммуникаций и связи, электроники и приборостроения, возобновляемых источников энергии, ресурсосбережения и эффективного природопользования; технологии в сфере создания и применения материалов различного назначения, технологии в сфере добычи, транспортировки и переработки нефти и газа, создание высокоэффективных, в том числе высокотехнологичных и конкурентоспособных, производств, освоение выпуска новых видов продукции, привлечение инвестиций);
- **СЭЗ «Павлодар»** (технологическое развитие информационных технологий, технологий в сфере развития химической, нефтехимической отраслей, в частности производства экспортоориентированной продукции с высокой добавленной стоимостью с применением современных технологий);
- **СЭЗ «Астана — Технополис»** (инновационное развитие города Астаны путём привлечения инвестиций и использования имеющихся и привлечённых передовых технологий, ноу-хау, создание современной инфраструктуры);
- **СЭЗ «Turkistan»** (ускоренное развитие города Туркестан; повышение туристского потенциала города Туркестана и дальнейшего становления как духовной столицы тюркского мира и развитие высокоэффективной, конкурентоспособной туристской инфраструктуры, способной обеспечить и удовлетворить потребности прибывающих казахстанских и зарубежных туристов; создание единой информационной базы для обслуживания туристов);
- **СЭЗ «МЦПС «Хоргос»** (развитие приграничного торгово-экономического сотрудничества; развитие экспортоориентированных отраслей; активизация предпринимательской и инвестиционной среды; развитие транспортной инфраструктуры, туризма и культурного взаимодействия).

Задание 3

Поищите в Интернете названия и контакты бизнес-акселераторов и инкубаторов в вашем городе или регионе. Чем они могут быть вам полезны? Узнайте, как вы можете туда попасть с вашим проектом.

Урок 63. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая)

- Различать экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды ответственности предпринимателя.

Мы поговорили с вами о защите прав предпринимателей. На следующих двух уроках мы разберём, какая ответственность существует у предпринимателей.

Задание 1

Прежде чем мы начнём разбирать, какие типы ответственности предпринимателя существуют, подумайте и назовите, перед кем и за что могут быть ответственны предприниматели.

Перед кем ответственны предприниматели

Ответственность — это обязанность исполнять договорённости и соблюдать права всех, с кем взаимодействует бизнес — других компаний, клиентов, работников своей компании, государства и общества в целом.

Предприниматели должны ответственно подходить к выполнению своих различных обязательств перед:

1. другими компаниями[1]. Если бизнесмен заключает договор и обязуется поставить товар в указанный срок, он должен выполнить все условия: товар должен быть именно такого качества, количества, и другая сторона должна получить его именно тогда, когда нужно. Он не должен раскрывать конфиденциальную информацию другой компании третьим лицам и т. д. Обобщая, можно сказать, что предприниматель должен соблюдать все договорённости с другими компаниями, которые обычно излагаются в договорах. В этом случае все участники договора могут заниматься своей деятельностью без риска получить не тот товар, не в тот срок (что скажется на клиентах, которые не смогут выку-

1 Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК.

пить тот товар, который им нужен в определённое время), не на тех условиях и т. д. Это поможет всем компаниям на рынке работать максимально эффективно и выстраивать свою деятельность без риска понести убытки, вызванные неисполнением своих обязательств другими сторонами.

Например, вы продаёте одежду. И ваш партнёр — владелец швейной фабрики — обещал вам сшить определённую коллекцию одежды к какому-то сроку. Вы выкупили место на выставке, которая должна была проходить в это время. Но партнёр не выполнил своих обязательств и не сшил одежду к этому сроку. Вы понесёте убытки: вы уже заплатили за место, наняли продавца, кроме того, вы потеряете прибыль, которую получили бы, продав вашу продукцию. Если компании соблюдают ответственность перед друг другом, вести бизнес всем становится гораздо легче, эффективнее и прибыльнее.

2. потребителями. Платя за товары и услуги, потребители должны получать качественные продукты и сервисы. И ответственность предпринимателя — убедиться в этом. Поэтому он не должен использовать некачественные материалы, должен следить за сроком годности продуктов, за качеством работы своих служащих, чтобы любое взаимодействие с компанией — начиная от телефонного звонка, заканчивая гарантийным обслуживанием после продажи, приносило положительные эмоции клиентам. Все мы выступаем в роли потребителей различных благ и услуг. Согласитесь, что купить новый продукт и обнаружить, что он неисправен или плохо собран — не очень приятно. Также неприятно позвонить в компанию и получить грубый ответ от менеджера или прийти в фирму, где вы купили бракованный товар, чтобы его вернуть и поменять на другой, и получить отказ. С такими фирмами рано или поздно клиенты перестанут взаимодействовать. Поэтому соблюдение обязательств бизнеса перед клиентами — взаимовыгодный процесс для обоих. Чем лучше исполняет предприниматель свои обязанности, тем лучше становится бизнес во всей стране (ведь конкурентам приходится ориентироваться на лучшие бизнесы в отрасли, чтобы не потерять своих клиентов), и тем более удовлетворены потребители.

3. своими работниками[1]. Любой бизнес развалится, если никто не захочет на него работать. Чем более работники счастливы и горды работать на тот или иной бизнес, тем лучше становится его продукция, бизнес-процессы, тем старательнее и аккуратнее работает персонал, и тем меньше несёт убытков предприниматель. Поэтому в его интересах соблюдать свои обязанности перед работниками: вовремя платить честную зарплату, оформлять все необходимые отчисления (пенсионные, медицинские и т. д.), предоставлять отпуск, больничный, обеспечивать достойные условия труда (в чистом большом помещении с чистым воздухом и т. д.).

---

1 Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V ЗРК; Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-XIII.

4. государством. Налоги, которые платят бизнесмены, составляют основную часть государственного бюджета. Именно на эти деньги потом строятся дороги, школы, больницы, выплачиваются зарплаты учителям и врачам, развиваются наука и технологии. Чем добросовестнее предприниматели исполняют свои обязанности перед государством, тем лучшие условия жизни для всех людей в нём становятся. Ведь предприниматели, как и все остальные граждане страны, пользуются всеми благами, которые предоставляет государство: живут в чистых городах, засаженных парками, ездят по отремонтированным дорогам, отправляют своих детей в школы, оснащённые компьютерами, и т. д.

5. обществом[1]. Заводы, чтобы они могли работать, жгут достаточно много топлива, которое загрязняет воздух, которым дышат потом все жители этой местности. Поэтому владелец такого завода должен не только платить соответствующие налоги, но и придумывать и внедрять такие способы производства, которые наносят меньший вред окружающей среде — например, частично использовать солнечные батареи, не просто выкидывать мусор, а перерабатывать его и т. д. Если компания работает в каком-то регионе, то жители этого региона становятся основной рабочей силой компании. Поэтому компании выгодно, чтобы условия их жизни становились лучше — в итоге они будут лучше работать. Именно поэтому крупные компании строят в местах своей деятельности детские сады или школы, которые напрямую и не соотносятся с деятельностью таких компаний, но улучшают жизнь их работников, что приводит к выгоде компании в перспективе.

Примером такой ответственности может быть проект «Дом мамы». По инициативе Айдына Рахимбаева (главы холдинга BI Group) была создана сеть кризисных центров для женщин, находящихся на поздних сроках беременности и с новорожденными детьми, которые оказались в сложной жизненной ситуации. В «Домах мамы» у женщин, первоначально решивших отказаться от своего ребёнка и совершить тем самым огромную ошибку в жизни, есть время и возможность всё взвесить и обдумать, прочувствовать счастье материнства в атмосфере понимания. Идея социального проекта «Дом мамы» вызвала широкий общественный резонанс и к ней присоединились многие казахстанские бизнесмены. Они стали меценатами проекта.

Также работники холдинга BI Group открыли благотворительный корпоративный фонд «BI-Жулдызай» — реабилитационные центры, которые оказывают нужную медико-социальную помощь детям с особыми потребностями. Около 4000 работников холдинга выступают благотворителями данного проекта.

Но ответственность бизнеса перед обществом может проявляться не только через создание общественных фондов или перечисление средств на строительство, ремонт или открытие каких-либо объектов. Даже самые маленькие компании могут продемонстрировать свою ответственность перед

1 Экологический кодекс Республики Казахстан от 9 января 2007 года № 212.

обществом и внести вклад в его развитие. Они могут предоставлять скидки особой группе потребителей (пенсионерам, многодетным семьям и т. д.), могут проводить для них бесплатные консультации, просто раз в год отдавать часть своей продукции бесплатно для детских домов или малоимущих семей, брать на работу инвалидов.

Очень важно — не скрывать подобные действия, а смело рассказывать о них в соцсетях и на корпоративных сайтах компаний. Во-первых, потребители, узнав, что часть прибыли компании уходит на добрые дела, будут с большей готовностью покупать продукцию именно этой компании, а не конкурентов. Повысится имидж компании в обществе. А, во-вторых, другие компании будут следовать её примеру. Таким образом, со временем в Казахстане сформируется социально ответственный бизнес и общество, признающее заслуги бизнесменов.

Даже если у бизнеса нет времени открывать фонды или искать группы населения, нуждающиеся в помощи, они могут обратиться к сайтам, консолидирующим информацию о тех, кому можно помочь. Сайт ОО «Менің Атамекенім» (Atamekenim.kz) публикует заявки людей, нуждающихся в помощи, с подробным описанием ситуации и фотографиями. Предприниматели могут сами выбрать, кому они хотят помочь и какую сумму готовы на это выделить. В результате на сайте публикуется информация о компаниях, оказавших помощь, затем эта информация появляется и на других информационных ресурсах и в социальных сетях Казнета. Так, компания «Iron Plast Group» в рамках проекта «Менің Атамекенім» подарила 4-комнатный дом многодетной матери-одиночке с шестью детьми. Многие бизнесмены оказали помощь мелким компаниям, пострадавшим вследствие чрезвычайной ситуации, произошедшей в г. Арыс Туркестанской области 24 июня 2019 года.

Задание 2

Разбейтесь на команды по 5 человек в каждой. Каждая команда должна придумать как минимум 10 вариантов того, как выбранный ими бизнес может помочь обществу, в котором живёт.

Способы контроля ответственности предпринимателями

Иногда всё же предприниматели не исполняют свои обязанности. Чтобы следить за этим и устранять последствия, вызванные неисполнением таких обязательств, существуют различные способы контроля, предусмотренные законом[1].

1 Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V ЗРК.

Неустойка (штраф, пеня) — это определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения своих обязательств. В результате ему придётся возместить убытки, заплатив штраф.

Убытки — это те расходы, которые понесёт ваш партнёр, если вы нарушите договор, а также те доходы, которые ваш партнёр мог бы получить, но не получит из-за нарушения договора.

Залог — это один из способов обеспечения исполнения обязательств. Чтобы быть уверенным, что они не понесут убытки в случае неисполнения вами обязательств, партнёр, банк или государство могут потребовать у вас внести залог, который покроет убытки, если они возникнут. Например, вы берёте кредит в банке на строительство небольшого завода. А вдруг вы разоритесь? Тогда банк потеряет все свои средства, которые он вам предоставил. Чтобы обезопасить себя, банк берёт в залог вашу квартиру — если вы не вернёте деньги, взятые в кредит, к определённому сроку, ваша собственность перейдёт во владение банка, и так он покроет свои убытки.

Поручительство — способ обеспечения исполнения обязательства, в соответствии с которым поручитель (третье лицо) обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение перед ним его обязательства полностью или в части. Например, вы также хотите построить новый завод, но банк сомневается в том, что вы вернёте деньги. Тогда вашим поручителем может выступить ваш партнёр — другая фирма с положительной кредитной историей (которая уже брала кредит и возвращала его в срок, следовательно, банк ей доверяет). Такой поручитель обязуется выполнить ваши обязательства за вас, если вы с ними не справитесь самостоятельно.



Банковская гарантия — письменное обязательство, в силу которого банк, иная кредитная или страховая организация (гарант) должны уплатить кредитору принципала (бенифициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по предоставлении бенефициаром письменного требования об её уплате. Например, вы хотите купить товар, но у вас не хватает на это денег. Банк может выступить гарантом и пообещать партнёру, что он уплатит ваши долги, если вы не сможете сделать это сами после реализации купленного в кредит товара. При

этом вы должны будете выплатить банку вознаграждение за то, что он выступает вашим гарантом.

Задатком признаётся денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счёт причитающихся с неё по договору платежей другой стороне в доказательство заключения договора и в обеспечение его исполнения. Например, вы отдали документы на перевод в переводческое агентство. Вы хотите быть уверенными, что, заплатив за услуги, вы получите свой перевод в оговорённый срок. Но и агентство хочет быть уверенным, что получит деньги за перевод, который сделает. Поэтому вы оплачиваете агентству не всю стоимость перевода, а только часть — оставляете задаток. Так агентство будет уверено, что вы не уйдёте к конкурентам и оплатите всю работу, когда она будет сделана, а вы можете быть уверены в том, что она действительно будет сделана, так как агентство захочет получить оставшуюся сумму.

С правовыми нормами, ограничивающими ответственность предпринимателей Республики Казахстан, можно познакомиться в Гражданском кодексе РК, Предпринимательском кодексе РК, Налоговом кодексе РК, Кодексе РК об административных правонарушениях, Уголовном кодексе РК. Со всеми указанными документами вы можете ознакомиться на веб-сайте Online.zakon.kz.

Стадии развития бизнеса[1]

На протяжении истории бизнес проходил разные варианты своего развития. Пропустив первые четыре стадии, с которыми вы можете познакомиться в книге ***Фредерика Лалу «Открывая организации будущего»***, посмотрим на то, как бизнес развивается последние несколько веков.

Конкурентная, или «оранжевая» стадия. «Оранжевые организации» зародились в эпоху Возрождения, стали набирать силу два века назад, а после Второй мировой войны доминировали в западном мире. С их точки зрения, все люди имеют право добиваться того, чего хотят: парень из бедной семьи может стать руководителем крупной компании, если он захочет и окажется лучшим. Целью «оранжевых» компаний является прибыль, а их структура иерархична: руководство принимает решения, а работники их исполняют. Жизнь внутри компаний регулируется сводом правил. Предпочтение в таких компаниях отдаётся наиболее ответственным и упорным сотрудникам, которые двигаются вверх по карьерной лестнице. Успех измеряется финансовым благополучием. Большинство крупных международных компаний до сих пор устроены по «оранжевому» принципу.

Плюралистическая, или «зелёная» стадия. «Зелёные организации» появились, когда люди начали бороться с неравенством и строить коммуны на рубеже XIX и XX веков. В таких организациях бережно относятся к чувствам

1 Лалу Ф. Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 610 с.

и точкам зрения разных людей, стараются решать все вопросы на принципах справедливости и равенства, искать компромиссы. Вместо результата на первый план выдвигаются человеческие отношения, а вместо финансовой выгоды — польза для общества. Со временем стало очевидно, что в чистом виде такие организации обречены на провал, так как они не выдержали конкурентной борьбы с «оранжевыми» структурами. В результате возникли «бирюзовые (изумрудные) организации».

«Бирюзовые (изумрудные) организации» взяли лучшее от «оранжевых» и «зелёных». Как и «оранжевые» компании, они стараются конкурировать на рынке, но при этом стремятся быть командой, как «зелёные». В таких компаниях действует самоуправление: то есть управляющий компанией не просто даёт указания работникам, а даёт им свободу выбора и принятия решений, помогает им советом, а не приказывает. Вместо жёстких рамок используются совместные обсуждения проблем и планов, где каждый работник компании имеет право голоса.

На первом этапе, когда компания только организовалась, она думает о том, как помочь самой себе. Но по мере её роста растёт и её ответственность перед другими сторонами ведения бизнеса. Когда вы станете самостоятельными бизнесменами, вы сможете сами выбрать, какую компанию организовать. Очевидно одно — чем более ответственно относится бизнес к своим обязательствам перед партнёрами, клиентами, работниками, государством и обществом, тем более успешным он является. Компании будущего основаны на принципах сотрудничества и эмпатии (сопереживания другим), которые, в конечном счёте, приводят к тому, что бизнес становится более выгодным (ведь всем участникам процесса гораздо приятнее и поэтому предпочтительнее вести дела на принципах честности и равенства), а общество — более развитым.

Задание 3

Разбейтесь на пять групп. Каждая группа должна описать, привести примеры и пользу ответственности бизнеса:

1 группа — перед партнёрами;
2 группа — перед потребителями;
3 группа — перед работниками;
4 группа — перед государством;
5 группа — перед обществом.

Урок 64. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая)

- Различать экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды ответственности предпринимателя.

На прошлом уроке мы уже упоминали об ответственности бизнеса перед обществом. На сегодняшнем уроке мы остановимся на этом подробнее и обсудим эту тему через призму корпоративной социальной ответственности (КСО). Хотя в основном КСО относится к большим компаниям, её философию и методы должна использовать любая мелкая и средняя компания, которая стремится к успеху и созданию положительного образа среди жителей страны.

Социальная ответственность бизнеса

Сегодня вопросы корпоративной социальной ответственности (КСО) активно обсуждаются в средствах массовой информации, им посвящаются научные статьи и исследования. Что же относится к КСО? Принято считать, что КСО — это действия компании, направленные на её сотрудников, органы власти, окружающую среду и общество в целом. Принимая решения, компании не должны руководствоваться исключительно чувством собственной выгоды, а обязаны учитывать возможные последствия своих действий для благосостояния всех заинтересованных сторон.

Американский учёный ***Арчи Кэрролл*** считает, что КСО состоит из четырёх компонентов: экономической, правовой, этической и филантропической ответственности. Вместе они формируют «пирамиду КСО».

Экономическая ответственность находится в основании пирамиды. То есть, принимая решение открыть бизнес, предприниматель должен убедиться в способности компании зарабатывать достаточную прибыль, создавать новые рабочие места и производить товары и услуги, востребованные обществом. Если предприятие не получает прибыль, оно не сможет исполнять свои обяза-

тельства. При этом прибыль должна зарабатываться в рамках закона. То есть, предприниматель должен следовать ***правовым*** нормам государства, и это также является его ответственностью, которая составляет второй уровень структуры пирамиды.

Этическая ответственность (третий уровень пирамиды) — это моральное поведение по отношению ко всем заинтересованным сторонам — работникам, партнёрам, потребителям, государству и обществу. Не все этические принципы закреплены законодательно. Однако многие компании создают собственные, устные или письменные, этические кодексы, чтобы работники могли им следовать в случае возникновения разногласий.

И, наконец, ***филантропическая ответственность*** (вершина пирамиды) — это добровольные действия компании с целью помочь обществу, в котором она работает: благотворительность, пожертвования, спонсорская помощь, безвозмездное финансирование социальных проектов.

Согласно ***Закону РК «О частном предпринимательстве»,*** социальная ответственность бизнеса — добровольный вклад субъектов частного предпринимательства в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах. Государственный стандарт Республики Казахстан «СТРК ИСО 26000-2011» трактует КСО как ответственность организации за воздействие своих решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое: 1) способствует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; 2) учитывает ожидания заинтересованных сторон; 3) соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; 4) интегрировано в деятельность всей организации и применяется в её взаимоотношениях.

Стандарт ИСО 2600 рекомендует рассматривать 7 основных вопросов КСО: 1) корпоративное управление (или управление организацией); 2) соблюдение прав человека; 3) трудовые практики; 4) охрана окружающей среды; 5) добросовестные деловые практики; 6) интересы потребителей; 7) участие в жизни сообществ и их развитие.

Компании могут самостоятельно выбрать, каким практикам КСО они хотят следовать. Главное — понимать, что КСО — это взаимовыгодный процесс, как для общества, так и для компаний. Например, для крупной промышленной компании приоритетами в области КСО могут стать поддержка окружающей среды и развитие сообществ, а для компаний среднего уровня — это ответственные отношения с клиентами и поставщиками. К примеру, ИТ-компания принимает решение поддерживать проекты в области компьютерной грамотности в учебных заведениях различного уровня или же инициировать различные программы и стипендии в ИТ-сфере. Что бы компания ни выбрала, её авторитет среди потребителей, партнёров и конкурентов будет расти, что, конечно, выгодно для неё.

При выборе того или иного инструмента КСО нужно понимать, какого эффекта хочет достичь компания, действительно ли это нужно, как изменится её собственное положение дел после внедрения КСО, как она сможет отследить результаты своей КСО-деятельности.

Сегодня всё больше компаний публикуют отчёты о своей деятельности в сфере КСО. Например, такие отчёты доступны на сайтах многих банков, телекоммуникационных компаний, нефтяных, горнодобывающих и металлургических предприятий. Если крупные компании предпочитают прямо рассказывать о КСО, малый и средний бизнес обычно об этом умалчивает. Но чтобы КСО стала стандартом среди компаний любого размера, о ней нужно говорить. Это поможет сформировать определённую бизнес-среду в государстве, создать положительный образ социально ответственных компаний, решить множество социальных проблем с помощью представителей бизнеса.

Задание 1

Приведите примеры реализации КСО в вашем регионе. Возможно, это новые спортивные или детские площадки, облагороженные парки, шефство над больницами или школами и т. д. Подготовьте информацию из открытых источников и сделайте краткий обзор.

Модели КСО

Вспомните методологию Хофстеде, которую мы обсуждали ранее. Очевидно, что в разных культурах существуют разные нормы КСО, обусловленные различными культурными, социальными и историческими факторами. Принято выделять три основные модели КСО: американскую, европейскую и японскую (азиатскую).

Европейская модель подразумевает активную роль государства. То есть, государство взимает с бизнесменов высокие налоги, а затем само их распределяет на различные социальные проекты. Таким образом, предприниматели понимают, что они принимают активное участие в решении социальных проблем, но выбор проблем осуществляется централизованно государством.

Американская модель подразумевает минимальное вмешательство государства. Бизнесмены сами организуют различные фонды, финансируют некоммерческие организации, сами решая, кому и как именно они хотят помочь. Сотрудники компаний часто участвуют как волонтёры в различных социальных проектах компаний.

Японская (азиатская) модель обусловлена тем, что жизнь каждого сотрудника очень тесно связана с жизнью компании. Как правило, устроившись один

раз на работу, человек продолжает работать в этой компании всю жизнь, а её сотрудники становятся его «второй семьёй». Точно так же компании, работающие в определённом регионе и обществе, относятся к своим обязанностям по отношению к этому обществу.

Менее значимые модели — африканская и латиноамериканская. В ***африканской модели*** компании предоставляют помощь определённым регионам или сообществам с учётом мнения членов этих сообществ (то есть, сами сообщества сообщают компаниям, на что нужно потратить их средства, выделенные на социальные проекты). В ***латиноамериканской модели*** КСО поощряется средствами массовой информации, университетами и неправительственными организациями, благодаря чему общество постоянно осведомлено о различных инициативах, осуществляющихся в стране.

Задание 2

Пользуясь теми знаниями, что у вас есть (в том числе о различии культур по методологии Хофстеде), сформулируйте, какая модель КСО подойдёт для Казахстана, учитывая культурные, исторические и социальные особенности нашей страны.

КСО в Казахстане

В середине 1990-х годов, когда на казахстанский рынок пришли иностранные компании, которые стали демонстрировать социальную ответственность, казахстанские бизнесмены также задумались о внедрении практик КСО в своих компаниях. Тем не менее, для большинства бизнесменов и казахстанского общества в целом этот термин до сих пор является новым. Более того, предприниматели не имеют единого представления о том, что же такое КСО.

Согласно результатам опроса, проведённого Центром исследований САНДЖ в 2013 году, только 63 % представителей бизнеса РК осведомлены о КСО, из них крупные компании — на 100 %, а вот малый бизнес — лишь на 47 %. Также не до конца понимают концепцию КСО государственные служащие и активисты из граждан Казахстана. И те, и другие рассматривают социальную ответственность бизнеса исключительно как благотворительность.

Среди казахстанских компаний только 57 % считают, что бизнес должен быть социально ответственным. Более того, большинство респондентов полагают, что КСО — это прерогатива крупного бизнеса, а также компаний, наносящих вред окружающей среде и здоровью населения, например, таких как нефтегазовые и горнодобывающие предприятия. Малый бизнес, в отличие от среднего и крупного, на сегодняшний день не готов активно вовлекаться в КСО.

Задание 3

Перечислите причины, по которым, по вашему мнению, малый бизнес не готов реализовывать КСО.

В Казахстане правительство оказывает существенную поддержку развитию КСО в стране, всячески поддерживая и поощряя данную инициативу. В 2008 году Президент РК учредил специальную премию в области КСО — «Парыз», гран-при этого конкурса присуждается компаниям-лидерам в области внедрения КСО. Также имеется ряд государственных стандартов в целях продвижения корпоративной социальной ответственности среди компаний.

В Послании Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира» отмечалось, что реалии нашего времени требуют консолидации усилий и конструктивного взаимодействия государства и предпринимателей, частного сектора и всего казахстанского общества. Сегодня в предпринимательской среде всё большее значение начинает приобретать фактор ответственности перед обществом. Казахстанская модель КСО ещё не оформилась, но есть четыре конструктивные модели взаимодействия власти и бизнеса. Первая модель, «добровольно-принудительная благотворительность», заключается в следовании бизнеса директивам власти, желающей сохранить существующую социальную инфраструктуру. Например, поддержка убыточных объектов социально-культурной сферы. Вторую модель можно назвать «торг», в которой ни власть, ни предприниматели не могут навязать другой стороне основные правила игры. И те, и другие обвиняют друг друга в излишних запросах. Третья, так называемая «город-комбинат или моногород», модель присуща моногородам, где нет других предприятий и производств, кроме градообразующего предприятия; и, наконец, четвёртая модель — «социальное партнёрство», является наиболее прогрессивной, так как идёт взаимодействие власти с предпринимательскими структурами и населением.

К особенностям казахстанской модели КСО можно отнести следующее:

1. Цель бизнеса — получение прибыли и выполнение обязательств перед участниками бизнес-процесса. И уже после выполнения этих задач возникает ответственность перед обществом. Само существование компании — уже вклад в развитие экономики, так как она обеспечивает население рабочими местами и платит налоги. Компании малого и среднего бизнеса поэтому не готовы тратить активы на другие цели, помимо двух перечисленных.

2. К социальной ответственности стремятся только компании с долгосрочными планами развития и присутствия на рынке, у которых много конкурентов и которые исправно платят налоги.

3. Часть бизнесменов предпочитает в качестве мер по КСО проводить какие-либо акции или благотворительные мероприятия, которые будут замечены властями, вместо того чтобы в первую очередь создать комплекс защитных мер для своих работников, например, продолжать платить им зарплату в случае болезни и т. п.

4. В стране нет единых стандартов КСО, так как требования к компаниям не могут быть обобщены из-за сильной разницы между различными типами компаний в разных регионах Республики. Те нормы, которые могли бы подойти для национальных компаний, будут неприемлемы для частных; также они будут сильно разниться для иностранных и локальных компаний, для компаний, расположенных в крупных городах или сёлах, и т. д.

5. Некоторые бизнесмены воспринимают КСО как попытку государства переложить свою ответственность на их плечи. Но если все участники системы (государство, бизнесмены и сообщества) будут работать сообща и находить компромиссы, от этого выиграют все стороны.

6. Развитие КСО в стране трудно отслеживать, так как пока не существует единой базы данных о реальных отчислениях компаний на развитие КСО.

7. Иногда компании создают лишь иллюзию активности, не делая при этом реальных попыток внедрить КСО.

8. Многие бизнесмены считают, что социально ответственными могут быть только крупные компании, а малый и средний бизнес могут игнорировать КСО. Тем не менее, малый и средний бизнес, как это было доказано, может эффективно решать проблемы местного сообщества, так как он хорошо информирован о них.

9. В монопроизводственных городах бизнесу приходится совершать множество действий для поддержки местного сообщества, как, например, в городе Жанаозен, где большинство жителей города работают на предприятии по добыче нефти. На компанию приходится большая нагрузка по решению многочисленных социальных и производственных вопросов. Чтобы этого избежать, в таких городах открываются новые бизнесы: по ремонту нефтяного оборудования, производству шин, строительству сельскохозяйственных объектов и т. д.

10. Нужно учитывать интересы двух сторон — как сообщества, где работает бизнес, так и самого бизнеса, чтобы у него была возможность развиваться.



Рис. 7. Памятник первой нефтяной вышке в Жанаозене

Задание 4

Казахстанский бизнес разделился на два лагеря по отношению к социальной ответственности бизнеса перед обществом. Часть бизнесменов считает, что бизнес должен быть социальным, всячески поддерживать общество, выделять средства на его нужды и т. д., ведь это справедливо! Те, кто имеют больше возможностей, должны нести и больше ответственности!

Есть другая точка зрения, исходя из которой, социальная ответственность является прерогативой государства: бизнес платит налоги, и государство само должно распределять их на удовлетворение социальных нужд населения.

Разделитесь на две группы внутри класса и проведите дебаты за и против КСО. Аргументируйте свои доводы. Выиграет та сторона, которая сможет представить больше убедительных доводов.

Урок 65. Целеполагание

- Понимать сущность целеполагания.
- Применять инструменты целеполагания для эффективной постановки целей.

Приветствуем вас на последних уроках по основам предпринимательства и бизнеса! Вы уже изучили основы маркетинга, каналы прибыли, бизнес-ресурсы, умеете управлять своими личными финансами и т. д. Теперь вы можете примерить на себя костюм будущего предпринимателя! Но в самом начале любой деятельности стоит цель, то есть вопросы «Зачем я это делаю? Чего я хочу достичь?». Без ответов на эти вопросы вы не сможете правильно поставить перед собой цель, а значит, и совершать эффективные действия для её достижения. На следующих двух уроках мы посмотрим, что представляет из себя целеполагание и как научиться ставить перед собой цели и достигать их[1].

Мы не сможем ответить на все вопросы в рамках этого урока — они слишком сложны и многочисленны. Поэтому, оказавшись дома в спокойной обстановке, подумайте над всем, о чём мы будем говорить сегодня, ещё раз.

Человеческие цели далеко не всегда масштабны. В течение одного дня множество целей сменяют одна другую: вовремя прийти в школу, закончить порученное дело, произвести хорошее впечатление. Непрерывно меняется ситуация, в которой приходится осуществлять цель; постоянно меняется восприятие ситуации человеком. Ясные и обоснованные цели становятся как бы маяком в этом море непрерывных изменений.

Целеполагание задаёт основу деятельности, формирует целевую перспективу. В процессе же целеобразования выстраивается последовательность достижения целей; определяется их иерархия: какая цель является основной, какие — второстепенными.

***Целеполагание** — это процесс выбора субъектом целей.* При этом нужно не только выбрать цель, которая важна для вас в этот момент, но и средства достижения этой цели. В результате, например, цель «быть актрисой» конкретизируется в средства её достижения: «стану посещать театральный кружок», «буду заниматься гимнастикой», «стану брать уроки вокала», «узнаю программу вступительных экзаменов и буду готовиться».

Иногда мы сами не можем точно сказать, чего же мы хотим. И может потребоваться множество дней, месяцев или лет, чтобы понять, к чему же мы всё-таки стремились. Поэтому выявление цели может стать более сложной задачей, чем это кажется

1 Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Цельная жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. – М.: Эксмо, 2018. – 352 с.

на первый взгляд. Также люди могут ставить перед собой трудно достижимые цели, не всегда отдавая себе отчёт в том, могут ли они реально их достичь. Поэтому при постановке цели нужно учитывать все ресурсы, которыми вы располагаете: временные, материальные, психологические и социальные.

Порой сложности связаны с выстраиванием приоритетов в целях. У вас множество краткосрочных целей каждый день: сделать уроки, помочь маме, сделать уборку, сходить куда-то с друзьями. Если вы будете фокусироваться только на них, у вас никогда не останется времени на самую главную цель — например, поступление в вуз на грант. Если же вы будете держать главную цель в голове, вы сможете отказаться от более мелких каждодневных целей и, например, отменить поход в кино с друзьями.

По-настоящему великие люди или люди, добившиеся успеха, отличаются именно этим: умением определить для себя главную цель и отказаться от всех мелких целей, которые не ведут к достижению главной цели.

Конечно, достичь главной цели сразу сложно. Поэтому вы можете разбить её на множество более мелких целей. Главное, чтобы они в итоге вели вас к главной цели. Так, если ваша цель — собственный бизнес, который приносит вам необходимый доход, даёт вам независимость, а также помогает людям в вашем городе или даже стране, вы можете разбить её на более мелкие цели. Например: поступить в университет; прочитывать новую книгу по бизнесу каждые три месяца; эффективно планировать время, чтобы вы успевали учиться, читать, отдыхать и помогать своей семье; открыть небольшой бизнес, чтобы на нём пробовать всё, что вы узнали из книг, и набираться опыта; перестать просить деньги у родителей и попробовать зарабатывать на свои нужды самостоятельно и т. д.

Постановка множества взаимосвязанных и объединённых единой логикой целей делает вашу жизнь осмысленной, разнообразной, не похожей ни на какую другую.

Задание 1

Сформулируйте вашу главную жизненную цель. Разбейте её на мелкие цели, которые приведут вас к вашей главной цели.

Жизненные планы и программы

Каждое общество и социальная группа вырабатывают свои образцы и нормы поведения в различных ситуациях. Эти нормы и правила существуют, так как общество должно оценивать действия своих членов как «верные» или «неверные», «желательные» или «нежелательные». Поэтому мы сравниваем себя с другими людьми и пытаемся определить своё место в социуме. Эта человеческая особенность называется «социальной относительной нормой».

На каждом этапе жизни в разных возрастах жизненные планы могут существенно различаться. В юношестве часто ставятся нереалистичные цели. Этот период психологи называют «нереалистическим оптимизмом», так как молодым людям кажется, что с ними не может произойти ничего нежелательного или неприятного, и они уверены, что смогут многого добиться в жизни. К 35 годам наступает «кризис середины жизни». Человеку уже менее интересно ставить цели и достигать их, его начинают больше волновать вопросы о смысле жизни. К 55 годам, когда человек понимает, что он вряд ли сможет сделать что-то новое или добиться ещё чего-то, он начинает задавать себе вопросы о том, правильно ли он поставил себе цели в начале пути, смог ли он добиться того, чего хотел, и хотел ли он того, что ему действительно нужно.

При этом планы, которые мы выставляем на каждом этапе своей жизни, зависят от социальной относительной нормы — стандартов нашей культуры: во сколько лет принято получать образование, вступать в брак, заводить детей и т. д.

В процессе жизни может возникать множество желаний, которые могут оформляться в цели. При этом зрелой личностью считается человек, который может объединить все свои желания и цели в один жизненный путь. Сформулировав свою личную жизненную программу, такой человек будет твёрдо и терпеливо преодолевать трудности, которые мешают осуществлению его жизненной цели. Главное, иметь перед собой жизненную цель. Тогда вы сможете найти и способы преодоления трудностей, чтобы её достичь.

Известный исследователь Арктики Отто Юльевич Шмидт в четырнадцатилетнем возрасте составил подробный список всего того, что нужно сделать для будущего успеха в изучении Севера — какие науки изучить, какими языками овладеть, какие исследования провести. Когда будущий учёный попытался прикинуть срок для осуществления программы, оказалось, что он составляет свыше 500 лет! С немалым трудом программа была «ужата» до 160 лет. Когда же в возрасте 70 лет О. Ю. Шмидт обнаружил в архиве этот юношеский план, он с удивлением обнаружил, что к тому времени намеченная 160-летняя программа была практически по всем позициям не только выполнена, но и перевыполнена.

Задание 2

Возьмите листок бумаги и напишите свою будущую автобиографию на 15 лет вперёд, где интервал между событиями будет составлять полгода. События должны отвечать вашей глобальной цели, указанной в задании 1.

Умение добиваться своего

Даже если у вас есть цель, вы должны уметь грамотно составлять план действий для её достижения. Вспомните методологию SMART, о которой мы говорили на уроке по тайм-менеджменту.

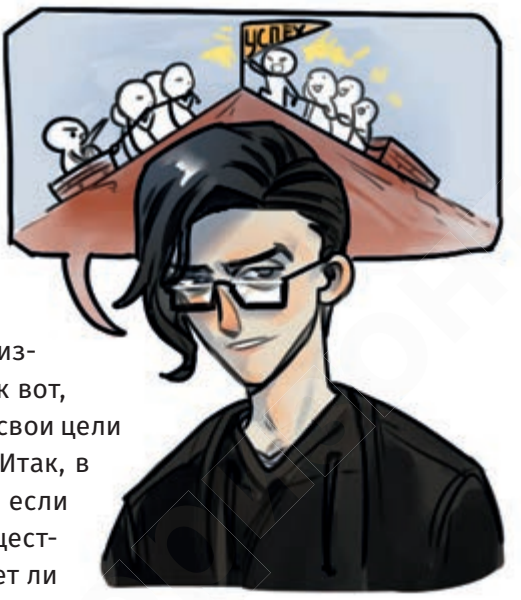
Ваш план должен быть:

- конкретным («я стану успешным бизнесменом»);
- выраженным в цифрах («я открою свой бизнес через 5 лет»);
- реально достижимым («я стану успешным бизнесменом, а не президентом»);
- учитывающим всех, кто будет участвовать в его реализации («я стану успешным бизнесменом через 5 лет, а не через 2 года, так как мне будет нужно уделять время, чтобы помогать родителям»);
- имеющим чёткие критерии успешности его выполнения («успешный бизнесмен» — значит, я полностью обеспечиваю себя сам, являюсь владельцем своего бизнеса, который демонстрирует постоянный рост»);
- согласованным с другими принятыми планами («я стану успешным бизнесменом, поэтому я не буду тратить следующие два года на учёбу в музыкальной школе»);
- учитывающим личностный и профессиональный рост («я стану успешным бизнесменом, поэтому мне нужно изучить основы маркетинга, продаж и ведения переговоров»).

Иногда вы понимаете, что для достижения цели вам придётся столкнуться с трудностями. Например, вы учитесь и одновременно работаете над своим бизнесом: вам приходится отказываться от частых встреч с друзьями, вы не можете поехать в отпуск несколько лет, вы спите по 7 часов в день. Чтобы добиться цели, приходится прилагать волевое усилие, чтобы продолжить идти к ней. Если же вы не чувствуете достаточной мотивации, вы, скорее всего, будете давать себе слабину: больше спать, больше развлекаться, и не сможете достигнуть своей цели. Значит, вам нужно научиться мотивировать себя или найти другую цель, которая будет вас мотивировать на преодоление трудностей.

Принципы, которых следует придерживаться при целеполагании

- Краткосрочные цели — самые важные, при их постановке нужно быть более чем реалистичным.
- Цели устанавливаются для самого себя, а не для других.
- Следует чётко разграничивать свои цели и цели других людей.
- Различайте желания и цели. Цель — нечто внешнее по отношению к человеку, то состояние, которого он сознательно стремится добиться. Цель подчиняет и формирует желания.
- Ставьте большую цель, не распыляйтесь на маленькие. В идеале в каждый период жизни у человека должна быть одна цель.



- Представьте, какие плюсы принесёт достижение цели. Если вы решите, что плюсов больше, чем минусов, то перестаньте обращать внимание на негатив. Это необходимая плата за успех.

Согласитесь, что имидж человека, знающего, чего он хочет, и идущего к своей цели, несмотря ни на какие трудности и проблемы, сам по себе может помочь и в жизни, и в профессиональной деятельности. Так вот, умение ставить, корректировать и изменять свои цели способствует становлению такого имиджа. Итак, в процессе решения любой задачи, особенно если она, на ваш взгляд, является важной и существенной, задавайте себе вопрос: «Приближает ли меня то, что я делаю сейчас, к достижению моей цели?» Если ответ будет положительный, значит, задача именно та, которую вам необходимо решать. Если ответ отрицательный, спросите себя: «Что я должен сделать, чтобы, решая поставленную задачу, хоть на немного приблизиться к достижению поставленной цели?» Оба вопроса помогут вам найти наиболее целесообразный способ действий.

Ежедневно и как можно чаще говорите себе: «Я буду работать не над тем, что сегодня важно, а над тем, чего хочу достичь». Это поможет избавиться от массы дел, которые кажутся важными в данный момент, а завтра, через неделю или год окажутся совершенно лишними и ненужными.

Задание 3

Оформите вашу глобальную и промежуточные цели из задания 1 так, чтобы они были: 1) конкретными, 2) выраженными в цифрах, 3) реально достижимыми, 4) учитывающими всех, кто будет участвовать в их реализации, 5) имеющими чёткие критерии успешности их выполнения, 6) согласованными с другими принятыми планами, 7) учитывающими ваш личностный и профессиональный рост.

Урок 66. Целеполагание

- Понимать сущность целеполагания.
- Применять инструменты целеполагания для эффективной постановки целей.

На прошлом уроке мы поговорили о том, почему важно заниматься целеполаганием. На этом уроке мы разберём конкретные рекомендации по постановке ваших целей.

На этом уроке вы также вряд ли успеете сделать все задания. Даже если вы не сможете выполнить их в классе, вернитесь к ним и выполните их самостоятельно дома — это поможет вам эффективно поставить ваши цели и двигаться к ним в будущем уже за рамками школы.

Целеполагание в двенадцати шагах

Жизнь коротка, а ресурсы всегда ограничены, поэтому нужно распоряжаться временем и силами разумно. Следует равномерно распределять свои ресурсы (силы, время, средства и т. д.) на продуманные цели. Для этого полезен системный подход.

Шаг 1. Вызовите желание

Довольно редко мы хотим чего-то по-настоящему. Если у вас есть сильное желание добиться чего-то — это уже достаточная мотивация, которая даст вам силы, чтобы преодолеть трудности. Самым главным препятствием на пути может стать страх.

Боясь оказаться неуспешным, разочаровать близких, взять на себя ответственность, рискнуть, многие молодые люди, которые хотели бы стать бизнесменами, в итоге идут работать в чью-то компанию, где их ждёт стабильная зарплата без риска потерпеть неудачу.

Но наша энергия направляется на то, о чём мы чаще всего думаем. Если вы думаете о том, какое дело вы могли бы открыть, как найти первоначальный капитал, как получить навыки, которые вам нужны, но которыми вы пока не обладаете, составляйте письменные планы, каждый день делайте что-то, чтобы приблизиться к своей цели, и ваше желание её достичь станет настолько сильным, что заглушит все ваши страхи.

Когда вы поставили перед собой цель, вы должны чётко представлять себе, чего именно вы хотите достичь, как это будет выглядеть, что вы будете чувствовать в этот момент, как вы поймёте, что достигли цели. Поэтому цели, которые перед вами ставят другие люди, не обладают такой силой мотивации. Только ваша собственная цель может дать вам импульс для преодоления трудностей.

Задание 1

Отождествляясь (идентифицируясь) с кем-то, можно ускорить мотивационные превращения своей личности. Когда мы отождествляемся с героем, это оказывает определённое влияние на нашу личность. Напишите имена трёх людей (реальных или вымышленных), с которыми вы бы хотели себя отождествить. С какими именно их качествами? Почему?

Шаг 2. Выработайте убеждение

Чтобы достичь своей цели, надо быть абсолютно уверенным в том, что это возможно. Вы должны верить в то, что вы этого заслуживаете. Когда ваша уверенность в своих силах и в возможности достичь цели станет достаточно сильной, вы просто не сможете не сделать этого.

Именно поэтому цели должны быть реалистичными. Если вы сразу поставите себе цель стать миллионером, вряд ли вы сами до конца поверите в то, что это возможно. Без уверенности, что вы достигнете того, что задумали, у вас будет меньше желания и мотивации трудиться над этим. Поэтому стоит начинать с реалистичных целей. Например, открыть свою компанию и в течение пяти лет сделать так, чтобы она могла вас обеспечивать. Когда эта цель будет достигнута, вы поставите следующую. И так до тех пор, пока вы, в конце концов, не станете миллионером.

Чем масштабнее ваша цель, тем больше усилий вам придётся приложить, чтобы её достигнуть. Это может занять несколько месяцев или даже лет. Если вы поставили цель, в достижение которой вы сами не верите, через некоторое время вы разочаруетесь и потеряете к ней интерес. Некоторые люди так живут всю жизнь: начинают какое-то дело, быстро охладевают к нему, бросают, ставят перед собой новую задачу, и так далее, без достижения каких-либо результатов. Не становитесь одним из них!

Шаг 3. Запишите это

Мы уже говорили о том, что все планы и цели нужно записывать. Иначе они так и останутся вашими фантазиями. Запись цели или плана делает их оформленными. Теперь вы можете взять запись в руки, увидеть свою цель не мысленным, а физическим взором.

Шаг 4. Составьте список всех преимуществ, вытекающих из достижения вашей цели

Ваша мотивация зависит от того, почему вы хотите достичь поставленной цели. Если причин много, мотивация становится сильнее. Эти причины должны побуждать вас к действиям, давать вам энергию на их выполнение.

Напишите список того, какие преимущества вы получите, если достигнете своей цели. Чем длиннее будет список, тем проще вам будет мотивировать себя. Если такая причина всего одна, очень легко потерять твёрдость духа и отступить, если же их много, значимость цели не будет понижаться в ваших глазах.

Задание 2

Составьте список, как минимум, из 10 преимуществ, вытекающих из достижения вашей цели.

Шаг 5. Определите свою начальную позицию, своё исходное положение

Когда вы решаете похудеть, то, чтобы понимать, насколько вы преуспели в своей цели, вы взвешиваетесь перед тем, как сесть на диету и начать заниматься спортом. Если ваша цель — финансовая независимость, вы также должны понимать, какие ресурсы у вас есть сейчас. К вашим ресурсам будут относиться не только ваши финансы, но и навыки, которыми вы обладаете, и ваши сильные черты характера.

Теперь, когда вы знаете, где находитесь сейчас, вы сможете сравнивать свой прогресс, сверяясь с этим списком.

Задание 3

Определите свою начальную позицию. Начальная позиция должна быть описана через призму цели: например, если вы ставите целью высокий заработок, то изначальное положение должно описывать ваш заработок на сегодня; если вы ставите целью получение определённого опыта, вы должны описать частоту и интенсивность взаимодействия с подобным опытом на сегодня («пролетел в качестве пилота 0 часов 0 минут», в то время когда цель — «стать профессиональным лётчиком, налетавшим 300 лётных часов к 1 мая 2030 года»).

Шаг 6. Установите предельный срок

Если вы не знаете точно, к какому времени нужно что-то сделать, вы будете всё время откладывать выполнение дела. Поэтому для каждой вашей цели нужно установить срок. Так вы будете контролировать процесс выполнения своих задач, решая их значительно быстрее и эффективнее.

Вы можете допустить ошибку в первоначальной оценке и не выполнить задачу к сроку. Подумайте, почему это произошло, сколько вам понадобится времени, чтобы завершить дело, с учётом этих знаний, и поставьте новый, более реальный срок.

Если срок для осуществления вашей цели довольно длинный — например, несколько лет, разбейте свою цель на более короткие подцели и установите для них сроки в несколько месяцев. Эти цели вы также можете разбить на более короткие подцели длиной в месяц. Так вы будете верно продвигаться к осуществлению своей главной цели и видеть ваш прогресс на пути.

Задание 4

Проставьте сроки для всех своих промежуточных целей в формате «месяц, год».

Шаг 7. Составьте список всех препятствий, стоящих между вами и достижением вашей цели

Если ваша цель по-настоящему значительная, наверняка на вашем пути будут встречаться препятствия и трудности. Каждый бизнесмен, добившийся успеха, может рассказать о множестве падений, ошибок и трудностей, которые он пережил, прежде чем достиг успеха.

Подумайте, с какими препятствиями вы можете столкнуться, составьте из них список от наиболее сложного к наименее сложному. Теперь вы сможете сосредоточить своё внимание на преодолении самого сложного из них. (Помните, что мы говорили о необходимости сделать самое сложное дело в начале дня, чтобы остальные давались нам легко и у нас высвободилось дополнительное время?)

При этом препятствие может быть как снаружи, так и внутри вас. Вам может не хватать какого-то навыка или качества. Тогда вы должны честно признать это и подумать, как вы можете это изменить.

Задание 5

Составьте список всех препятствий, стоящих между вами и достижением вашей цели.

Шаг 8. Определите, какая дополнительная информация вам потребуется для достижения цели

Чтобы добиться своей цели, вам понадобится какая-то информация или знания. Если у вас их нет, вы всегда можете их получить, если поймёте, чего именно вам не хватает и как вы можете приобрести недостающие знания. Это могут

быть книги, онлайн-лекции, учёба в университете, просто разговор со специалистом и т. д.

Задание 6

Составьте список информации, талантов, навыков, способностей и опыта, которые вам необходимы. Выработайте план освоения или заимствования этой информации или навыка так быстро, как только возможно. Определите, какая именно важнейшая информация отсутствует.

Шаг 9. Составьте список людей, чья помощь и сотрудничество вам необходимы

В список людей, чьё сотрудничество вам будет необходимо, могут попасть члены вашей семьи, друзья, незнакомые люди и даже те, с кем у вас сложились не совсем приятные отношения. Подумайте, кто из этого списка может помочь вам в первую очередь, как и почему.



Задание 7

Составьте список людей, в чьей помощи и сотрудничестве вы нуждаетесь.

Шаг 10. Составьте план

Теперь, когда вы знаете, чего хотите, когда это должно быть сделано, почему вам это нужно, в какой точке вы находитесь сейчас, с какими препятствиями вам придётся столкнуться, какая информация и чья помощь вам понадобятся, вы сможете составить свой собственный план достижения цели.

Такой план станет вашей картой движения, которая поможет ориентироваться на пути. Теперь, когда у вас есть план, можете начать действовать.

Задание 8

Составьте план достижения своей цели.

Шаг 11. Пользуйтесь визуализацией

Регулярно думайте о своей цели так, как будто вы её уже достигли. Возвращайтесь время от времени к этой картинке. Так ваше желание достичь цели и вера в то, что это возможно, будут укрепляться день ото дня.

Шаг 12. Заранее примите решение о том, что не отступите

Только будучи настойчивым и твёрдым в своей решимости, можно достичь цели. Даже не думайте о том, что может случиться, если вы не сделаете то, что задумали. Дайте себе обещание не отступать и выполняйте его. Если вы не будете сдаваться, вам больше ничего не останется, как, в конце концов, победить.

Задание 9

Напишите рядом с вашим планом ответ на вопрос: «Почему я никогда не сдамся и не откажусь от реализации своего плана, даже если мне будет трудно выполнять его?»

© Геекбрейнс

Урок 67. Личная стратегия жизни

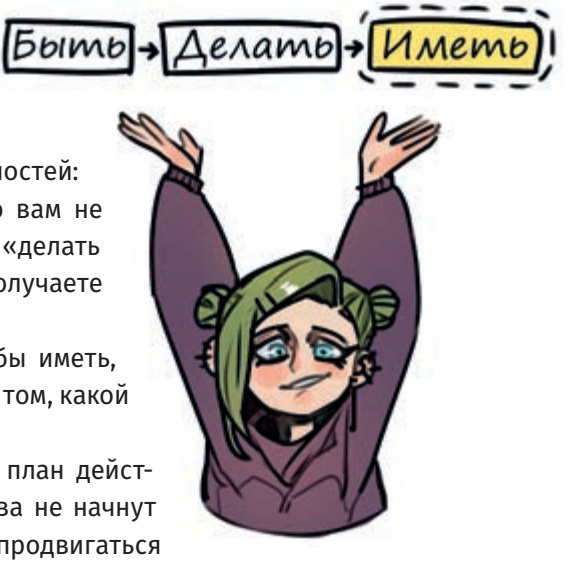
- Формировать личную стратегию карьеры через постановку правильных целей.
- Применять презентации личной стратегии жизни через навыки ораторского мастерства.

Вы уже знакомы с целеполаганием. Занимаясь целеполаганием, вы определили свою глобальную цель жизни. Теперь, когда вы понимаете, чего хотите, можете сформировать свою личную стратегию жизни.

Личная стратегия успеха — это жизненная стратегия, позволяющая определить главные цели своей жизни и планомерно их достигать. Вы можете жить, изо дня в день выполняя какие-то действия по заведённому порядку и полагаясь на случай, а можете осознавать, куда вы хотите прийти, чтобы не действовать по инерции, а самостоятельно формировать вашу реальность.

В этом уроке также много заданий, а значит, вам потребуется ещё раз подумать обо всём сказанном самостоятельно после урока. Упражнения, которые мы вам предлагаем — это не домашнее задание, которое вы можете выполнить и забыть. Это то, к чему вы должны самостоятельно возвращаться время от времени, чтобы не сбиться с курса и прийти к своей цели.

ЧТО ЗНАЧИТ «ИМЕТЬ»?



Желая достичь какой-то цели, вы совершаете определённые действия. Все ваши действия — проявления вас как личностей: вы просто не сможете сделать что-то, что вам не свойственно. Значит, «быть кем-то» — это «делать что-то». В результате этих действий вы получаете результат, то есть «что-то имеете».

Если у вас нет чего-то, что вы хотели бы иметь, значит, вы совершаете действия, не думая о том, какой личностью вы являетесь.

Даже если вы разработали пошаговый план действий, до тех пор, пока ваши личные качества не начнут соответствовать вашей цели, вы не будете продвигаться вперёд.

Поэтому, если вы хотите иметь что-то, чего у вас сейчас нет, нужно задать себе вопрос не «Что делать?», а «Каким быть?».

Задание 1

Возьмите листок и ручку и сделайте небольшое упражнение: 1) напишите свою точку А (что-то, что у вас есть сейчас); 2) напишите свою точку Б (что-то, чего вы хотите достичь); 3) представьте человека, который уже этого достиг; 4) ответьте на вопрос: «Знает ли он, как достичь точку Б, и почему?»; 5) ответьте на вопрос: «Как мне стать человеком, который принимает решения, соответствующие уровню моей точки Б?»

Свобода выбора

Каждый день в вашей жизни происходит множество событий, и вы на все из них как-то реагируете. Чаще всего эта реакция неосознанная — вы даже не успеваете подумать, как уже отвечаете на реплику собеседника или делаете что-то в ответ на его действие. То, как мы действуем, проистекает из того, какими качествами мы обладаем. Если мы расширим цепочку, которая у нас получилась ранее, мы увидим, что события вызывают у нас реакцию, которая обусловлена нашими качествами, реакция приводит к действиям, в результате действий мы что-то имеем.

Поэтому, чтобы совершать действия, которые приведут вас к цели, вы должны верно реагировать на события. А чтобы верно реагировать, вы должны изменить свои качества соответствующим образом.

Можем ли мы управлять своими реакциями? Психолог Виктор Франкл считал, что да. Он прошёл фашистский концлагерь и не просто выжил, а оказывал людям, которые попали в концлагерь, помощь психиатра. В результате ему удалось создать новый метод терапии, помочь людям справиться с их психологическими проблемами и спасти множество пациентов от самоубийства.



Когда человек может контролировать свои реакции, он может сам выбирать, каким ему быть, а значит, что делать и что иметь.

Чтобы добиться этого, нужно ответить себе на два вопроса: «Каким мне быть?» и «Что я хочу?»

Задание 2

Представьте себя на своём юбилее, где вам исполняется 50 лет. На него пришли множество гостей и 4 человека говорят тост: партнёр или коллега по бизнесу, друг, муж или жена и ваш ребёнок. Каждый из них говорит

поздравительную речь, состоящую из 2-х блоков: 1) какой вы человек, какие человеческие качества имеете; 2) чего вы добились.

Что бы вы хотели услышать от каждого? В первом блоке перечислите человеческие качества и дайте каждому определение. Например, «целеустремлённость — умение совершать в каждом моменте действие, которое ведёт к цели, и отсекать действия, которые не ведут к цели». Во втором блоке перечислите цели, которых вы добились во всех сферах жизни: здоровье, семье, бизнесе/карьере.

Личная миссия

То, что вы перечислили в первом и втором блоке — ваша личная миссия. Это ответ на вопрос: «Каким мне нужно быть, чтобы мои реакции и действия приводили меня к моим целям?»

Чтобы добиться успехов в ваших целях, нужно выработать в себе качества, приведенные ниже.

1) Быть энергичным

То, в каком эмоциональном состоянии вы живёте, влияет на то, что вы имеете в итоге. Даже если вы совершаете верные действия в неверном эмоциональном состоянии, вы не сможете добиться нужного результата.

Верное состояние — это энергичность: если у вас нет сил что-то делать, за что бы вы ни взялись, это не принесёт вам удовлетворения. Грустные и эмоционально подавленные люди не могут ничего добиться, за ними не хочется идти, с ними не хочется общаться.

Задание 3

Вспомните, как выглядит человек, полный жизненной энергии. Опишите его детально по четырём категориям: 1) внешность — как он выглядит? 2) действия — что он делает? 3) эмоции — какие чувства он ощущает? 4) ум — какие мысли у него возникают?

Если у человека не хватает энергии, её можно восполнить.

1. Физическое здоровье. Если человек болен, он не сможет ничего делать, он будет обеспокоен только своими болезнями. Чтобы ваше тело было здоровым, вам стоит выработать верный режим дня — ложиться спать не позже 23 и вставать в 7 утра. Также стоит следить за тем, сколько воды вы пьёте в течение дня, не употреблять вредную пищу и заниматься любым спортом, который вам больше нравится.

2. Эмоциональное здоровье. Мы с вами уже говорили о том, как важно контролировать свои эмоции. Если вы перестанете давать оценки другим людям, обижаться, злиться, раздражаться, ваша энергия значительно повысится. Стоить помнить, что

ответственность за вашу жизнь и реакции лежит только на вас, и не перекладывать её на других.

3. Умственное здоровье. Чтобы ваш ум был свободен, и вы могли браться за новые дела, нужно научиться не зацикливаться на какой-то одной мысли, не употреблять ненормативных слов, заниматься творчеством (музыкой, рисованием и т. п.) и ограничить время, которое вы проводите около экрана телевизора или в социальных сетях.

4. Духовное здоровье. Качественные отношения с другими людьми (друзьями, родственниками, знакомыми и т. д.), стремление помочь другим, благодарность по отношению к другим людям дадут вам энергию работать над собой и стремиться к своим целям.

Задание 4

Опишите ваши источники энергии всех четырёх типов. Что вас заряжает энергией на физическом, эмоциональном, умственном и духовном уровне? Какие изменения вы ощущаете после совершения этих действий?

2) Играть, чтобы выиграть

Давайте нарисуем шкалу вашего намерения дойти до цели от 0 до 100. Если ваше намерение не превышает 60 баллов, значит, вашего желания даже не хватит на то, чтобы выйти из зоны комфорта и столкнуться с любыми трудностями. Если оно попадает в диапазон между 60 и 75 баллами, значит, вы хотите добиться цели из-за моды, популярности, может быть, вам навязали это желание. Вы будете делать какие-то попытки достичь цели, но на самом деле не сильно стремиться к этому. Если ваше желание составляет от 75 до 90 баллов, вы намерены достичь своей цели, но не готовы ради этого на всё. Вы будете прикладывать усилия, но сдадитесь, если не получите результат в обозримом будущем. И только если ваше намерение превышает 90 баллов, вы настроены идти до конца.

В таком состоянии человек не просто хочет показать удовлетворительные результаты, но победить. Мы можем увидеть разницу между желанием играть, чтобы не проиграть, и чтобы выиграть, на примере футбола. Если команда ведёт со счётом 1-0 и пытается тянуть время, пасуя мяч друг другу без прямых атак на ворота соперника, она играет, чтобы не проиграть. Если же при счете 3-0 команда продолжает пытаться забить ещё и ещё голы и продемонстрировать всем, на что она способна, она играет, чтобы выиграть.

Задание 5

Опишите случаи из вашей жизни, когда вы делали что-то не затем, чтобы не проиграть, а чтобы выиграть? Что вы испытывали? Что может побудить вас испытать это вновь?

3) Действовать

Невозможно чего-то добиться, ничего не делая. Даже если вы не знаете, что именно стоит делать, чтобы добиться результата, делайте хоть что-нибудь, что вы можете сделать в данный момент. Лучше придумайте гипотезу и проведите эксперимент. Это даст вам больше результатов, чем перебирание вариантов в голове и бездействие.



4) Быть целеустремлённым

Целеустремлённый — человек, который в мыслях, словах и поведении полностью сфокусирован на цели и отсекает всё, что не ведёт к ней. Каждое ваше действие должно приближать вас к цели хотя бы на шаг.

Задание 6

Сделайте анализ ваших действий для каждого дня прошлой недели. Что вы сделали, чтобы приблизиться к собственной цели? Напишите, что вы можете делать каждый день этой недели, чтобы приблизиться к цели.

5) Быть настойчивым

Если вы никогда не сдаётесь, то рано или поздно и так или иначе вы придёте к цели. Примите однажды решение, что вы не успокоитесь, пока не получите нужный результат.

Настойчивым нужно быть не только относительно цели, но и относительно любой задачи. Старайтесь каждую вашу задачу довести до конца и получить нужный вам результат.

6) Держать слово

Если человек не держит слова, ему не доверяют, с ним не хочется общаться. Если вы примете решение держать каждое своё следующее слово и будете по-настоящему следовать этому, во что бы то ни стало, ваша жизнь начнёт меняться. Вы начнёте доверять себе и уважать себя, а также вам будут доверять и вас уважать другие.

Задание 7

Запустите листок бумаги по классу со своим именем и фамилией и вопросом: «Держу ли я своё слово?» Создайте 3 колонки: «да», «нет», «не было случая проверить». Пусть каждый поставит галочку в одной из колонок. Когда вы

получите листок обратно, вы узнаете анонимные оценки своей ответственности. Сделайте соответствующие выводы.

7) Быть дисциплинированным

Результат в спорте можно получить только с помощью регулярных и беспрерывных тренировок. Если каждый день двигаться к своей цели даже мелкими шажками, результат будет гораздо более эффективным.

Дисциплина — это умение строго и точно выполнять правила, принятые человеком. Чтобы на регулярной основе ставить цели и достигать их, нужна дисциплина.

8) Узнавать новое

Вы не начнёте развиваться, пока не возьмётесь за задачу, с которой прежде не сталкивались. Чтобы осуществить свою цель, вам понадобятся новые знания и опыт. А для того, чтобы их получить, вам нужно быть готовыми учиться чему-то новому.

Вы не можете знать всё. И если вы признаете, что ваши знания ограничены, и продолжите постоянно учиться, ваше движение к цели станет гораздо более быстрым.

9) Выглядеть хорошо

То, как вы выглядите, влияет на то, как вас воспринимают окружающие, и даже на то, как вы сами воспринимаете себя. Если вы будете следить за собой и своим внешним видом, даже когда никто вас не видит, ваша уверенность в собственных силах будет расти.

Задание 8

Закон бумеранга гласит, что, как вы ведёте себя с людьми, так и люди ведут себя с вами. Это обусловлено тем, что человек обычно реагирует на внешние раздражители в соответствии с внутренними подсознательными установками. Например, вы считаете себя достаточно дружелюбным человеком, но в вашей жизни периодически появляются люди, раздражающие своим высокомерием. Обратив на это внимание, вы можете сделать вывод о том, что на самом деле вы сами неосознанно тоже проявляете высокомерие. Как только вы начинаете контролировать своё поведение, слова, формулировки, внутренние реакции, и перестаёте проявлять высокомерие, люди, раздражающие вас, тоже исчезают.

Напишите список того, что вас раздражает в вашем окружении. Предположите, что, если эти черты раздражают вас, значит, они присутствуют также и в вас самих. Подумайте, как можно исправить это. Попробуйте контролировать своё поведение, слова и мысли на протяжении ближайшей недели.

Урок 68. Личная стратегия жизни

- Формировать личную стратегию карьеры через постановку правильных целей.
- Применять презентации личной стратегии жизни через навыки ораторского мастерства.

Сегодня — последний урок предмета «Основы предпринимательства и бизнеса». Вы научились строить собственный стартап с нуля, поняли, как вы можете эффективно работать над собой и развивать собственный бизнес. Давайте вернёмся к первому уроку первой четверти и вспомним, что такое ораторское мастерство и самопрезентация.

Существует такой художественный приём — кольцевая композиция: на первом уроке вы делали презентацию своего бизнес-проекта перед потенциальным инвестором, сегодня вам предстоит презентовать себя и свои планы на жизнь. Эта задача — гораздо более масштабная и потребует от вас умения пользоваться всеми полученными на уроках навыками.

Темы, которые мы затрагиваем на этих уроках, выходят за рамки образовательного процесса в школе. Эти вопросы определяют вашу жизнь, поэтому мы рекомендуем возвращаться к ним самостоятельно снова и снова.

Презентация *— это представление своих способностей, своего продукта или своей компании партнёрам, заказчикам, инвесторам или потребителям с целью добиться от них нужного решения (действия).*

Презентация ставит своей целью не просто показать себя, а воздействовать на слушателей.

Четыре реакции презентатора

Во время презентации аудитория должна пережить четыре реакции:

- внимание;
- интерес;
- решение;
- действие.

Для того чтобы человек принял решение совершить какое-либо действие (например, стать вашим партнёром или инвестором), вы должны вызвать у него интерес. А для этого сначала нужно привлечь его внимание. Поэтому в основе



презентации лежит впечатление, которое вы произведёте на аудиторию, и то, насколько убедительно будут звучать ваши слова.

Чтобы привлечь внимание и вызвать интерес, вы должны произвести яркое впечатление на слушателей. А сделать вы это сможете благодаря вашим личным качествам и приёмам, которые вы используете в своей презентации.

Затем, чтобы с внимания ваша аудитория перешла к решению и действию, вы должны убедить их в верности ваших слов или привлекательности сотрудничества с вами. Тут вам помогут экспертные знания и рациональность аргументов, которые вы приведёте.

Четыре этапа подготовки к презентации

Чтобы вы смогли приготовить яркую и убедительную презентацию, вы должны:

- знать цели;
- иметь план;
- владеть темой;
- контролировать время.

То есть вы должны сыграть сразу несколько ролей: автора сценария, режиссера-постановщика и актёра.

Готовясь к презентации, вы должны понимать, чего вы хотите от аудитории. Какие действия она должна совершить после вашего выступления? Например, инвестор должен принять решение профинансировать ваш проект, потенциальные сотрудники должны захотеть стать частью вашей команды. В зависимости от того, какой цели вы хотите добиться, вы планируете свою презентацию.

Как и любой текст, презентация должна содержать вступление, основную часть и заключение. При этом важно не только содержание выступления, но и его подача.

Выступление лучше отрепетировать заранее. Только так вы поймёте, сколько времени реально займёт ваша презентация, и сможете её сократить, если нужно. Во время репетиции можно делать пометки, сколько времени должно было пройти к такому-то моменту презентации. Так вы сможете легко понимать, укладываетесь ли вы в регламент во время самого выступления. Так как заключение

крайне важно для лучшего восприятия вашей презентации, в таком случае вы сможете пропустить какой-то текст из её основной части, не испортив впечатления от целостности вашего выступления.

Чтобы подготовиться к презентации, вы можете использовать один из методов работы с текстом:

- заучивание текста наизусть;
- тезисный план;
- цепочка ключевых образов;
- речевые модули — карточки.



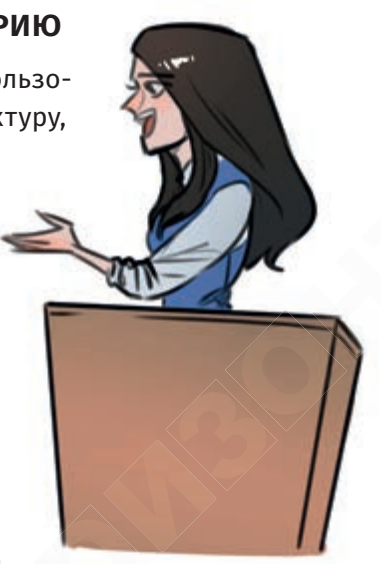
Заучивание текста наизусть — это простой приём, с которым вы хорошо знакомы. Его минус в том, что, заучив текст, вы не сможете свободно общаться с аудиторией, моментально реагировать на изменение эмоций слушателей, шутить и т. д. А если вы собьётесь, вам будет сложно продолжить выступление так, чтобы слушатели этого не заметили.

Тезисный план используется при подготовке к выступлениям наиболее часто. В этом случае вы записываете основные тезисы своего выступления, а также статистические и другие данные, которые иллюстрируют ваши тезисы.

Цепочка ключевых образов подразумевает, что вместо тезисов вы пользуетесь образами — различными иллюстрациями, которые помогают вам понять, о чём вы должны сейчас рассказать. Выступление в таком случае выходит более ярким, так как вместо понятий упор делается на живые примеры.

Речевые модули на карточках используют даже опытные презентаторы. В этом случае на отдельных карточках записываются законченные речевые фрагменты выступления. Это могут быть тезисы, образы, примеры, фразы для перехода на следующую карточку. Во время выступления, если время поджимает, вы сможете легко выбросить ненужные карточки и двигаться дальше.

Невербальное воздействие на аудиторию



Чтобы воздействовать на аудиторию, нужно использовать не только убедительные доводы и чёткую структуру, но и приёмы невербального воздействия:

- мимика;
- пластика;
- жесты;
- вокал.

Мимика — это ваше выражение лица. Чтобы оно вызывало приятные эмоции у слушателей, оно не должно быть напряжённым. Вместо этого вы должны быть открытыми, приветливыми, решительными, сосредоточенными. Также стоит использовать улыбку, если это уместно.

Пластика — это позы, то есть положение тела и его перемещение в пространстве. Для лучшего эффекта стоит двигаться, а не стоять на месте. Если презентатор движется уверенно, он контролирует аудиторию и удерживает внимание слушателей. При этом движения не должны быть нервными или порывистыми, а наоборот, спокойными и уверенными.

Если вы показываете слайды, лучше стоять слева от экрана (для аудитории). Тогда при чтении слушатели будут начинать с вас, так как они привыкли читать текст слева направо. Если вы раздали какие-то материалы, нужно продублировать их на экране, указывая ручкой или лазером на нужное место, о котором вы говорите.

Жесты — это движения вашими руками. Если вы когда-нибудь выступали перед классом, вы знаете, как иногда бывает трудно справиться с руками. Их не нужно сцеплять, держать по швам или в карманах, что-то вертеть в них, в том числе текст выступления.

Чтобы всего этого избежать, используйте руки, чтобы придать выразительности вашим словам. Например, можно «дирижировать» ручкой или текстом, если он всё же нужен вам во время выступления.

Вокал — это управление голосом. Ваш голос зависит от:

- громкости;
- тембра;
- дикции;
- интонации;
- темпа речи.

Если вы говорите слишком громко, это может раздражать. Если слишком тихо — усыплять. Чтобы убедиться в том, что вас слышно, вы можете спросить об этом у аудитории.

Тембр речи (низкий или высокий) зависит от природных данных человека. Лучше всего говорить в своём тембре, это поможет избежать странного звучания голоса и перенапряжения ваших связок.

Для восприятия речи также важна дикция, то есть умение чётко проговаривать слова. Не стоит читать презентацию монотонно, в речи должны быть разные интонации. Чем проще и естественнее будет восприниматься ваша речь, тем лучше.

Также следите за темпом своей речи. Если вы будете торопиться, может создаться ощущение, что вы хотите сказать как можно больше, так как вас редко слушают. Между смысловыми блоками лучше делать паузы. Оптимальной считается скорость 100-140 слов в минуту.

Быстрая речь также выдаёт ваше волнение. Если вы будете шагать, «дирижировать» ручкой и правильно интонировать речь, это позволит вам придерживаться определённого темпа и не спешить.

Задание 1

Обобщите все рекомендации по подготовке к презентации в одной таблице.

Задание 2

Пользуясь полученными рекомендациями, составьте презентацию личной стратегии жизни. Укажите, по возможности, в ней: 1. планируемый уровень жизненной энергии и способы её приобретения; 2. планируемый «уровень игры»; 3. планируемые действия; 4. ваши цели; 5. способы их достижения; 6. личные качества, которые вы собираетесь развить; 7. опишите себя через 10 лет.

Выступите перед классом с презентацией вашей личной стратегии жизни (минимум — 1 минута, максимум — 3 минуты).

Дорогие одиннадцатиклассники!

Вот и закончился курс «Основы предпринимательства и бизнеса».

Мы поздравляем вас с окончанием курса! Вы проделали огромную работу, и неважно, если у кого-то из вас это получилось хуже, чем у других. Даже если не всё прошло гладко, неудачи и проблемы — это неизбежная составляющая жизни. Если вы занимаетесь спортом, вы знаете, что после тренировки у вас могут болеть мышцы. Значит ли это, что из-за боли вам стоит перестать заниматься? Конечно, нет! Со временем боль пройдёт, а вы станете сильным спортсменом!

Даже если какие-то задания или темы давались вам с трудом, это не значит, что вам не суждено стать бизнесменом. Вы учитесь, и чем больше ошибок вы сделаете сейчас, чем с большими трудностями столкнётесь, тем проще вам будет строить настоящий бизнес в реальном мире!

Помните, что мы говорили об ответственности и умении управлять своей жизнью? Вы не можете избежать ошибок и негативных моментов в жизни. Но вы можете выбрать, как на них реагировать. В этом и состоит ваша ответственность!

На страницах учебника вам встретилось много примеров успешных бизнесменов. Не стоит впадать в уныние, читая истории успеха, в которых подростки в возрасте 16 лет уже заработали свой первый миллион. Рост — это процесс, в котором мы движемся от чего-то неправильного к менее неправильному. Возьмите на себя ответственность выбрать ту реакцию, которая приведёт вас к качественным изменениям в вашей жизни!

Теперь вы знаете, с чем у вас возникают трудности при ведении бизнеса, значит, вы понимаете, какие «мышцы» вам нужно «прокачать», чтобы стать сильным и успешным. Посмотрите честно на свои результаты курса, чтобы ответить на вопросы: «Что я делал не так?», «Где я ошибался?», «Что мне нужно изменить, чтобы не делать этих ошибок в будущем?»

Сделав это, вы получите преимущество, которого нет у многих начинающих бизнесменов: опыт, который позволит вам совершить меньше ошибок в дальнейшем.

Мы надеемся, что курс «Основы предпринимательства и бизнеса» помог вам определиться с дальнейшими целями в вашей жизни и дал вам инструментарий, необходимый для того, чтобы этих целей добиться.

Вы все совершили мощный рывок вперёд, превратившись из школьников в стартаперов и примерив на себя костюм бизнесменов. Мы гордимся вами и вашими результатами, и верим, что именно благодаря вам, новому поколению бизнесменов, жизнь в нашей стране станет ещё лучше: общество более ответственным, услуги и товары более качественными.

Мы желаем вам дальнейших успехов на пути предпринимательства! Перед вами очень сложный, но и очень интересный путь, на котором есть место творчеству, экспериментам, новым открытиям и захватывающим идеям!

Авторы учебника «Основы предпринимательства и бизнеса»



© Электронный архив

Глоссарий

UP-SELL поднятие суммы продажи *сатылымның сомасын көтеру*	Предполагает, что покупателю предлагается более дорогая модель того же продукта, а также дополнительные опции и услуги, в результате чего чек становится больше.
CROSS-SELL перекрёстные продажи *тоғыспалы сату*	Тоже помогают повысить прибыль, но происходит это за счёт реализации сопутствующих товаров, которые не относятся напрямую к изначально выбранной покупателем категории.
TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) всеобщее управление качеством *сапаны жалпылай басқару*	Всеобщий менеджмент качества, который предполагает непрерывное улучшение качества в различных сферах деятельности — производстве, закупках, сбыте, организации работы и пр.
SWOT-АНАЛИЗ SWOT analysis *SWOT талдау*	SWOT-анализ позволяет в сжатом виде представить ситуацию — опасности и возможности, которые ожидают исследуемый субъект, а также его слабые и сильные характеристики, то есть потенциал.
SMART-ЦЕЛИ smart goals *smart мақсаттар*	S — Specific — конкретная, M — Measurable — измеримая, A — Achievable — достижимая, R — Relevant — соответствующая, T — Time bound — чётко определённая во времени.
АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ administrative responsibility of entrepreneur *кәсіпкерлердің әкімшілік жауаптылығы*	Административная ответственность предпринимателей и должностных лиц предпринимательских организаций установлена за совершение ими административного правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности.
АКТИВЫ assets *активтер*	Всё то, что приносит вам средства, то есть формируют ваши денежные потоки.

АКЦИЯ stock *акциялар*	Право (на что-то), которое может быть отстояно в суде — ценная бумага, доля владения компанией, закрепляющая права её владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации, пропорционально количеству акций, находящихся в собственности у владельца.
АНАЛОГОВАЯ МОДЕЛЬ analog model *балама модель*	Модель построения прогноза развития рынка, довольно проста и очевидна: выбираем рынки, существующие в условиях, сходных с нашими, отслеживаем их состояние и создаём прогноз их развития.
АННУИТЕТНАЯ СХЕМА ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА loan repayment annuity scheme *кредитті жабудың аннуитеттік сызбасы*	Все платежи одинаковы. Проценты начисляются на остаток задолженности, но при этом доля выплачиваемого тела кредита в первых платежах будет минимальной — основную часть платежа будет составлять процент по кредиту.
АНТИСИПАТИВНАЯ (ИЛИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ) ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА antisipative (or preliminary) interest rate *антисипативті (немесе алдын ала) пайыздық мөлшерлеме*	Здесь ситуация прямо противоположна предыдущему виду. Все проценты взимаются сразу в момент выдачи кредита, а их величина рассчитывается исходя из общей суммы долга.
АУКЦИОННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА auction interest rate *аукциондық пайыздық мөлшерлеме*	Ставки по кредитным соглашениям, которые были оформлены через тендер на торговой площадке. Следовательно, прямое влияние на их величину оказали аукционные процедуры.
БАНК bank *банк*	От итал. banco — скамья, лавка, стол, на которых менялы раскладывали монеты — финансово-кредитная организация, производящая разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающая финансовые услуги правительству, юридическим и физическим лицам.

БАНКОВСКАЯ ГАРАНТИЯ bank guarantee *банк кепілдігі*	Письменное обязательство, в силу которого банк, иная кредитная или страховая организация (гарант) должны уплатить кредитору принципала (бенифициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по предоставлении бенефициаром письменного требования об её уплате.
БАНКОВСКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА bank interest rate *банктік пайыздық мөлшерлеме*	Годовая процентная ставка по кредитам, которые выдаются прямым заёмщикам (компаниям и частным лицам). Устанавливается непосредственно финансовой организацией.
БАНКОВСКИЙ ВКЛАД (ИЛИ БАНКОВСКИЙ ДЕПОЗИТ) bank deposit *банктік депозит (немесе банктік салым)*	Сумма денег, переданная лицом кредитному учреждению с целью получить доход в виде процентов, образующихся в ходе финансовых операций с вкладом.
БЕЗНАЛИЧНЫЕ РАСЧЁТЫ non-cash payment *қолма-қолсыз есеп айырысу*	Платежи, осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачётов взаимных требований.
БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО lean production *үнемді өндіріс*	Концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь.
БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ business incubator *бизнес-инкубаторлар*	Программы помощи бизнесу, которые обеспечивают предпринимателей необходимыми консультациями и поддержкой.
БРОКЕР НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ securities market broker *бағалы қағаздар нарығындағы брокер*	Торговый представитель, юридическое лицо, профессиональный участник рынка ценных бумаг, имеющий право совершать операции с ценными бумагами по поручению клиента и за его счёт или от своего имени и за счёт клиента на основании возмездных договоров с клиентом.
БЮДЖЕТ budget *бюджет*	Смета доходов и расходов государства, предприятия или отдельного лица на определённый срок.

ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) gross domestic product (GDP) *жалпы ішкі өнім (ЖІӨ)*	общепринятое сокращение — ВВП (англ. GDP) — макроэкономический показатель, отражающий рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть предназначенных для непосредственного употребления, использования или применения), произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства.
ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД (ВНД) gross national income (GNI) *жалпы ұлттық табыс*	Совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведённых в течение года на территории государства (то есть ВВП), плюс доходы, полученные гражданами страны из-за рубежа, минус доходы, вывезенные из страны иностранцами.
ВАЛЮТА currency *валюта*	Национальные, иностранные и международные деньги, как в наличной форме (в виде банкнот, казначейских билетов, монет), так и безналичной (на банковских счетах и в банковских вкладах), являющиеся законным средством платежа.
ВАЛЮТНЫЙ КУРС exchange rate *валюталық бағам*	Соотношение между двумя валютами или цена одной валюты, выраженной через другую валюту. Цена иностранной валюты.
ВАЛЮТНЫЙ ПАРИТЕТ currency parity *валюталық тепе-теңдік*	Законодательно устанавливаемое соотношение между двумя валютами, являющееся основой валютного курса.
ВЕЖЛИВОСТЬ politeness *сыпайылық*	Выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству, проявляющееся в приветствиях и пожеланиях, в интонации голоса, мимике и жестах.
ВЕКСЕЛЬ promissory note *вексель*	от нем. Wechsel — ценная бумага, оформленная по строго установленной форме, дающая право лицу, которому вексель передан (векселедержателю), на получение от должника оговорённой в векселе суммы.

ВКЛАД ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ demand deposit *талап етілгенге дейінгі депозит*	Депозит без указания срока хранения, который возвращается по первому требованию вкладчика. Обычно по сберегательным вкладам начисляются проценты по ставкам ниже соответствующих для срочных депозитов. Депозитом до востребования могут по соглашению с банком или по законам отдельных государств являться средства на чековом счёте в банке.
ВСЕСТОРОННЯЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ comprehensive intensification *жан-жақты интенсификация*	Благодаря рациональному комплексному использованию экономических, трудовых и вещественных условий производства обеспечивает антизатратную траекторию экономического роста.
ВТОРИЧНЫЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК secondary stock market *қайталама қор нарығы*	Предполагает торговлю бумагами, которые ранее уже были выпущены и куплены на первичном рынке.
ГЕМБА КАЙДЗЕН gemba kaizen *гемба кайдзен*	Гемба — японский термин, буквально означающий «реальное место». В бизнесе это может быть строительная площадка или этаж, на котором происходит производство или где поставщик услуг напрямую взаимодействует с клиентом. Суть гемба кайдзен заключается в том, чтобы сделать улучшения в гемба (то есть в месте, где происходит реальная работа). Эти усовершенствования окажут большое влияние на организацию.
ГОДОВАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (ГЭСВ) annual effective interest rate *жылдық тиімді пайыздық мөлшерлеме*	Это номинальная ставка + сумма капитализации.
ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ civil liability of entrepreneurs *кәсіпкерлердің азаматтық жауаптылығы*	Установленные гражданским законодательством юридические последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения предусмотренных обязанностей и обязательств. Гражданская ответственность проявляется в применении к правонарушителю в отношении другого лица (кредитора) либо государства установленных законом или договором мер воздействия, имеющих для правонарушителя отрицательные имущественные (финансовые) последствия в форме уплаты неустойки, возмещения убытков, ареста имущества, возмещения вреда.

ДЕКУРСИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА decursive interest rate *декурсивті пайыздық мөлшерлеме*	Процентные платежи взыскиваются единовременно вместе с основной задолженностью в конце срока кредитования. То есть в случае потребительского кредитования используется именно этот вид годовой ставки.
ДЕЛЕГИРОВАНИЕ delegation *өкілеттіктерді табыстау (делигирлеу)*	Это способ поручить часть наших дел другим людям.
ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА business conversation *іскерлік әңгімелесу*	Передача или обмен информацией и мнениями по определённым вопросам или проблемам.
ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА business correspondence *іскерлік хат алмасу*	Обобщённое название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.
ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ business meeting *іскерлік мәжіліс*	Способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.
ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ business negotiations *іскерлік келіссөздер*	Основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК («КЭШ-ФЛОУ») cash flow *ақша ағыны (кэш флоу)*	Сумма поступлений и платежей за определённый период времени, который разбивается на отдельные интервалы.
ДЕПОЗИТНЫЙ СЕРТИФИКАТ certificate of deposit *депозиттік сертификат*	Именная ценная бумага, выпущенная банком. Процентный доход по депозитному сертификату выше, чем по банковским вкладам: 14-15 %. Сертификат выдаётся на сумму от 500 тысяч тенге на срок 12 и 24 месяца без права пополнять или частично снимать деньги.

ДЕРИВАТИВ derivative *дериватив*	Договор (контракт), по которому стороны получают право или обязуются выполнить некоторые действия в отношении базового актива. Обычно предусматривается возможность купить, продать, предоставить, получить некоторый товар или ценные бумаги. В отличие от прямого договора купли-продажи, деривати формален и стандартизирован, изначально предусматривает возможность минимум для одной из сторон свободно продавать данный контракт, то есть является одним из вариантов ценных бумаг.
ДЕТСКИЕ ДЕПОЗИТЫ children's deposit *балаларға арналған депозиттер*	Предложения по детским депозитам сейчас дают только два банка — Жилстройсбербанк и Bank RBK. Оформить такой вклад можно на детей младше 16 лет. ЖССБ даёт возможность сделать это прямо в роддоме. Вкладчикам предлагают вознаграждение банка в 2 % и премию государства в размере 20 % от суммы накоплений за год. Такой депозит может стать частью семейного пакета и даёт право на получение кредита по ставке 5 % и ниже, когда вкладчику исполнится 18 лет.
ДЕФЛЯЦИЯ deflation *дефляция*	Снижение общего уровня цен (отрицательный рост).
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ diversification of activities *қызметті әртараптандыру*	Переход от односторонней, часто базирующейся лишь на одном продукте производственной структуры, к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции.
ДИЛЕР dealer *дилер*	От англ. Dealer — «торговец» на рынке ценных бумаг — профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий операции с ценными бумагами от своего имени и за свой счёт.
ДИСТАНЦИЯ ВЛАСТИ power distance *билік арақашықтығы*	Признаваемая или допустимая степень неравенства между людьми с точки зрения влияния на принимаемые решения. Проще говоря, это фактическая доступность руководства для подчинённых.

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННАЯ СХЕМА ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА differentiated loan repayment scheme *дифференцияланған өтеу сызбасы*	Тело кредита делится на равные части, в зависимости от предполагаемого количества выплат (это можно узнать из графика платежей). К каждой равнозначной части прибавляются начисленные на остаток задолженности проценты, которые будут максимальными в первый платёж и минимальными в самый последний. Таким образом, сумма оплаты будет уменьшаться с каждым месяцем.
ДРОПШИППИНГ dropshipping *дропшиппинг*	Модель бизнеса, при которой вы просто рекламируете чьи-то товары, преимущественно в Интернете, а клиент, заказав их через вас, получает товар непосредственно со склада поставщика.
ЗАДАТОК deposit *кепілзат*	Денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счёт причитающихся с неё по договору платежей другой стороне в доказательство заключения договора и в обеспечении его исполнения.
ЗАЛОГ pledge *кепіл*	Один из способов обеспечения исполнения обязательств. В силу залога кредитор имеет право в случае неисполнения должником этого обязательства получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества преимущественно перед другими кредиторами лица, которому принадлежит это имущество (залогодателя), за изъятиями, установленными законом.
ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ТАКЖЕ КОНСЬЮМЕРИЗМ) consumer protection (consumerism) *тұтынушылар құқығын қорғау (консьюмеризм)*	Комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем (физическим лицом, приобретающим товар или услугу для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью) и субъектом предпринимательской деятельности — изготовителем, исполнителем, продавцом, и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.

ИМИДЖ image *имидж*	Эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Но если взглянуть глубже, то это, скорее, внешняя сторона образа, в которой сосредотачиваются его наиболее существенные характеристики.
ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ simulation model *имитациялық модель*	Построение рыночных прогнозов, основывающееся на точном измерении соотношений параметров рынка и нахождении взаимосвязей между ними и внешними факторами, определяющими динамику спроса и предложения.
ИМПОРТ import *импорт*	Закупка продукции, произведённой в других странах, с дальнейшей целью использования или перепродажи на территории своей страны.
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ БАНКИ investment banks *инвестициялық банктер*	Банки, специализирующиеся на инвестициях, чаще всего в ценные бумаги.
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПАЙ investment share *инвестициялық пай*	Именная ценная бумага, удостоверяющая долю её владельца в праве собственности на имущество, составляющее паевой инвестиционный фонд.
ИНДИВИДУАЛИЗМ — КОЛЛЕКТИВИЗМ individualism — collectivism *индивидуализм — коллективизм*	Характеризует степень, с которой граждане данной страны или сотрудники организации предпочитают действовать самостоятельно, а не как члены той или иной группы. Крайние значения этой шкалы: абсолютизация своих личных интересов и полное подчинение интересам группы или общества. Таким образом, определив значение данного параметра, можно определить тесноту социально-психологической связи между членами общества или сотрудниками организации.
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ individual competence *дара құзыреттілік*	Целостное профессиональное самосознание, знание профессиограммы своей профессии; принятие себя как профессионала; постоянно углубляющийся процесс профессионального самоопределения; самопроектирование, самоэкспериментирование, построение собственной стратегии профессионального роста, построение и реализация сценария своей профессиональной жизни; согласованность между мотивационной и операциональной сторонами деятельности.

ИНФЛЯЦИЯ inflation *инфляция*	Повышение общего уровня цен на товары и услуги на длительный срок.
ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА enterprise support infrastructure *кәсіпкерлікті қолдау инфрақұрылымы*	Комплекс организаций, обеспечивающих благоприятные условия создания, функционирования и развития частной предпринимательской деятельности.
КАЙДЗЕН kaizen *кайдзен*	С японского «изменение» и «хорошо» — японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни. Простыми словами, это постоянное улучшение качества.
КАПИТАЛИЗАЦИЯ capitalization *капитализация*	Начисление процентов на процент.
КАПИТАЛО- И МАТЕРИАЛОСБЕРЕГАЮЩАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ capital and material saving intensification *капитал және материал үнемдеуші интенсификация*	Осуществляется за счёт применения более совершенных машин и оборудования, более эффективного использования материалов, энергоносителей и т. д.
КАЧЕСТВО quality *сапа*	Комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др.
КВАЛИФИКАЦИЯ qualification *біліктілік*	Уровень профессионального мастерства, степень и вид подготовленности для выполнения профессиональной деятельности.
КЕШБЭК cash back *кешбэк*	От англ. Cashback или амер. Cash back — возврат наличных денег — термин, который используется в сферах интернет-торговли, банковского дела и игорного бизнеса в качестве обозначения разновидности бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности.

КЕШБЭК В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ cashback in the banking sector *банк саласындағы кешбэк*	Программа лояльности, стимулирующая клиента осуществлять покупки посредством пластиковой карты.
КЕШБЭК В РОЗНИЧНОЙ И ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ cashback in retail and e-commerce *бөлшек және интернет саудадағы кешбэк*	Отсроченная скидка, возвращаемая клиенту по истечении периода, отведённого на обмен/возврат.
КЛИРИНГ clearing *клиринг*	От англ. Clearing — очистка — безналичные расчёты между странами, компаниями, предприятиями и банками за поставленные, проданные друг другу товары, ценные бумаги и оказанные услуги, осуществляемые путём взаимного зачёта, исходя из условий баланса платежей.
КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ commercial banks *коммерциялық банктер*	Банки, осуществляющие расчётно-кассовое обслуживание, депозитные и кредитные операции.
КОМПЕТЕНТНОСТЬ competence *құзыреттілік*	Наличие необходимых знаний, умений и навыков, опыта, личных качеств специалиста в той или иной области жизнедеятельности.
КОМПЕТЕНЦИЯ competence *құзырет*	Способность решать определённые задачи в конкретной предметной области.
КОНЪЮНКТУРА РЫНКА market conditions *нарықтың конъюнктурасы*	Фактическое соотношение между предложением и спросом на тот или иной вид товаров и уровень цен на него.
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО) corporate social responsibility (CSR) *корпоративті әлеуметтік жауаптылық (КӘЖ)*	Согласно Т. Форану, КСО представляет собой совокупность поведенческих действий предприятия в отношении своих сотрудников, органов власти, окружающей среды и общества в целом.
КОРПОРАТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ corporate communication *корпоративті қарым-қатынас*	Процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом.
КОРРЕКТНОСТЬ correctness *өзін дұрыс ұстай білу*	Умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных.

КРОСС-КУРС cross course *кросс-бағам*	Соотношение между двумя валютами, которое вытекает из их курса по отношению к третьей валюте.
МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС international business *халықаралық бизнес*	Подразумевает осуществление деловых операций партнёрами из более чем одной страны.
ЛЖЕПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО false business *жалған кәсіпкерлік*	Создание субъекта частного предпринимательства либо приобретение акций (долей участия, паёв) других юридических лиц, предоставляющее право определять их решения, а равно руководство им, без намерения осуществлять предпринимательскую деятельность, при условии, если все совершённые сделки преследуют противоправные цели и причинили крупный ущерб гражданину, организации или государству.
ЛИЧНОСТНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ personal competence *жеке құзыреттілік*	Устойчивая профессиональная мотивация; творческая установка, обогащение профессии средствами своего творчества, — приспособление себя к профессии и профессии к себе, индивидуальность в профессиональном труде; удовлетворённость профессиональным трудом.
ЛИЧНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН personal financial plan *жеке қаржылық жоспар*	Документ, отражающий текущее положение ваших дел, ваши личные финансовые цели, а также реалистичный план их достижения, то есть накопления и инвестирования средств.
НАКОПИТЕЛЬНЫЙ ВКЛАД cumulative contribution *жеке құзыреттілік*	Вклад с возможностью пополнения депозита в течение всего срока действия договора.
НЕКОНВЕРТИРУЕМАЯ (ЗАМКНУТАЯ) ВАЛЮТА (НКВ) non-convertible (closed) currency *айырбасталмайтын (жабық) валюта (АВ)*	Национальная валюта, которая функционирует только в пределах данной страны и не обменивается на иностранные валюты.
НЕТВОРКИНГ networking *нетворкинг*	Построение сети деловых связей, формирование вокруг себя круга людей, каждый из которых — профессионал в какой-то своей области: у вас всегда будет возможность обратиться к ним за помощью или просто за советом.

НЕУСТОЙКА forfeit *тұрақсыздық айыбы*	Определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, в частности в случае просрочки исполнения.
НОМИНАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА nominal interest rate *номиналды пайыздық мөлшерлеме*	Основана на текущем анализе активов банковского учреждения без учёта рыночных процессов.
НОМИНАЛЬНАЯ СТАВКА nominal rate *номиналды мөлшерлеме*	Определяет ежемесячное вознаграждение.
НОМИНАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС nominal exchange rate *номиналды валюта бағамы*	Фактическая цена одной валюты в единицах другой валюты.
ОБЛИГАЦИЯ obligation *облигация*	От лат. Obligatio — обязательство; англ. Bond — долгосрочная, note — расписка — долговая ценная бумага, владелец которой имеет право получить от лица, её выпустившего (эмитента облигации), в оговорённый срок её номинальную стоимость деньгами или в виде иного имущественного эквивалента. Также облигация может предусматривать право владельца (держателя) на получение процента (купона) от её номинальной стоимости либо иные имущественные права.
ОПЦИОН option *опцион*	От лат. Optio — выбор, желание, усмотрение — договор, по которому покупатель опциона (потенциальный покупатель или потенциальный продавец базового актива — товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени.
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ responsibility of entrepreneurs *кәсіпкерлердің жауапкершілігі*	Обязанность, необходимость совершить определённые действия, направленные на восстановление неисполненных установленных (договорённых) обязанностей (обязательств), нарушений прав хозяйствующих субъектов, клиентов, работников, государства.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК negative cash flow *теріс ақша ағыны*	Сумма выплат денежных средств по всем видам его операций (иногда пользуются термином «отток денежных средств»).
ОФФШОРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО offshore production *оффшорлық өндіріс*	Оффшорное производство означает, что одна стадия производственного процесса размещается за рубежом для того, чтобы уменьшить затраты. Оффшорная фирма обычно размещается в стране с невысокой стоимостью рабочей силы, а конечный продукт продаётся на внутреннем рынке страны, в которой зарегистрирована корпорация.
ПАРИТЕТ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ purchasing power parity *сатып алу қабілетінің тепе-теңдігі*	Соотношение между денежными единицами различных стран по их покупательной силе к определённому набору товаров и услуг — удостоверяет, что на мировом рынке один и тот же товар должен иметь во всех странах одинаковую цену, если она исчисляется в одной и той же валюте.
ПАССИВЫ liabilities *пассивтер*	К пассивам следует отнести всё то, что у вас отнимает деньги.
ПЛАВАЮЩАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА floating interest rate *құбылмалы пайыздық мөлшерлеме*	Подлежит периодическому пересмотру в связи с изменением ключевой ставки, уровня инфляции и прочих событий в экономике страны.
ПЛАВАЮЩИЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС floating exchange rate *құбылмалы валюта бағамы*	Устанавливается на торгах на валютной бирже.
ПЕРВИЧНЫЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК primary stock market *алғашқы қор нарығы*	Это рынок, на котором предлагаются новые, выпущенные впервые ценные бумаги.
ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА behavioral economics *мінез-құлық экономикасы*	Направление экономических исследований, которое изучает влияние социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на экономическое поведение, принятие экономических решений отдельными лицами и учреждениями и последствия этого влияния на рыночные переменные (цены, прибыль, размещение ресурсов); описывает, как мы принимаем экономические решения.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК positive cash flow *оң ақша ағыны*	Сумма поступлений денежных средств от всех видов операций (иногда пользуются термином «приток денежных средств»).
ПОРУЧИТЕЛЬСТВО guarantee *кепілгерлік*	Способ обеспечения исполнения обязательства, в соответствии с которым поручитель (третье лицо) обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение перед ним его обязательства полностью или в части. Договор поручительства совершается в письменной форме.
ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНОСТЬ courtesy *ескере білу*	Стремление первым оказать любезность избавить другого человека от неудобств и неприятностей.
ПРЕЗЕНТАЦИЯ presentation *презентация*	Это представление своих способностей, своего продукта или своей компании партнёрам, заказчикам, инвесторам или потребителям с целью добиться от них нужного решения (действия).
ПРИНЦИПАЛ principal *принципиал*	Должник, по просьбе которого гарант даёт письменное обязательство уплатить кредитору денежную сумму, не уплаченную должником. За выдачу банковской гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение.
ПРОМЫШЛЕННАЯ ЗОНА industrial zone *өнеркәсіптік аймақ*	Объект, в котором множество малых обособленных предприятий размещено и функционирует на единой производственной территории.
ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТ simple percentage interest rate *қарапайым пайыз*	Это когда процент по вкладу начисляется в конце срока.
ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА foreign direct investment *пайыздық мөлшерлеме*	Сумма, выраженная в процентном отношении к сумме выдаваемого кредита, которую платит заёмщик за использование заёмных денег в расчёте на определённый временной интервал (день, неделя, месяц, год и т. д.)
ПРЯМЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ foreign direct investment *тікелей шетелдік инвестициялар*	Вложение капитала с целью осуществления приобретения и реального контроля над объектами собственности, активами и целыми компаниями в других странах (страна, на территории которой находится штаб-квартира материнской компании, — это страна происхождения).

РАСЧЁТНЫЙ ВКЛАД (УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ВКЛАД) settlement contribution (universal contribution) *есеп айырысу депозиті (әмбебап депозит)*	Вклад с возможностью контроля депозита и проведения расходно-приходных операций.
РАСЧЁТНЫЙ ЧЕК settlement check *есеп айырысу чегі*	Документ, в котором содержится приказ банку от чекодателя о переводе некоторой суммы денежных средств со своего счёта на счёт чекодержателя.
РЕАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА real interest rate *нақты пайыздық мөлшерлеме*	Номинальный размер ставки, скорректированный с учётом колебаний цен.
РЕГУЛИРУЕМАЯ И НЕРЕГУЛИРУЕМАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА regulated and unregulated interest rate *реттелетін және реттелмейтін пайыздық мөлшерлеме*	Зависит от влияния государственных структур (в частности, национального банка) на размер годовой процентной ставки. Нерегулируемые виды чаще присутствуют в коммерческих банках.
РЕЗЮМЕ CV *түйіндеме*	Это документ, составленный вами, который позволяет презентовать собственные умения и навыки, как в профессиональном, так и в личностном плане.
САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ self-presentation *өзін-өзі таныстыру*	Управление впечатлением, которое инициатор производит на целевую персону, с целью поддержания или усиления своего влияния на неё.
САМОПРОДВИЖЕНИЕ self promotion *өзін-өзі алға жылжыту*	Открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оценённым по достоинству и благодаря этому получить преимущества в отборе кандидатов, назначении на должность и т. п.
СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ БАНКИ saving banks *жинақ банкі*	Банки, специализирующиеся на привлечении средств населения.
СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ ВКЛАД savings deposit *жинақ депозиті*	Самый простой подвид срочного вклада, по условиям которого запрещены операции пополнения вклада и снятия любых сумм.

СВОБОДНО КОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА (СКВ) free convertible currency *еркін айырбасталатын валюта (ЕАВ)*	Валюта, свободно и без ограничений обмениваемая на другие иностранные валюты, т. е. СКВ обладает полной внешней и внутренней обратимостью.
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ customer relationship management *клиенттермен өзара қатынасты басқару жүйесі*	Прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.
СКРОМНОСТЬ modesty *қарапайымдылық*	В общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей.
СЛОЖНЫЙ ПРОЦЕНТ compound interest *күрделі пайыз*	Это когда в течение срока вклада производится капитализация процентов внутри срока вклада (ежемесячно, ежеквартально).
СМЕШАННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ mixed responsibility of entrepreneur *кәсіпкердің аралас жауапкершілігі*	Ответственность, возникающая при неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательства по вине обеих сторон.
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ БАНКИ specialized banks *мамандандырылған банктер*	Банки, специализирующиеся на одной или нескольких банковских операциях.
СПЕЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ special activity competency *арнайы әрекеттік құзыреттілік*	Овладение нормами профессиональной деятельности, высокая эффективность; стабильность результатов; профессиональное мастерство; оптимальная психологическая цена результата — отсутствие перегрузки.
СПОР dispute *пікірталас*	Столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.

СОЛИДАРНАЯ ОБЯЗАННОСТЬ (ОТВЕТСТВЕННОСТЬ) ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ joint obligation (responsibility) of entrepreneurs *кәсіпкерлердің ортақ міндеті (жауапкершілігі)*	Солидарная обязанность (ответственность), или солидарное требование возникает, если солидарность обязанности или требования предусмотрена договором или установлена законом, в частности при неделимости предмета обязательства.
СОЦИАЛЬНАЯ ОБЩЕНЧЕСКАЯ, КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ social community and communicative competence *әлеуметтік қауымдастық, коммуникативті құзыреттілік*	Отнесение себя к профессиональной общности; овладение нормами профессионального общения, этическими нормами профессии; направленность профессиональных результатов на благо других людей, духовное обогащение людей средствами своей профессии; социальная ответственность за последствия своих поступков; умение сотрудничать, вступать в контакты, лёгкая совместимость; гибкая смена социальных ролей в профессии, готовность к изменениям; конкурентоспособность; соответствие профессионального должностного статуса (места среди других) индивидуально-личностным качествам.
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА social responsibility of the business *бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі*	Добровольный вклад субъектов частного предпринимательства в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах.
СРОЧНЫЙ ВКЛАД term deposit *мерзімді депозит*	Депозит под проценты, внесённый на определённый срок и изымаемый полностью по истечении обусловленного срока. Срочные депозиты менее ликвидны, чем сберегательные вклады до востребования, но приносят более высокий процент дохода.
СТРАХОВАНИЕ ВКЛАДОВ deposit insurance *депозиттерді сақтандыру*	Подразумевает, что при банкротстве банка физическое лицо полностью или частично получает вложенные в этот банк средства в максимально короткий срок. Выплаты производятся особыми фондами, создаваемыми за счёт банков и (или) государства.

СУБСИДИАРНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ subsidiary liability of entrepreneurs *кәсіпкерлердің субсидиарлық жауапкершілігі*	Дополнительная ответственность лиц (сторон), которые наряду с должником отвечают перед кредиторами за надлежащее исполнение обязательства в случаях, предусмотренных законом или договором. Так, участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ time-management *тайм-менеджмент*	Это учёт, распределение и оперативное планирование собственных ресурсов времени. Прямой перевод данного термина «time management» с английского — «управление временем».
ТАКТИЧНОСТЬ tact *әдептілік*	Также один из важных составляющих элементов коммуникативной культуры. Чувство такта — это прежде всего чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение.
ТЕКУЩАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА current interest rate *ағымдағы пайыздық мөлшерлеме*	Ставка, зафиксированная на определённую дату и действующая только для тех кредитов, которые выдаются в этот день. Через день, неделю, месяц будут действовать уже совершенно другие проценты годовых.
ТЕКУЩИЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС current exchange rate *ағымдағы валюта бағамы*	Курс наличной, т. е. кассовой сделки. По нему производятся расчёты в течение двух дней.
ТЕХНОПАРКИ technoparks *технопарктер*	Структуры, создаваемые в основном на базе высших учебных заведений или на базе научно-исследовательских институтов с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий.
ТРЕЙДЕР trader *трейдер*	Торговец, действующий по собственной инициативе и стремящийся извлечь прибыль непосредственно из процесса торговли.
ТРУДОСБЕРЕГАЮЩАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ labor-saving intensification *еңбек үнемдеуші интенсификация*	Новая техника вытесняет из производства рабочую силу. То есть весь прирост производства достигается частично или полностью за счёт повышения производительности труда.

УБЫТКИ loss *шығындар*	Под убытками понимаются расходы, которые лицо, чьё право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрат или повреждения имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода). Если лицо, нарушившее право, получило вследствие этого доходы, лицо, право которого нарушено, вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере не менее, чем такие доходы.
УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ criminal liability of entrepreneurs *кәсіпкерлердің қылмыстық жауаптылығы*	Один из видов юридической ответственности предпринимателей, возникающей при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности. Основанием уголовной ответственности предпринимателей является совершение действия, содержащего все признаки состава преступления.
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ БАНКИ universal banks *әмбебап банктер*	Банки, осуществляющие все основные виды банковских операций.
ФИКСИРОВАННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА fixed interest rate *тіркелген пайыздық мөлшерлеме*	Постоянная величина процентов по кредиту, установленная договором, которая не меняется с течением времени и не зависит от ситуации в экономике и прочих критериев.
ФИКСИРОВАННЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС fixed exchange rate *бекітілген валюта бағамы*	Официальное соотношение между двумя валютами, устанавливаемое в законодательном порядке.
ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ financial literacy *қаржылық сауаттылық*	Уровень знаний в области финансов, личных сбережений и способов управления ими.
ФОНДОВЫЙ РЫНОК stock market *қор нарығы*	Механизм, обеспечивающий переход денежных средств из одного сектора экономики в другой.

ФОРВАРДНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА forward interest rate *форвардтық пайыздық мөлшерлеме*	Она также фиксируется на определённую дату, но справедлива для всех обязательств, которые были оформлены после её установления. Действует такая ставка до того дня, когда будет зафиксировано её новое значение.
ФОРВАРДНЫЙ КУРС ИЛИ КУРС СРОЧНОЙ СДЕЛКИ forward or derivatives transaction rate *форвардтық немесе жедел мәміле бағамы*	Курс для расчёта по валютному (форвардному) контракту через определённое время после заключения контракта.
ФЬЮЧЕРС futures *фьючерс*	От англ. Futures contract или англ. Futures — фьючерсный контракт или фьючерсный договор — производный финансовый инструмент (договор) на бирже купли-продажи базового актива (товара, ценной бумаги и т. д.), при заключении которого стороны (продавец и покупатель) договариваются только об уровне цены и сроке поставки.
ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ goal setting *мақсатты болжау*	Процесс выбора субъектом целей; но нередко альтернативы, из которых необходимо сделать выбор, не даны непосредственно.
ЦЕННЫЕ БУМАГИ securities *бағалы қағаздар*	Это документация, где все права отображены в имущественном и неимущественном выражении. То есть, могут быть: объектом для сделок; инструментом купли-продажи; источником, позволяющим получать регулярную или разовую прибыль.
ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ central banks *орталық банктер*	Банки, осуществляющие государственное регулирование банковской сферы и денежную эмиссию.
ЧАСТИЧНО КОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА (ЧКВ) partially convertible currency *ішінара айырбасталатын валюта*	К таким валютам относятся национальные валюты тех стран, в которых применяются валютные ограничения для резидентов, а также по отдельным видам обменных операций. Например, частично конвертируемыми являются российский рубль и казахстанский тенге.

ЧЕК check *чек*	От фр. Chèque, англ. Cheque/check — ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платёж указанной в нём суммы чекодержателю. Чекодателем является лицо, имеющее денежные средства в банке, которыми он вправе распоряжаться путём выписывания чеков; чекодержателем — лицо, в пользу которого выдан чек; плательщиком — банк, в котором находятся денежные средства чекодержателя.
ЧЕКОДАТЕЛЬ check giver *чек беруші*	Человек, имеющий денежные средства в определённом банке, которыми он имеет полное право распоряжаться.
ЧЕКОДЕРЖАТЕЛЬ check holder *чек ұстаушы*	Человек, который получил чек, а плательщик — это банк, в котором находятся денежные средства чекодателя.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦИКЛЫ economic cycles *экономикалық циклдар*	Регулярные колебания уровня деловой активности от экономического бума до экономического спада. В цикле деловой активности выделяются четыре чётко различимые фазы: пик, спад, дно, или низшая точка, и подъём.
ЭКСПОРТ export *экспорт*	Продажа продукции, произведённой в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран.
ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ extrapolation *экстраполяция*	Самый популярный и простой способ создания прогнозов рыночных процессов, лучше всего подходит для построения краткосрочного прогнозирования. Он заключается в распространении трендов, актуальных в настоящий момент, на ближайший отрезок будущего.
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ (ЭИ) emotional intelligence (EI) *эмоционалды интеллект (ЭИ)*	Понимается как способность перерабатывать информацию, содержащуюся в эмоциях.
ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ legal liability of entrepreneurs *кәсіпкерлердің заңды жауаптылығы*	Установленная правовыми нормами обязанность претерпевать неблагоприятные последствия при неисполнении ими установленных нормами права (законами) и договорами обязанностей и обязательств.

Список литературы

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. Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-XIII.
5. Дуарте Н. Resonate. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 264 с.
6. Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV.
7. Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 274 с.
8. Кейнс Дж.-М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2002 г. – 343 с.
9. Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. – М.: Попурри, 2009. – 223 с.
10. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК.
11. Коллинз Дж. From Good to Great. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 440 с.
12. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 246 с.
13. Кох Р. Принцип 80/20. – М.: Эксмо, 2014. – 336 с.
14. Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Цельная жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. – М.: Эксмо, 2018. – 352 с.
15. Лалу Ф. Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 610 с.
16. Милгрэм С. Подчинение авторитету. Научный взгляд на власть и мораль. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 250 с.
17. Питерс Т. Представьте себе. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 352 с.
18. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
19. Райнерт Эрик С. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. – М: Высшая Школа Экономики, 2011. – 384 с.
20. Рассел Дж., Кон Р. Диаграмма Ганта. – М.: VSD, 2012.
21. Роббинс Э. Разбуди в себе исполина. – М.: Попурри, 1991. – 800 с.
22. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Эксмо, 2016. – 1770 с.
23. Тиль П. От нуля к единице. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 240 с.
24. Трейси Б. Поцелуй лягушку! – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 160 с.
25. Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V ЗРК.

26. Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V ЗРК.
27. Фрайд Дж., Хенссон Х., Реворк Д. Бизнес без предрассудков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 208 с.
28. Хазин М. Чёрный лебедь мирового кризиса. – М.: Пальмира, 2017. – 450 с.
29. Хансен Э.-Х. Экономические циклы и национальный доход. – М.: Финансовая Академия, 2008. – 466 с.
30. Экологический кодекс Республики Казахстан от 9 января 2007 года № 212.
31. Элрод Х. Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 200 с.
32. Hofstede G. Culture's Consequences. – SAGE Publications, 1980. – 475 p.

© ТОО «Юридическая фирма Гюлмира»

Содержание

Раздел 3. Самопродвижение предпринимателя

Урок 33. Личные активы и пассивы 4
Урок 34. Личные активы и пассивы 10
Урок 35. Сбережения, кредиты и депозиты 15
Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты 20
Урок 37. Сбережения, кредиты и депозиты 26
Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты 32
Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги 39
Урок 40. Фондовые рынки 46
Урок 41. Фондовые рынки 52
Урок 42. Управление личным бюджетом 58
Урок 43. Управление личным бюджетом 62
Урок 44. Самопродвижение 68
Урок 45. Резюме и практика составления резюме 75
Урок 46. Резюме и практика составления резюме 81
Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети) 86
Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров 93
Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров 99
Урок 50. Эмоциональный интеллект 106
Урок 51. Тайм-менеджмент 113
Урок 52. Тайм-менеджмент 118

Раздел 4. Стратегия развития

Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка 125
Урок 54. Способы и виды развития бизнеса 132
Урок 55. Способы и виды развития бизнеса 137
Урок 56. Управление качеством 143
Урок 57. Международный бизнес 149
Урок 58. Международный бизнес 155
Урок 59. Международный бизнес 164
Урок 60. Защита прав потребителя 169

Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса 175
Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса 182
Урок 63. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая) 189
Урок 64. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая) 196
Урок 65. Целеполагание 203
Урок 66. Целеполагание 208
Урок 67. Личная стратегия жизни 214
Урок 68. Личная стратегия жизни 220
Глоссарий 227
Список литературы 249

Дуйсенханов Ермек Серикбаевич
Щеглов Серик Амангельдыевич
Ханин Дмитрий
Гуляева Алёна Анатольевна

Основы предпринимательства и бизнеса

Учебник
11 класс
2 часть

Методист: Н. В. Новосельцева
Редактор-корректор: Н. В. Дорофеева
Дизайнер: Д. Н. Буксикова
Художник-дизайнер: Н. С. Буксикова
Вёрстка: Р. Шайсламов
Технический редактор: Д. К. Тынбаев

Подписано в печать 01.07.26.
Бумага офсетная. Формат 70×100 $^{1}/_{16}$.
Тираж 1000 экз.
Отпечатано ТОО «Реформа»

ТОО «Көкжиек-Горизонт»
050059, Республика Казахстан,
г. Алматы, пр. Назарбаева, 235Б,
Тел. +7 727 341 08 93
www.kokzhiek-gorizont.kz

© Электронная версия