

Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрлігі
Ы. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы



**«ЖАҒАНДЫҚ ҚҰЗЫРЕТТЕР» КУРСЫ БОЙЫНША
ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР (11 СЫНЫП)**

Астана -2023

Ы. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы Ғылыми-әдістемелік кеңесімен баспаға ұсынылды (2023 жылғы 22 тамыз №5 хаттамасы)

«ЖАҒАНДЫҚ ҚҰЗЫРЕТТЕР» КУРСЫ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР (11 СЫНЫП) – Астана: Ы.Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы, 2023. – 320 б.

Оқу құралында 11-сыныпқа арналған "Жаһандық құзыреттер" курсының ерекшеліктері, "Медиа сауаттылық және қаржылық сауаттылық", "Кәсіпкерлік және бизнес негіздері" және оқыту технологиялары курсының бірліктерінің (бөлімдерінің) мазмұнын сипаттау қарастырылған.

Сондай-ақ, оқу құралында орта мектептің 11-сыныбында "жаһандық құзыреттер" курсы бойынша оқу процесін ұйымдастыру бойынша әдістемелік ұсыныстар берілген.

Әдістемелік ұсынымдар педагогтерге, білім беру ұйымдарының басшыларына және әдіскерлерге арналған

Авторлар ұжымы: Игликов Т.С., Болуспаева К. С., Саркытбаева Г. Ж., Дитаев Т.Ж., Сакенова А.Қ., Карменова Қ.С., Бужумова М.М., Ерғалиева Г.Т., Жақиянова Ж.Г.

© Ы. Алтынсарин атындағы
Ұлттық білім академиясы, 2023.

© Национальная академия
образования им. И. Алтынсарина,
2023.

КІРІСПЕ

Білім берудің жаңа әлемдік трендтері, технологиялардың қарқынды дамуы, қоғамда болып жатқан өзгерістер қазақстандық орта білім берудің мазмұнында да ескерілуге тиіс. Жас адамның жеке басының негізгі функционалдық қасиеттері бастамашылдық, шығармашылық ойлау және стандартты емес шешімдерді таба білу қабілеті, кәсіби жолды таңдай білу, өмір бойы оқуға дайын болу және жоғарыда аталған функционалдық дағдылар, ең алдымен, мектеп жағдайында қалыптасуы керек.

"Білім бәрінен жоғары орында" ("EducationAboveAll", ЕАА) жаһандық бастамасы іске қосылғаннан кейін білімге деген қызығушылық білім беру арқылы бейбітшілікті, әл-ауқатты, өркендеуді және тұрақтылықты қамтамасыз етуге деген ұмтылыс аясында белсенді түрде артып келеді.

PISA-2018 халықаралық зерттеуінің қорытындысы бойынша 15 жастағы білім алушылардың функционалдық сауаттылық деңгейі ЭЫДҰ елдерінен едәуір төмен екені анықталды. Білім алушылардың алған білімдерін нақты өмірде қолдану дағдылары жеткіліксіз. Коммуникацияларды тиімді құруға, күнделікті өмірде басқалармен үйлестіре отырып міндеттерді орындауға мүмкіндік беретін, сондай-ақ ақпаратты талдауға және оны қолдануға мүмкіндік беретін қазақстандық оқушылардың дағдылары мен құзыреттерінің деңгейін арттыру қажет.

Білім алушылардың қажетті қасиеттерін дамыту мен нығайтуда, әлеуметтік қайта құруды жүзеге асыру үшін құндылық бағдарларын, коммуникативтік дағдылар мен мінез-құлық көзқарастарын дамытуда білім берудің орасан зор рөлі атап өтіледі

Білім алушыларға қажетті заманауи қасиеттер (UNESCO):

* өзін-өзі танудың көптеген деңгейлерін, сондай-ақ жеке мәдени, діни, этникалық және басқа да ерекшеліктерден асып түсетін "ұжымдық сана" әлеуетін түсінуге негізделген көзқарас;

* жаһандық мәселелер мен әділеттілік, теңдік, қадір-қасиет және құрмет сияқты әмбебап құндылықтарды терең білу;

* сыни, жүйелі және шығармашылық тұрғыдан ойлаудың когнитивті дағдылары, соның ішінде проблемаларды шешудің әртүрлі аспектілері, перспективалары мен бұрыштарының болуын мойындайтын көпжақты тәсілді қолдану құзыреттілігі;

* когнитивті емес дағдылар, соның ішінде эмпатия және жанжалдарды шешу қабілеті, қарым-қатынас дағдылары, сондай-ақ өткен, ата-тегі, мәдениеті мен қызығушылықтары әртүрлі адамдармен тәжірибе алмасу және өзара әрекеттесу құзыреттілігі сияқты әлеуметтік дағдылар; және соңында,

* бихевиористік құзыреттер жаһандық мәселелердің жаһандық шешімдерін табу және ұжымдық игілікке ұмтылу үшін ынтымақтастықта және барлық жауапкершілікпен әрекет ету.

Жаһандық құзыреттілік-бұл нақты өмірде әсер ететін мәселелерді түсінуді талап ететін басқалармен жеке қарым-қатынаста және қоғамдағы қарым-қатынаста сәтті қолданылатын білім, дағдылар, көзқарастар, қатынастар мен құндылықтардың жиынтығы.

Халықаралық зерттеулердің нәтижелері қазақстандық білім алушылардың функционалдық сауаттылығын қалыптастыру деңгейін арттыру қажеттігін көрсетті.

Білім алушыларда азаматтық (азаматтық ұстаным, қазақстандық өзін-өзі тану және мәдени бірегейлік), басқарушылық (проблемаларды шешу қабілеті), ақпараттық (дербес танымдық қызмет немесе өмір бойы оқу қабілеті), коммуникативтік (ауызша, жазбаша, нәтижелі коммуникацияға қабілеттілік), әлеуметтік (әлеуметтік өзара іс-қимыл), жеке (өзін-өзі ұйымдастыру, өзін-өзі жетілдіру, өмірлік және кәсіби өзін-өзі анықтау, өзін-өзі жүзеге асыру), технологиялық (технологияларды, оның ішінде ғылыми, цифрлық технологияларды пайдалану) орта мектепте "жаһандық құзыреттер" курсы енгізілді.

11-сыныпқа арналған "Жаһандық құзыреттер" курсы икемді құзыреттіліктері бар білім алушылардың функционалдық сауаттылығын қалыптастыруға және білім алушылардың құндылық бағдарларын, коммуникативтік дағдыларын, этикалық нормалары мен мінез-құлық көзқарастарын, оның ішінде кәсіпкерлік және қаржы салаларында қалыптастыруға бағытталған.

"Жаһандық құзыреттер" курсының мазмұны топтық жұмыс және ынтымақтастық дағдыларын қалыптастыруға, жобаларды (әлеуметтік, бизнес-жобалар және т. б.) іске асыруға, зерттеулер жүргізуге, еріктілер акцияларын ұйымдастыруға және т. б. бағытталған.

Курсты зерделеу шеңберінде мұғалімге оқу процесін білім алушылар тек "кәсіпкерлік және бизнес негіздері" және "медиа сауаттылық және қаржылық сауаттылық" тақырыптары бойынша білім алып қана қоймай, сонымен қатар медиа кеңістіктің құралдарын талдауға, бағалауға және пайдалануға, қаржыны басқаруға мүмкіндік беретін кәсіпкерлік қызметті жүргізу үшін қажетті дағдыларды қалыптастыратындай етіп ұйымдастыру маңызды.. несиелеу проблемаларын және бар тәуекелдерді түсіну, олардың нақты өмірде қажетті қаржылық әл-ауқатын қамтамасыз ету.

Сонымен қатар, курс бағдарламасын зерделеу барысында 11-сынып оқушылары өмір бойы оқу қабілетін, өнімді қарым-қатынас пен тиімді қызмет қабілеттерін, әлеуметтік өзара әрекеттесуді, өзін-өзі ұйымдастыруды, өзін-өзі жүзеге асыруды және басқаларды дамытуға бағытталған.

Әдістемелік құралда "Жаһандық құзыреттер" курсының бағдарламасына сәйкес 11-сынып оқушылары үшін тәжірибеге бағытталған оқыту технологиялары ұсынылған: стартаптарды әзірлеу, зерттеу және жобалау жұмыстары, ситуациялық мәселелерді шешу, ойын, рөлдік және оқытудың басқа әдістері мен формалары.

1-БӨЛІМ 11-СЫНЫПҚА АРНАЛҒАН "ЖАҒАНДЫҚ ҚҰЗЫРЕТТЕР" КУРСЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Ауқымды әлемдік экономикалық және әлеуметтік, технологиялық және экологиялық трендтер білім беру жүйелерінің парадигмасын өзгерту, оның гуманистік рөлін өзектендіру, білім алушылардың ойлау тәсілі мен өмірлік көзқарастарына әсер ету қажеттілігін алдын-ала анықтайды.

Біз "VUCA" әлемінде өмір сүріп, жұмыс істеп жатқанымыз даусыз (volatility/тұрақсыздық; uncertainty/белгісіздік, complexity/күрделілік және ambiguity/түсініксіздік), онда икемді құзыреттілікті қалыптастыру басымдық болып табылады.

Дәстүрлі оқыту жүйесінің мазмұны түбегейлі қайта түсіндіріледі. Иргелі білім тек оқу процесінің негізі болып табылады. Біздің заманымыздың күрделі мәселелері студенттердің олардың заңдылықтарын, жаңа ойлау дағдыларын, жауапты мінез-құлқын және саналы өмірлік көзқарастарын мағыналы түсінуін талап етеді.

Әлем тез өзгеруде, яғни бүгінгі таңда білім беру жүйесінде болып жатқан ауқымды өзгерістер - уақыттың қажеттілігі мен талабы. Бүгінгі таңда мектепке білім алушылар үшін әлеуметтік лифт болу міндеті жүктелген.

Жаһандық құзыреттілік – бұл нақты дағдылар емес, басқа мәдени ортаға жататын адамдармен жеке немесе виртуалды өзара әрекеттесу кезінде және ұлттық шекаралары жоқ және қазіргі және болашақ ұрпақтың өміріне әсер ететін жаһандық мәселелерді шешуге қатысу кезінде қолданылатын білім, дағдылар, көзқарастар мен құндылықтардың жиынтығы.

Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымының (ЭЫДҰ) пікірінше, осындай білім, білік және қарым-қатынас қажеттілігін ескеретін білім беру жүйелері оқушыларды қазіргі әлемдегі өмірге дайындайды.

PISA-2018 зерттеуі алғаш рет елдегі 15 жастағы жасөспірімдердің келесі қабілеттерін бағалауға тырысты:

- * жергілікті, жаһандық және мәдениетаралық маңызы бар мәселелер мен жағдайларды қарастыру (мысалы, кедейлік, экономикалық өзара тәуелділік, көші-қон, теңсіздік, экологиялық тәуекелдер, қақтығыстар, мәдени айырмашылықтар, стереотиптер);

- * әртүрлі көзқарастар мен дүниетанымдарды түсіну және бағалау;

- * әртүрлі ұлттық, этникалық, діни, әлеуметтік және мәдени ортадағы немесе жыныстағы адамдармен оң қарым-қатынас орнату;

- * ұжымдық әл-ауқат пен даму мүддесі үшін сындарлы іс-қимыл жасау.

ЭЫДҰ құжаттарында айтылғандай, жаһандық құзыреттіліктерді игеру көпмәдениетті қоғамдастықта үйлесімді өмір сүруге ықпал етеді, үнемі өзгеріп отыратын еңбек нарығында бейімделуге және өзін сенімді

сезінуге, заманауи медиа платформаларды тиімді және жауапкершілікпен пайдалануға, халықаралық қоғамдастықтың дамуы үшін жауапкершілікті сезінуге мүмкіндік береді.

11-сыныптарда енгізілген "жаһандық құзыреттілік" курсы білім алушылардың кәсіпкерлік, Экономика, Менеджмент және Маркетинг негіздері туралы базалық білім алуына; өз таңдауы үшін жауапкершілікті оятуға және кәсіпкерлік қойманың ойлауын, белсенді өмірлік ұстанымын қалыптастыруға; қазіргі заманғы нарықтық жағдайларда болашақ дербес қызмет үшін практикалық дағдылар базасын құруға бағытталған.

2023-2024 оқу жылында "жаһандық құзыреттер" курсы бойынша оқу процесін ұйымдастыру кезінде Қазақстан Республикасы Білім Министрінің 2022 жылғы 16 қыркүйектегі № 399 бұйрығымен бекітілген үлгілік оқу бағдарламаларын басшылыққа алу қажет (ҚР Әділет министрлігінде 2022 жылғы 23 қыркүйекте № 29767 болып тіркелген)

<https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2200029767>

<https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2200029767#z1346>

Бұл курстың міндеттері:

1. білім алушылардың теориялық негіздерін қалыптастыру кәсіпкерлік;
2. кәсіпкерлік ойлау мен көру қабілетін дамыту өз әлеуетін іске асыру мүмкіндіктері;
3. білім алушыларда қаржылық сауаттылықтың практикалық дағдыларын қалыптастыру;
4. бизнес-идеяларды қалыптастыру және оларды кәсіпкерлік қызмет деңгейіне дейін дамыту дағдысын игеру;
5. бизнестің өмір сүруін арттыру мақсатында бәсекелестіктің өзгермелі жағдайларында бизнес-модельдеу және бейімделу дағдыларын дамыту;
6. зерттеу жүргізу, заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану дағдыларын қалыптастыру;
7. өзінің жетістіктері мен өмірлік ұстанымы үшін жауапкершілікті тәрбиелеу.

Оқу барысында біз өзімізге келесі сұрақтарды жиі қоямыз: "жас ұрпақтың жаһандық әлемге сәтті әлеуметтенуіне мүмкіндік беретін ерекше құзыреттілік бар ма?", "Білім алушылар білімді, танымдық дағдыларды, құндылықтар мен қатынастарды біріктіре ала ма?этикалық нормалар негізінде шығармашылық және алқалық қызметті жүзеге асыру?». Жаңа білім берудің мақсаты - адам мен қоғамның әл-ауқаты екенін баса айта отырып, біз білім алушыларды қазіргі заманның сын-тегеуріндеріне дайындауға тиіспіз және осы сын-тегеуріндерге жауап ретінде білім

алушылардың іргелі базалық білімдерін, іскерліктерін, дағдылары мен тұлғалық сипаттамаларын жұмылдыру болуға тиіс.

Практика барысында (жобалар, стартаптар, зерттеу, бизнес-жоба, өнімді әзірлеу және т. б.) білім алушыларда белгілі бір контексте білімді, дағдыларды, көзқарастар мен құндылықтарды жұмылдыру, бейбітшілікті үйлесімді сақтаудағы өзгерістердің жолсерігі болу, жаһандық және мәдениетаралық мәселелерді әртүрлі көзқарастардан сыни тұрғыдан талдау, қалай түсіну қабілеті қалыптасуы тиіс қоғамның әртүрлілігі қабылдау мен пайымдауға әсер етеді, олардың адами қадір-қасиетін құрметтеу негізінде басқа адамдармен ашық және тиімді қарым-қатынасқа еркін қатысады.

11-сыныпқа арналған " Жаһандық құзыреттілік " оқу курсының мазмұны білім алушылардың жас ерекшеліктері мен мүдделерін ескере отырып әзірленген екі бірлікті қамтиды: 1-бөлім. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері; Бірлік 2. Қаржылық сауаттылық.

"Кәсіпкерлік және бизнес негіздері" бірінші бөлімшесі 4 бөлімнен тұрады:

1.1 кәсіпкерлік негіздері

1.1.1 кәсіпкерлікке кіріспе.

1.1.2 нарықтың жұмыс істеу тетіктері.

1.1.3 нарықтық тепе-теңдік.

1.1.4 табысты кәсіпкердің дағдылары.

1.1.5 Бизнестегі заманауи технологиялар.

1.2 қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік

1.2.1 бизнес неден басталады.

1.2.2 Стартап мәдениеті.

1.2.3 Бизнес-періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар.

1.2.4 Бизнес-инкубаторлар.

1.2.5 қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту.

1.3 Маркетинг

1.3.1 Маркетингке кіріспе.

1.3.2 Диджитал-маркетинг.

1.3.3 маркетингтік соғыстар.

1.3.4 SWOT талдау-маркетингтік жоспарлау құралы.

1.3.5 Бренд қосымша құндылық ретінде.

1.4 Қаржылық жоспарлау және модельдеу

1.4.1 қаржылық модель және оны құру тәсілдері.

1.4.2 бюджеттеу.

1.4.3 баға саясаты.

1.4.4 шығындарды басқару.

1.4.5 таза пайда және дивидендтер.

"Қаржылық сауаттылық" екінші бірлігі 4 бөлімнен тұрады:

- 2.1 жеке кірістерді басқару
 - 2.1.1 жеке табыс түрлері.
 - 2.1.2 жеке табысты арттыру стратегиясы.
 - 2.1.3 отбасы бюджетіндегі белсенді табыстың рөлі.
 - 2.1.4 пассивті кірісті қалай құруға болады.
- 2.2 жеке шығындарды басқару
 - 2.2.1 қалта ақшасын тиімді пайдалану.
 - 2.2.2 ірі сатып алулар.
 - 2.2.3 эмоционалды сатып алу.
 - 2.2.4 банктік несиелер.
- 2.3 отбасылық бюджет
 - 2.3.1 отбасы бюджетінің түрлері.
 - 2.3.2 отбасылық бюджетті жоспарлау.
 - 2.3.3 отбасылық бюджетті жүргізу ережелері.
 - 2.3.4 отбасылық бюджетті үнемдеу.
- 2.4 жинақ және жинақтау
 - 2.4.1 қаржылық қауіпсіздік жастығы.
 - 2.4.2 жинақтау тәсілдері.
 - 2.4.3 жинақтау түрлері.
 - 2.4.4 отбасының қаржылық байлығы.

"Жаһандық құзыреттілік" курсы зерделеу қорытындысы бойынша жоғары сынып оқушылары кәсіпкерлік, Экономика, Менеджмент және Маркетинг негіздері, қаржылық сауаттылық туралы базалық білім алады, өз таңдауы үшін жауапкершілікті дамыта алады, кәсіпкерлік қойманың ойлауын қалыптастыра алады, белсенді өмірлік ұстанымын көрсете алады, қазіргі заманғы нарықтық жағдайларда болашақ дербес қызмет үшін іс жүзінде негіз жасай алады.

**"КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ" БІРЛІГІНІҢ ТАҚЫРЫПТЫҚ ЖОСПАРЫ
11 СЫНЫП**

ТАРАУЛАР	КІШІ БӨЛІМДЕР	НӘТИЖЕ	ТАРСАБАҚТАРДЫ ӨТКІЗУ НЫСАНДАРЫ	РЕСУРСТАР
1.1 Кәсіпкерлік негіздері	1.1.1 Кәсіпкерлікке кіріспе	<p>Ұғымдардың мағынасын түсініп, оларды қолданыңыз:" кәсіпкерлік", " бизнес", " нарық", " қызметтер", " Бәсекелестік " және т. б.</p> <p>Кәсіпкерлік қызметтің экономикалық, әлеуметтік, саяси компоненттерін түсіну</p> <p>Терминдер мен ұғымдарды талқылауда және ұжымдық қызметте қолдана алады</p> <p>Ел экономикасын дамытудағы бизнес пен кәсіпкерлік</p>	<p>Дөңгелек үстел Пікірсайыс Рөлдік ойын "Кәсіпкерлік қызмет"постерін жасау</p>	<p>Презентациялар Бейнематериалдар "Кәсіпкерлікті дамыту бойынша 10 қадам"https://atameken.kz/ru/projects/24001-0-shagov-po-razvitiyu-predprinimatel-stva</p>

		<p>қызметтің рөлін түсінеді Жалпы траекторияны түсініңіз жоспарлы экономиканы нарықтық экономикаға айналдыру. Нарықтық экономиканың негіздерін біледі. Экономика саласындағы оқиғалар мен құбылыстарды талдай және сыни бағалай алады</p>		
	1.1.2 Нарықтың жұмыс істеу тетіктері	<p>Нарық жұмысының негізгі тетіктерін түсіну. Нарықтық қатынастардың заңдары мен ережелерін біледі. Олар алған білімдерін түсіндіре алады. Алған білімдерін тәжірибеде қолданыңыз.</p>	<p>Презентацияны дайындау Ситуациялық міндеттер "Нарықтың жұмыс істеу ережесін" талқылау</p>	<p>Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=R25AuUK_EaQ https://www.youtube.com/watch?v=yWaW06bDS58</p>

		<p>Олар корпоративті мәдениеттің маңыздылығын түсінеді және бір біріне қолдау көрсете алады</p> <p>Олар "нарық", "бәсекелестік", "жұмыс істеу механизмі" ұғымдарының мәні мен мазмұнын ашады</p>		
	1.1.3 Нарықтық тепе-теңдік	<p>Негізгі ұғымдардың мағынасын түсіну</p> <p>Кешірім сұраудың маңыздылығын түсініңіз</p> <p>Нарықтық тепе-теңдікке қол жеткізу шарттарын түсініңіз.</p> <p>Олар нарықтық тепе-теңдік шарттары туралы біледі.</p> <p>Нарықтық тепе-теңдік жағдайларына қатысты өз ұстанымын</p>	<p>Рөлдік ойындар</p> <p>Сауалнама жүргізу</p> <p>Мәтінді талқылау</p> <p>Ситуациялық есептерді шешу</p>	<p>Мультимедиялық презентациялар</p> <p>Бейнематериалдар</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=vg8G4cVDHKg</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=6OFTCvpKf7s</p>

		<p>білдіре алады. Олар "жауапкершілік", "тепе-теңдік", "нарық" ұғымдарының мазмұнын ашады. Нарықтық қатынастар заңдарын сақтаудың маңыздылығын негіздейді. Нарықтық тепе- теңдікке жетудің себеп-салдарлық байланыстарын табыңыз Мәселе бойынша рефлексия дағдыларын дамыту. Тапсырма сұрақтарына жауаптарды тұжырымдау барысында пәндік терминологияны қолданыңыз</p>		
	1.1.4 табысты кәсіпкердің дағдылары	"Табысты кәсіпкерлік",	Дөңгелек үстел Пікірсайыс	Бейнематериалдар

		<p>"табыстылық дағдылары", "бизнес түрлері" ұғымдарының мазмұнын ашады.</p> <p>Табысты кәсіпкерлік қызмет үшін қандай дағдылар қажет екенін түсініңіз.</p> <p>Табысты кәсіпкердің дағдыларын қалай қалыптастыру керектігін біліңіз.</p> <p>Табысты кәсіпкердің дағдыларын талдай алады. Алған білімдерін сабақ тапсырмаларының сұрақтарына жауап беру барысында қолданады.</p> <p>Олар өздерінің кәсіпкерлік мүмкіндіктеріне сенімді бола бастайды</p>	<p>Рөлдік ойын</p> <p>Табысты бизнес ережелерін әзірлеу</p> <p>Табысты бизнес туралы бейнелерді қарау және талдау</p> <p>Табысты кәсіпкердің істер тізімін жасау</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=UXFsWeMZ578</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=CfH7fCbhLBE</p>
--	--	--	--	---

	<p>1.1.5 Бизнестегі заманауи технологиялар</p>	<p>Терминдердің мағынасын түсіндіреді: "технологиялар", "бизнестегі технологиялар", "заманауи технологиялар". Бизнесі табысты жүргізу үшін заманауи технологиялардың маңыздылығын түсініңіз. Заманауи бизнес технологияларының мүмкіндіктерін біледі. Бизнестегі заманауи технологиялар туралы ақпарат іздей алады. Өз бизнес-идеяларын іске асыру үшін заманауи технологиялар туралы білім негіздерін қолданыңыз. Бизнесе заманауи технологияларды қолданудың</p>	<p>Дөңгелек үстел Пікірсайыс "Бизнестегі технологиялар" постерін жасау Жағдайларды жоғалту</p>	<p>Бейнематериалдар https://openedu.ru/course/hse/ITBUSINESS/</p>
--	--	--	--	---

		маңыздылығын түсіндіріңіз		
1.2 Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік	1.2.1 бизнес неден басталады	Бизнес-жобаны құру алгоритмін түсініңіз. Олар негізгі бизнес-процестер туралы біледі. Болашақ бизнес-процестерді модельдей алады. Өз бизнес-идеяларын іске асыру үшін бизнес-процестер туралы білімді қолданыңыз	Презентацияны дайындау Ситуациялық міндеттер "Өз бизнесіңізді қалай бастау керек" талқылауы	Презентация https://thepresentation.ru/biznes-i-predprinimatelstvo/s-chego-nachinaetsya-biznes-poisk-aktualnoy-i-perspektivnoy-biznes-idei Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=0KsivQJ2XLk
	1.2.2 Стартап мәдениеті	"Стартапмәдениет" құбылысының мәнін түсініңіз. Олар стартап мәдениетінің пайда болу тарихын біледі. Өздерінің стартап-идеяларын іске асыруда ақылға қонымды тәуекел	Стартаптар туралы бейнелерді қарау және талдау Стартап жобасын жасау	Бейнематериалдар https://er10.kz/watch/startapov-v-chjom-sekret-ih-uspeha/ Топ-10 казахстанских стартапов по привлеченным инвестициям в 2021 году

		қағидатын іске асыра алады. Стартап жобаларды талқылауда тиісті терминологияны қолданыңыз		https://5qbe.kz/ru/posts/top-10-kazahstanskih-startapov-po-privlechennym-investicziyam-v-2021-godu
	1.2.3 періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар	Ұқсастықтар мен айырмашылықтар "іскер періштелер" құбылысының мәнін түсінеді. Періштелер мен классикалық инвесторлардың негізгі айырмашылықтарын біліңіз. Олар періште және классикалық инвестор ұғымдарын салыстыру кезінде өз ұстанымдарын дәлелдей алады. Тапсырмаларды орындау барысында өз білімдерін қолданыңыз	дайындау Пікірсайыс "Егер мен іскер періште болсам, онда..." постерін құрастыру	Бейнематериалдар https://www.beboss.ru/investments/business-angels https://heg.ai/wiki/fundraising/how-startup-angels-work

		Презентацияны		
	1.2.4 Бизнес-инкубаторлар	<p><i>Жаңа бастаған кәсіпкерлер үшін бизнес-инкубаторлардың пайдасын түсініз. Қазақстан мен әлемдегі бизнес-инкубаторлардың негізгі тізбесін біледі. Олар инкубатор мен бизнес-инкубатор арасында ұқсастықтар жасай алады. Өмірдің әртүрлі салаларында бизнес инкубаторлардың жұмыс принциптерін қолданыңыз</i></p> <p><i>Пікірсайыс</i></p> <p><i>Рөлдік ойын</i></p> <p><i>Бизнес-инкубаторды құру қағидаларын әзірлеу</i></p>		<p>Бейнематериалдар</p> <p>https://kazatu.edu.kz/pages/nauka/virtualnyj-studenceskij-biznes-inkubator</p> <p>https://inbusiness.kz/ru/tv_programs/vremya-govorit/krizis-idej-pochemu-biznes-inkubatory-ne-mogut-bez-gospodderzhki</p> <p>https://invest.khv.gov.ru/ru/ob-agentstve/biznes-inkubator/</p>

	<i>1.2.5 қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту</i>	Бизнестегі және жалпы өмірдегі бәсекелестіктің пайдасын түсініңіз. Табысты бәсекелестіктің жолдарын біліңіз. Олар жеке өсу үшін бәсекелестік ортаны қолдана алады. Алған білімдерін жеке бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін қолданады	Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://memosales.ru/ko nkurenciya/znachenie-v-razviti-ekonomiki "Нарықтық экономикадағы бәсекелестіктің маңызы" презентациясы
1.3 Маркетинг	<i>1.3.1 Маркетингке кіріспе</i>	"Маркетинг" ұғымының мәнін түсініңіз. Маркетингтің негізгі заңдарын біледі. Өздерінің бизнес-идеялары мен жобаларын іске асыру үшін маркетингтік қимылдарды қолдана алады. Маркетингтік стратегияларды қолданыңыз	Маркетинг туралы бейнелерді қарау және талдау Ситуациялық есептерді шешу Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://asnovator.com/marketing-vvodnaya-lektsiya-1776 https://www.youtube.com/watch?v=32Q17Wnmwhw

	<p>1.3.2 <i>Диджитал-маркетинг</i></p>	<p>Олар маркетингі классикалықтан цифрлыққа түрлендіру процесінің заңдылығын түсінеді. Сандық маркетингінің негізгі құралдарын біледі. Олар "диджитал-маркетинг" ұғымының мәнін түсіндіре алады. Агрессивті диджитал-маркетингтен қорғау тәсілдерін қолданыңыз</p>	<p>Дебаттар Рөлдік ойындар</p>	<p>Бейнематериалдар https://one-touch.ru/insight/1512/ https://www.youtube.com/watch?v=Xab13PUwHKw</p>
	<p>1.3.3 Маркетингтік ұрыстар</p>	<p>Маркетингтік ұрыстардың мәні мен себептерін түсініңіз. Маркетингтік соғыстардың негізгі стратегияларын біледі. Өз бизнес жобаларын іске асыру кезінде маркетингтік стратегиялар туралы білімді қолдана алады. Алынған білімді</p>	<p>Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау</p>	<p>Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=RgUaIl_jWQ0 https://www.youtube.com/watch?v=kl6Yp9yQvFo https://www.youtube.com/watch?v=D1hqpHXQlaw</p>

		маркетингтік соғыстардың әсерінен қорғау үшін қолданыңыз		Форель Д. маркетингтік соғыстар.- "Питер" Баспасы.- 2019.
1.3.4 SWOT талдау- маркетингтік жоспарлау құралы	"SWOT-талдау" құралының мәнін түсініңіз. SWOT талдауы қалай жасалатынын білініңіз. Олар SWOT талдау деректерін талдай алады және олардың негізінде қорытынды жасай алады. Жеке бизнес- жобаларды іске асыруда SWOT- талдауды қолданыңыз	Таңдалған тақырып бойынша "SWOT- талдау" жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/ https://www.kursoteka.ru/course/6767/lesson/24357/unit/57590 https://blog.oy-li.ru/vystraivaem-biznes-strategiyu-s-pomoshhyu-swot-analiza/	
1.3.5 Бренд қосымша құндылық ретінде	Бизнестегі брендтің маңыздылығын түсініңіз. Олар тауардың немесе қызметтің бағасын қалыптастырудағы брендтің рөлін біледі.	Бренд құру алгоритмін құру Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://1btl.ru/vliyanie-cennosti-brenda-na-reshenie-o-pokupke https://endylab.ru/blog/what_is_brand	

		Брендтің белгілерін тізімдей алады. Брендтің жеке шығындарды басқарудағы рөлі туралы білімді қолданыңыз		https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=eJIOxUL1RIA
1.4 Қаржылық жоспарлау және модельдеу	1.4.1 Қаржылық модель және оны құру тәсілдері	Өз бизнесіңізді құру үшін қаржылық модельдің маңыздылығын түсініңіз. Қаржы моделін құру алгоритмдерін біледі Қаржылық модельдің негізгі көрсеткіштерін талдай алады. Қаржылық модель құру дағдыларын қолданыңыз	Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=vW2-FZ8zRo0 https://www.youtube.com/watch?v=IvOKkHIMeIQ

	1.4.2 Бюджеттеу	"Бюджеттеу"терминінің мағынасын түсініңіз. Бюджеттеу ережелерін біледі. Олар "бюджеттеу"ұғымын түсіндіре алады. Өмірлік жағдайларда бюджеттеу дағдыларын қолданыңыз	Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=RWWm4QH26J8 "Бюджеттеу/бюджеттеу және стратегиялық жоспарлау процесі"дәріс материалы https://ru.wikibooks.org/wiki/
	1.4.3 баға саясаты	Баға саясатын қалыптастыру принциптерін түсіну. Олар бизнес үшін баға саясатының экономикалық әсерін біледі. Олар баға саясатын қалыптастыруға әсер ететін факторларды тізімдей алады. Тауарлар мен қызметтердің құнын түсіндіру үшін баға саясаты туралы білімді қолданыңыз	Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау	Бейнематериалдар https://re-shenie.ru/news/tsenovay-model-sbyta https://www.youtube.com/watch?v=vSG5iZiWwyc

	<p>1.4.4 шығындарды басқару</p>	<p>Шығындарды басқарудың негізгі принциптерін түсіну. Олар бизнестегі шығындарды сауатты басқарудың рөлін біледі. Олар шығындарды басқару Ережелері туралы ойлана алады. Өмірлік жағдайларда шығындарды басқару туралы білімді қолданыңыз</p>	<p>Пікірсайыс Рөлдік ойын Постер жасау Презентацияны дайындау</p>	<p>Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=nw3ba2euwog https://www.youtube.com/watch?v=gQm9wYIMEkU</p>
	<p>1.4.5 таза пайда және дивидендтер</p>	<p>Пайда мен таза пайда арасындағы айырмашылықты түсініңіз. Олар таза пайданы есептеу алгоритмін біледі. Пайда мен таза пайда арасындағы айырмашылықты талдай алады. Таза</p>	<p>Таза пайданы есептеу алгоритмін жасаңыз Рөлдік ойын Презентацияны дайындау</p>	<p>Бейнематериалдар https://admin-suet.ru/articles/dogovor/vyplata-dividendov-v-aktsionernom-obshhestve.html Презентация "Акциялары жақсы дивидендтер төлейтін компанияларды қалай таңдауға болады?»</p>

		пайданы туралы қолданыңыз	есептеу білімді		
--	--	---------------------------------	--------------------	--	--

"ҚАРЖЫЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ" БІРЛІГІНІҢ ТАҚЫРЫПТЫҚ ЖОСПАРЫ
11 СЫНЫП

ТАРАУЛАР	КІШІ БӨЛІМДЕР	НӘТИЖЕ	ТАРСАБАҚТАР ДЫ ӨТКІЗУ НЫСАНДАРЫ	РЕСУРСТАР
2.1 жеке кірістерді басқару	2.1.1 жеке табыс түрлері	<p>Олар "табыс", "жеке табыс", "табыс түрлері" ұғымдарының мазмұнын ашады</p> <p>Жеке кірісті түрлер бойынша бөлу принципін түсініңіз.</p> <p>Жеке табыстың қандай түрлері бар екенін біліңіз.</p> <p>Тақырыпты талқылау барысында пәндік терминологияны қолдана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз.</p> <p>Жеке табысты дұрыс басқаруды үйрену адамның табысты қаржылық өмірінің кепілі екенін дәлелді түрде түсіндіреді</p>	<p>Пікірталас</p> <p>Жағдағаттық міндеттері талдауы</p> <p>Жеке табыс сметасын жасау</p> <p>Эссе жазу " жеке табысыңызды қалай арттыруға болады?»</p> <p>Жеке табыстардың жіктемесін жасау</p>	<p>Бейнематериалдар</p> <p>https://fbm.ru/kak-sozdat-svojj-biznes/biznes-idei/lichnii-dokhod.html</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs</p> <p>Источник:</p> <p>https://fbm.ru/kak-sozdat-svojj-biznes/biznes-idei/lichnii-dokhod.html</p> <p>Жағдаяттық міндеттер</p>

	<p>2.1.2 Жеке табысты арттыру стратегиясы</p>	<p>Жеке табысты арттыру философиясын түсінеді. Жеке табысты арттыру жолдарын біледі. Жеке табысты арттыру стратегиясын әзірлеуді біледі. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз Ситуациялық есептерді шешуде шығармашылық ойлауды қолданыңыз Шешім қабылдау үшін басқалардың пікірін талдай және қабылдай алады Табысқа жету үшін шешім қабылдау дағдыларының маңыздылығын түсіндіріңіз</p> <p>Шешім қабылдауға дейінгі әрекеттер алгоритмін ашыңыз: әртүрлі нұсқаларды және оларға сәйкес келетін тәуекелдерді талдау, жауапкершілік дәрежесі, мәселені бірлесіп шешуге болатындығын</p>	<p>Жағдаяттық міндеттерді талдау Бейнематериалды қарау және талқылау</p>	<p>Бейнематериалдар https://strategium.space/news/personal-financial-plan/ https://strategium.space/news/personal-strategy/ https://www.youtube.com/watch?v=8tq6twb6QW</p> <p>Жағдаяттық міндеттер</p>
--	---	--	---	--

		түсіну. Шығармашылық ойлауды дамыту		
2.1.3 отбасы бюджетіндегі белсенді табыстың рөлі	"Белсенді табыс" ұғымының мәнін түсініңіз. Белсенді табыс алу жолдарын біледі. Олар белсенді кірісті құрайтын ақшаны тиімді басқара алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз Белсенді табыс алу жоспарын құра алады	Дебаттар Жағдаяттық міндеттерді талдау Бір жылға белсенді табыс алу жоспарын жасау	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=NNKLPfZMgtA https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs Жағдаяттық міндеттер	
2.1.4 пассивті кірісті қалай құруға болады	Отбасы бюджетіндегі пассивті кірістің мәнін түсініңіз. Олар пассивті кіріс көздерін құру алгоритмін біледі. Олар белсенді және пассивті кірістер арасындағы айырмашылықтарды түсіндіре алады. Алған	Рөлдік ойын Жағдаяттық міндеттерді талдау Бір жылға белсенді табыс алу жоспарын жасау	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs https://www.youtube.com/watch?v=uK1cgj_I8T0 https://fingeniy.com/aktivnyj-i-passivnyj-doxod-video-urok/	

		білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз Олар пассивті кіріс алу жоспарын құра алады		Жағдаяттық міндеттер
2.2 жеке шығындарды басқару	2.2.1 Қалта ақшасын тиімді пайдалану	Қаржылық байлыққа жету үшін қалта ақшасын тиімді пайдалану дағдыларының маңыздылығын түсініңіз. Олар қалта ақшасын пайдаланудың негізгі ережелерін біледі. Олар қалта ақшасын тиімді пайдалана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Инфографика жасау Зерттеу жүргізу	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=CzE5elaC8xg https://www.youtube.com/watch?v=Ah7YlopMKGE https://fingramota.kz/ru/post/urok-1-planirovanie-rashodov-i-dohodov-eto-osnova-finansovogo-uspeha Жағдаяттық міндеттер
	2.2.2 Ірі заттарды сатып алулар	Олар қандай сатып алулар үлкен болып саналатынын түсінеді. Олар ірі сатып алулар үшін жинақтау алгоритмдерін біледі. Олар үлкен сатып алуды жоспарлай алады. Алған	Жағдаяттық міндеттерді талдау Зерттеулер жүргізу Дебаттар	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=GViqm3S7WPc https://www.youtube.com/watch?v=tygK6K_4RCE

		білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз		https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=SWSVN2nop1U Жағдаяттық міндеттер
2.2.3	эмоционалды сатып алу	"Ірі заттарды сатып алу"терминінің мағынасын түсініңіз. Олар эмоционалды сатып алудан қорғау әдістерін біледі. Ақшалай қаражатты ұтымды пайдалануды біледі. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Зерттеулер жүргізу	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=gCRx3e2fQYk https://www.youtube.com/watch?v=-pqFllzNJqE https://www.youtube.com/watch?v=veA_v1t6Kzk Жағдаяттық міндеттер
2.2.4	Банктік несиелер	Олар банктік несиенің не екенін түсінеді. Банктік қарыздар беру шарттарын біледі. Олар пайыздық мөлшерлемені ескере отырып, ай сайынғы төлемдердің мөлшерін	Жағдаяттық міндеттерді талдау Зерттеулер жүргізу	Бейнематериалдар https://kolotiloff.ru/node/487 https://inbusiness.kz/ru/tv_programs/itogi-brief/bankovskie-kredity-podorozhayut

		есептей алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз		https://infobank.pt/infolienewview/zhiznj-s-denjgami-no-bez-komforta-tretjya-forma-deneg-i-besplatnyj-kredit/ Жағдаяттық міндеттер
2.3 Отбасылық бюджет	2.3.1 Отбасы бюджетінің түрлері	Олар отбасылық бюджеттің қандай түрлері бар екенін түсінеді. Олар отбасылық бюджеттің әр түрінің құрылымын біледі. Олар отбасының бюджеттің белгілі бір түрін таңдау себептерін талдай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Отбасылық бюджетті жүргізу үшін кесте құру	Бейнематериалдар https://womanadvice.ru/semeynyy-byudzhetskak-ego-vesti-i-kak-ekonomit https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM Әзірлеу " отбасылық бюджетті жүргізу үшін кестені қалай жасауға болады?» https://journal.tinkoff.ru/spreadsheet-family-budget/ Жағдаяттық міндеттер

	2.3.2 отбасылық бюджетті жоспарлау	Отбасылық бюджетті жоспарлаудың маңыздылығын түсініңіз. Отбасылық бюджетті жоспарлау әдістерін біледі. Отбасылық бюджетті жоспарлауды біледі. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Жағдаяттық міндеттерді талдау Зерттеулер жүргізу	Бейнематериалдар https://fingramota.kz/ru/post/urok-1-planirovanie-rashodov-i-dohodov-eto-osnova-finansovogo-uspeha https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM Жағдаяттық міндеттер
	2.3.3 отбасылық бюджетті жүргізу ережелері	Отбасы бюджетін жүргізу ережелерін қолданудың негізділігін түсінеді. Олар отбасылық бюджетті жүргізудің қандай ережелері бар екенін біледі. Отбасылық бюджетті қалай жүргізу керектігін біледі. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Зерттеулер жүргізу "Отбасылық бюджетті жүргізу" Отбасылық бюджетті оңтайландыру бойынша нұсқаулықтар әзірлеу	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=mNmKDBiAKE8 https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM https://www.youtube.com/watch?v=0i7zHGUPSEI Жағдаяттық міндеттер

	2.3.4 отбасылық бюджетті үнемдеу	Отбасылық бюджетті үнемдеудің маңыздылығын түсініңіз. Отбасылық бюджетті үнемдеудің негізгі принциптерін біледі. Олар өздерінің қаржылық шешімдері үшін жауапкершілікті біледі. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Жағдаяттық міндеттерді талдау Зерттеулер жүргізу	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM https://ctv.by/semeynyy-byudzhets-zachem-on-nuzhen-i-kak-ego-planirovat-govorim-s-ekspertom Жағдаяттық міндеттер
2.4 Жинақ және жинақтау	2.4.1 қаржылық қауіпсіздік жастығы	Қаржылық қауіпсіздік жастығын құрудың маңыздылығын түсініңіз. Олар қаржылық қауіпсіздік жастығын жасау әдістерін біледі. Олар қаржылық қауіпсіздік жастығын жасай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Қауіпсіздік жастығын жасау ережелерін әзірлеу Зерттеулер жүргізу	Бейнематериалдар https://24.kz/ru/tv-projects/item/507790-cto-takoe-finansovaya-podushka-bezopasnosti-na-paltsakh https://elenamaksimovich.ru/finansovaya-podushka-bezopasnosti/ https://www.youtube.com/watch?v=e0YvbhdKrQs https://www.youtube.com/watch?v=zElwGYdhclc

				Жағдаяттық міндеттер
2.4.2 жинақтарды құру тәсілдері	Ақша жинақтарының маңыздылығын түсініңіз. Өмірлік жағдайларда алған білімдерін жасау әдістерін біледі. Ақшалай жинақтарды тиімді басқара алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Жағдаяттық міндеттерді талдау Бір жылға жинақтау жоспарын жасау	Бейнематериалдар https://coinpost.finance/p/kak-kopit-dengi https://www.youtube.com/watch?v=O7aZ2WG0uJQ	Жағдаяттық міндеттер
2.4.3 Жинақтау түрлері	Жинақтау түрлері бір-бірінен қалай ерекшеленетінін түсініңіз. Жинақтаудың қандай түрлері бар екенін біліңіз. Жинақтаудың әртүрлі түрлері үшін қаржылық тәуекелдерді анықтай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз	Рөлдік ойын Презентацияны дайындау Отбасының жинақталуы үшін ережелер жасау	Бейнематериалдар https://www.youtube.com/watch?v=yHMnhnEYBIU https://www.youtube.com/watch?v=yHMnhnEYBIU	Жағдаяттық міндеттер
2.4.4 Отбасының қаржылық байлығы	"Қаржылық байлық" ұғымының мағынасын түсініңіз	Дебаттар	Бейнематериалдар	

		<p>Қаржылық байлыққа қалай жетуге болатынын біліңіз. Олар қаржылық байлыққа жету жолдары туралы ойлана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданыңыз</p>	<p>Жағдаяттық міндеттерді талдау Бейнені талқылау және талдау Отбасының қаржылық жоспарын құру Зерттеулер жүргізу</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM https://dzen.ru/a/W7fAL00eAACqdDX2 https://www.youtube.com/watch?v=mNmKDbiAKE8 https://ctv.by/semeynyy-byudzhetsachem-on-nuzhen-i-kak-ego-planirovat-govorim-s-ekspertom</p> <p>Жағдаяттық міндеттер</p>
--	--	---	---	---

2-БӨЛІМ. «МЕДИА САУАТТЫЛЫҚ ЖӘНЕ ҚАРЖЫЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ» КУРСЫН 11-СЫНЫПТА ОҚЫТУ МАЗМҰНЫ МЕН ТЕХНОЛОГИЯСЫ

"Жаһандық құзыреттер" курсының "Қаржылық сауаттылық" бірлігі баға жүйесіне кіріспе және Үкіметтің араласуы, халықаралық сауда және айырбас бағамдары, жұмыспен қамту және инфляцияны өлшеу, сондай-ақ инфляцияның себептері мен салдары сияқты бірқатар іргелі экономикалық идеяларды қамтиды.

Бірқатар тақырыптар фирма теориясының, тапшылық пен таңдаудың, рентабельділік пен шешім қабылдаудың, қаржылық жоспарлаудың тиімділігі мен тиімсіздігінің, макроэкономикалық теория мен саясаттың, экономикалық өсу мен нарықтың дамуының мәселелерін ашатын болады. Осы бірлікті зерделеу барысында жоғары сынып оқушылары экономикалық мәселелерді түсіндіруге және талдауға, дәлелдер мен шешімдер ұсынуға, экономикалық ақпаратты бағалауға, сондай-ақ идеялар мен пайымдауларды нақты ұйымдастыруға, ұсынуға және жеткізуге үйренеді.

ҚАРЖЫЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ

МАРКЕТИНГ

Осы бөлімдегі сабақтарда мұғалім оқушыларды заманауи бизнес жағдайында маркетингтің негізгі принциптерімен таныстырады, негізгі маркетингтік теориялардың не екенін және өткен ғасырдың технологиялық жетістіктері маркетингтің жаңа құралдарының пайда болуына қалай әсер еткенін түсіндіреді. Білім алушылар компанияның тауарды немесе қызметті жылжыту өнерінің негіздерімен, маркетинг пен соғыс арасындағы параллельдердің объективі арқылы танысады, сондай-ақ қандай маркетингтік стратегиялар бар екенін, олар қандай компаниялар үшін өзекті және қандай жағдайда табысты болатынын біледі.

Осы бөлімді зерттеу барысында орта мектеп оқушылары "4P" теориясы, сатып алушының портреті, SEM, SMM және SWOT талдауы сияқты жаңа терминдер мен тұжырымдамалардың мағынасын біледі.

Сондай-ақ, олар қазіргі заманғы шындықта Компанияның бренді дегеніміз не және тұтынушыларда брендтің адалдығы мен танымалдылығының болуы қандай пайда әкелетіні туралы ақпарат алады.

ҚАРЖЫЛЫҚ ЖОСПАРЛАУ ЖӘНЕ МОДЕЛЬДЕУ

Бұл бөлімнің сабақтарында білім алушыларды қаржылық жоспарлаудың және қазіргі бизнесті модельдеудің негізгі принциптерімен таныстыру маңызды. Жоғары сынып оқушылары деректердің негізгі санаттарына қандай классикалық қаржылық модель кіретінін, оның бизнеске қандай пайда әкелетінін және оның болмауы қандай зиянды салдарға әкелетінін білуі керек.

Оқушылар экономикалық жоспарлау теориясына терең бойлай отырып, бюджет және баға саясатының негізгі ұғымдарымен танысады. Бұл бөлімді оқу барысында олар бюджет тапшылығы мен профициті, баға белгілеу, бағалар квадранты, операциялық маржа және дивидендтер сияқты көптеген жаңа ұғымдар мен терминдерді, сонымен қатар пайданың қандай түрлері бар, олардың әрқайсысынан несімен ерекшеленетіні туралы ақпаратты меңгереді. басқалары және кәсіпорынның атқарған жұмыстарының есебін талдау арқылы оларды есептеу үшін қандай формулаларды қолдануға болатындығымен танысады.

2.1 Жеке табыстарды басқару

2.1.1 Жеке табыстың түрлері

Сен білесің:

- жеке табыс қалай қалыптасады;
- адамдардың жеке табысын арттыруға не кедергі;
- жеке табыстың қандай түрлері бар;
- жеке табысты арттыру әдістері.

Сен үйренесің:

- қоғамда қалыптасқан ақша туралы қандай түсініктің қате екенін анықтауды;
- жеке табыс есебін қалай жүргізуге болатынын;
- табыстың жеткіліксіздігінің себептерін және оны арттыру әдістерін анықтауды.

Түйінді сөздер:

қаржылық сауаттылық туралы қате түсініктер, жеке табысты көтеру тәсілдері, еңбек кітапшасы синдромы.

Сенің отбасыңда отбасы мүшелерінің жеке табысын талқылау әдетке айналған ба?

Кез келген ересек адамның жеке табысы бұрын тапқан тәжірибе мен дағдылар санының тікелей көрсеткіші болып табылады. Тауық пен жұмыртқа дилеммасынан айырмашылығы, бұл мәселеде басымдық айқын көрінеді. Әрбір адам кез келген жұмыс беруші өз қызметкерлерінің жалақысын қызметкердің дағдылары мен кәсібилігіне қарай анықтайтынын түсінуі керек. Жеке табысты құрудың немесе арттырудың кез келген формуласы бұрын жинақталған дағдылар мен тәжірибелерге негізделген. Сондықтан, кез келген жұмысқа шықпас бұрын адам мектепте оқып, кейіннен колледжде немесе университетте мамандық алуға міндетті.

Бұл қызықты!

Қызметкер жұмыс беруші қанша төлесе, сонша жұмыс істейді, ал жұмыс беруші қызметкер қанша жұмыс істесе, сонша төлейді.

Жоқ, саған не болды?

Бәрі жақсы, мен осы айда киноға екі рет бардым!

Пікір білдір

«Білімді монетизациялау» тіркесін қалай түсінесің?

Бүгінгі күні ересек (жұмыс істейтін) адамдардың көпшілігі капитализмді кез келген көріністе жоққа шығарған социализм негізгі идеологиясы болған кезде жеке тұлға ретінде туып-өскендіктен, олардың көпшілігінде қаржылық сауаттылық туралы жеткілікті білім жоқ. Алайда, бірнеше онжылдықтар бойы дәл осы адамдар капитал басым әлемде өмір сүріп келеді. Сондықтан қаржылық сауаттылықтың қазіргі заманғы трендінің негізгі міндеті қоғамда қалыптасқан қате түсініктермен күресу болып табылады. Мұндай қате түсініктердің мысалдары:

«**Белгілі бір жастан кейін оқуға кеш болады**» – адамның өмірінде ол маман ретінде қалыптасып, өз қолөнерін толық түсініп, әрі қарай оқудың мағынасы жоқ сәт бардай, оқу және өзін-өзі дамыту жас әрі тәжірибесіздердің үлесі деп санау қалыптасқан. Мұндай ойлау қате, себебі медицинадан бастап машина жасауға дейінгі барлық қызмет салалары күн сайын дамиды. Сонымен қатар өзін осы қате түсінікке сендіре отырып, адам одан әрі мансаптық өсуден және жеке табысының өсуінен айырылуы мүмкін.

«**Жеке табыс есебін жүргізу аз жалақы алатын және жалақыдан жалақыға дейін өмір сүретін адамдар үшін қажет**» – көптеген адамдар қандай да бір кәсіби табыс пен қаржылық табысқа қол жеткізгеннен кейін жеке табыс есебін жүргізуді тоқтатады, себебі олар қазіргі шартты тұрақтылық дамуға мүмкіндік бермейді деп санайды. Алайда, бұл мінез-құлықтың нәтижесі – жіберіп алған мүмкіндіктер. Мұндай ойлаудың одан

да үлкен проблемасы – қолда бар қаражатты тиімді бөлудің нақты жоспарының болмауы. Бұл жағдайда адамға әлеуметтік мәртебесін көтеру үшін басқа адамдардың көз алдында асығыс шығындар мен эмоционалды сатып алулар жасау оңай.

«Көп ақша таба бастағанға дейін ақша жинаудың мағынасы жоқ» – социалистік жүйеден капиталистік жүйеге (90-шы жылдардың басында) өзгерістердің тоғысында болған жағдай ақшаның кең көлемде құнсыздануына әкеліп соқтырды, бұл көптеген адамдарды ақша жинау және үнемдеу қаупіне (немесе мағынасы жоқ) сендірді. Ұзақ уақыт бойы мұндай тәжірибенің болмауы осы дағдыны толығымен жоғалтуға әкелуі мүмкін және жинақтаудың пайдасы айтарлықтай қаржылық сәттіліктен кейін ғана пайда болады деген жалған үміттер тудыруы мүмкін. Бұл түбегейлі дұрыс емес, өйткені кірістің кез-келген өсуімен шығындар да сөзсіз өседі. Сондықтан жеке жинақтарды қалыптастыру және құру қаржылық табысқа жетудің негізі болып табылады.

Оқып, білім алуға ешқашан кеш емес.

Тіпті кейіпкерлер де жеке табыстың есебін жүргізуі керек.

Кішкентай кезіңнен үнемдеуді үйрен.

Тапсырма

Отбасылық зерттеу жүргіз. Сенің отбасыңның әрбір мүшесі ай сайынғы жеке табыстың қандай түрін алатынын анықта. Алынған мәліметтерді кестеге енгіз.

<i>№</i>	<i>Жеке табыс түрлері</i>	<i>Отбасы мүшесі</i>	<i>Соммасы</i>
1	2	3	4
1	Еңбекақы		
2	Сыйақы мен бонустар		
3	Шәкіртақы		
4	Зейнетақы және жәрдемақы		
5	Мүлікті (пәтер, гараж, автомобиль, тұрмыстық техника және басқалар) жалға беруден түскен табыс		
6	Үй шаруашылығынан (көкөністерді сүт, ет және басқаларды сату) түсетін табыс		
			ҚОРЫТЫНДЫ

Пікірталас

Отбасы мүшелеріне жеке табысын арттыру жолдарын ұсына аласың ба?

Жеке табысты арттырудың көптеген жолдары бар, бірақ олардың барлығын екі шартты санатқа бөлуге болады. Бірінші санаттағы әдістер қызметкер компания үшін оның құндылығы жеткіліксіз деп санайтын жағдайда қолданылады. Бұл жағдайда ол жаңа білім алуға, жаңа дағдыларды алуға немесе оның дағдылары жұмыс берушіге пайдалы болатын саланы өзгертуге қабілетті.

Екінші санаттағы әдістер қызметкер компания өзінің кәсіби дағдыларын жете бағаламайды деп санайтын жағдайда қолданылады. Бұл жағдайда ол тікелей басшылыққа жүгініп, өзінің құндылығы мен компанияға қосқан елеулі үлесін дәлелдеуге тырысуы мүмкін. Егер осылайша нәтижеге қол жеткізілмесе, ол өзінің кәсібилігін жоғары бағалайтын жаңа компания таба алады.

Ұзақ уақыт бойы жұмыс орнын өзгертпейтін адамдар осы жағдайлардың біріне ұшырайды, егер сен оларды ұзақ уақыт бойы шығару үшін қандай да бір әрекет жасамасаң, онда бұл адамдар **еңбек кітапшасының синдромын** сатып алу қаупі бар, онда қызметкер екі ықтимал стресс факторына байланысты бұрынғы жұмысында қалуды жөн көреді. Біріншісі – тұрақтылық сезімін жоғалту және қоғамдағы беделінің болмауына байланысты едәуір көп төлеуге дайын жаңа компанияға деген сенім, мысалы, бұл бастаушы бизнес болуы мүмкін. Екіншісі – зерттелмеген қорқыныш және басқа компанияларға қажетсіз сезім, бір жерде жұмыс істеген жылдар ішінде пайда болды.

Есте сақта!

Көптеген адамдар болашақ табыстарды ішуді әдетке айналдырмайды, олар мұны ешбір есепсіз жасауға болады деп санайды, себебі «барлық сомаларды есте сақтау жеткілікті». Алайда, тәжірибе көрсеткендей, қарапайым адам мұны үнемі жасай алмайды. Бұл жағдайдан шығудың ең жақсы жолы – болашақ табыстар, олардың уақыты мен қайнар көзі көрсетілген кестені (дәптерде немесе компьютерде) жүргізу.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, қандай қызмет саласының қызметкерлері еңбек кітапшасы синдромына көбірек ұшырайды?

Тапсырма

Жұмыс істейтін отбасы мүшелерімен бірқатар сұхбаттар жүргіз. Оларға келесі сұрақтарды қоюыңа болады:

- Қазіргі жалақың сені қанағаттандырады ма?
- Жеке табысыңды қалай арттыруға болады?

- Егер олар саған көбірек төлеуге дайын болса, басқа компанияға ауысуға дайынсың ба?
- Жеке табысыңды арттыру үшін қызмет саласын өзгертуге дайынсың ба?

Рефлексия

1. Адамның жеке табысы оның кәсібилігінің көрінісі ме?
2. Қай жастан кейін қызмет саласын өзгертудің мағынасы жоқ?
3. Бір компанияда қанша жыл жұмыс істегеннен кейін адам еңбек кітапшасы синдромының болуы туралы ойлануы керек?

2.1.2 Жеке табысты арттыру стратегиясы

Сен білесің:

- қоршаған орта жеке табыс деңгейіне қалай әсер етеді;
- неліктен әрдайым біліктілікті арттыру қажет;
- неліктен перфекционизм даму мүмкіндігінен айырылуы мүмкін

Сен үйренесің:

- қоршаған ортаның жеке табыс деңгейіне әсерін бағалауды;
- жеке табыстың өсуіне әкелетін дағдылар мен жеке қасиеттерді анықтауды.

Түйін сөздер:

өзін-өзі дамыту, қоршаған ортаның әсері, біліктілікті арттыру, бәсекеге қабілеттілік.

Өз дамуыңызға күш салмай-ақ, жеке табыстың тұрақты өсуіне сенуге бола ма?

Сирек жағдайларды қоспағанда, жеке табыс көлемі оның дағдыларының баламасы болып табылады. Демек, жеке табысты арттырудың ең тиімді әдісі – бұл үнемі өзін-өзі дамыту және оқыту. Тұрақты даму дегеніміз – күнделікті негізде әртүрлі тәсілдермен жаңа дағдыларды игеру. Оның қатарына мыналарды жатқызамыз: кітап оқу (тек кәсіби ғана емес, сонымен қатар көркем), спортпен шұғылдану, әртүрлі хобби, тіпті маңызды емес болып көрінетіндер, кейде өзін-өзі дамыту үшін жақсы сұхбаттасушымен кездесу жеткілікті.

Адамға өзіне ұқсас адамдардан қоршаған ортаны қалыптастыру тән. Мұндай жағдайда қарым-қатынас шеңбері қалыптасады, онда әркімнің қызығушылықтары ұқсас, дүниетанымы ұқсас, дағдылары ұқсас, кейде тіпті жұмыс орны мен лауазымы да ұқсас келеді. Бір жағынан, мұндай ортада адам өте ыңғайлы, әңгімелер үшін жалпы тақырыптар бар және осы шеңберге қатысушылар арасында түсіністікке тезірек қол жеткізіледі.

Алайда, бұл жағдай жаңа ақпарат пен әсердің осы шеңберге енбеуі түрінде қауіп төндіреді және белгілі бір ілмекке, өткен тәжірибеге үнемі оралуға және нәтижесінде жеке тоқырауға әкеледі.

Бұл жағдайдан шығудың ең оңай жолы – жаңа таныстықтарды үнемі іздеу. Бұл сенің әріптестерің, көршілерің, клиенттерің немесе өзің сияқты қызығушылық үйірмесіне қатысатын адамдар болуы мүмкін. Кейде көкірекшедегі қарапайым әңгіме жаңа келісімшарттарға немесе жаңа жұмысқа әкелуі мүмкін.

Пікірталас

«Тұздалған қияр принципін» қалай түсінесің? Бұл принциптің негізінде, егер тұздалған қияр бөшкесіне бір жас қиярды салса, бір аптадан кейін ол басқалардан ерекшеленбейді деген идея жатыр.

50% қоршаған орта

10% білім

ТАБЫСТЫЛЫҚТЫҢ ҚҰПИЯСЫ

40% ойлау қабілеті

Тапсырма

Зерттеуді ата-аналарыңмен немесе жақын туыстарыңмен бірге жүргіз, олармен қоршаған орта жеке табыс көлемін анықтайтын негізгі фактор деген идеямен бөліс. Олардың табыстары қоршаған ортадағы адамдардан айтарлықтай ерекшеленетінін түсіндір.

Бұл қызықты!

«Мен он мың түрлі соққыларды зерттейтін адамнан қорықпаймын. Мен бір соққыны он мың рет оқитын адамнан қорқамын», – деді Брюс Ли.

Пікір білдір

Сен Брюс Лидің бұл сөзімен келісесің бе? Адамдарда нені көбірек бағалайсың: әртүрлі қызмет салаларындағы дағдылардың әмбебаптығы немесе бір саладағы шеберліктің жоғары деңгейі? Өз жауабыңды дәлелде.

Сіз адамдарда нені көбірек бағалайсыз: әр түрлі салалардағы дағдылардың әмбебаптығы немесе бір саладағы шеберліктің жоғары деңгейі?

Өзін-өзі дамыту мүмкіндігінің факторы ретінде қоршаған ортаның маңыздылығына қарамастан, сен өзіңнің кәсібилігің мен жеке өсуің үшін жауапкершілікті жақындарыңа жүктей алмайсың. Көбінесе жеке табыс қолөнерді түсінудегі прогреспен бірге өседі, оған үнемі біліктілікті арттыру арқылы қол жеткізіледі – қосымша кәсіптік білім, оның міндеті бұрын алынған теориялық білім мен практикалық дағдыларды жаңарту және өзектендіру болып табылады.

Біліктілікті арттырудың басты мақсаты – **бәсекеге қабілеттілікті арттыру** – адамның өз мамандығы немесе қызмет саласы шеңберінде басқалардан жақсы болу мүмкіндігі. Өзін-өзі дамытуға мотивация көзі ретінде бәсекелестіктің басты артықшылығы тоқыраудың мүмкін еместігі деп атауға болады, дамудағы ең аз тоқтау адамды бәсекелестіктен артта қалдыруы мүмкін.

Есте сақта!

Көптеген адамдар жақсы нәтижеге жетуге деген ұмтылысты мерзімінен бұрын перфекционизммен шатастырады. Жұмысты бастамас бұрын өз нәтижелеріне деген үлкен үміт сәтсіздік қорқынышына әкеледі, бұл ақылға қонымсыз, өйткені шеберлікке жету тәжірибені қажет етеді, ал бұл қорқыныш тәжірибеден айырады. Оң нәтижеге сенімді болмасаң да, өзіңді бір нәрседе сынап көруден ешқашан қорықпа.

Пікір білдір

Біліктілікті арттыру мағынасы жоқ және жеке табыстың өсуіне әкелмейтін кәсіпқойлық деңгейіне қол жеткізуге бола ма?

КЕЙС

Жалдамалы жұмыс көбінесе тұрақты орташа табысқа кепілдік береді, бірақ егер адам өзіне едәуір капитал табу міндетін қойса, онда ол жеке табысты арттыру стратегиясын қайта қарауы керек. Өмірінің көп бөлігін жалдамалы жұмыста өткізіп, бизнес бастауға шешім қабылдаған адамның жарқын мысалдарының бірі – Харланд Сандерс. Ол полковник Сандерс деген атпен танымал.

Жасөспірім кезінде Харланд нашар үлгерімі үшін мектептен шығарылған және 15 жасында әскерге ерікті болып баруға мәжбүр болды. Оралғаннан кейін болашақ миллионер өзін фермер, трамвай кондуктор, сақтандыру агенті, жиһаз тасымалдаушы және т.б. сияқты әртүрлі кәсіптерде сынап көрді.

Тек 40 жасында ол біраз капитал жинап, өзінің жеке автокөлік шеберханасын ашашады. Бұл оның өміріндегі алғашқы жақсы табыс көзіне айналды. Клиенттерінің арасында аш туристердің көптігін байқаған Харланд Сандерс шеберхананың бір бұрышынан шағын асхана ашуға шешім қабылдады, онда ол өзінің рецепті бойынша керемет дәмді қуырылған тауық дайындап, ерекше дәмдеуіш қосып, пісірді. Мұндай дәмді ас соншалықты дүрбелең тудырды, 1935 жылы Кентукки губернаторы Харландқа мемлекетке сіңірген еңбегі үшін «Кентукки полковнигі» атағын берді, өйткені оның тауық еті олардың мемлекетінің «ұлттық тағамына» айналды және бүкіл елден дәм татқысы келетін туристерді жинады.

Көп ұзамай негізгі магистраль аяқталады, бұл оның шеберханасынан өтіп бара жатқан туристердің санын нөлге дейін азайтады. Сонда Харланд

62 жасында чемоданын жинап, дүниежүзі елдеріне саяхаттай бастайды, жолындағы барлық адамға өзінің қуырылған тауық етін сатып алуды ұсынады. 1952 жылы көптеген бас тартулардан кейін ол «Kentucky Fried Chicken» деп аталатын алғашқы мейрамханасын ашады.

70 жасында «Kentucky Fried Chicken». әбден танымал болғаннан кейін Харланд Сандерс компанияны жылына 250 мың доллар гонорармен «брендтің бет-бейнесі» ретінде қала отырып, 2 миллион долларға сатады.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, неліктен инвесторлар Харланд Сандерстің оны брендтің бет-бейнесі ету шартына келісті? Бұл шешім KFC брендінің жетістігі мен танылуына әсер етті ме? Сен Кентукки губернаторының Харландқа мемлекеттік қызмет атағын беру туралы шешімімен келісесің бе? Полковник Сандерс туған аймақтың дамуына жеткілікті үлес қосты ма?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Кең көлемді зерттеу жргіз, көптеген адамнан (бұл мұғалімдер, ата-аналар, туыстар немесе жұмыс істейтін таныстар болуы мүмкін) сауалнама алуға тырыс және олардың кәсіби жетістікке жетуіне қандай дағдылар мен қасиеттер көмектескенін анықта. Зерттеу нәтижесін презентация түрінде рәсімде.

Рефлексия

1. Көптеген ата-аналардың балаларын НЗМ, БИЛ, РФММ сияқты мамандандырылған мектептерге беруге ұмтылуының басты себебі неде?

2. Сәтсіздіктен қорқып, қандай да бір мүмкіндіктерден бас тартқан жағдайларға мысалдар келтір?

3. Жеке табысты арттыру мәселесінде табандылық пен тұрақтылықтың маңызы қандай?

2.1.3 Отбасы бюджетіндегі белсенді кірістің рөлі

Сен білесің:

- қандай кірістер белсенді болып саналады;
- белсенді кірісті қалыптастыру кезеңдері;
- отбасылық бюджетті бөлу тәсілдері туралы.

Сен үйренесің:

- болашақта өзіңнің белсенді табысыңды құруды жоспарлауды;
- отбасылық бюджетті жүргізу тәсілдерін ажыратуды;
- белсенді табыс түрін анықтауды.

Түйінді сөздер:

белсенді табыс, қаржылық тұрақтылық, жалпы отбасылық бюджет, бөлек отбасылық бюджет.

Үлкен ақшалай мұраға ие болған жас жігітке мамандық қажет пе?

Көптеген жоғары сынып оқушылары университеттен кейін оқуды жалғастыру туралы шешім қабылдайды. Ол үшін ең алдымен университеттің өзін таңдау керек. Бұл таңдауға әсер ететін ең көп таралған критерийлер: университеттің орналасқан жері (қала, ел), онда гранттар мен шәкіртақының болуы, өзінің бейімділігі, достары мен сыныптастарының таңдауы. Бұрын айтылған барлық критерийлер маңызды екені даусыз, алайда көптеген адамдар бұл таңдаудың болашақ өміріне қаржылық тұрғыдан тигізетін әсерін елемейді.

Көбінесе, университетті бітіргеннен кейін ғана адамдар алған мамандық белсенді кірісті қалыптастыру мүмкіндігіне әсер ететін негізгі аспект екенін түсінеді, **белсенді кірістер** – адам өзінің барлық белсенді бөлігін жұмсайтын негізгі қызмет түрінен алатын еңбегі үшін ақшалай төлем. Осылайша, болашақты жоспарлаудың болмауы және нәтижесінде кәсіпті дұрыс таңдамау адамды белсенді табыс құрудың мүмкін еместігіне және жаңа кәсіпті қайта оқыту қажеттілігіне әкелуі мүмкін, бұл өткен таңдауды және кейде жылдар бойы өлшенетін уақытты толығымен құнсыздандырады.

Бұл қызықты!

Адам ағзасының мүмкіндіктері оның табиғатымен шектеледі. Бірнеше белсенді кіріс көздерін біріктіру (екі немесе одан да көп жерде жұмыс істеу) өз ресурстарын тиімсіз бөлу болып табылады. Сондықтан дұрыс шешім бір әрекетті белсенді кірістің негізгі көзі ретінде бөліп, кез келген басқа жұмысты қосымша жұмыс ретінде қабылдау болады.

Пікірталас

Сен университетте қандай мамандық алғың келетінін шештің бе? Егер шешім қабылдаған болсаң, мансаптың басында қандай жалақы алуды жоспарлап отырсың?

Жас

Уақыт

Ақша

Энергия

Ересек

Уақыт

Ақша

Энергия

Қария

Уақыт
Ақша
Энергия

Пікір білдір

Бұл инфографикада қандай негізгі идея бар? Осы үш көрсеткішке сүйене отырып, адам өсудің әр кезеңінде қандай негізгі басымдықтарға ие болуы керек деп ойлайсың?

Тапсырма

Ата-анаңмен немесе жақын туыстарыңмен сұхбат жүргіз, олардың жұмыс тәжірибесі туралы сұрастыр (олар қай жаста және қай жерде жұмыс істеді, олар үшін қанша төленді). Алынған мәліметтерді кестеге енгіз.

№	Жас кезеңдері	Қызмет түрі	Еңбекақы деңгейі
1	2	3	4
Мысалы			
Әке	15–17 жас	Математикадан репетитор	сағатына 3000 теңге
	18–22 жас	Кафеде даяшы	айына 180 мың теңге

Есте сақта!

Қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізу сәті отбасын құрудың қолайлы кезеңі болып саналады.

Алғашқы белсенді кіріс қалыптасқаннан кейін кез келген адамның қаржылық табысы жолындағы келесі міндет **қаржылық тұрақтылықты** қамтамасыз ету болып табылады. Қаржылық тұрақтылық – бұл адам тұрақты белсенді табыспен қамтамасыз етілетін уақыт кезеңі, бұл оған ең төменгі қажеттіліктерді қанағаттандыру туралы алаңдамауға мүмкіндік береді, тұрақтылық пен қаржылық қауіпсіздік сезімін береді, сонымен қатар қаржылық жоспарлау мен ұзақ мерзімді мақсаттарды құруға мүмкіндік береді.

Пікір білдір

Тұрақты белсенді табыссыз некеге тұруды қаржылық сауаттылығы төмен деп санауға бола ма? Немесе отбасын құру үшін қаржылық әлауқаттан да маңызды талаптар бар ма?

Отбасының келуімен адамның өмірінде оның қаржылық басқару және жоспарлау әдістері айтарлықтай өзгереді. Егер бұрын белсенді кірістің бір

ғана көзі болса, онда отбасында барлық мүшелердің белсенді кірістерін **жалпы отбасылық бюджетке** біріктіру әдетке айналған. Бұл қаражатты бөлу кезінде әр мүшенің қажеттіліктері ескеріледі, олардың кейбіреулері жеке, ал кейбіреулері жалпы болуы мүмкін. Біріктірілген сома өз қажеттіліктері мен тілектеріне жаңа көзқараспен қарауға мүмкіндік береді. Белсенді табыс отбасылық бюджетке түсетін қаражаттың негізгі көзі екенін түсіну маңызды. Сондықтан отбасының қаржылық әл-ауқаты адамның оны құруға қаншалықты дайындалғанына және қаржылық тұрақтылыққа жақындағанына тікелей байланысты.

Бұл қызықты!

Кейбір отбасылар белсенді кірісті жалпы отбасылық бюджетке біріктірмеуді жөн көреді. Қолма-қол ақшаны бөлудің бұл әдісі **бөлек бюджет** деп аталады. Бұл жағдайда отбасы мүшелерінің әрқайсысы өз қаражаттарының есебін дербес жүргізеді.

Пікір білдір

Бөлек бюджеттің қандай артықшылықтары мен кемшіліктері бар?

Отбасылық бюджет

Зейнетақы

Жәрдемақы

Еңбекақы

Шәкіртақы

Сыйақы

Қаржылық тұрақтылыққа бірнеше кезеңде қол жеткізіледі.

1. Төтенше жағдайлар үшін қолма-қол ақша қорларын құру: бұл қорды құру жұмысынан айрылу немесе медициналық шығындар сияқты төтенше жағдайлар кезінде қаржылық қауіпсіздік жастығын қамтамасыз етеді. Сарапшылар ағымдағы шығындардың 3–6 айын жабуға жеткілікті жинақ бар деп кеңес береді.

2. Борыштық міндеттемелерді төмендету. Қарыздарды өтеу, әсіресе жоғары пайыздық мөлшерлемелермен отбасылық бюджеттің қаржылық тұрақтылығын арттыруы мүмкін. Борыштық міндеттемелерді төмендету қаржы мақсаттарын инвестициялау және іске асыру үшін қаражатты босатуға мүмкіндік береді.

3. Отбасылық бюджетті үнемі қайта қарау және бейімдеу отбасылық бюджетті талдау және түзету шығындарды бақылауға және жинақ мүмкіндіктерін анықтауға көмектеседі. Отбасылық бюджетті үнемі қайта қарау өзгеретін қаржылық жағдайлар мен қажеттіліктерге бейімделуге мүмкіндік береді.

4. Өзіңе және біліміңе инвестиция салу кәсіби дағдылар мен білімді үнемі дамыту еңбек нарығында құндылықты арттырады, бұл өз кезегінде белсенді кірісті арттырып, қаржылық тұрақтылықты нығайта алады.

5. Сақтандыру. Дұрыс таңдалған сақтандыру отбасын ауру, апат немесе төтенше жағдай сияқты күтпеген оқиғалардан болатын қаржылық шығындардан қорғауға көмектеседі.

Пікірталас

Барлық отбасылар қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізу үшін осы жоспарды ұстанады ма? Сен әр кезеңнің міндеттілігімен келісесің бе әлде кейбіреулерін елемеуге болады деп ойлайсың ба?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргізіп, әр отбасы мүшесінің белсенді табысының барлық түрлерін анықта. Олар жеке табысты арттырудың қандай стратегияларын қолданады? Зерттеу нәтижелерін презентация түрінде ресімдеп, сынып алдында таныстыр.

Рефлексия

1. Белсенді кірісті қалыптастыруды қай жаста бастау керек?
2. Әрқашан жоғары белсенді табыс адамның кәсіби қасиеттері туралы айтады?
3. Адамзат дамуының қай сәтінде отбасылық бюджетті жүргізудің нақты нысаны пайда болды деп ойлайсың?

2.1.4 Пассивті кірісті қалай құруға болады

Сен білесің:

- пассивті кіріс деген не;
- пассивті кірісті қай сәтте қалыптастыру керек;
- пассивті кірісті құру тәсілдері.

Сен үйренесің:

- инвестициялардың күтілетін пайдасын есептеуді;
- пассивті кірісті қалыптастыру құралдарының тәуекелдерін бағалауды;
- инвестициялық жоспар құруды.

Түйінді сөздер:

пассивті кіріс, қаржылық тәуелсіздік, инвестиция, инвестициялық жоспар, пассивті кіріс түрлері.

Егде жастағы адамдар әрдайым жұмыс істемеу мүмкіндігіне ие бола ма, бірақ сонымен бірге жайлы өмір сүруге жеткілікті ақша ала ма?

Белсенді кірістің жақсы көрсеткіштеріне қол жеткізген және қаржылық тұрақтылыққа ие болған адамдардың көпшілігі ерте ме, кеш пе

пассивті кірісті құру туралы ойлайды. Пассивті кіріс – күнделікті қатысуды қажет етпейтін кез келген ақша түсімі. Пассивті кірісі күнделікті кірістерден асып түсетін және белсенді табыс табудың қажеті жоқ жайлы өмір сүруге мүмкіндік беретін адамдар **қаржылық тәуелсіз** деп аталады.

Қаржылық сауаттылықтың төмендігінің басты белгілерінің бірі – пассивті кірісті құру жоспарының болмауы. Көбінесе мұндай адамдар пассивті табыс қиын және күрделі немесе мүлдем мүмкін емес екеніне сенімді және бұл тұтастай алғанда «байлардың тағдыры». Бұл ойлау тек қате ғана емес, сонымен қатар қауіпті. Сен өмір бойы белсенді табыс табуға сене алмайсың, себебі оның априори болуы адамның толық қатысуын және белгілі бір жастан кейін биологиялық себептерге байланысты мүмкін болмайтын энергия мен күш-жігерді үнемі жұмсауды талап етеді.

Шынында да қаржылық сауатты адам пассивті кірісті қалыптастыру әр адам үшін ең маңызды және қиын өмірлік міндеттердің бірі екенін түсінеді. Қаржылық тәуелсіздікке бірнеше жыл болса да қол жеткізу мүмкін емес, шектеулі жоспарлау арқылы ондаған жылдар қажет.

Бұл қызықты!

Пассивті табыстың ең қарапайым және айқын түрлерінің бірі – жұмыс берушінің қызметкерлердің жалақысынан мемлекеттік зейнетақы қорына ай сайынғы аударымдары есебінен қалыптасатын зейнетақы.

Пікірталас

Қызметкерлердің табыстарынан зейнетақы аударымдары Қазақстан Республикасының Еңбек кодексіне сәйкес міндетті болып табылады. Бірақ мұндай заңды әділетсіз деп санайтын және белгілі бір соманы ұстап қалуды емес, оны жалақымен бірге төлеуді талап ететін адамдар бар. Сенің ойыңша, мемлекет бұл жағдайды реттеп, зейнеткерлердің қаржылық жағдайы үшін жауапкершілікті өз мойнына алуы керек пе? Бұл міндетті мемлекетке сеніп тапсыру керек пе әлде адам өзінің болашағы үшін өзі жауап беруі керек пе?

Тапсырма

Зейнеткерлік жастағы таныс адамдар арасында бірқатар сұхбат жүргіз және зейнетақының бүгінгі күнге дейін жайлы өмір сүруге жеткілікті немесе жеткіліксіз екенін анықта.

Кезең	Балалық	Жасөспірім	Жұмысшы	Кәрілік
1	2	3	4	5
Қаржылық сауаттылық	Қаржылық жауапкершілігі жоқ	Белсенді табысты қалыптастыру	Қаржылық тұрақтылық пен пассивті кірісті құру	Пассивті кірісі бар

Есте сақта!

Көптеген адамдар қаржылық тәуелсіздікті қалыптастыру жолындағы тәртіптің үлкен рөл атқаратынын түсінбейді. Бұл күрделі пайыздық өсімді жақсы көрсетеді.

Пассивті кірісті қалыптастыру жолын екі бөлікке бөлуге болады: жинақтау және инвестициялау. **Жинақтау** кезеңінде адам **инвестициялаудың** келесі кезеңіне өту мүмкіндігі үшін ай сайынғы белсенді кірістен ақшалай қаражаттың бір бөлігін бөледі. Жинақтау – оларды одан әрі көбейту немесе сақтау үшін бір нәрсеге ақша салу. Қаржылық сауаттылығы жоғары адамдар кезеңдердің әрқайсысы көп уақытты қажет ететінін түсінеді, сәйкесінше ерте бастау, өзін-өзі тәрбиелеу жоғары болған кезде, қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізуге кепілдік береді.

Күрделі пайыздық формула:

$$A = P \cdot n \cdot (1 + r)^n$$

Күрделі пайыздарды есептеу мына формула бойынша жүргізіледі:

$$A = P(1 + r/n)^{(nt)}, \text{ где:}$$

A – шоттан алатын (егер салым туралы болса) немесе өтеу қажет болатын (егер несие туралы болса) жиынтық сома;

P – салымның немесе қарыздың бастапқы сомасы;

r – жылдық пайыздық мөлшерлеме;

n – пайыздық мөлшерлеме жылына қанша рет ескеріледі (кейбір мекемелер оны ай сайын, кейбіреулері тоқсан сайын, кейбіреулері жыл сайын ескереді, бұл туралы міндетті түрде шартта және тарифтік жоспарда жазылған);

t – салым немесе несие берілген жылдар саны.

Тапсырма

Елестетіп көр, сен 22 жастан бастап банктік депозитке ай сайын 100 мың теңгеден жинақтап, оны елу жасқа келгенде шотыңнан алуды жоспарлап отырсың. Егер банк ай сайын 15% мөлшерінде күрделі пайыздық мөлшерлемені ескерсе, жинақталған соманың соңғы көлемін есепте. Есептеулерде сыйақы ай сайын есептелетінін ескер, сонымен қатар депозит бастапқыда нөлге тең екенін және әр айдың басында толтырылатынын ұмытпа.

Табысты инвестициялаудың негізі егжей-тегжейлі **инвестициялық жоспардың** болуы болып саналады, инвестициялық жоспар – зейнеткерлік жасқа дейін қалыптасқан қаржылық жинақтардан өз үміттерін толық деконструкциялау. Ақшаны жинамас бұрын және инвестицияламас бұрын

түсіну керек: финалға қандай сома қажет, финал қай сәтте келеді және осы сома қандай құралдармен алынады.

Құралдар	Тәуекел деңгейі	Күтілетін табыс
1	2	3
Бағалы қағаздар: акция, облигация, криптовалюталар	Орташа – жоғары	Орта – жоғары
Жылжымайтын мүлік: тұрғылықты, коммерциялық	Төмен	Төмен
Интеллектуалды меншік: музыка, кітап, онлайн-курстар, өнер нысандары, фотосуреттер	Төмен	Төмен – орташа
Бағалы металдар: алтын, күміс	Орташа	Төмен
Банктік салымдар: депозиттер	Төмен	Төмен
Бизнестегі үлес	Орташа	Орташа

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, неліктен жоғары әлеуетті кірістілігі бар инвестициялық құралдардың тәуекел дәрежесі жоғары? Нәлдік тәуекелді инвестициялау құралдары бар ма?

Бұл қызықты!

«30 жасқа дейінгі жастар бизнесті қалай жүргізу керектігін түсіну үшін жақсы бастықпен жақсы компанияда жұмыс істеген дұрыс. 30 жаста өзіңіздікін жасай баста. 40 жаста сен ерекше күшті нәрсеге назар аударуың керек. 50-де жастарға мүмкіндік беріп, оларға назар аудар. 60 жастан кейін немерелеріңмен жағажайда уақыт өткізген дұрыс. Сен не істесең де, өз ісінді жақсы көр», – Джек Ма.

Пікірталас

Сен Джек Ма кеңестерімен толық келісесің бе? Егер жоқ болса, сен қандай тезистермен келіспейсің?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өзіңнің пассивті кірістерінді құрудың инвестициялық жоспарын жаса. Бірінші бағанда пассивті кірістің қандай түрлерін қолданатындығыңды, екінші бағанда салынған капитал сомасының мөлшерін, үшінші бағанда осы құралдың қай жаста қолданылатынын

көрсет, ал төртінші бағанда өзің қандай пайда табасың деп күтетініңді көрсет.

<i>Құралдар</i>	<i>Салынған ақша</i>	<i>Инвестициялау мерзімі</i>	<i>Күтілетін пайда</i>
1	2	3	4
Бағалы қағаздар			
Жылжымайтын мүлік			
Интеллектуалды меншік			
Бағалы металдар			
Банктік салымдар			
Бизнестегі үлес			

Рефлексия

1. Неліктен кейбір спорт және кино жұлдыздары мансап аяқталғаннан кейін қаржылық тұрақтылыққа ие болмайды?

2. Неліктен инвестициялық жоспар құру кезінде капитал сомасын және жоспарланған мақсаттарға жету кезеңін ескеру ұсынылады.

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- жеке табыс қалай қалыптасады;
- адамдардың жеке табысын арттыруға не кедергі;
- жеке табыстың қандай түрлері бар;
- жеке табысты арттыру әдістері;
- қоршаған орта жеке табыс деңгейіне қалай әсер етеді;
- неліктен әрдайым біліктілікті арттырумен айналысу қажет;
- неліктен перфекционизм даму мүмкіндігінен айырылуы мүмкін;
- қандай кірістер белсенді болып саналады;
- белсенді кірісті қалыптастыру кезеңдері;
- отбасылық бюджетті бөлу тәсілдері туралы;
- пассивті кіріс деген не;
- пассивті кірісті қай сәтте қалыптастыру керек;
- пассивті кірісті құру тәсілдері.

Сен енді үйрендің:

- қоғамда қалыптасқан ақша туралы түсініктің қате екенін анықтауды;
- жеке табыс есебін қалай жүргізуге болатынын;

- табыстың жеткіліксіздігінің себептерін анықтауды және оны арттыру әдістерін анықтауды;
- қоршаған ортаның жеке табыс деңгейіне әсерін бағалауды;
- жеке табыстың өсуіне әкелетін дағдылар мен жеке қасиеттерді анықтауды;
- болашақта өзіңнің белсенді табысыңды құруды жоспарлауды;
- отбасылық бюджетті жүргізу тәсілдерін ажыратуды;
- белсенді табыс түрін анықтауды;
- инвестициялардың күтілетін пайдасын есептеуді;
- пассивті кірісті қалыптастыру құралдарының тәуекелдерін бағалауды;
- инвестициялық жоспар құруды.

2.2 Жеке шығындарды басқару

Осы бөлімнің сабақтарында сен бүгінгі күнге дейін өзекті болып табылатын жеке шығындарды басқарудың негізгі ережелерімен танысасың, өз шығындарыңды бақылау біздің өмірімізге әсер ету дәрежесі бойынша жеке кірістердің өсуі мен төмендеуінен неге кем түспейтінін білесің. Сен қалта ақшасы сияқты бұрыннан белгілі ұғымға басқа қырынан қарап, баланың қаржылық сауаттылығын қалыптастырудағы маңыздылығын қайта бағалай аласың. Сенде осы процеске егжей-тегжейлі жоспарлау мен бюджеттеуді қоса отырып, ірі сатып алулар жасауға сауатты көзқарас қалыптастыру мүмкіндігі болады. Саған эмоционалды сатып алу сияқты құбылыс, сондай-ақ олардың алдындағы адам әлсіздігінің себептері және бақылауды жоғалтудан және импульсивті және жоспарланбаған шығындарды жасаудан қорғаудың мүмкін құралдары туралы жаңа ақпарат ашылады.

Осы бөлімді зерделеу барысында саған депозиттік сыйақылар мен несиелер бойынша қосымша төлемдер, сондай-ақ осының бәрін есептей алатын формулалар туралы ақпарат ашылады. Сондай-ақ, сен банктік несие сияқты құрал, оның негізгі шарттары, несиелеу түрлері, сондай-ақ адамның немесе тіпті халықтың несиеленуі қандай қауіпті салдарға әкелуі мүмкін екендігі туралы толық ақпарат аласың.

2.2.1 Қалта ақшасын тиімді пайдалану

Сен білесің:

- жеке шығындар бюджетін құру неге маңызды;
- қаржылық саналылықты қалай арттыруға болады.

Сен үйренесің:

- қалта ақшасын бюджеттендіруді;
- қаржылық сауаттылықты дамыту құралы ретінде қалта ақшасының маңыздылығын түсіндіруді.

Түйінді сөздер:

жеке шығындар, қалта ақшасы, қаржы мәдениеті, форс-мажор.

Ақшаға қатысты «оңай келді – оңай кетті» деген сөздің бар екенін қалай түсіндіресің?

Тіпті ересек мектеп оқушыларының да өздерінің табыс көзі болмайды, өйткені олардың негізгі қызметі – оқыту барлық назар мен уақытты алады. Дегенмен, әрбір оқушының, кез келген адам сияқты, жеке шығындары бар – жол ақысын төлеу, тамақтану шығындары, киноға бару және т.б. сияқты өз қажеттіліктеріне ақшалай шығындар. Көбінесе ата-анасы оқушының жеке шығындарын төлеу міндетін өзіне алады, оған қалта ақшасын береді. Алайда, балаға қалта ақшасының кез келген мөлшерін бермес бұрын, ата-ана баланың барлық шығындарын ескеретін бюджет жасауы керек. Бала бюджетті құруға қатысуы керек, бұл оған ата-анасының пікірімен келіспеуге, өз көзқарасын түсіндіруге және қажет болған жағдайда бөлінген қаражат көлемін арттыруға мүмкіндік береді.

Көптеген ата-аналар қалта ақшасы мектепте немесе үйде жұмыс істеу міндеттемелері үшін сыйақы болуы керек деп қателеседі. Мұндай қалта ақшасы саясаты бюджетті бірлесіп құруды қарастырмайды, кездейсоқ болып табылады және бала өзінің алғанына сенімді болған жағдайды тудырады. Жақсы оқу үшін ақша өйткені бұл ата-анаға қажет, бірақ өзі емес. Үй жұмысы үшін сыйақы баланың міндет, міндет және отбасындағы рөл сияқты ұғымдарға қатынасын бұзады.

Пікір білдір

Кейбір ата-аналар қолма-қол ақшаны қалта шығындарына бөлудің мағынасы жоқ деп санайды, себебі ата-аналардың өздері барлық қажеттіліктерді қамтамасыз етеді, ал бала бөлінген қаражатты пайдасыз немесе тіпті зиянды нәрсеге жұмсайды. Сен бұл мәлімдемемен келісесің бе? Өз ұстанымыңды түсіндір.

Тапсырма

Балаға қалта ақшасын берудің қай түрі жақсы: күнделікті, апта сайын немесе ай сайын? Опциялардың әрқайсысының артықшылықтары мен кемшіліктерін талда. Нәтижелерді кестеге енгіз.

Күн сайын		Апта сайын		Ай сайын	
Плюстер	Минустар	Плюстер	Минустар	Плюстер	Минустар

Әдетте, қалта ақшасы баланың қаржылық тәрбиесіне оң әсер етеді, себебі ол бюджетті болашақ шығындарын жоспарлау құралы ретінде пайдалануды үйреніп қана қоймайды, сонымен қатар қалта ақшасымен жұмыс жасау баланың **қаржылық мәдениетін** дамытуға ықпал етеді, қаржылық мәдениет – жеке ақша ағындарымен жұмыс істеудің практикалық дағдыларын кешенді дамыту және тәрбиелеу. Балаға қандай ысырап ұтымды, қайсысы мағынасыз екенін түсіндіру қиын емес, бірақ егер бала бәрін теориялық деңгейде жақсы түсінсе де, мәміле жасау сәтінде ол бәрін ұмытып, эмоцияларға бой алдырып, қателік жіберуі мүмкін. Сондықтан балаға практикалық тәжірибе алуға және ішкі оқшаулау құралын құруға мүмкіндік беру керек. Ол үшін сарапшылар кішкентай кезінен бастап балаларға қалта ақшасын беруге кеңес береді. Сонымен қатар бала өз шығындары туралы егжей-тегжейлі есеп бермеуі керек, себебі бұл оның жеке шығындары үшін жауапкершілікті ата-анасымен бөлісуге мүмкіндік береді, бұл өз кезегінде **қаржылық сананың** дамуына кедергі келтіреді.

Есте сақта!

Қаржылық сауаттылықтың жоғары деңгейі бар адам аз ақшаға үлкен өмірлік жайлылықты ұйымдастыра алатын адам болып саналады.

Пікір білдір

Сенің отбасыңда қаржылық мәдениетті оқыту ретінде ұрпақтан-ұрпаққа қандай ақша әдеттері беріледі?

Ойындағы донаттар қалта шығындарына кіретініне ата-ананды қалай сендіре алдың?

Мен түскі асқа үнемдеймін!

Тапсырма

Бір аптаға өзіңнің қалта ақшаңның бюджетін жаса. Осы кестені пайдалан. Қажет болса, жаңа шығындар баптарын қосуға болады.

Шығындар	Дүйсе нбі	Сейсен бі	Сәрсен бі	Бейсен бі	Жұма	Сенбі	Жексен бі
	1	2	3	4	5	6	7
Тамақтану							

Жол ақысы							
Ойын-сауық							

Есте сақта!

Қаржылық сауаттылық деңгейін өмір бойы іс жүзінде ғана тексеруге болады.

Пікірталас

Адам қалта ақшасын тек жоспарланған бюджет шеңберінде пайдалана алады және асығыс шығындарға жол бермейді ме?

Ересек өмірде адамдар қалта ақшасын күнделікті шығындарға да пайдаланады, бірақ олар жасай алатын тағы бір жағдай – форс-мажорлар, бұл – жоспарланбаған шұғыл шығындар сіз күтпеген жағдайдың туындауына байланысты шақырылды. Алайда, бұл шешімнің көп мөлшерін қажет етпейтін маңызды емес мәселелер туралы екенін есте ұстаған жөн.

Пікір білдір

Қалта құралдарының көмегімен шешуде болатын форс-мажорлық жағдайларды ата.

КЕЙС

Ата-аналардың балаларына қалтадағы ақшаны көбейту үшін қосымша табыс тапқаны туралы екі әңгіме:

- Шахмат ақша табудың тәсілі ретінде он жасар балаға шахмат турниріндегі әрбір жеңісі үшін ақшалай сыйлық алу ұсынылды. Әр жексенбіде бала өзінің шахмат клубында турнирге қатысады. Әр жеңіс үшін баланың анасы оған аз мөлшерде береді, ал алғашқы ондыққа кіргенде – қосымша сыйақы. Осылайша, бала демалыс күндері келесі аптада күнделікті шығындарды өтеуге жеткілікті ақша табуға мүмкіндік алады.

- Тұрақты емес жұмыс үшін сыйақы. 5 және 9 жастағы қыздардың ата-аналары тұрақты жұмыс үшін ақшалай сыйақы (мектепте оқу, үй жинау, қоқыс шығару және т.б.) балалардағы жауапкершілік пен ақшаны қабылдауды қалыптастыруға теріс әсер етуі мүмкін деп шешті. Содан кейін қыздардың тікелей міндеттеріне кірмейтін тапсырмаларды орындағаны үшін қосымша қалта ақшасымен марапаттау туралы шешім қабылданды. Мысалы, жазда қыздарға бақшаға көмектесу үшін ақы төленді. Осылайша, балалар жаз бойы бос емес болды, сонымен қатар қалта ақшасының бюджетін толықтыра алды. Балаларды ақшалай марапаттаудағы мұндай

эксперименттер оларға өз жинақтарымен жұмыс істеуді ертерек үйренуге, өз кірістерін арттыруға деген ұмтылысты оятуға және жалпы жауапкершілік пен қаржылық сауаттылық сезімін дамытуға мүмкіндік береді.

Пікірталас

Істе сипатталған қалта ақшасын көбейту үшін қосымша табыс идеяларымен бөлісесің бе? Балаларға қосымша сыйақы берудің қандай балама тәсілдерін ұсына аласың?

Рефлексия

1. Қалта ақшасын қай жастан бастап ала бастадың және бұл сенің қолма-қол ақшамен жұмыс істеу қабілетіңе қалай әсер етті?

2. Осы сабақтан кейін сен өзіңнің қаржылық сананды қаншалықты бағалайсың?

2.2.2 Ірі сатып алулар

Сен білесің:

- қандай сатып алулар ірі болып саналады;
- ірі сатып алуды жоспарлау факторлары туралы;
- ірі сатып алуларды сатып алудың қандай тәсілдері бар.

Сен үйренесің:

- ірі сатып алуды жоспарлауды;
- ірі сатып алу мөлшерін анықтауды;
- үлкен сатып алу әдісін таңдауды.

Түйінді сөздер:

ірі сатып алулар, ірі сатып алуларды жоспарлау факторлары, ірі сатып алу үшін жинақтау, бөліп-сатып алу, несиеге сатып алу.

Саған үнемдеуге тура келген сатып алу есінде ме? Бұл қандай сатып алу болды және сен оған қанша уақыт жинай алдың?

Адамдар өмір бойы жасайтын ақшалай шығындардың екі түрі бар: **күнделікті шығындар**, көбінесе олар тұрмыстық шығындармен (тамақтану, жол жүру, киім-кешек, коммуналдық шығындар және басқалар) және тұрақты емес, бірақ қымбат тұратын **ірі сатып алулар** – бұл сатып алулар адам сатып ала алмайды бір жалақыға тең қаражатқа сатып ал.

Мұндай сатып алуларды сатып алудың өзінен бұрын жоспарлау әдеттегідей. Кейде жоспарлау кезеңі екі айға, кейде бірнеше онжылдыққа

созылуы мүмкін. Ірі сатып алулар тізімін жасау кезінде келесі факторларды ескеру қажет:

- **сатып алудың мақсаты** – бұл сатып алу қажеттілігінің пайда болу себебі (жаңадан сатып алынған пәтерге жиһаз сатып алу қажеттілігі).

- **сатып алудың жеделдігі** – сатып алуды қажет ететін уақыт кезеңі (жұмысты жалғастыру мүмкіндігі үшін шұғыл ауыстыруды қажет ететін ноутбуктің күтпеген бұзылуы).

- **сатып алу бағасы** – сатып алу сомасының мөлшері.

Ірі сатып алу үшін қаражат жинауға уақыт кезеңінің болуы маңызды мәселе болып саналады. Ірі сатып алуды бір уақытта сатып алу мүмкіндігі болған жағдайда да, сарапшылар ойлануға және жоспар құруға уақыт бөлуге кеңес береді, себебі бұл сатып алу мағынасыз болуы мүмкін және оны сатып алуға деген ұмтылыс тек эмоциялардан туындауы мүмкін.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, ай сайынғы кірістің қанша пайызы ірі сатып алулар үшін жинақтауға қолайлы? Табыс мөлшері бұған әсер ете ме?

Тапсырма

Зерттеу жүргізіп, таныстарыңмен сұхбаттасып, төлем сомасының қандай мөлшерінен әр санаттағы сатып алулар үлкен болып саналатынын, сондай-ақ осы соманы жинақтау үшін қанша уақыт қажет екенін анықта. Зерттеу нәтижелерін кестеге енгіз.

№	Санаты	Сом өлшемі	Жинақтау уақыты
1	2	3	4
1	Автокөлік		
2	Жылжымайтын мүлік		
3	Жиһаз		
4	Тұрмыстық техника		
5	Гаджеттер		
6	Киім-кешек		
	Басқалар		

Жөндеу жұмыстары – 30,1%

Демалыс – 16,3%

Бизнес ашу – 13,5%

Денсаулық – 10,3%

Инвестициялар – 6,34%

Білім беру – 5,9%

Гардеробты жаңалау – 5,5%

Басқалар – 12%

Бұл қызықты!

Жүргізілген зерттеулерге сәйкес, ірі сатып алулардың ең көп тараған себептері келесі санаттар болып табылады.

Сарапшылар ірі сатып алуларды сатып алудың ең қаржылық сауатты әдісі – **жинақтау**. Жинақтау – ай сайынғы кірістен қаражаттың бір бөлігін үнемдеу. Жинақтауды қалыптастырудың бұл әдісі ай сайынғы міндетті шығыстардың мөлшерінен асатын табыстың белгілі бір деңгейін, сондай-ақ өзін-өзі тәрбиелеудің жоғары деңгейін талап етеді.

Ірі сатып алуды сатып алудың балама тәсілі – **бөліп төлеуді** рәсімдеу-тауарларға немесе қызметтерге ақы төлеу нысаны, онда талап етілетін сома белгілі бір кезең ішінде бөліктер бойынша енгізіледі. Қазіргі уақытта бөліп төлеудің жаңа түрі басым, онда сатып алушыдан бастапқы жарна талап етілмейді, ал тауар немесе қызмет бөліп төлеу кезінде бірден қол жетімді.

Ірі сатып алуды жүзеге асырудың соңғы тәсілі тауарды немесе қызметті **несиеге** сатып алу болып саналады – банктің сатып алушыдан белгілі бір қосымша төлем үшін сатып алуды сатып алуға ақша беруі. Сатып алудың осы түрімен біраз уақыт ішінде тауардың немесе қызметтің толық құнын бөліп-бөліп өтеуден басқа, сатып алушы банкке берілген мүмкіндік үшін қосымша соманы бөліп-бөліп төлеуге міндеттенеді.

Пікір білдір

Неліктен сарапшылар жинақтауды ірі сатып алудың ең жақсы тәсілі деп санайды? Сен бұл мәлімдемемен келісесің бе? Ірі сатып алуды сатып алу нысаны ретінде бөліп төлеудің артықшылықтары мен кемшіліктерін ата. Неліктен көптеген адамдар артық төлемнің бар екендігі туралы хабардар болғанына қарамастан, әртүрлі заттарды несиеге алады?

Тапсырма

Елестетіп көріңізші, сен несиеге жиырма бес миллион теңге тұратын пәтер сатып алуды шештің. Бұл ретте сен он миллион теңге мөлшерінде бастапқы жарнаны жинап, он жыл ішінде банк алдындағы берешектің барлық сомасын өтеуді күтесің. Банктің шарттары бойынша жылдық пайыздық мөлшерлеме 15% құрайды және пайыздар ай сайын есептеледі. Ай сайынғы жарна сомасын анықтаған сізге формула көмектеседі.

$$P = S \cdot r (1 + r)^n (1 + r)^n -$$

КЕЙС

Жеке қаражатты үнемдеу тәсілі ретінде үлкен сатып алуды қарастыру керек пе?

Қымбат көлікті сатып алу – қымбат көлікті сатып алғанда, адам жүру сапасы мен жайлылығын едәуір арттырады, сонымен қатар олар бұрын болмаған бедел мен мәртебеге ие болады. Алайда, осы құралға қаражат салу кезінде келесі факторларды ескеру қажет. Автокөлік дилерінен шыққан кезде автокөлік өз құнының 10–30 пайызын бірден жоғалтады, сонымен қатар олардың қызмет көрсету және сақтандыру құны өте жоғары, сондай-ақ мұндай автомобильдерде ұрлық пен зақымдану қаупі едәуір жоғары, олардың өзектілігі де өте қысқа, бұл олардың салыстырмалы түрде төмен өтімділігінің негізгі себебі болып табылады.

Қымбат аксессуарларды сатып алу – эстетикалық тартымдылығы мен бірегейлігі бар премиум аксессуарларды (қымбат сағаттар, зергерлік бұйымдар және т.б.) сатып алу адамның сыртқы келбетіне ерекше тартымдылық береді, бұл өзін-өзі бағалауды арттыруға жағымды әсер етеді, сонымен қатар кейбір қымбат аксессуарлар өздерінің эксклюзивтілігі мен жоғары сапасына байланысты жақсы инвестициялық әлеуетке ие. Алайда, екінші жағынан, барлық қымбат аксессуарларды қайталама нарықта бірдей бағамен тез сатуға болмайды.

Жылжымайтын мүлікті сатып алу – көп жағдайда жылжымайтын мүлікті сатып алу ақша салудың сенімді әдісі ретінде қарастырылады, өйткені оның бағасы нарықпен бірге үнемі өсіп отырады. Көптеген сарапшылар жылжымайтын мүлікті жинақтау құралы ретінде пайдалануды ұсынады. Алайда, жалға беруден түскен табыс әрдайым басқа қаржы құралдарының (банктік депозит, акциялар және т. б.) кірістілігімен салыстырыла бермейді.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, ірі сатып алу арқылы жеке қаражатты үнемдеудің қайсысы қауіпті және қайсысы сенімді?

Рефлексия

1. Қалай ойлайсың, жеке табыстың өсуімен үлкен сатып алу ұғымы өзгере ме?
2. Адамдар көбінесе үлкен сатып алу идеясынан бас тартып, оның қажеттілігін асыра бағалай ма?
3. Қалай ойлайсың, адамдар несиеге бірдеңе сатып алғанда артық төлем сомасын қаншалықты жиі есептейді?

2.2.3 Эмоционалды сатылымдар

Сен білесің:

- қандай сатып алулар эмоционалды болып саналады;
- эмоционалды сатып алудың себептері;

- қандай құралдар саған эмоционалды сатып алудан аулақ болуға көмектеседі.

Сен үйренесің:

- эмоционалды сатып алуды тудыратын маркетингтік құралдардың элементтерін анықтауды;
- эмоционалды сатып алулардың алдын алу үшін негізгі дағдыларды анықтауды.

Түйінді сөздер:

эмоционалды (импульсивті) сатып алу, нейромаркетинг, қаржылық жоспар, қаржылық тәртіп, қаржылық жауапкершілік.

Қалай ойлайсың, барлық супермаркеттерде ең қажетті азық-түліктер неге ең алыс бұрышта тұрады?

Уау, дәл сол кітап! Мен оны сатып алуым керек!

Маркетинг, кез келген сала секілді бір орында тұрмайды және үнемі дамып отырады. Бұл жарнамалық плакаттар немесе билбордтар секілді ескі маркетингтік құралдар көптеген адамдарға таныс нәрсеге айналғандықтан болады. Ал елеусіз қалған кезде олар тиімділігін жоғалтады. Алайда, маркетингшілердің басты міндеті – сатып алушыны жоспарлағаннан көп сатып алу қажеттілігіне сендіру. Мұның нәтижесі маркетингшілер сатып алушыларды эмоциялар арқылы қосымша ақшалай шығындарға арандатуды үйреніп, ондағы күшті эмоциялардың әсерінен өніммен байланыста болған кезде жоспарланбаған шығындар жасауға итермелейді. Бұл жағдайда жасалған сатып алулар әдетте **эмоционалды** (импульсивті) деп аталады.

Тапсырма

Соңғы күні көрген барлық жарнамалық контенттерді есіңе түсір. Көрген немесе естіген жарнаманың түрін (бейне, пост, жарнама, билборд және т.б.), орнын (телефон, аялдама, радио және т. б.) және уақытын анықта. Алынған нәтижелерді кестеге толтыр.

№	Жарнама түрі	Жарнаманың орналасқан жері	Уақыты
1	2	3	4
1			
2			
3			

Пікірталас

Корпорациялардың нейромаркетингі этикалық тұрғыдан қолдануы орынды ма? Сатып алушы өзін нейромаркетинг элементтері бар жарнамалардан қорғай ала ма?

Сатып алушының басында не болып жатыр

1. Адам тауарды көрді
2. Шығындарды бағалады
3. Бақыттың дәмін сезді
4. Бақыт пен шығындарды салыстырды
5. Ләззат алды
6. «Сатып алу» бұйрығын берді

Бұл қызықты!

Қазіргі әлемде маркетинг, психология және нейрофизиология бір-бірімен тығыз байланысты. Бұл бірлестіктің нәтижесі **нейромаркетинг** – тұтынушылардың мінез-құлқын талдау әдістерінің жиынтығы, оған әсер ету мүмкіндігі, сондай-ақ тұтынушының осы әсерге ықтимал реакциясы сияқты құбылыс болды. Нейромаркетингінің негізгі міндеті – тұтынушыны сыртқы әсерді түсінгенге дейін сатып алуға итермелейтін жарнамалық мазмұнды құру, сонымен қатар тұтынушыны өз ұстанымын дамыту мүмкіндігінен айыруға мүмкіндік береді.

Тұтынушыны импульсті сатып алуға итермелеудің маркетингтік әдістерінің көрнекі мысалдары:

- Әрбір автосалон **тест-драйв** жасау мүмкіндігін ұсынады. Бұл әсіресе компанияның өз автодромы болса тиімді. Бос жолда жаңа көлікте жылдам жүруден алынған эмоциялар осы көлікті сатып алу туралы шешім қабылдауға айтарлықтай әсер етеді.

- Парфюмерлік дүкендердің кеңесшілері әлеуетті сатып алушыларға иіссулардың сынақтарын ұсынады. Сатып алушыға түскен иіс оны осы өнімнің иесі екендігіне сендіреді. Бұл – тұтынушыларға эмоционалды әсер етудің классикалық маркетингтік құралдарының бірі.

- Интернет-дүкеннің веб-сайтында тауарлардың аз мөлшерін ерекшелеп атап өту арқылы жасанды түрде өнім тапшылығын жасап, сатып алушының санасына сатып алу мүмкіндігін жіберіп алу сезімін ұялатады.

- Алынған контраст бойынша сатып алушыға ыңғайсыздық пен жетіспеушілік сезімін тудыру үшін өнімнің қазіргі кездегі артықшылығын көрсету. Мұндай әдістердің мысалдары қол жетімді ауыз су сүзгілерін сынау немесе кілемдерді тазалау және т.б. жағымсыз эмоциялардан арылуға деген ұмтылыс көбінесе жоспарланбаған сатып алумен аяқталады.

Пікір білдір

Нақты мысалдарды есіңе түсір, дүкеннен шыққан кезде сен сатып алған заттардың тізімі жоспарлаған тізіміңнен артық екенін түсіндің?

Сатып алушылардың эмоцияларына әсер етудің маркетингтік әдістерінің алуан түрлілігіне қарамастан, қаржылық сауатты адам олардан қорғануға міндетті. Ол үшін келесі үш қасиет болуы керек:

- қаржынды жоспарлай білу – қажетті сатып алулардың тізімін алдын ала жасау;
- жоғары қаржылық тәртіптің болуы – алдын ала жасалған сатып алу тізімін ұстану қабілеті, эмоциялар мен дамыған ерік-жігерді бақылауда ұстау мүмкіндігі;
- өзінің қаржылық жауапкершілігін сезіну – кез келген жоспарланбаған сатып алу қандай нәтижелерге әкелетінін нақты түсіну.

Пікірталас

Сен өзіңнің қаржылық тәртіп пен жауапкершілігіңді іс жүзінде арттырудың қандай тәсілдерін білесің?

Ересек адам өз қаражатын жоспарлау және пайдалану кезінде әрқашан ұтымды болуы тиіс. Бірақ іс жүзінде адамдар әртүрлі факторлардың әсеріне ұшырайды және жиі қажетсіз сатып алулар жасайды. Эмоционалды сатып алудың ең танымал триггерлерінің бірі – адамның қоршаған ортадан ерекшеленбеуге деген ұмтылысы. Осылайша, адамдар кез келген өнімді немесе қызметті сатып алуға қатысты болса да көпшіліктің әрекетін қайталауға тырысады. Мұндай жағдай киім киюдегі сән үрдістерінің, қолданылатын смартфондар мен компьютерлердің ұқсастығының, сондай-ақ белгілі бір мейрамханалар мен әртүрлі мекемелердің танымал болуынан жақсы көрінеді. Мұндай шешімдердің негізінде қаржылық жауапкершілік тұжырымдамасына қайшы келетін пікірлер де аз емес.

Эмоционалды сатып алудың ұтымдыдан айырмашылығы неде?

<i>Параметр</i>	<i>Эмоционалды сатып алу</i>	<i>Ұтымды сатып алу</i>
1	2	3
Шешім қабылдау	Барлық салдарлар мен тәуекелдерді пысықтамай, сезім мен түйсікке негізделген	Мақсаттар мен қажеттіліктерді ескере отырып, логикаға, талдауға және жоспарлауға негізделген

Ынталандыру	Қазіргі эмоционалды жағдайды қанағаттандыруға ұмтылу (қуаныш, мақтаныш немесе жұбаныш)	Нақты қажеттіліктер мен мақсаттарды қанағаттандыру, ұзақ мерзімді пайданы қамтамасыз ету
Жарнаманың әсері	Жарнамаға көбірек ұшырайды, әсіресе егер ол эмоцияға берілсе	Жарнамаға аз ұшырайды, салыстыру және зерттеу негізінде шешім қабылдайды
Ұзақ мерзімді сатып алуға қанағаттану деңгейі	Қажеттілікті тез қанағаттандыруы мүмкін, бірақ болашақта көңілсіздік қаупі жоғары	Қажеттілікті неғұрлым тұрақты және ұзақ мерзімді қанағаттандыру
Қаржылық залалы	Негізсіз шығындардың ықтималдығы, қарыздардың ұлғаюы, бюджеттен асып кету	Қаржылық тұрақтылыққа ықпал ететін ойластырылған және саналы шығындар
Болашақта шешім қабылдауға әсері	Импульсивті және жылдам шешім қабылдау, қателерді қайталау мүмкіндігі	Тәжірибе мен салдарды ескере отырып, ойластырылған және теңдестірілген шешім қабылдау

Пікір білдір

Көптеген ірі компаниялар танымал адамдарды өздерінің **бренд өкілі (бренд амбассадор)** ретінде пайдаланады. Қалай ойлайсың, өкілдің болуы оның жанкүйерлерінің эмоционалды сатып алуларына итермелеуі мүмкін бе? Бұл құбылыс қоғамға қалай әсер етеді? Содан кейін бренд өкілі жарнамаланған өнімнің сапасына жауап беруі керек пе? Жосықсыз өндірушілер өкілдің адал аудиториясын пайдалана ала ма?

Рефлексия

1. қалай ойлайсың, мемлекет нейромаркетингі пайдалануға тыйым салуы керек пе?
2. Адам әрқашан сатып алудың эмоционалды болғанын түсінеді және мойындайды ма?
3. Импульсті сатып алу жасалған жағдайда не істеу керек?

2.2.4 Банктік несие

Сен білесің:

- несиенің қандай негізгі шарттары болуы мүмкін;
- халықты несиелендіру дегеніміз не;
- адам банкрот деп танылған кезде.

Сен үйренесің:

- берілген несиелерді мақсаттар бойынша ажыратуды;
- халықтың несие алуының негізгі себептерін анықтауды.

Түйінді сөздер:

банктің сыйақысы, несиелеу мөлшерлемесі, негізгі борыш, несие тарихы, кепілсіз несие, ипотекалық несие, автонесие, несиелеу, жеке тұлғалардың банкроттығы.

Қалай ойлайсың, адамның қаржылық сауаттылық деңгейі мен олар алатын несиелер саны арасында байланыс бар ма?

Көптеген адамдар отбасылық немесе жеке бюджет тапшылығына тап болған кезде шығындарды азайтуды емес, ақшаны басқа адамдардан немесе банктерден қарызға алуды жөн көреді. Алайда, таныс адамдардан ақша алу банктік несиеден түбегейлі ерекшеленетінін түсіну маңызды. Негізгі айырмашылықтар келесі факторлар болып саналады:

<i>Таныс адамнан қарыз алу</i>	<i>Банктен қарыз алу</i>
1	2
Таныс адамнан ақша қарыз болған жағдайда қайтару мерзімдерін алдын ала талқылау әдетке айналған, бірақ көбінесе бұл мерзімдер сақталмайды. Кейде қарыз алушы (қарыз алған адам) қайтару уақытын белгісіз уақытқа кешіктіруді сұрауы мүмкін немесе несие беруші (қарыз берген адам) ақшаны келісілген мерзімнен бұрын қайтаруды сұрауы мүмкін	Банк жағдайында мерзімдер алдын ала келісіліп қана қоймай, төлемдер кестесі де бекітіледі. Сонымен қатар, тараптар келісілген шарттарды бұзуы ақшалай айыппұлға әкеп соғатын шартқа қол қою арқылы бекітеді. Сонымен бірге банк келісілген мерзімнен бұрын соманы қайтаруды талап етуге құқылы емес
Көбінесе таныстың қайтарылған сомасының мөлшері қарызға алынған ақшаның бастапқы мөлшеріне тең болады	Қарызға келісілген мерзімге ақша қаражатын беру фактісі үшін банк қарыз алушы төлеуге міндетті сыйақы алады
Көп жағдайда несие беруші мен қарыз алушы бір-біріне таныс және	Банкпен болған жағдайда қарыздың болуы және өтеу мерзімдерінің

сенімді жандар. Ақшалай қарыздың болуы және әсіресе қайтару мерзімдерін бұзу көбінесе осы адамдар арасындағы қарым-қатынасқа теріс әсер етуі және бұзуы мүмкін	болуы банкте жағымсыз эмоциялар туғызбайды, себебі қарызды төлеу бойынша кешіктірілген әрбір күн үшін ол өсімпұл салады
--	---

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, ақшаны қайтару мерзімдері қандай себептермен жиі өзгереді? Болашақта қарыз алушы мен несие беруші арасындағы қарым-қатынасты жақсартуға бола ма?

Бұл қызықты!

Кейде несие берушілер қарыз алушының мұрагерлеріне қарызды қайтаруға құқылы. Алайда міндетті шарт бұл жағдайда мұрагердің қалған мұраны қабылдауға келісімі болып табылады. Осылайша, кез келген мүліктен толық бас тартқан жағдайда, мұрагер несие берушілер алдындағы борыштық міндеттемелерден аулақ бола алады.

Кез келген банктік несиені құрайтын бірнеше факторлар бар:

- **негізгі қарыз** – қарыз алушы несие берушіден сұрағысы келетін ақша сомасы.
- **өтеу мерзімі** – қарыз алушы қарызды өтеуге міндеттенетін уақыт мөлшері.
- **банктің сыйақысы** – банктің негізгі табысын қалыптастыратын қарыз алушыдан алынатын ақшалай сома.
- **несие мөлшерлемесі** – банктің сыйақыларын қалыптастыратын негізгі борыштың жыл сайын есептелетін пайызы.
- **қарызды өтеу кестесі** – шартқа қол қою кезінде айқындалған қарыз алушының төлемдерінің кезеңділігі.
- **кепіл мүлкі** – қарыз алушының банк ауыртпалық салатын мүлкі және несие қайтарылмаған жағдайда банк оны нарықтық құны бойынша сатуға және келтірілген қаржылық залалды өтеуге құқылы.
- **қарыз алушының несиелік тарихы** – қарыз алушы бұрын алған несиелер бойынша статистика. Несиелік тарихты шартты түрде үш түрге бөлуге болады: нөлдік – қарыз алушы бұрын несие алмаған, оң – қарыз алушы әрқашан банктер алдында алған міндеттемелерін орындаған және қарыздарын уақтылы өтеген, теріс – қарыз алушы өткен несиелер бойынша уақтылы төлемеген немесе шарт талаптарын бұзған. Қарыз алушының несие тарихы теріс болған жағдайда банк жаңа қарыз беруден бас тартуға құқылы.
- **айыппұл санкциялары** – қарыз алушы келісім шарттарын бұзған жағдайда шартта көзделген ақшалай төлемдер.

- **бастапқы жарна** – қарыз алушының төлем қабілеттілігінің кепілі ретінде банк несиесі бергенге дейін сұрай алатын ақша сомасы.

Сондай-ақ, берілген несиелер мақсаттар бойынша әртүрлі болуы мүмкін:

- **тұтынушылық несиесі** – қарыз алушы банктен өзіне немесе отбасына тауарлар немесе қызметтер сатып алуға қарыз беретін ақша сомасы.

- **тұрғын үй қарызы** – қарыз алушының тұрғын үй жағдайын сатып алуға немесе жақсартуға арналған қарыз.

- **бизнеске берілетін несиесі** – қарыз алушының бизнесті ашуы немесе кеңейтуі үшін берілетін банктік несиесі.

- **автонесие беру** – қарыз алушының автомобиль сатып алуына банктік қарыз.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өз өңіріндегі несиелеу нарығын зерттеп, несиелердің қандай түрлері бар екенін анықта, сондай-ақ олардың шарттарын біліп, банктік несиенің әр түрі бойынша ең жақсы шарттарды ұсынатын несиесі берушіні анықта. Алынған нәтижелерді презентация түрінде жаса.

Сараланған төлем

Пайыздық бөлігі

Негізгі қарыздың бөлігі

Аннуитеттік төлем

Пайыздық бөлігі

Негізгі қарыздың бөлігі

Бұл қызықты!

Несиені өтеу шарттарының екі түрі бар:

- **аннуитеттік** – несиесі бойынша банктің негізгі борышы мен сыйақысын төлеу несиесі берудің бүкіл мерзімі ішінде тең сомалармен орындалатын несиені өтеу кестесі.

- **сараланған** – төлем мөлшері өткен мерзімге пропорционалды түрде азайтылатын несиені өтеу кестесі.

Пікірталас

Банктік несиесі арқылы қаражат жұмсамай тұрғын үй жағдайын жақсартуға бола ма?

Соңғы уақытта несиелеудің әртүрлі түрлерінің қол жетімділігі өсті, бұл халықтың банктер алдындағы қарыздарының өсуіне себеп болды. Бұл мәселе азаматтардың көпшілігі арасында қаржылық сауаттылықтың

төмендігіне байланысты. Жеке қаражатты жоспарлаудың және ұтымды бөлудің болмауы адамды **несиелендіруге** әкелуі мүмкін. Несиелендіру – адамның қаржылық жағдайы, оның жеке кірісі несиелер бойынша төлемдердің жалпы сомасын қамтымайды немесе қарыздар бойынша міндеттемелерді өтегеннен кейін оның өмір сүруіне қаражат қалмайды.

Қазіргі уақытта халықтың өте үлкен пайызы несиелендірумен бетпе-бет келеді, сондықтан қаржылық сауаттылықтың басты міндеттерінің бірі болашақта осындай қаржылық проблемаларды болдырмау мақсатында жастарды ағарту болып табылады.

Ақшалай қарыздарды есептен шығару мүмкіндіктерінің бірі қарыз алушының өзінің **банкроттығын** мойындауы болып табылады. Банкроттық – қарыз сомасы қарыз алушыдан есептен шығарылатын, сондай-ақ ол өзінің қаржылық жағдайын жақсартуға тиіс оңалту кезеңі айқындалатын адамның төлем қабілетсіздігі туралы сот немесе соттан тыс қорытынды.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, адамның өз банкроттығын мойындауы қаншалықты эмоционалды қиын шешім болады? Банкроттық туралы декларацияны несиелендіру жағдайында оңтайлы шешім деп санайсың ба?

Тапсырма

Өзіңді мемлекет шақырған қаржылық сарапшымын деп елест, оның міндеті – халықты несиелендіру мәселесін шешу. Бұл мәселенің негізгі себептерін анықта және мүмкін шешімдерді ұсын. Атқарған жұмысыңның нәтижелерін баяндама түрінде дайында.

Рефлексия

1. Қалай ойлайсың, көлік сатып алу үшін алынған несие ұтымды болып табыла ма?
2. Қалай ойлайсың, неге адамдар таныс адамдардан қарыз алудан гөрі банктік несие алуды таңдайды?
3. Бүгінгі таңда несие алмай-ақ жайлы өмір сүруге бола ма?

Халықтың несиелері 13,4 трлн теңгені құрады

Жыл басынан бері бөлшек қарыздар 2,6 трлн теңгеге немесе 25%-ға, орташа жылдық өсім 18%-ға өсті

Тұтынушылық
Ипотекалық
Басқалары

2022 жылғы қазан айының соңына 7,3 трлн теңге және жиынтық бөлшек қарыздардың 55%-ын құрады
Ипотекалық несиелер портфелі соңғы 2 жылда екі есеге артып, 4,6 трлн теңгені құрады

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- жеке шығындар бюджетін құру неге маңызды;
- қаржылық саналылықты қалай арттыруға болады;
- қандай сатып алулар ірі болып саналады;
- ірі сатып алуды жоспарлау факторлары туралы;
- ірі сатып алуларды сатып алудың қандай тәсілдері бар;
- қандай сатып алулар эмоционалды болып саналады;
- эмоционалды сатып алудың себептері;
- қандай құралдар саған эмоционалды сатып алудан аулақ болуға көмектеседі;
- несиенің қандай негізгі шарттары болуы мүмкін;
- халықты несиелендіру дегеніміз не;
- адам банкрот деп танылған кезде.

Сен енді үйрендің:

- қалта ақшасын бюджеттендіруді;
- қаржылық сауаттылықты дамыту құралы ретінде қалта ақшасының маңыздылығын түсіндіруді;
- ірі сатып алуларды жоспарлауды;
- ірі сатып алу мөлшерін анықтауды;
- ірі сатып алу әдісін таңдауды;
- эмоционалды сатып алуды тудыратын маркетингтік құралдардың элементтерін анықтауды;
- эмоционалды сатып алулардың алдын алу үшін негізгі дағдыларды анықтауды;
- берілген несиелерді мақсаттары бойынша ажыратуды;
- халықтың несиеленуінің негізгі себептерін анықтауды.

н бюджеттеу;

- қаржылық сауаттылықты дамыту құралы ретінде қалта ақшасының маңыздылығын түсіндіру;
- ірі сатып алуларды жоспарлау;
- ірі сатып алу мөлшерін анықтаңыз;
- үлкен сатып алу әдісін таңдаңыз;
- эмоционалды сатып алуды тудыратын маркетингтік құралдардың элементтерін анықтаңыз;

- эмоционалды сатып алулардың алдын алу үшін негізгі дағдыларды анықтаңыз;
- несиелерді олар Берілген мақсаттар бойынша ажыратыңыз;
- халықтың кредиттелуінің негізгі себептерін анықтау.

2.3.1 Отбасылық бюджеттің түрлері

Сен білесің:

- отбасының табысын жоспарлау оның мүшелерінің эмоционалды жағдайымен қалай байланысты;
- отбасылық бюджет шеңберінде ақшалай шығындардың қандай категориялары бар.

Сен үйренесің:

- отбасының болашақ табысының егжей-тегжейлі жоспарын жасауды;
- отбасылық бюджетке ақшалай түсімдерді берілген санаттар бойынша бөлуді.

Түйінді сөздер:

отбасылық бюджет, отбасылық бюджеттің құрылымы.

Сенің отбасыңда болашақ кірістер жоспарын және оларды бөлуді талқылау қабылданған ба?

Кез келген отбасы кез келген компания секілді өзінің кіріс көздеріне ие (ақшалай түсімдер), содан кейін бұл қаражат отбасын асырауға жұмсалады, осылайша **отбасылық бюджет** жасалады. Шартты түрде, отбасылық бюджетте кірістерді екі санатқа бөлуге болады: белсенді және пассивті.

Мысалы

	Отбасы мүшелері	Белсенді табыс	Пассивті табыс
1	2	3	4
1	Әже	Толық емес жұмыс күні (репетиторлық)	
2	Ата	Толық емес жұмыс күні (такси)	Зейнетақы
3	Ана	Жалақы Сыйақы	Хобби табысы (YouTube бейнелерін монетизациялау)

4	Әке	Жалақы Бонустар	Авторлық алым және оның кітабын сатудан түскен пайыз
5	Ұлы (студент)	Шәкіртақы	Хобби табысы (музыка жазу)
6	Қызы (оқушы)	Жоқ	Жоқ
7	Отбасы мүлкінен түскен табыс		Гаражды жалға беру Пәтерді жалға беру Депозиттен пайыздар

Болашақ кірістерді визуализациялау тәжірибесі жоқ отбасыларда бұрын талқыланбаған немесе жоспарланбаған сыйлықтармен немесе сатып алулармен байланысты кикілжіндер жиі кездеседі. Бұл әсіресе барлық табыс көзі бір ата-ана болатын отбасыларда жиі кездеседі. Дәл осындай кестені құрастыру арқылы қол жеткізілген болашақ ақшалай түсімдердің көлемін түсіну отбасының әр мүшесіне отбасы қолындағы ресурстардың саны туралы ақпарат береді және болашақ шығындарды жоспарлауға көмектеседі.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, ата-аналар балаларды отбасылық кірісті жоспарлауға қатыстыруы керек пе?

Тапсырма

Достарыңның арасында сауалнама жүргізіп, олардың отбасында отбасылық бюджетке ақша түсімдерінің жоспарын жасау әдетке айналғанын анықта. Отбасылық бюджеттің екінші және маңызды бөлігі шығындарды құрайды. Болашақ шығындарды жоспарлау кезінде отбасылық шығындар келесі санаттарға бөлінеді:

- **Міндетті шығындар** – шығыстардың бұл санаты болдырмауға болмайтын тұрақты қаржылық шығындарды қамтиды. Мұндай шығындардың мысалдары: азық-түлік сатып алу, жол жүру және тұру шығындары (жалға алу, коммуналдық қызметтер және басқалары), қажетті киім сатып алу. Бюджетті жоспарлау барысында бұл санаттағы шығындар басымдыққа ие және бюджеттің көп бөлігін құрайды.

- **Қосымша шығындар** – егер міндетті шығындар өмір сүру үшін минималды және қажетті жағдайларды жасаса, онда өмірді қызықты ету және жайлылық аймағын кеңейту үшін қосымша шығындар қажет. Мұндай шығындардың мысалдары: мейрамханаларға бару, хоббиге ақша жұмсау,

пәтерді қымбат емес жөндеу және басқалар. Бұл санат міндетті емес деп саналса да мұндай шығындардың болмауы адамның немесе отбасының ақшадан ұтылып қалуына әкелуі мүмкін, бұл ерте ме, кеш пе жоспардан тыс жоспарлауға әкеліп соқтырады.

- **Ірі сатып алулар** – болашақта ірі сатып алуды сатып алуға бағытталған отбасылық бюджет кірістерінен қаражаттың бір бөлігі.

- **Жинақтау** – ақша қорын қалыптастыруға бағытталған отбасылық бюджет кірістерінен қаражаттың бір бөлігі.

- **Демалыс және саяхат** – бұл шығындар бабы отбасы мүшелерінің энергетикалық ресурстарын қалпына келтіруге және қайта жүктеуге бағытталған ақшалай шығындарды білдіреді, көбінесе оны ірі сатып алулармен салыстыруға болады, сондықтан шығындардың осы санатына қажетті қаражат кірістің бір бөлігін үнемі бөліп отыру арқылы жинақталады. Бұл шығынның болмауы отбасының эмоционалды және психологиялық жағдайына теріс әсер етуі мүмкін.

- **Оқу** – отбасының әрбір мүшесінің өзін-өзі дамытуға бағытталған отбасылық бюджет шығыстарының шағын (шамамен 2-3%) үлесі, бұл балаларды оқу орындарында оқытуға жұмсауды қамтымайды. Мұндай шығындардың мысалдары: оқу ақысын төлеу біліктілікті арттыру курсы, кітап сатып алу (көркем және кәсіби) және жаңа дағдыларды игеруге байланысты кез келген шығындар.

- **Қайырымдылық** – басқа адамдарға көмектесуге бағытталған ақшалай шығындар. Шығыстардың бұл бабы отбасының қаржылық мүмкіндіктеріне және оның мүшелері ұстанатын философияға байланысты.

Отбасындағы қолма-қол ақшаның жетіспеушілігі көбінесе болашақ шығындарды жоспарлаудың болмауымен немесе отбасылық кірісті дұрыс бөлумен байланысты. Сондықтан қаржылық сауаттылығы жоғары адамдар отбасылық бюджетті жоспарлау кезінде жоғарыда аталған санаттарды пайдаланады, ал бұл жоспардың сәттілігі осы санаттар бойынша ақшалай түсімдерді бөлудің белгілі бір пайызына байланысты.

1. Міндетті шығындар
2. Қосымша шығындар
3. Ірі сатып алулар
4. Жинақтау
5. Демалыс және саяхат
6. Оқу
7. Қайырымдылық

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, қайырымдылыққа тапқан қаражатының бір бөлігін бөле алатын әрбір отбасы мұны істеуге міндетті ме

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Отбасылық бюджетті бөлу жауапкершілігі сенде деп ойла. Шығындардың әр санаты үшін пайыздық үлестерді анықта және алынған үлестерді кестеге енгіз. Әр санат бойынша өз шешіміңе түсініктеме бер.

№	Шығындар санаты	% бөлу пайызы
1	2	3
1	Міндетті шығындар	
2	Қосымша шығындар	
3	Ірі сатып алулар	
4	Жинақтау	
5	Демалыс және саяхат	
6	Оқу	
7	Қайырымдылық	
	ҚОРЫТЫНДЫ	100%

Бұл қызықты!

Отбасылық міндеттемелерге әлі ауыртпалық түсірмеген жастар көбінесе тапқан қаражатты пайыздық бөлудің «**Парето**» қарапайым тұжырымдамасын қолданады, яғни мұнда барлық кірістердің 80%-ы шығындар санаттары бойынша арнайы бөлусіз пайдаланылады, ал 20%-ы жинақтауға жіберіледі.

Қоғамда отбасылық бюджетті қалай дұрыс жүргізу керектігін талқылау әдеттегідей емес. Сарапшылар жас жұбайларды өз отбасыларын стартап-жоба ретінде қарастыруға болады деп санайды. Көп жағдайда бұл жобаның сәттілігі болашақ кірістер мен шығыстарды жоспарлау қабілетіне, сондай-ақ отбасының қаржылық мақсаттарының көзқарастары мен бірлескен анықтамаларындағы ұқсастыққа байланысты болады.

Бұл кеңесті елемейтін жас отбасылар болашақта ортақ қаржылық мақсаттардың болмауына байланысты көптеген қақтығыстарға тап болуы мүмкін. Алайда, бюджетті жүргізудің бірыңғай және әмбебап тәсілі жоқ екенін ескеру маңызды, әр отбасы өздері үшін «отбасы» стартапын сәтті дамытудың өзіндік формуласын таңдауы керек.

Сондай-ақ, бұл жолды қателіктерсіз өту нәтиже бермейтінін есте ұстаған жөн, осы жағдайлардан сабақ алуға назар аударған дұрыс, бұл отбасылық бюджетті одан әрі жоспарлауды едәуір жеңілдетеді.

Рефлексия

1. Қалай ойлайсың, отбасылық бюджеттің кірісін жоспарлау тәжірибесі қаншалықты кең таралған?

2. Сен осы санаттар бойынша отбасы шығындарын бөлуге келісесің бе?

3. Қолданыстағы (бұрын алынған) несиелер бойынша ақшалай төлемдерді шығыстардың қай санатына жатқызуға болады?

2.3.2 Отбасылық бюджетті жоспарлау

Сен білесің:

- отбасылық бюджетті жоспарлау не үшін қажет;
- отбасылық бюджетті жоспарлау үшін не қажет;
- отбасылық бюджет қалай бекітіледі
- отбасылық бюджеттің орындалуын қалай бақылауға болады.

Сен үйренесің:

- ұзақ мерзімді отбасылық бюджетті жоспарлауды;
- отбасылық бюджеттің артылуын анықтау кезінде дұрыс әрекет алгоритмін құруды;
- отбасылық ақша қаражаттарын есепке алудың тиімді құралдарын анықтауды.

Түйінді сөздер:

отбасылық бюджетті жоспарлау, отбасылық бюджетті талқылау, отбасылық бюджетті бекіту, отбасылық бюджетті орындау.

Отбасылық бюджетті жоспарлау кезінде «қыстың қамын жаз ойла» деген пайымдауды қолдануға бола ма?

Шығындар есебі

Ұзақмерзімді мақсаттар

Жинақтау

Жоспарлау

Отбасылық бюджетті жоспарлау – бұл отбасылық іс-шара, оны алғашқы құрастыру кезінде отбасының барлық ұзақ мерзімді (ай, тоқсан, жыл) мақсаттарын ескеру қажет. Бұл жағдайда отбасының әр мүшесінің сөйлеуі өте маңызды, тек ата-аналар ғана емес. Кең талқылаудан кейін айтылғандардың барлығын қағазға немесе компьютерге түсіру керек, содан кейін мақсаттардың әрқайсысы үшін мүмкін шығындарды есептеу керек. Міндетті шығындарға ай сайынғы шығындардың сомасы міндетті түрде жоспарланады, ол жыл мезгіліне байланысты өзгеруі мүмкін. Алайда, ұзақ мерзімді мақсаттарға арналған қосымша қаражат бөлек жазылып, олардың орындалу уақытын үнемі көрсетіп отыруы керек. Жоспарлаудың бұл

түрінің негізгі міндеті-отбасына түсетін ақша қаражаттары мен ықтимал шығыстарды салыстыру.

Отбасылық бюджеттің үлкен мақсаттарына шығындарды жоспарлау келесідей болуы мүмкін:

<i>№</i>	<i>Мақсат</i>	<i>Күз</i>	<i>Қыс</i>	<i>Көктем</i>	<i>Жаз</i>
1	2	3	4	5	6
1	Жаңа оқу жылының басталуына дайындық				
2	Жаңа автокөлік сатып алу				
3	Теңізге бару				
4	Тұрмыстық техника сатып алу				
5	Отбасылық мереке				

Тапсырма

Осы кестені талда, отбасыңа ұқсас етіп жаса. Үлкен мақсаттарыңды жаз және олармен байланысты ақшалай шығындарды есепте.

Бұл қызықты!

Отбасылық бюджетті бірлесіп құру және әрқайсысының қажеттіліктерін талқылау отбасындағы атмосфераға жағымды әсер етеді, сенімді қатынастардың дамуына ықпал етеді және ақшалай шығындармен байланысты қақтығыстардың ықтималдығын азайтады.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, неліктен әрбір отбасы мүшесінің отбасылық бюджетті талқылауға қатысуы соншалықты маңызды? Сен осындай іс-шараларға қатысқан кезің болды ма?

Қазіргі әлемде бір ғана отбасы мүшесі табатын отбасылар азайып келеді, екі ата-ана да табатын отбасылар саны жыл сайын артып келеді. Алайда, екі жағдайда да әрқайсысының күшті жақтарын ескеру ұсынылады. Оларға сүйене отырып, отбасылық бюджетті басқару міндеттерін бөлу қажет. Инвестициялау құралдарын бірлесіп зерттеу, содан кейін ықтимал пайда мен онымен байланысты тәуекелдерді талқылау тамаша идея болады. Бұл тәжірибе бірыңғай ұзақ мерзімді қаржылық мақсаттарды тұжырымдауға көмектеседі.

Салықты және басқа да шоттарды төлеу
Автокөлік Демалыс
Отбасылық бюджет
Білім алу Азық-түлік
Жинақ

Отбасылық бюджетті жоспарлағаннан кейінгі келесі міндетті кезең – оны **бекіту** – отбасының әр мүшесінің жоспарланған жоспарды мойындауы, сондай-ақ оны одан әрі сақтау үшін жауапкершілікті қабылдау. Отбасылық бюджетті бекіту жолындағы негізгі құрал-барлық кірістердің (белсенді, пассивті), сондай-ақ барлық шығыстардың (міндетті, міндетті емес) жалпы кестесін құру, оны қорытындылау және оның іске асырылуын түсінуге қол жеткізу.

Қорытындыда үш сценарий болуы мүмкін:

- **бюджет тапшылығы** – ақшалай қаражаттың шығуы ай сайынғы түсімдер мөлшерінен асып түседі;
- **теңгерімді бюджет** – ақша қаражаттарының түсімдері мен шығуларының ай сайынғы сомасы бір-біріне тең;
- **бюджет артылуы** – кірістер сомасынан ай сайынғы шығыстар сомасын шегергеннен кейін туындаған оң айырмашылық.

Ақша түсу										0	1	2
Белсенді кірістер												
Пассивті кірістер												
ҚОРЫТ ЫНДЫ												

Ақша жұмсау										0	1	2
Міндетті шығындар												
Міндетті емес шығындар												
Отбасылық мақсатқа жұмсалған шығындар												
Жинақ												

ҚОРЫТЫН ДЫ													
---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, отбасылық бюджет тапшылығы туындаған кезде қандай шаралар қабылдау қажет?

Бұл қызықты!

Егер отбасылық бюджет артылатын болса, сарапшылар қалған ақшаны жинақ сомасына қосуды қаржылық сауатты шешім деп санайды.

Отбасылық бюджетті жоспарлаудың бұрын айтылған кезеңдерінің күрделілігіне қарамастан, осы **бюджеттің орындалу кезеңі** ең жауапты және ең көп тәртіпті қажет ететін уақыт кезеңі болып табылады. Көп ұзамай көптеген отбасылар мотивациясын жоғалтады және шығындарын бақылауды тоқтатады немесе керісінше, ақшалай шығындарының есебін қажетсіз егжей-тегжейлі баяндайды, осылайша өздерін күйіп кетеді және қайтадан есеп жүргізуді тоқтатады. Бюджеттің орындалуын бақылау міндетті шарт болып табылады, өйткені бұл отбасылық бюджетті жоспарлау кезінде іс жүзінде қателерді анықтаудың ең тиімді әдісі. Өз шығыстарын есепке алуды ерте ме, кеш пе тоқтатқан отбасылар отбасылық бюджетті нөлден бастап құру қажеттілігін қайта сезінеді, ал жоспарлау тәжірибесін іс жүзінде бекіткен отбасылар орындау кезеңінде анықталған қателіктер бойынша түзетулер енгізу арқылы өткен жоспарын түзетуге жеткілікті.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргіз, достарыңмен отбасылық бюджеттің есебін жүргізу тәжірибесі туралы сауалнама жүргіз, олар қандай құралдарды қолданатынын біл. Сондай-ақ, бұл олардың қаржылық жағдайына қалай әсер еткенін біл. Зерттеу нәтижелерін презентация түрінде жаса.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, әртүрлі мобильді қосымшаларды құру және олардың одан әрі дамуы отбасылық бюджетті жоспарлауға, бекітуге және есепке алуға қалай әсер етті?

Рефлексия

1. Сіздің ойыңша, отбасылық бюджетті құру және бекіту кезеңдері қанша уақытты алады?

2. қалай ойлайсың, бір жыл ішінде отбасының қаржылық мақсаттарына өзгерістер енгізуге бола ма?

3. Егер отбасы бір адамнан тұрса, отбасылық бюджетті жүргізудің барлық кезеңдері қажет пе?

2.3.3 Отбасылық бюджетті жүргізу ережелері

Сен білесің:

- отбасылық бюджетті жүргізу ережелері қандай;
- неліктен отбасындағы қаржылық жауапкершілік аймағын бөлу өте маңызды.

Сен үйренесің:

- қаржылық мінез-құлық мәдениетін қалыптастырудың негізгі факторларын анықтауды;
- отбасылық бюджетті жүргізудің негізгі ережелерін;
- отбасындағы қаржылық жауапкершілік аймақтарын бөлудің маңыздылығын түсіндіруді.

Түйінді сөздер:

қаржылық әрекет мәдениеті, отбасылық бюджетті жүргізу ережелері, қаржылық жауапкершілік аймақтарын бөлу.

Басқа дамыған елдермен салыстырғанда біздің еліміздегі қаржылық саналылық деңгейін қалай бағалайсың?

Сарапшылардың пайымдауынша, қоғамдағы қаржылық сауаттылық деңгейі неғұрлым жоғары болса, олардың қаржылық әрекет мәдениеті соғұрлым жоғары болады, оған халықтың кредиттелуінің болмауы немесе төмен деңгейі, азаматтардың көпшілігінің өмір салты кіреді, онда шығыстар кірістерден аспайды, ақша жинақтарының болуы және отбасылық бюджетті міндетті түрде жүргізу. Әлеуметтік өзара әрекеттесу дағдылары сияқты, қаржылық сана және жеке ақшаны басқару шеңберіндегі жағымды әдеттер жиынтығы бала ата-анасынан алады. Сондықтан қаржылық әрекет мәдениетін меңгерген ұрпақты тәрбиелеу үшін аға ұрпақ бұл қасиеттерді бірінші кезекте өз бойында көрсетуі керек.

Егер балалар бұл дағдыларды ақша жинақтарымен тәжірибе жасау арқылы жаттықтыра алса, онда ересектерде жауапкершіліктің мүлдем басқа деңгейлері және сәйкесінше оларға қойылатын талаптар бар. Аға буын өкілдері қажет болған жағдайда табыс деңгейін үнемдеуге және арттыруға ғана емес, сонымен қатар отбасылық бюджет сияқты құралмен жұмыс істеуге міндетті.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, бала ақша таба бастағанда ата-анасының қаржылық міндеттемелерін қабылдауы керек пе (олардың несиелерін төлеу және қарыздарын қайтару) немесе ол үшін өз ресурстарын қаржылық тұрақтылыққа жетуге және өз байлығын қалыптастыруға бағыттағаны дұрыс па?

Бұл қызықты!

Джон Рокфеллер өз балаларын қаржылық сауаттылыққа үйрету аясында үй телефондарының орнына өз үйіне таксофондар орнатты. Ол балалардың ерте жастан бастап «бұл дүниедегі барлық нәрсенің өз ақысы бар» деген өмірдегі негізгі тұжырымдамалардың бірін біліп жүргендерін қалады.

Отбасылық бюджетті жүргізудің негізгі ережелері:

- Бірінші кезекте **қаражатты жинақтауға** (табыстың әрбір түрінің кемінде 10%-ын тұрақты түрде) үнемдеу.
- **Отбасылық қаржылық мақсаттар** қою (әр отбасы мүшесінің мүдделері ескеріледі және осылайша отбасын біріктіреді).
- Қолма-қол ақшаны басқару кезінде жіберілген **өз қателіктерін білу** (нақты жұмсалған қаражаттың есебін жүргізу, сондай-ақ болашақта оларды болдырмау үшін осындай жағдайлардың туындау себептерін талдау).
- **Қаржылық жоспар құру** (қолда бар қаражатты сатып алу қажеттілігінің дәрежесін, сондай-ақ олар орын алатын уақытты ескере отырып бөлуге басымдық беріңіз).
- **Шоттар бойынша уақытында төлеу** (қарыздардың туындау мүмкіндігіне жол бермеу және өз қаржылық жауапкершілігін басқа адамдарға жүктемеу).

Есте сақта!

Ақшаны үнемдеудің тым қатаң ережелері отбасындағы климатқа теріс әсер етуі мүмкін. Бұл, әсіресе, егер жинақтаудың қаржылық мақсаты отбасының барлық мүшелеріне ортақ болмаған жағдайда орын алады.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, бұрын аталған отбасылық бюджетті жүргізудің негізгі ережелеріне тағы қандай қаржылық сауаттылық идеяларын енгізу қажет?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргіз, отбасылық бюджетті жүргізу міндеті бар таныстардан сұхбат ал және отбасылық бюджетті басқарудың қандай ережелері оларға қиын екенін біл. Сауалнама нәтижелерін презентация түрінде таныстыр.

Тұрақты шұғыл шешімдерді қажет ететін кез келген іс сияқты, отбасылық бюджетті басқаруда **қаржылық жауапкершілік аймақтарын бөлу** маңызды орын алады. Қаржылық жауапкершілік аймақтарын бөлу – отбасының әр мүшесіне қаржылық мәселелер секторы тұрғысынан жеке тұлға жауап беретін шешім қабылдау үшін өз рөлін тағайындау. Біреу отбасының қажеттіліктерін толық немесе ішінара қамтамасыз ету үшін қаражат табуға жауапты, біреу азық-түлік пен басқа да тұрмыстық

құралдарды сатып алуды ұйымдастырумен айналысады, біреуге жалпы отбасылық жинақтарды сақтау және көбейту өкілеттігі беріледі және т. б.

Қолма-қол ақшаны басқаруға қатысты міндеттер саны отбасының пайда болуымен айтарлықтай артады. Егер бір адамға жүктеудің барлық міндеттері болса, оны жеңе алмау ықтималдығы жоғары, бұл өз кезегінде бүкіл отбасының қаржылық ауыртпалығына әкеледі. Сондықтан сарапшылар отбасының әрбір мүшесі үшін оның дағдыларын ескере отырып, қаржылық жауапкершілік аймақтарын анықтауды ұсынады.

Пікір білдір

Сенің отбасыңдағы қаржылық жауапкершіліктің қай аймағы саған беріледі?

Кірістер Шығындар

Қазіргі қарқынды дамып келе жатқан және үнемі өзгеріп отыратын әлемде қаржы мәдениеті дағдылар жүйесі мен мінез-құлық ережелерінің ең қажетті элементтерінің біріне айналды. Қаржылық сауатты адам жағдайға және басқа адамдардың еркіне тәуелсіз бола алады. Білім – бұл адамның өзін қоршаған қоғамның болашақ дамуына материалдық негіз құра отырып, өзіне ыңғайлы және тартымды өмір жолын өз бетінше таңдауға мүмкіндік беретін құрал.

Қаржы мәдениеті үнемі өзгеріп отыратын білім мен көзқарас жиынтығы ретінде қабылдануы керек. Бұл өзгерістерге әсер етуі мүмкін факторлар оның қоршаған ортасы (отбасы, достары), жасы, мәдениеті және кейде тұрғылықты жері болып табылады. Адамдардың қаржылық мақсаттары мүмкіндігінше әртүрлі, көбінесе олар адамның әлеуметтік-экономикалық мәртебесіне немесе қазіргі кездегі өмірлік жағдайға байланысты.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, қандай да бір мемлекеттегі халықтың қаржылық мәдениетінің деңгейін көтеруге кім жауапты? Бұл әр азаматтың міндеті ме әлде бұл міндетті тек мемлекет қана шеше ала ма?

ҚАРЖЫЛАЙ САУАТТЫ АЗАМАТ

Жеке қаржының жай-күйін бақылайды
Кірістер мен шығыстарды жоспарлайды
Қаржылық қызметтерді талдайды
Қажетті қаржылық ақпаратты таба алады
Күтпеген жағдайларға арналған ұзақ мерзімді жинақтарды қалыптастырады
Қаржылық қызметтер нарығындағы тәуекелдерді бағалайды

Қаржылық қызметтерді тұтынушы ретінде өз құқығын біледі
Қаржылық алаяқтық белгілерін таниды
Артық несиелендіруден өзін аулақ ұстайды
Салық төлеуші ретінде өз міндеттерін орындайды
Зейнеткерлікке шығуды жоспарлайды

Рефлексия

1. Қалай ойлайсың, біздің елде қаржылық әрекет мәдениетінің өсуі бар ма?
2. Отбасылық бюджет ережелері өзгеруі мүмкін бе? Олай болса, оған не әсер етеді?
3. Адамның отбасындағы қаржылық жауапкершілік аймағын қандай дағдылар анықтайды?

2.3.4 Отбасылық бюджетті үнемдеу

Сен білесің:

- несие берудің және отбасылық бюджет тапшылығының басты себебі неде;
- отбасылық бюджетті үнемдеудің қандай жолдары бар.

Сен үйренесің:

- «табыспен өмір сүру» негізгі ережесін қолдануды;
- отбасылық бюджетті үнемдеудің әртүрлі тәсілдерін қолдануды.

Түйінді сөздер:

отбасылық бюджетті үнемдеу, отбасылық бюджетті үнемдеу әдістері, отбасылық қаражатты ұтымды пайдалану.

Қалай ойлайсың, неге жеке табысы бірнеше есе өскеннен кейін де аз табысы бар кейбір адамдар жинақтауды қалыптастыра алмайды? Барлық тапқан қаражат күнделікті шығындарға кетеді ме?

Кейбір сарапшылар адамның қаржылық сауаттылығының негізгі емтиханы жеке табыс мөлшерін нақты білу деп санайды. Қанша ақша табасың және табуың мүмкін, бірақ дәлелденбеген пайда көздері туралы иллюзия жасамау керек екенін нақты түсінуге тиіссің. Бұл, әсіресе, адам өзінің қазіргі мүмкіндіктерін ескермейтін және ол үшін одан да көп жұмыс істей алатындығына сендіретін нәрсе сатып алғысы келген кезде ғана ақша таба бастаған жастарға тән.

Көбінесе жеке табыс мөлшерін елемеу отбасылық бюджеттің тапшылығына, ал болашақта несиелендіруге әкеледі. Сондықтан қаржылық

саналылық қажет, себебі ол адамға шығындарын ұтымды етуге көмектеседі және әртүрлі қаржылық мәселелерден қорғайды.

Пікір білдір

Әртүрлі себептермен отбасылық табыс айтарлықтай төмендеген кезеңде отбасылық шығындарды қалай теңестіруге болады?

Тапсырма

Таныстарыңның арасында сауалнама жүргіз және олардың өз қаражаттарының шектеулі екендігіне байланысты қандай да бір сатып алудан бас тартқан жағдайлары бар-жоғын біл.

Бұл қызықты!

Қаржылық сауаттылықтың ең төменгі қолма-қол ақша сомасынан ең үлкен өмірлік жайлылықты барынша алу қабілетінен артық көрсеткіші жоқ.

Пікірталас

«Адамның қалауы мүмкіндікті емес, мүмкіндік адамның қалауын анықтайды» деген сөзді қалай түсінесің?

Күнделікті отбасылық бюджетті үнемдеу тәсілдері:

- **Бірнеше төлем карталарын ашу** – банктік картамен төлеудің басты артықшылығы – айдың соңында ақша қаражаттарының қозғалысы туралы толық статистиканы жүктеу мүмкіндігі бар. Бұл саған есеп жүргізуге және одан әрі жұмсалған шығындарға талдау жасауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, бұл әдіс қаражатты мақсатына қарай бөлуге мүмкіндік береді, яғни шығындардың белгілі бір санаты үшін бір карта қолданылады. Өз шығындарын құрылымдаудан басқа әртүрлі кэшбек жүйелерін пайдалану мүмкіндігі де тиімді.

- **Мейрамханаларға бару санын** және азық-түлік жеткізу қызметтерін пайдалану жағдайларын азайту – бұл әрекет көп ақша үнемдеуге ғана емес, сонымен қатар тұтынылатын тағамның сапасын айтарлықтай арттыруға мүмкіндік береді.

- **Сатып алулар мен сапарларды жоспарлау** – егер сен оларды алдын ала еске түсірсең, көптеген шығындарды азайтуға болады. Болашақ шығындарды жоспарлау ақша қаражатын шығындар басталғанға дейін біраз уақыт үнемдеуге мүмкіндік береді. Күнделікті шығындарды жоспарлаудың классикалық, мысалы, дүкенге барған кезде сатып алу тізімін жасау. Егер үйде қажет нәрсенің шеңберін анықтасаң, қажетсіз шығынды жасау әлдеқайда қиын.

- **Қажет емес заттарды сату** – бұл тәжірибе адамға қажет емес заттарды дұрыс қолдануға мүмкіндік береді. Бос орыннан басқа, адамдар ақшалай түсімдердің қосымша көзін алады, оны болашақ ірі сатып алуларға немесе жинақтауға бағыттаған жөн. Айқын артықшылығы – сатып алынған заттардың қажетсіз екендігі анықталғаннан кейін жасалған сатып алуларды қайта бағалау мүмкіндігі.

- **Денсаулықты бақылау** – отбасының әр мүшесінің денсаулығының алдын алу отбасылық құралдарды ұтымды пайдалану құралы болып табылады, себебі аурудың қараусыздығы және оны одан әрі емдеу әрдайым қымбатқа түседі. Қаржылық қиындықтардан басқа біреуінде аурудың болуы бүкіл отбасын күйзеліске ұшыратуы мүмкін.

- **Жеңілдіктерді қадағалау** – бұл әдіс әрдайым шыдамдылық танытсаң, брендтік киімдерді немесе техниканы төмен бағамен сатып алуға мүмкіндік береді. Мысалы, жазда қысқы киім әлдеқайда арзан. Сондай-ақ, супермаркеттерде күнделікті жеңілдіктер туралы ұмытпа, кейде шартты кір жуғыш заттың жылдық қорын бірнеше есе арзан сатып алуға болады.

нан

сүт

жұмыртқа

көкөністер

жемістер

күріш

май

ірімшік

Пікірталас

Отбасылық бюджетті жоспарлау кезінде қандай уақыт кезеңдерін араластыру керек?

Есте сақта!

Отбасылық бюджетті үнемдеу – бұл жаңа идеялардың пайдасына шығындарды азайту және оңтайландыру. Үнемделген қаражат бұрын іске асырылмаған қажеттілікті қанағаттандыра алады.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргіз, таныстарыңа сауалнама жүргіз және олардың отбасыларында қандай үнемдеу тәжірибелері қолданылатынын сұрастыр. Алынған нәтижелерді презентация түрінде таныстыр.

Шығындарыңды қысқарту, осылайша тапқан қаражаттың бір бөлігін босату қаншалықты жағымды болса да, шамадан тыс үнемдеу адамды полярлық қарама-қарсы нәтижеге әкелуі мүмкін екенін есте ұстаған жөн. Қысқа мерзімде өзіңнің жайлылығыңды азайта отырып, сен өзіңді эмоционалды қалжырауға дейін апаруың мүмкін. Эмоционалды қалжырау

– адамның эмоционалды күйі, онда ол үнемі стрестің нәтижесі болған психикалық сарқылу мен физикалық шаршауды сезінеді. Жеке және отбасылық бюджетті үнемдеу жағдайында ұтылып қалу адамды өзінің кірістері мен шығыстарын бақылауға деген ынтасын жоғалтуға дейін жеткізуі мүмкін, бұл одан әрі жоспарлау мен жоспарланған қаржылық мақсаттарға жету мүмкіндігін едәуір азайтады.

Пікірталас

«Сараң екі рет төлейді» деген қазақтың даналығына сенің көзқарасың қандай?

Бұл қызықты!

Бейсаналық – үнемдеудің қайнар көзі, көбінесе «таяз» ойлауға әкелетін қорқыныш болып табылады. Бұлай ойлайтын адамдар әлемдегі ресурстар өте шектеулі және бәріне бірдей келе бермейтініне сенімді. Бастапқыда адам материалдық игіліктер туралы алаңдайды, бірақ ұзақ уақыт бойы осы күйде болғаннан кейін достық, жұмыс, мүмкіндіктер және кез келген нәрседе сәттілік сияқты нәрселердің болмауы туралы қорқыныш пайда болады.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, ұтылып қалудың пайда болуына қандай өмірлік факторлар көбірек әсер етеді? Неліктен қазіргі әлемде көптеген адамдар үнемі эмоционалды түрде ұтылып қалады деп ойлайсың?

Тапсырма

Шаршаудың пайда болу мәселесін зерттеп, мүмкіндігінше көп ақпарат көздерін қамтуға тырыс. Осыдан кейін келесі сұрақтарға жауап бер:

- Адамның ұтылып қалуының пайда болуын қандай белгілермен анықтауға болады?
- Бұл жағдайдың алдын алудың қандай жолдары бар?

Рефлексия

1. Неліктен кейбір отбасылар отбасылық бюджетте үнемдеу тәжірибесін қолданбайды?

2. Француз драматургі Арман Салакрудың «үнемдеу – бұл ақшаны рахатсыз жұмсаудың тәсілі» деген сөзін қалай түсінесің?

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- отбасының табысын жоспарлау оның мүшелерінің эмоционалды жағдайымен қалай байланысты;

- отбасылық бюджет шеңберінде ақшалай шығындардың қандай санаттары бар;
- отбасылық бюджетті жоспарлау не үшін қажет;
- отбасылық бюджетті жоспарлау үшін не қажет;
- отбасылық бюджет қалай бекітіледі;
- отбасылық бюджеттің орындалуын қалай бақылауға болады;
- отбасылық бюджетті жүргізу ережелері қандай;
- неліктен отбасындағы қаржылық жауапкершілік аймағын бөлу өте маңызды;
- несие берудің және отбасылық бюджет тапшылығының басты себебі неде;
- отбасылық бюджетті үнемдеудің қандай жолдары бар.

Сен енді үйрендің:

- отбасының болашақ табысының егжей-тегжейлі жоспарын жасауды;
- отбасылық бюджетке ақшалай түсімдерді берілген санаттар бойынша бөлуді;
- ұзақ мерзімді отбасылық бюджетті жоспарлауды;
- отбасылық бюджеттің артылуын анықтау кезінде дұрыс әрекет алгоритмін құруды;
- отбасылық ақша қаражаттарын есепке алудың тиімді құралдарын анықтауды;
- қаржылық әрекет мәдениетін қалыптастырудың негізгі факторларын анықтауды;
- отбасылық бюджетті жүргізудің негізгі ережелерін;
- отбасындағы қаржылық жауапкершілік аймақтарын бөлудің маңыздылығын түсіндіруді;
- «табыспен өмір сүру» негізгі ережесін қолдануды;
- отбасылық бюджетті үнемдеудің әртүрлі тәсілдерін қолдануды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрінің бұйрығы Негізгі орта білім беру деңгейінің 5–9 сыныптарына арналған «Жаһандық құзыреттілік» курсының типтік оқу бағдарламасы. – 2022 жылғы 21 қараша. – № 467.
2. Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа: чему учат детей богатые родители – и не учат бедные. – Мн: Попурри, 2012.
3. Хилл Н. Думамай и богатей. – Мн: Попурри, 2012.
4. Клейсон Д. Самый богатый человек в Вавилоне. – М.: АСТ, 2022.
5. Шефер Б. Путь к финансовой свободе. – Мн: Попурри, 2006.

6. Хонда К. Тайная жизнь денег. Секреты привлечения и приручения. – М.: Эксмо, 2020.
7. Нечаев В. И., Михайлушкин П. В. Экономический словарь. – Краснодар: Атри, 2011.
8. Сайт Википедия // <https://ru.wikipedia.org>. С

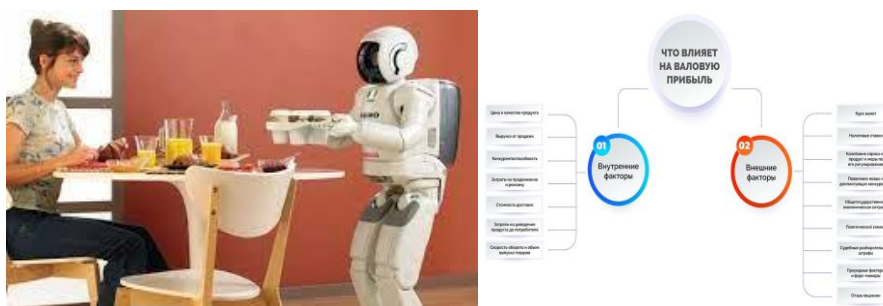
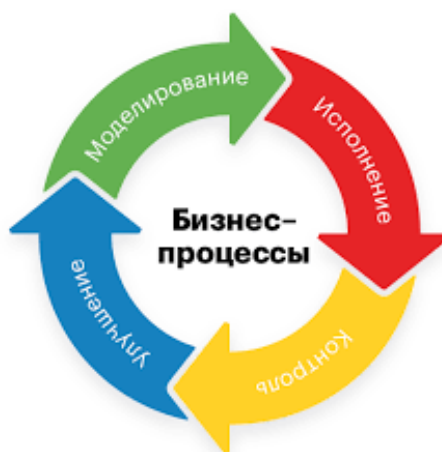
3-БӨЛІМ 11-СЫНЫПТАҒЫ "КӘСІПКЕРЛІК ЖАНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ" БІРЛІГІ БОЙЫНША ОҚЫТУ МАЗМҰНЫ, ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ

3.1 КӘСІПКЕРЛІК НЕГІЗДЕРІ

Бұл бөлімнің сабақтарында жоғары сынып оқушылары кәсіпкерлікпен және оның негізгі принциптерімен танысады, сонымен қатар кәсіпкерлікті кәсіпкерлік қызмет түріне қарай ажыратуды үйренеді, нарықтың қызмет етуінің іргелі тетіктерін ашады және немен айналысатынын біледі. принципі бойынша кез келген тауарға баға белгіленеді.

Мұғалім білім алушыларға нарықтық тепе-теңдіктің неліктен маңызды екенін, оған қалай қол жеткізілетінін және тауардың артық немесе тапшылығын болдырмаудың жолдарын түсіндіруі қажет. Бөлім материалдарымен танысу барысында оқушылар бизнес-тәуекелдер, өзіндік құн, нарықтық сұраныс пен ұсыныс, бизнес-процесс және бизнес-технологиялар сияқты көптеген жаңа терминдер мен тұжырымдамаларды үйренеді, сондай-ақ табысты кәсіпкерлерді басқалардың фонында қандай дағдылар ерекшелейтіні және оларсыз кәсіпкердің табысы неге мүмкін еместігі туралы ақпарат алады.

Қосымша 1



3.1.1 Кәсіпкерлікке кіріспе

Сен білесің:

- кәсіпкерлік дегеніміз не;
- кімді кәсіпкер деп атайды;
- бір табысты кәсіпкердің тарихы.

Сен үйренесің:

- кәсіпкердің кім екенін анықтауды;
- кәсіпкерлерді қызмет саласы бойынша жіктеуді;
- бизнес-идеяны ресімдеу және таныстыруды.

Түйінді сөздер:

кәсіпкер, кәсіпкерлік, пайда, тәуекел; кәсіпкерлік қызмет салалары: өндірістік, коммерциялық, қаржылық, сақтандыру қызметі.

Сен кімді кәсіпкер деп санайсың?

Табысты кәсіпкер қандай қасиеттерге ие болуы керек?

Сен қандай табысты қазақстандық кәсіпкерлерді атай аласың?

Пікірталас

Бизнес-идеяны жүзеге асыруда не маңызды деп ойлайсың?

Жаңа нәрсе жасау немесе бұрыннан бар нәрсені жақсарту идеяларын жүзеге асырумен байланысты барлық тәуекелдерді өз еркімен қабылдай алатын адам **кәсіпкер** деп аталады.

Кәсіпкерлік – тауарларды сатумен және қызметтерді көрсетумен байланысты қызмет түрі, оның мақсаты тұрақты **пайда көру**, яғни сату бағасы мен салынған қаражат сомасы арасындағы оң айырмашылықты алу болып табылады.

Есте сақта!

Кез келген кәсіпкерлік қызмет тәуекелмен, яғни іске салынған қаражаттың бір бөлігін немесе толық көлемін жоғалту ықтималдығымен бірге жүреді. Сондықтан кәсіпкер кез келген нәтиже (оң, теріс) үшін жауапкершілікті өз мойнына алуы керек

Тапсырма

Сен өз өміріңнен және өмірлік жағдайлардан жұмысыңның немесе топтық жұмысыңның оң немесе теріс нәтижесі үшін жауапкершілік алған кезіңнен мысалдар келтір.

Пікір білдір

Сен бұл сөздерді қалай түсінесің? Неліктен кәсіпкер өз командасымен

жеңісті «бөлісуі» керек? Жеңіліс «жетім» болып қалуы керек пе, әлде кәсіпкер жауапкершілікті өз мойнына алуы керек пе?

Бұл қызықты

Жеңістің мәртебесі қашанда биік тұрады, ал жеңіліс – қашанда төмен.

Пікірталас

Жаңашыл мен инноватор арасындағы маңызды айырмашылық неде деп ойлайсың?

Жаңашыл адам – бұл жаңа нәрсе ашқан немесе белгілі бір салаға жаңа идея енгізген адам. Инноватор – бұл жаңашылдықты коммерциялық пайда алу үшін пайдаланатын адам. Бірінші жағдайда табыс басымдық болып табылмайды, ал екінші жағдайда табыс негізгі мотиватор болып табылады. Сондықтан жаңашыл өнертапқышқа, ал инноватор кәсіпкерге жақынырақ.

КЕЙС

Кәсіпкерліктегі табандылықтың, жауапкершіліктің және тәуекелдің жарқын мысалдарының бірі – ойын-сауық саласындағы ең ірі компаниялардың бірін құрған Уолт Дисней. 1919 жылы Уолт Дисней кино жарнамасының суретшісі болып жұмыс істейді және әкесінің гаражында орналасқан студиядан бірнеше мультфильм жобаларын бастап көреді. Мұның бәрі оған қалаған табысын әкелмейді, сол себепті де Уолт банкротқа ұшырайды. Бірақ Дисней еш мойымай, көздеген мақсатынан бас тартқан жоқ, керісінше табандылықпен жұмыс істеп, жаңа идеялар шығаруды жалғастыра берді. Оның жобаларының бірі – аттракциондар саябағын құру болатын. Инвестицияларды іздеу кезінде Уолт Диснейдің ұсынысынан 302 рет бас тартты. Әрбір ұсынысын қайтарған сайын ол өзінің таныстырылымын жақсартудың жаңа мүмкіндіктерін қарастырды. Оның бұл табандылығы 303-ші рет оң нәтижеге қол жеткізуге мүмкіндік берді. Мұндай табандылық пен қайтпас қайсарлыққа қалай тәнті болмайсың. Нәтижесінде 1955 жылы «Диснейленд» саябағы ашылып, оған жарты жылдан соң-ақ миллионнан астам адам келді. Бүгінгі таңда The Walt Disney Company құны кем дегенде 160 миллиард АҚШ долларын құрайды.

Біздің өміріміз өте алуан түрлі, сәйкесінше адамның қажеттіліктері де өте әртүрлі. Осыған байланысты кәсіпкерлік қызметтің көптеген салалары бар: өндіріс, ауыл шаруашылығы, құрылыс, коммерциялық, қаржылық және сақтандыру қызметі.

Өндіріс

Қарапайым сөзбен айтқанда, өндіріс әртүрлі өнімдерді жасайды және нарыққа шығарады. Ол көптеген әртүрлі салаларда кездеседі. Кейбір өндірушілер табиғи шикізатты өндірумен айналысса, басқалары оны

өңдеумен шұғылданады, ал келесі өндірушілер күнделікті қолданылатын заттарды дайындалған материалдардан жасайды.

Ауыл шаруашылығы

Ауыл шаруашылығы – адамдарды азық-түлікпен қамтамасыз етуге бағытталған экономиканың саласы. Ауыл шаруашылығы сонымен қатар көптеген өнеркәсіптердің басқа да түрлеріне қажетті шикізатты өндіруге жауап береді. Экономиканың бұл саласы басты және негізгі салалардың бірі болып табылады, сондықтан да ауыл шаруашылығы өкілдерін еліміздің әрбір өңірінен кездестіруге болады.

Құрылыс

Құрылыс жұмыстарының кез келген орындалуы құрылыс қызметі болып саналады. Олардың қатарына нысандардың құрылысы, әртүрлі жабдықтарды монтаждау және бөлшектеу, құрылыс салуға жоспарланған аумақты жайластыру және басқа да құрылыс-әрлеу жұмыстары кіреді.

Коммерциялық қызмет

Сауда қызметі деп кейіннен қайта сату үшін әртүрлі өнімдерді (саудада тауар деп аталады) сатып алуды атайды. Бұл жағдайда саудагер негізінен сатып алушы мен өндірушіні, кейде тіпті басқа саудагерді байланыстыратын делдал ретінде әрекет етеді. Тауарларды қайта өңдеу саудагердің міндеті емес. Алайда ол тауарларды сақтауды, тасымалдауды, безендіруді, таратуды, кейде тіпті бөлуді және араластыруды өз мойнына алады.

Қаржылық қызмет

Бұл – кәсіпкерлерді оларға қаражат беру арқылы ақшамен қамтамасыз ету нәтижесі болып табылатын қызмет. Қаржылық қызметтің классикалық мысалы ретінде банктік несиені атауға болады.

Сақтандыру қызметі

Бұл – кәсіпкер клиенттен ақшалай жарна алатын және жауап ретінде жазатайым оқиға немесе табиғи апат салдарынан мүліктің бүлінуі немесе тіпті жоғалуы кезінде қаржылық өтемақы төлеуге міндеттенетін қызмет. Мүліктен басқа сақтандыру компанияларының клиенттері өз денсаулығын немесе жақындарын да сақтандыра алады.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, кәсіпкерлік қызметтің бір түрін адам өміріне және қоғамдық маңыздылығына әсер ету тұрғысынан ең маңызды деп бөлуге бола ма? Сенің ойыңша, ең тиімді кәсіпкерлік саласы қандай?

ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМА

Кәсіпкерлік қызметтің келесі бағыттары бойынша сенің қалаңда (ауылда) жұмыс істейтін компаниялардың мысалдарын келтір:

- өндірістік;
- ауыл шаруашылығы;
- құрылыс;
- коммерциялық;
- қаржылық;
- сақтандыру қызметі.

Кестені толтыр

<i>Кәсіпкерлік қызмет саласы</i>	<i>Компания атауы</i>	<i>Кәсіпкердің негізгі жұмысы</i>
1	2	3
Өндірістік		
Ауыл шаруашылығы		
Құрылыс		
Коммерциялық		
Қаржылық		
Сақтандыру қызметі		

Кәсіпкерлік туралы аңыздар

Кәсіпкерлік – бұл толық еркіндік. Көптеген адамдар кәсіпкерлік қызметпен айналысатын адамның тұрақты ақша ағынының арқасында шешім қабылдауға мүлдем еркін, сонымен қатар бос уақыты көп екеніне сенімді. Шындығында, кәсіпкерлік – бұл бизнесменнің үнемі бақылауын және барлық өндірістік процестерге қатысуын талап ететін жұмыс. Кәсіпкердің нағыз еркіндігі оның даму жолдарын және мәселелерді шешу жолдарын өзі таңдауында ғана.

Барлық жұмысты өздері жасайтын мамандарды жалға алуға болады, ал кәсіпкер тек табыс тауып отыра алады. Командада кәсіби мамандардың болуы шынымен қажет екенін түсіну керек, бірақ мұндай мамандарды жалдау жобаның сәттілігіне кепілдік бермейді. Бұған себеп, жоғары білікті мамандарды жалдау өте қымбатқа түседі, ал ол үшін бизнесті жаңадан бастаған адамның қажетті кірісті жасауына күші жете бермейді. Міндеттерді беру үшін кәсіп иесі ең алдымен өндірістің барлық бөлшектерін өз бетінше түсінуі керек екенін де ескеру қажет.

Кәсіпкер қателіктерге жол бермеуі қажет. Бизнесте де өмірдегідей қателеспеу мүмкін емес. Бәсекелестік және басқа да қиындықтар сияқты қате шешім қабылдау ықтималдығы бизнесменді қорқытудың орнына ынталандыруы тиіс. Бұл жолда кәсіпкер үшін өте маңызды тәжірибені қалыптастыратын өз қателіктері. Кәсіпкердің бүкіл өмірі белгісіздіктен

тұрады, сондықтан ең қиын жағдайларда оңтайлы шешімдерді табу дағдысын қалыптастыру өте маңызды.

Пікірталас

Кәсіпкерлік туралы аңыздар қайдан шығады деп ойлайсың? Қалай ойлайсың, аңыздардың көптігі кәсіпкерліктің ерекшелігі ме, әлде ол басқа қызмет түрлеріне де тән бе?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Бірнеше командаға бөлініңдер. Әр команда кәсіпкер, содан кейін инвестор ретінде әрекет етеді, содан соң рөлмен ауысыңдар.

- Команда кәсіпкер ретінде әрекет еткенде, ол өз жобасын таныстыруы керек. Міндеті – инвесторларға жобаның бірегейлігі мен пайдалылығын жеткізу. Презентацияның көркемделуі мен көпшілік алдында сөйлеу дағдылары ескеріледі.

- Осы уақытта инвесторлардың міндеті – әр жобаның бірегейлігі мен пайдалылығын 10 ұпаймен бағалау.

- Ең көп ұпай жинаған команда жеңеді.

Рефлексия

1. Бұл сабақтан сен үшін қандай ақпарат бейтаныс болды?
2. Сенің өлкенде кәсіпкерлік қызметтің қандай салалары басым?
3. Зерттеу жұмысында қандай рөл (кәсіпкер, инвестор) маңызды деп санайсың?

3.1.2 Нарық қызметінің тетіктері

Сен білесің:

- нарық механизмі деп не аталады;
- нарық механизмі неден тұрады;
- өндіруші кім деп аталады (тауарлар мен қызметтер);
- тұтынушылар кім (тауарлар мен қызметтер).

Сен үйренесің:

- өндірушінің тұтынушыдан қандай айырмасы бар екенін;
- тауарларды немесе қызметтерді құруға және сатуға қатысатын буындарды анықтау;
- нарықтық және орталықтандырылған (мемлекет бекіткен) бағаны ажыратуды;
- өзіндік құнын есептеу алгоритмін құруды;
- табыс мөлшерін есептеуді.

Түйінді сөздер:

өндірушілер, тұтынушылар, баға, баға белгілеу, өзіндік құн.

Қазіргі жағдайда үй шаруашылығын жүргізуге және ешкімге тәуелді болмауға бола ма? Яғни, адам өзін және отбасын барлық қажеттіліктермен қамтамасыз етуі керек: тамақ, киім және тұрмыстық заттар. Өз жауабыңды дәлелде.

Өнімді жасау процесі (тауар немесе қызмет) **өндіріс** деп аталады. Өндіріспен айналысатын компания немесе адам **өндірушілер** деп аталады. Өндірушілердің өнімдерін өз қажеттіліктері үшін сатып алатын адам немесе компания **тұтынушылар** деп аталады. **Нарық қызметінің механизмі** өндірушілер мен тұтынушылардың өзара әрекеттесуіне негізделген.

Пікірталас

Өндірушілер мен тұтынушылардың өзара әрекеттесуінің негізгі себептерін ата.

Тапсырма

Адамдар сатушы да, сатып алушы да бола алатын орындарды (бұл физикалық және виртуалды болуы мүмкін) ата.

Кез келген мәміленің бастысы – **баға**, ол – сатушы тауарды немесе қызметін сатуға дайын ақша мөлшері. Өндіруші сату бағасын анықтай отырып, оның өзіндік құнынан жоғары болуын көздейді. **Өзіндік құн** – тауардың немесе қызметтің бірлігін өндіруге жұмсаған шығындар сомасы.

Есте сақта!

Кез келген мәміленің негізі – **пайда**. Өндіруші үшін пайда тапқан **табысы** болады. Тұтынушы үшін пайда – алынған тауарлар немесе қызметтер үшін артық төлемнің болмауы.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, кондитер бір торттың өзіндік құнына қандай шығындарды қосуы керек?

Жоғары сұрыпты шұжықтың бөлшек сауда бағасының құрылымы (1 кг)

Толық өзіндік құны 1 163 тг.

Сату бағасы = 1 974,5 тг./кг

Шикізат және негізгі материалдар

42,47%
838,5 тг.

Негізгі шикізаттың құны – 735,2 тг.
Басқа шикізат пен материалдар құны – 103,6 тг.
Қайтарылатын қалдықтар – 0,25 тг.

Өндірістің шығындары
16,42%
324,3 тг.

Қосалқы материалдар – 19,3 тг.
Жанармай мен қуат көзі – 23,45 тг.
Өндірісті дайындау шығындары – 2,45 тг.
Жабдық шығындары – 15,3 тг.
Еңбекақы – 58,15 тг.
Жалпызауаттық шығындар – 37,5 тг.
Жалпы цех шығындары – 40,3 тг.
Басқа да шығандар – 15,35 тг.

Нақты табыс
8,04%
158,8 тг.

Сату бағасынан ҚҚС және басқа салықтар
5,94%
117,3 тг.

Жеткізіп беру құны
0,22%
4,35 тг.

Айналым саласындағы қаражат
22,88%
530,75 тг.

Делдалдық буынның айналымы – 132,85 тг.
Жеткізу және сату бойынша бөлшек сауда ұйымдарының шығындары
–191,8 тг.
Тауарды сатудан түскен табыс – 152,4 тг.
Бөлшек сауда ұйымдарының ҚҚС – 53,7 тг.

Белгілі бір ақша көлемінде көрсетілген тауарды немесе қызметті сату бағасының қалыптасуы **баға белгілеу** деп аталады. Баға белгілеудің екі негізгі түрі бар: сұраныс пен ұсынысқа негізделген нарықтық және мемлекеттік органдардың бағаны тағайындауы негізінде орталықтандырылған мемлекеттік.

Пікірталас

Бағасын мемлекет белгілейтін тауарлар мен қызметтерді ата. Қалай ойлайсың, кейбір тауарлар мен қызметтердің бағалары мемлекет тарапынан реттеледі, ал басқаларында неге жоқ?

ТӘЖІРИБЕЛІК ЖҰМЫС

Бір торттан түсетін табыс (жалпы және пайызбен) мөлшерін есепте, егер:

- сату бағасы – 8 000 теңгеге тең;
- шикізат шығындары – 3 000 теңгені құрайды;
- электр қуатына жұмсалатын шығындар – 500 теңгені құрайды;
- қызметкерлердің жалақысы – 2 000 теңге;
- маркетингтік шығындар – 1 000 теңге.

Пікір білдір

Бір әйел көйлегін тігуге және сатуға қанша сала қатысады?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Суретті зертте. Бизнесті таңда. Өнімді жасауға және сатуға қандай салалар қатысқанын анықта.

Шикізат өндіруші	Дистрибьютор	Жеткізу	Өндіріс	Сату

Сатып алушы сатушыға тауар немесе қызмет үшін төлеуге дайын нақты ақша сомасы болумен қатар, бағаның басқа да міндеттері бар.

Баға мынадай рөлдерді атқара алады:

- сұраныс пен ұсыныстың арақатынасының көрсеткіші;
- мәміленің қаржылық өлшегіші немесе тауарды ақша қаражатына айырбастау делдалық;

- өндірістің аумақтық орналасуына және оның көлеміне әсер ететін фактор;

- нарықтық конъюнктураның маңызды құрамдас бөлігі;

- салық салу факторы;

- табысты қалыптастыру құралы;

- халықтың өмір сүру деңгейі мен нақты кірістерді анықтайтын фактор;

- нарықтық бәсекелес күресінің тетігі.

- фактора, определяющего уровень жизни и фактических доходов населения;

- рычага рыночной конкурентной борьбы.

Баға – бұл...

1 Сұраныс пен ұсыныстың арақатынасының көрсеткіші

2 Мәміленің қаржылық өлшегіші

3 Өндірістің орналасуына және оның көлеміне әсер ететін фактор

4 Нарықтық конъюнктураның маңызды құрамдас бөлігі

5 Салық салу факторы

6 Табысты қалыптастыру құралы

7 Халықтың өмір сүру деңгейін анықтайтын фактор

8 Нарықтық бәсекелес күресінің тетігі

Тапсырма

Әртүрлі көздерді зерттеп, өзіндік құннан басқа бағаны қалыптастыратын факторларды анықта. Алынған нәтижелерді сызбаға біріктіріп, оны шығармашылықпен безендіріп, сынып алдында таныстыр.

Рефлексия

1. Саған қандай жаңа ұғымдар бұрыннан таныс болды?

2. Егер тауарлар мен қызметтердің барлық бағалары мемлекет тарапынан реттелсе әділетті болар ма еді?

3. Кәсіпкер баға белгілеу кезінде қандай негізгі мақсатты көздейді?

3.1.3 Нарықтық тепе-теңдік

Сен білесің:

- сұраныс пен ұсыныс дегеніміз не;

- нарықтық тепе-теңдікке қалай қол жеткізіледі;

- сұраныс пен ұсыныстың көлемі қалай есептеледі;

- сұраныс пен ұсыныстың бағасы немен байланысты;

- қандай жағдайларда тауарлардың тапшылығы мен артылуы пайда болады.

Сен үйренесің:

- сұраныс пен ұсыныстың көлемін есептеуді;
- нарықтық тепе-теңдікке қалай қол жеткізілетінін түсіндіруді;
- тауарлардың тапшылығы мен артығы туындаған жағдайларды анықтауды.

Түйінді сөздер:

сұраныс, ұсыныс, нарықтық тепе-теңдік, сұраныс көлемі, сұраныс бағасы, ұсыныс көлемі, ұсыныс бағасы, тауар тапшылығы, тауардың артығы.

Қандай стратегияны дұрыс деп санайсың?

- Өз өнімдерінің максималды санын сату үшін өз тауарларыңды ең төменгі бағамен сатыңдар.

- Әр сауда-саттықтан максималды табыс табу үшін өз тауарларыңды ең жоғары бағамен сатыңдар.

Өз жауабыңды дәлелде.

Сатып алушылардың аталған бағаны төлеу мүмкіндігімен қамтамасыз етілген тауарларды немесе қызметтерді сатып алу ниеті **сұраныс** деп аталады. Белгілі бір бағамен тауарларды немесе қызметтерді ұсынуға дайын болу **ұсыныс** деп аталады.

Сарапшылар негізінен **ұсынысты тудыратын сұраныс** деп санайды. Бірақ бұл екі ұғым әрқашан көлемі мен бағасы бойынша сәйкес келе бермейді. Сондықтан нарық тепе-теңдікке ұмтылады. **Нарықтық тепе-теңдік** – бұл сұраныстың және ұсыныстың көлемі мен бағасы бойынша бір-біріне тең болатын нарықтық жағдай.

Алайда қазіргі әлемде нарықта жиі пайда болатын өнімдер бар, олардың жасалуы қоғамдық (нарықтық) сұранысқа тікелей байланысты емес, технологиялық прогрестің нәтижесі болып табылады. Осы санаттағы өнімдердің ең жарқын мысалдарының бірі мобильді банкинг деп атауға болады. Осылайша жаңа технологиялар бұрын болмаған өнімдерді тудырып қана қоймайды, сонымен қатар нарықтың қалыптасқан заңдарын өзгертеді.

Пікір білдір

Сатушы (тауарларды немесе қызметтерді) шектеусіз сату көлеміне сене ала ма?

Сатып алушылардың белгілі бір уақыт аралығында белгіленген бағамен сатып алуға дайын тауарлар немесе қызметтердің саны **сұраныс көлемі** деп аталады. Сатып алушы тауардың немесе қызметтің белгілі бір мөлшерін сатып алуға дайын болатын ең жоғары баға **ұсыныс бағасы** деп аталады.

Есеп

Ауыл тұрғындары қыс мезгілінде (5 ай) пайдаланатын қатты және сұйық отынға сұраныс көлемін есепте. Ауылдағы үйлердің жалпы саны 150-ге тең. Олардың 30%-ы қатты отынды пайдаланады, мұндай үйдің орташа айлық қажеттілігі 0,5 тоннаны құрайды. Үйлердің 20%-ы сұйық отынды пайдаланады, мұндай үйдің орташа айлық қажеттілігі 0,7 тоннаны құрайды. Қалған үйлер негізгі жылу көзі ретінде электр қуатын пайдаланады.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, ел экономикасының даму деңгейі мен негізінен үй шаруашылықтары пайдаланатын отын түрі арасында корреляция бар ма? Неліктен Еуропа елдерінің көпшілігі қатты отынды (көмірді) пайдалануға тыйым салды немесе қатаң түрде реттейді, сондай-ақ тұрғындарды жаңартылатын энергияны (күн батареялары, жел электр станциялары және су электр станциялары арқылы өндірілетін қуат көзі) таңдауға ынталандырады?

Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында сатып алушыға белгіленген бағамен ұсынуға дайын тауарлар немесе қызметтер саны **ұсыныс көлемі** деп аталады. Сатушылар тауарлардың немесе қызметтердің белгілі бір санын сатуға дайын болатын ең төменгі баға **ұсыныс бағасы** деп аталады. Сарапшылар ұсыныс заңын тұжырымдады, оған сәйкес баға мен ұсыныс көлемі арасында тікелей байланыс бар.

Баға Сұраныс Ұсыныс Сату көлемі Тауар саны

Пікірталас

Сұраныс ұсыныстан асып түсетін жағдайды болжа және керісінше.

Нарықта баға тепе-теңдіктен төмен болған жағдайда (яғни сұраныс көлемі ұсыныс көлемінен жоғары) **тауар тапшылығы** туындайды. Қарама-қарсы жағдайда, нарықтағы бағалар тепе-теңдіктен жоғары болған кезде (яғни ұсыныс көлемі сұраныс көлемінен жоғары) **артық тауар** пайда болады. Сол себепті нарық тепе-теңдікке ұмтылады, сондықтан екі жағдай да сатып алушы үшін де, сатушы үшін де теріс әсер етеді.

Артық Тапшы

КЕЙС

Кейбір тауарларға сұраныс немесе ұсыныс күрт өскен немесе төмендеген жағдайлар:

1. 2020 жылғы пандемия кезеңінде (COVID-19) әлемнің көптеген елдерінде тұрғындар медициналық маскалардың жетіспеушілігін бастан кешірді. Бұл жағдайға нарық дереу әрекет ете білді. Дәріханалардағы бар қорлардың тез бітуіне байланысты тапшылық пайда болды. Бұл әртүрлі материалдардан маска тігу кәсіпорындарының кез келген жерде пайда болуына алып келді, ал тауарлардың бағасы бірнеше есе өсті. Мұндай жағдайда мемлекет алыпсатарлық сатылымдарды болдырмау үшін нарықтық экономикаға араласуға және бөлшек сауда бағасын реттеуге мәжбүр болды.

2. Банктік мобильді қосымшалардың пайда болуы және онлайн төлем мүмкіндіктері сатып алудың дәстүрлі және бұрын танымал тәсілдерін өзгертті, мысалы, мобильді балансты толықтыратын терминалдар, теміржол және әуе билеттерін сатып алуға арналған кассалар және т.б. осы тауарлар мен қызметтерді сатудың дәстүрлі әдістеріне сұраныстың болмауы делдалдық байланыстардың бірін алып тастауға мүмкіндік берді және жалпы баға мен баға белгілеуге әсер етті.

3. Қысқа мерзімде сұраныстың жылдам өсуіне байланысты тауар бағасының тез өзгеруінің жақсы мысалы ретінде стресске қарсы ойыншықтарды (спинер, сусын, скуиш және т.б.) атауға болады. Өте танымалдылыққа ие болған бұл ойыншықтардың бағасы негізсіз ондаған есе қымбаттады, бірақ уақыт өте келе бұл тауарларға деген қызығушылық пен олардың танымалдығы төмендеді, бұл олардың бағасының тез төмендеуіне алып келді.

Экономикалық «көпіршіктер» деп аталатын кез келген тауар немесе қызмет бағасының реакциясын байқау оңай, себебі бұл – кейбір активтердің бағасы нақты құннан едәуір және негізсіз асып түсетін нарықтық жағдай. Бұл құбылыстың негізі сабын көпіршігімен ұқсас болды: дүрбелең сұраныс жағдайында баға өседі, ал өнімге немесе қызметке деген қызығушылық төмендеген кезде баға жарылған көпіршік сияқты бірден төмендейді.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Нарықты зерттеп, жағдайларды қарастыр:

- сұраныс ұсыныстан жоғары
- сұраныс ұсыныстан төмен;
- сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдікте.

Жүргізілген зерттеу негізінде қандай қорытынды жасауға болады? Ұсынылған жағдайлардың әрқайсысында баға қалай өзгереді? Алынған нәтижелер презентация түрінде беріледі.

Сұраныстың өзгеруі Ұсыныстың өзгеруі
Нарықтық механизм
Тепе-теңдік бағасының өзгеруі
Бәсекелестік, құн, пайдалылық және табыс заңдары

Рефлексия

1. Сен сұраныс ұсынысты тудырады деген сарапшылардың пікірімен келісесің бе? Нарықтың бұл көрінісі өткеннің қалдығы болуы мүмкін, ал бүгінгі күні ұсыныс сұранысты тудыруы мүмкін бе?

2. Неліктен ересектер «тапшылық» сөзін дүкендердегі кезектермен байланыстырады?

3. Неліктен нарықтық тепе-теңдік тапшылық немесе артыққа қарағанда жақсы жағдай болып табылады?

3.1.4 Табысты кәсіпкердің дағдылары

Сен білесің:

- бизнес-процесс деп нені атайды;
- табысты кәсіпкердің қандай дағдылары бар;
- табысты бизнес жүргізу үшін қажетті дағдыларды қалай дамыту керек;
- табысты бизнес үшін жақтастар командасы не үшін қажет.

Сен үйренесің:

- кез келген бизнес-процесс үшін қажетті дағдыларды анықтауды;
- қиындықтар мен сәтсіздіктерге дұрыс қарауды;
- қателерді жоспарлау, орындау, табу және оларды түзетуді.

Түйінді сөздер:

бизнес-процесс, ақшаны басқару, зейінділік, жауапкершілік, өнімділік, бейімделу, қарым-қатынас, көшбасшылық.

Келесі сұрақтарға жауап бер. Өз пікіріңді дәлелде.

- Қарапайым адам марафонды (42 км 195 м) дайындықсыз жүгіріп өте ала ма?
- Математика бойынша олимпиададан көп дайындықсыз жеңуге бола ма?
- Бұған дейін ешқашан дәмді торт жасап көрмей, пісіруге бола ма?

Әрбір бизнес-процесс тұтынушыларға белгілі бір өнімді немесе қызметті құруға бағытталған өзара байланысты іс-шаралардың немесе

жұмыстардың күрделі жиынтығы болып табылады. Бизнес-процестің әр кезеңі белгілі бір дәрежеде ақша ағынымен байланысты: шикізат сатып алу, қызметкерлерге жалақы төлеу, үй-жайларды жалға алу, жөндеу жұмыстары және т.б. Сондықтан табысты кәсіпкердің алғашқы дағдысы **қаржылық сауаттылықты** – тапқан ақшаңызды сақтау, жоспарлау және көбейту қабілетін бөліп көрсетуі керек.

Пікірталас

Сен (кем дегенде өзің үшін) өткен кезеңдегі (апта, ай, жыл) өз шығындарың туралы есеп жасайсың ба? Егер солай болса, сен қандай қорытынды жасадың? Егер жоқ болса, неге?

Жоспарлау Орындау Бизнес-процестер Қатемен жұмыс Ауытқулар

Бизнесті сәтті жүргізу үшін кәсіпкердің зейінділігі қажет. Бизнестегі зейін өз ісін жүйелі алгоритмдік көзқараста ұтымды жүргізу тәсілі болып саналады. Бизнес-процесте бәрі өзара байланысты екенін түсіну керек, сәйкесінше әр шешімнің салдары болады. Осыған байланысты кәсіпкер бұл туралы есте сақтауға және **жауапкершілікті** өз мойнына алуға міндетті.

Кәсіпкерлік әдетте көп уақытты алады, бірақ уақыт тиімді пайдалануға қажетті құнды ресурс болып табылады. Бұл дағды **өнімділік** деп аталады. Ол үшін табысты адамдар өздерінің өнімділігін арттыру үшін ең өнімді жұмыс уақытын анықтайды. Бизнес әртүрлі себептермен туындайтын күрделі және күтпеген жағдайлармен жиі кездеседі. Бұл – табиғи апаттар, эпидемиялар мен пандемиялар (COVID-19), қаржылық дағдарыстар, салық және басқа заңдардағы өзгерістер немесе бастапқыда дұрыс емес жоспарлау сияқты жағдайлар. Бұл жағдайларда табысты кәсіпкердің негізгі қорғанысы – **бейімделу** (өзгеру және бейімделу қабілеті).

Есте сақта!

Жоспарлау – бұл тапсырмаларды орындауға бағытталған ресурстарды тиімді бөлу.

Атқару – жоспарлау процесінде қойылған міндеттерді орындау мақсатында жасалған нақты іс-әрекеттер.

Ауытқулар – бұл анықталған сәйкессіздіктер, бұзушылықтар, орындау процесіндегі айырмашылықтар.

Қателермен жұмыс – жоспарлау мен атқаруды жақсарту мақсатында жіберілген қателерді немесе ауытқуларды талдауға және түзетуге бағытталған әрекеттер.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, бизнестің сәтсіздікке ұшырауының немесе банкроттықтың (қарыздардың көптігіне байланысты компанияны мәжбүрлеп тарату) негізгі себебі неде?

Есте сақта!

Табысты бизнес – бұл ағымдағы нәтижелермен тоқтап қалмай, оның орнына ұзақ мерзімді перспективаларды көру қабілеті. Табысты адам – бұл басқалармен емес, өзін бұрынғысымен салыстыру.

КЕЙС

Сәтсіздіктердің құндылығы

Көбінесе табысты адамдардың тарихы олар танымал болған сәттен бастап сипатталады, бірақ кейіпкердің танымалдылықтан бұрын көптеген қателіктер жіберген тұсын білмей қалады. Шын мәнінде, кәсіпкердің жүріп өткен тарихының осы бөлігі сәттіліктің ең маңызды элементі болып табылады.

Осындай тарихи жолдың жарқын мысалы – британдық жазушы Джоан Роулинг. Джоан 15 жасында анасы склероз ауруымен сырқаттанған. Джоан бала кезінен анасына қамқорлық жасауға мәжбүр болды. Ол Оксфорд университетіне түсу емтихандарынан өтпеді, бірақ Эксетер университетіне түсіп, француз тілін және классикалық филологияны оқып, бітірді. Оқуды бітіргеннен кейін Джоан Лондонға барады, бірақ ол жерде тұрақтай алмай, өз қаласына оралуға мәжбүр болды. Сәтсіз некеден кейін Джоан кішкентай баламен үйсіз, жұмыссыз қалды. Осы сәтсездәктердәі бәрі де Джоанды сындыра алмады, қайта жетістікке жетуге ынталандырды.

Тіпті «Гарри Поттердің» бірінші бөлімін жазғаннан кейін де ол баспалардың сенімсіздігіне тап болды. Джоан Роулингтің кітабын басуға қатарынан 12 баспа бас тартты, тек 13-ші баспа ғана басып шығаруға келісім берді: баспа басшысының қызы қолжазбаны кездейсоқ оқып, әкесінен жалғастыруды талап етті. Бірінші кітап үшін Джоан Роулинг 1500 фунт стерлинг қаламақы алды.

Қазір Джоан Роулингтің байлығы 650 миллион долларға бағаланады.

Пікір білдір

Өзіңнің өмірлік тәжірибенен сәтсіз кездерде істен бас тартқан жағдайларды еске түсір. Сол сәтте сен қандай эмоцияларды бастан өткердің? Саған бірдеңе жасауды жалғастыруға не кедергі болды және сені бас тартуға мәжбүрледі? Зерттелген материалдан кейін уақытша қиындықтар туралы қандай қорытынды жасауға болады? Өз әсерлеріңмен бөліс.

Есеп

Бір минут ішінде әр оқушы қағазға табысты адамдардың есімдерінің максималды санын жазуы керек. Содан кейін оқушылардың әр қатары алынған тізімдерді бір жалпы тізімге жинайды. Қайталануларды қоспағанда, топтық жұмыстан алынған жаңа тізімдер бір оқушы жазған ең ұзын тізімнен бірнеше есе үлкен болады.

Сарапшылардың пайымдауынша, кәсіпкерліктегі сәттіліктің негізгі факторы – **қарым-қатынас**, яғни ортақ мүдделер мен тақырыптарды таба білу, жаңа адамдармен танысу кезінде қорқыныштың болмауы, өзін және өз идеяларын ұсына білу.

Әрбір табысты кәсіпкер үшін маңызды дағды – **көшбасшылық**. Бұрын айтылғандай, кәсіпкер негізгі жауапкершілік пен тәуекелді өз мойнына алады, осылайша ол психологиялық жүктеменің көп бөлігін командадан алып тастайды. Кез келген стресті жеңе алатын күшті көшбасшы болмаса, команда сәтсіздікке ұшырайды.

Есте сақта!

Команда ішіндегі **тұрақты қарым-қатынас** пен **сенім** кез келген бизнестің сәттілігінің негізі болып табылады.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргізіп, табысты кәсіпкерлердің жеке рейтингін жаса. Кәсіпкерлерді өз қалауы бойынша бағалау критерийлерін анықта (бұл бизнесті жалпы капиталдандыру, медиакеңістіктегі танымалдылық, жобаның бірегейлігі және т.б. болуы мүмкін). Сен таңдаған кәсіпкерлердің күшті және әлсіз жақтарының сипаттамасын жаса және презентация түрінде безендір.

Рефлексия

1. Сенде қазірдің өзінде табысты кәсіпкердің қандай дағдылары бар?
2. Табысты кәсіпкердің қандай дағдыларын игеру керек?
3. Барлық адамдар көшбасшылық қасиеттерге ие ме? Көшбасшылық қабілеті жоқ адамдар не істеуі керек?

3.1.5 Бизнестегі заманауи технологиялар

Сен білесің:

- бизнесте технологиялық тренд деп аталатын нәрсе;
- қазіргі бизнесте жасанды интеллект қандай рөл атқарады;
- неліктен бизнесте геймификация қолданылады.

Сен үйренесің:

- бизнесте қолданылатын жаңа технологиялық трендтерді байқауды және қадағалауды;
- онлайн платформалардың қызметін кеңейтуді түсіндіруді;
- бизнестегі геймификация құралдарын пайдаланушыларға әсері туралы айтуды.

Түйінді сөздер:

бизнес-технологиялар, технологиялық тренд, онлайн платформалар, жасанды интеллект, бизнестегі геймификация.

Бұл суреттерді не біріктіреді?

Олардың айырмашылығы неде және бұл өзгерістерге не себеп болды?



Қазіргі бизнес – жаңа әлемнің бет-бейнесі. Жылдан жылға әлем барған сайын технологиялық сипатқа ие болып келеді, бұл компанияларда **бизнес-технологияларды** – ең жаңа инновациялық технологиялық шешімдерді көбірек қолдануға алып келеді.

Табысты бизнес – бұл технологиялық трендтерді өзгерту мен енгізудің тұрақты процесі. Бұл формуланы елемейтін компаниялар жақын арада жеңіліске немесе тіпті банкроттыққа ұшырайды.

Есте сақта!

Технологиялық тренд – бұл өткен инновация, сонымен қатар болашақ инновацияның негізі мен іргетасы.

Пікірталас

Бизнестегі қазіргі технологиялық трендтер қандай?

Технологиялық трендтердің бірі – онлайн платформаның болуы – тауар немесе қызмет туралы қажетті өзекті ақпараты бар веб-парақша немесе әлеуметтік желілердегі парақша. Бүгінгі таңда онлайн платформаны пайдаланбайтын компаниялар сатып алушылар арасында сенім

тудырмайды және сәйкесінше нарықтағы бәсекелестікке төтеп бере алмайды.

Бұған қоса, ең технологиялық дамыған компаниялар өздерінің тауарымен немесе қызметімен танысуды ғана емес, сонымен бірге клиенттердің физикалық қатысуы немесе кез келген қосымша әрекеттің қажеттілігін жоққа шығаратындығын түсіну қажет.

Бұл стратегияны қолданудағы сәтті жағдайлар:

- мобильді қосымшаларды қолдана отырып, тамақ жеткізу, таксиге қоңырау шалу, әуе немесе теміржол билеттерін сатып алу;
- кейбір банктік қызметтер, мысалы, шот ашу немесе банк картасын шығару клиенттен таңдалған банктің филиалына баруды талап етпейді;
- медициналық мекемеде пациенттің физикалық қатысуынсыз медициналық кеңес беру;
- ApplePay арқылы төлем немесе қолма-қол ақшаны немесе банк картасын физикалық түрде пайдаланбайтын көптеген қызметтердің ұқсас қызметтері.

Пікірталас

Өзіңнің соңғы он саудаңды есіңе түсір, қолма-қол ақшаны қолданып, қанша төлем жасадың?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Кәсіпкерліктің әртүрлі салаларындағы бизнес-процестердің технологиялық өзгерістерін көрсететін кестені толтыр.

<i>Бұрынғысы</i>	<i>Қазіргісі</i>
1	2
Көшеде такси ұстау немесе телефон арқылы такси шақыру	Мобильді қосымшамен оп-оңай тапсырыс беру

Кәсіпкердің маңызды міндеттерінің бірі – сапаны жоғалтпай өз өнімінің өзіндік құнын үнемі төмендету. Дәл осы фактор көптеген адамдарды әртүрлі бизнес-процестерде жасанды интеллект қолдануға итермелейді, яғни жасанды интеллект дегеніміз дәстүрлі түрде адам атқаратын функцияларды орындау жүйелері мен бағдарламаларының қасиеті.

Жасанды интеллектіні бизнесте сәтті қолдану:

- жасанды интеллект құрған алгоритмдер негізінде фильмдер, кітаптар, музыка және басқа да қызметтер (өнімдер) бойынша ұсыныстар;
- байланыс орталығы операторларының кеңестері;

- бизнес-процестердің деректерін талдау және жағдайды немесе бизнесті дамытудың ықтимал сценарийлерінің стратегияларын құру.

Пікір білдір

Сіз қарапайым өмірде жасанды интеллект технологиясын жиі қолданасыз ба?

Пікір білдір

- ХХІ ғасырдағы ең үлкен дау – жасанды интеллекттен туындауы мүмкін қауіп. Сен осы пікірмен келісесің бе?

- Жасанды интеллект адамды толығымен алмастыра ала ма? Өз ұстанымыңды дәлелде.

Экономика, ең алдымен, бұл адамның адаммен қарым-қатынасы және әрбір жаңа ұрпақ қарым-қатынасқа да, бизнеске де жаңа бір сипат енгізеді. Көптеген компаниялар өздерінің болжамдары мен трендтерін көпшіліктің қалауына қарай жасайды. Үйде өз компьютері бар және көп уақытты ойынға арнайтын сатып алушылардың жаңа буыны келгендіктен бизнесте **геймификация** секілді жаңа ұғым пайда болды, яғни ол дегеніміз онлайн кейіпкердің болуы және оны сәндеу мүмкіндігі, белгілі бір чекпоинттерден өту үшін сыйақы және т.б. сияқты ойын атрибуттарын бизнес-процестерге енгізу.

Мұндай қажеттілік ойын индустриясының өсуіне түрткі болған технологиялық тренд негізінде бүкіл әлем бойынша бейне ойындардың танымалдылығынан туындады. Бейне ойын ұсынатын компаниялар кез келген басқа бизнес секілді клиентті сақтауға мүдделі. Ойындар жыл сайын қызықты және әртүрлі болып даму үстінде, осылайша пайдаланушыларды сол ойындарға көбірек уақыт жұмсауға мәжбүр етеді.

Бұған мысал ретінде рейтингтік жүйені немесе ойындарға күнделікті қатысқаны үшін сыйақыны келтіруге болады. Сарапшылардың пікірінше, бұған көз жұма қарау пайдаланушылардың психологиясына, әсіресе мотивация сезіміне қатты әсер етеді. Егер бұрын адамға бірнеше ай бойы жұмыс істеу үшін бір мақсат жеткілікті болса, қазір көптеген адамдарға лезде сыйақы сезінбестен қандай да бір әрекеттің құндылығын елестету қиын.

Есте сақта!

Әр ойынның өзіндік мотивациясы бар, бұл ойыншы кезеңдердің бірінде ойыннан бас тартпауы үшін, бірақ үнемі қатысуы үшін қажет.

Пікірталас

Геймификация қоғамға ұзақ мерзімді перспективада тиімді әсер етеді деп санайсың ба?

Тапсырма

Достар арасында сауалнама жүргізіп, олардың маркетингте қолданылатын геймификация элементтеріне қандай қатысы бар екенін анықта. Респонденттерді олардың жас ерекшеліктеріне, қызмет салалары және осы маркетингтік құралға трендке қанағаттану деңгейі бойынша бөл. Сауалнама нәтижелерін презентация түрінде жаса.

Рефлексия

1. Бизнеске қандай технологиялық құралдардың пайда болуы мен енгізілуі дұрыс емес деп санайсың?

2. Қандай технологиялық трендтерді талқылау маңызды деп санайсың?

3. Қалай ойлайсың, неге шахмат ойыны жасанды интеллектінің дамуын өлшейтін құрал болып саналады?

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- кәсіпкерлік дегеніміз не;
- кәсіпкер дегеніміз кім;
- бір табысты кәсіпкердің тарихы;
- нарықтық механизм дегеніміз не;
- нарық механизмі неден тұрады;
- өндіруші (тауарлар мен қызметтерді) деп кімді атайды;
- тұтынушылар (тауарлар мен қызметтерді) дегеніміз кімдер;
- сұраныс пен ұсыныс деген не;
- нарықтық тепе-теңдікке қалай қол жеткізуге болады;
- сұраныс пен ұсыныстың көлемі қалай есептеледі;
- сұраныс пен ұсыныстың бағасы неге байланысты;
- қандай жағдайларда тауар тапшылығы мен артығы пайда болады;
- бизнес-процесс деген не;
- табысты кәсіпкердің қандай дағдылары бар;
- бизнесті табысты жүргізу үшін қажетті дағдыларды қалай дамыту керек;
- неліктен табысты бизнес үшін пікірлестер командасы қажет;
- бизнеске нені технологиялық тренд деп атайды;
- заманауи бизнеске жасанды интеллект қандай рөл атқарады;
- бизнеске геймификацияны не үшін пайдаланады.

Сен енді үйрендің:

- кәсіпкердің кім екенін анықтауды;
- кәсіпкерлерді қызмет саласы бойынша жіктеуді;
- бизнес-идеяны ресімдеу және ұсынуды;
- өндірушінің тұтынушыдан қалай ерекшеленетінін түсіндіруді;

- тауарларды немесе қызметтерді құруға және сатуға қатысатын сатыларды анықтауды;
- нарықтық және орталықтандырылған (мемлекетпен) бағаны ажыратуды;
- өзіндік құнын есептеу алгоритмін құруды;
- пайда мөлшерін есептеуді;
- сұраныс пен ұсыныс көлемін есептеуді;
- нарықтық тепе-теңдікке қалай қол жеткізілетінін түсіндіруді;
- тауарлар тапшылығы мен артық болған жағдайларды анықтауды;
- кез келген бизнес-процесс үшін қажетті дағдыларды анықтауды;
- қиындықтар мен сәтсіздіктерге дұрыс қарауды;
- қателерді жоспарлау, орындау, табу және түзетуді;
- бизнесте қолданылатын жаңа технологиялық трендтерді байқау және қадағалауды;
- онлайн-платформалардың мүмкіндіктерін кеңейтуді түсіндіруді;
- бизнестегі геймификация құралдарын пайдаланушыларға әсері туралы ойлауды.

3.2 ЗАМАНАУИ КӘСІПКЕРЛІК

Осы бөлімше бойынша сабақтарда мұғалім білім алушыларды қазіргі нарықтағы кәсіпкерліктің негізгі шарттарымен таныстырады, Бизнесің неден басталатынын және өз ісін бастағанда қандай қателіктер жібермеу керектігін түсіндіреді. Орта мектеп оқушылары инвестициялық саясаттың негіздерін зерттей алады, инвесторлардың кім екенін, оларды періште инвесторлардан не ерекшелендіретінін, инвестициялардың қандай түрлері бар екенін және оларды тартудың қандай жолдары бар екенін түсінеді, бизнестегі "100-10-3-1" сияқты әртүрлі теориялармен танысады.

Осы бөлімді зерделеу барысында жоғары сынып оқушыларына краудфандинг, бизнес-инкубатор, үдеткіш, хакатон және монополия сияқты көптеген жаңа ұғымдар мен ұғымдар ашылады. Олар сондай-ақ нарықтық бәсекелестік, ықтимал баламалар және бастаушы кәсіпкер үшін өз бизнесі үшін қолайлы ортаны таңдау неге соншалықты маңызды екендігі туралы ақпарат алады.

3.2.1 Бизнес неден басталады

Сен білесің:

- бизнес неден басталады;
- инвесторды қандай сұрақтар мазалайды;
- енді бастап жатқан кәсіпкерлер қандай қиындықтарға ұшырайды.

Сен үйренесің:

- сен үшін ең тиімді кәсіпкерлік қызмет салаларын анықтауды;
- кәсіпкерлердің сәтті немесе сәтсіз тарихын талдауды;
- ықтимал қателіктерді ескере отырып, бизнес-идеяны жүзеге асыру жоспарын құруды.

Түйінді сөздер:

бизнес-идея, жоспарлау, инвестиция тарту, жобаны іске қосу, нарықтық рыночная ниша, целевая аудитория, бизнес-провал.

Отбасы қала сыртынан үй салуды жоспарлады деп ойла. Олар қандай дәйекті әрекеттер алгоритмін орындауы керек?

Шартты түрде компанияның өмірлік циклін бірнеше маңызды кезеңдерге бөлуге болады. Мұның бәрі бизнес-идеядан басталады. Бизнес-идея – мақсаты белгілі бір жаңа өнімді немесе қызметті құру, кейде қазірдің өзінде жұмыс істеп тұрған компанияға жаңа көзқарас енгізу идеясы. Көбінесе идеяның авторы болашақ компанияның негізін қалаушы болып табылады.

I кезең. Бизнес-идея кезеңінде негізін қалаушы (идея авторы) өз идеясын көптеген адамдармен бөлісуге дайын тұрады. Дәл осы өз идеясын әртүрлі қызмет салаларындағы адамдармен және әртүрлі өмірлік тәжірибелермен талқылау кезінде құрылтайшы өз идеясының мықты және әлсіз жақтарын түсінеді, бұл оған болашақта өз өнімінің тұжырымдамасын күшейтуге немесе оның өміршең еместігін түсініп, бас тартуға мүмкіндік береді.

II кезең. Егер бизнес-идея оның авторының пікірінше өміршең болып шықса, келесі кезең – жоспарлау басталады. Жоспарлау кезінде егжей-тегжейлі іс-қимыл жоспары жасалады, оның барлығы презентацияда көрсетіледі, онда инвесторларды тартуға қажетті барлық маңызды ақпарат жазылады.

III кезең. Әрі қарай, ең қиын кезеңдердің бірі – инвестиция тарту. Тәжірибе көрсеткендей, көптеген сәтті бизнес-идеялар бастаушы кәсіпкердің қажетті таныстыру дағдыларының болмауына байланысты іске асырылмады және керісінше, таныстыру қабілеті инвесторларға ұнап, содан кейін олар өміршең емес бизнес-идеялары бар жобаларды қаржыландырды.

IV кезең. Егер бастаушы кәсіпкер алдыңғы үш кезеңнен өтсе, онда келесі кезең жобаны іске қосу болып табылады. Жобаны іске қосу – өнімді жасау және оны нарыққа шығару. Әрі қарай өнімді екі жол күтіп тұр. Бірінші жағдайда – табысты болу және одан әрі даму. Ал екіншісінде – шығын немесе банкроттық.

1. Бизнес-идея
2. Жоспарлау
3. Инвестициялар

4. Іске қосу
5. Шығын
6. Табысты болу

Пікірталас

Инвестор сенің кез келген жобанды қаржыландыруға дайын деп ойла.

- Сен қандай бизнес-идеяны жүзеге асырар едің?
- Сенің ойыңша, ең тиімді қызмет саласы қандай?
- Сенің өніміңді кім сатып алады?

Инвесторлар – бұл құрылтайшының бизнес-идеясына эмоционалды түрде қосылмаған адамдар, сондықтан да жобаны әртүрлі жағынан қарастырады. Таныстырылым кезінде олар маркетинг саласынан түрлі сұрақтар қояды. Оларды қызықтырады:

- Сатып алушы кім?
- Неліктен олар осы өнімді (қызметті) таңдауы керек?
- Ең жақын бәсекелес кім?

Бұл сұрақтарға жауап беру үшін нарықтық тауашаны анықтайтын шағын маркетингтік зерттеу жүргізу қажет. Нарықтық тауаша – бәсекелестікке қарағанда артықшылықтарға ие болу мүмкіндігін тудыратын ең аз бәсекелестік пен ең жоғары сұранысқа ие нарық сегменті. Содан кейін мақсатты аудитория анықталады. Мақсатты аудитория – мүдделері мен қажеттіліктері жаңа өнімді жаба алатын адамдар тобы.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Жақын ортаңыздан кәсіпкерлермен сұхбат жүргізіңіз (сіз бірнеше адаммен бола аласыз) (бұл қазіргі кәсіпкерлер болуы керек) және кестені толтырыңыз.

Проведи интервью с предпринимателями (можно с несколькими) из твоего ближайшего окружения (это должны быть действующие предприниматели) и заполни таблицу.

№	Сұрақ	Жауап
1	2	3
1	Ол өз жобасының басында қандай қиындықтарға тап болды?	
2	Оны өнімі қандай нарық тауашасына жатады?	
3	Оның мақсатты аудиториясын сипатта	
4	Ол сенің бизнес-идеяң үшін инвестор бола ала ма?	
5	Ол бастаушы кәсіпкерлерге қандай кеңестер берер еді?	

Өз жолында қателіктер жібермейтін табысты кәсіпкерлер жоқ шығар. Дұрыс емес шешімдер немесе шамадан тыс эмоциялар көбінесе бизнестің тоқырауына әкеледі. Бизнестің тоқырауы – ақшаны немесе абыройды жоғалту.

Жаңадан бастаған кәсіпкерлердің әдеттегі қателіктеріне мыналар жатады:

- жобаның мақсаттары тұжырымдалмаған, шешімдері толығымен ойластырылмай, эмоционалды күйде қабылданған;
- сату көлемі мен пайда түрінде нақты сандар жоқ, сондай-ақ жобаны іске асыру мерзімі белгіленбеген;
- құрылтайшы мен оның командасы арасындағы жауапкершілік шегінің аражігі ажыратылмаған;
- болжамды шығындар айтарлықтай төмендетілген;
- ықтимал пайданы шамадан тыс күту;
- жобаны іске асыруда әртүрлі даму нұсқаларының болмауы;
- егер «А» бастапқы жоспарын қандай да бір себептермен жүзеге асыру мүмкін болмаса, «В» жоспарының болмауы;
- бәсекелесті бағаламау немесе тіпті елемей.

Пікір білдір

Келесі тұжырымдарды қалай түсінесің:

- пессимистік кірістер;
- оптимистік шығындар.

Есте сақта!

Жаңа бизнес жобаны жоспарлағанда «Кірістер пессимистік, ал шығындар оптимистік жоспарланады!» ережесін қатаң ұстан.

Тапсырма

Өткен жылғы банкроттық немесе жаңа бизнес жобалардың сәтсіз аяқталғаны туралы қолданыстағы статистиканы зертте. Жас компанияларды осындай нәтижеге жетелейтін негізгі себептерді анықта. Алынған тұжырымдарды презентация түрінде жаса.

Рефлексия

1. Сен бизнес-жобаны іске қосудың қай кезеңін ең маңызды деп санайсың?
2. Қалай ойлайсың, кәсіпкердің эмоциясы оның жобасына қалай әсер етеді?
3. Неліктен көптеген бастаушы кәсіпкерлер кеңестерге құлақ асқысы келмейді?

3.2.2 Стартап мәдениеті

Сен білесің:

- стартап мәдениеті деген не;
- стартап мәдениеті экономикаға қалай әсер етеді;
- краудфандинг деген не.

Сен үйренесің:

- стартапты іске қосу процесін кезеңдер бойынша құрылымдауды;
- табысты стартаптарды сәтсіздерден ажырата білуді;
- «100 – 10 – 3 – 1» ережесін қолдануды.

Түйінді сөздер:

стартап, стартап мәдениеті, краудфандинг.

Қалай ойлайсың, атақты қазақстандық боксшылардың қатары көп, бірақ белгілі футболшылар өте аз?

Кез келген елдің экономикасы қазірдің өзінде іске асырылған бизнес-идеяларға және табысқа жету мүмкіндігі бар көптеген жаңа идеяларға негізделген. Сондықтан елдер жаңа бизнес-идеялардың тұрақты ағынына мүдделі. Мұндай саясат стартап мәдениетінің дамуына әкелді.

Стартап деп бірегей (қызықты) бизнес-идеясы бар, бірақ оны іске асыру үшін қаржылық мүмкіндіктері жоқ жас компанияны (коммерциялық жоба) атайды.

Мемлекет пен әртүрлі қаржылық (бизнес) ұйымдар жаңа кәсіпкерлер мен олардың әлеуетті қаржыландыру идеяларының тұрақты ағымына қызығушылық танытатын қазіргі экономикадағы құбылыс **стартап мәдениеті** деп аталады.

Стартап-жобаларды дамыту жолының құрылымы

Идея	Жаңа өнімді немесе қызметті құру идеясын қалыптастыру
Команда	Жобаның негізін қалаушының көзқарасымен бөлісетін, ортақ табысқа үлес қосқысы келетін, бизнес-идеяны іске асыру үшін қажетті дағдылар жиынтығы бар адамдар тобы
Нарық	Әлеуетті нарық көлемін бағалау, мақсатты аудиторияны қалыптастыру, бәсекелестердің өнімдерін немесе қызметтерін талдау
Тұжырымдама	Жүргізілген талдау нәтижелерін бекіту, бастапқыда берілген гипотезалардың түпкілікті тұжырымы

Техникалық тапсырма	Тапсырмалар тізімін жасау және олардың басымдылығын алдын ала бағалау жобасының қалыптасқан тұжырымдамасы
Прототип	Бастапқыда жоспарланған өнімнің негізгі атрибуттары бар өнімнің алғашқы нұсқасын жасау, оның мүмкіндіктері мен әлеуетін егжей-тегжейлі визуалды түрде көрсету
Тестілеу	Прототиптің өміршеңдігін тексеру, идеяның жоспарланбаған осалдықтарын іздеу, қателіктермен жұмыс істеу және өнімді бірінші клиенттерге ұсыну мақсатында анықталғанды одан әрі түзету
Альфа-нұсқа	Алғашқы клиенттермен келіссөздерді бастау
Жабық бета-нұсқа	Клиенттердің алғашқы пікірлерін жинау, түзетулер енгізу және арнайы шақырылған сарапшылар арасында өнімді тексеру
Қоғамдық бета-нұсқа	Сараптама кезінде анықталған қателерді түзету, соңғы пайдаланушылар арасында жаппай тестілеу тобын жинау
Іске қосу	Өнімді дайындауды аяқтау (аяқтау, пысықтау), заңды рәсімдеу, маркетингтік ілгерілету және нарыққа шығу
Инвесторлар іздеу	Инвесторлармен келіссөздерді бастау, салымшылар шекараларын бақылауды анықтау және бизнестен шығу нұсқаларын қалыптастыру

Пікірталас

Стартаптарды қаржыландыру кезінде инвесторлар қандай әлеуетті пайда күтеді?

Инвесторлар үшін бизнес жобаларды бағалаудың басқа критерийлері бар ма?

Егер бар болса, қандай?

Қалай ойлайсың, тәжірибелі инвестор қателесіп, өз қаражатын банкротқа ұшыраған немесе шығынға ұшыраған компанияға сала ала ма?

Есте сақта!

Кейбір жағдайларда инвесторларды іздеу өнімді дайындаудың әр сатысынан кейін жүреді.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, біздің елімізде стартап мәдениеті қаншалықты дамыған?

Елдегі стартап мәдениетінің дамуына қандай факторлар оң әсер етеді және оған қандай факторлар, керісінше, кедергі келтіреді?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргіз. Табысқа жеткен қандай ірі компаниялар стартап ретінде басталғанын біл. Кестені толтыр.

Компания атауы	Қызмет түрі	Басталған жылы	Ағымдағы нарықтық бағасы
1	2	3	4

Пікірталас

Осы ережені сәтті қолдана алатын қызмет салаларын ата. Өз жауабыңды дәлелде.

Инвестициялаудың жаңа түрі **краудфандинг** құбылысы болып табылады, яғни – әлемнің түкпір-түкпірінен, әртүрлі қызмет салаларындағы адамдарға біреудің бизнес-идеясы ұнайтын процесс, содан кейін олардың әрқайсысы кез келген мөлшердегі қаражатты, әдетте Интернет арқылы, кәсіпкерді қолдауға және оның өнімін сатуға өз еркімен береді. Көбінесе бұл көмекке жауап ретінде компанияның негізін қалаушы оның орнына басқа бірдеңе ұсынады. Бұл өз өнімдерінің бір данасы, ақшалай сыйақы, қолтаңба немесе т.б. болуы мүмкін.

Краудфандинг негізінде жобаларды сәтті іске қосу бойынша статистика түрлі себептерге байланысты жоғары емес. Бұл құрылтайшының компанияның әлеуетін дұрыс бағаламауына, мақсатты аудиторияны дұрыс таңдамауына, сапасыз өнімге немесе кәсіпкердің адал еместігіне байланысты болуы мүмкін.

Бұл қызықты!

Белгілі кәсіпкер және инвестициялау туралы оқулықтардың авторы Роберт Кийосаки «**100 – 10 – 3 – 1**» заңдылығын ұсынды. Роберт жылжымайтын мүлікке инвестиция салу арқылы байыған адам ретінде танылғанымен де ол бұл заңдылықты кез келген қызмет саласына қолдануға болады деп санайды. Кийосаки бұл заңдылықты тиімді инвестициялар үшін жылжымайтын мүлік нысандарын іздеудегі нарықты талдау кезінде төмендегіше қолданған:

- 100 – бұл нақты сатып алынатын жылжымайтын мүлік ретінде қараған нысандар саны;
- 10 – бұл оларға перспектива ретінде бөлінген нысандардың саны (қаралған 100 мүліктің ішінен);
- 3 – сатып алу-сату келісімшартына қол қою сатысына жеткен нысандардың саны;

- 1 – ұзақ мерзімді перспективада үлкен пайда әкелген нысандардың саны.

Тапсырма

Краудфандинг арқылы құрылған компанияларды тап.

Алынған деректерді пайдалана отырып, краудфандинг арқылы құрылған компаниялардың қаншалықты жиі табысқа жететінін анықта.

Рефлексия

1. Сенің қалаңда стартап мәдениеті қаншалықты дамыған?
2. қалай ойлайсың, табысты стартап-жобаларды іске қосу кезінде ел экономикасы қандай оң әсер алады?
3. Краудфандингке қатысу қаншалықты қауіпті деп ойлайсың

3.2.3 Бизнес жебеушілер мен инвесторлар. Ұқсастықтары мен айырмашылықтары

Сен білесің:

- бизнес жебеушілер деген кімдер;
- инвестор деп кімді атайды;
- бизнес жебеушілер мен инвесторлар бастаушы кәсіпкерлерге қалай көмектеседі;

Сен үйренесің:

- инвестордың қызметін талдау және оның түрін анықтауды;
- бизнес жебеушілердің артықшылықтары мен кемшіліктерін түсінуді;
- өзіне жақын инвестициялау түрін анықтауды.

Түйінді сөздер:

бизнес жебеуші, классикалық инвестор, тәуекелшіл инвестор.

Жүзе алмайтын екі дос жаздың аяғында бассейнде 100 метрге кім жылдам жүзе алады деп бәстесті.

Бірінші адам бұрын кәсіби ватерполист болған ағасынан көмек сұрады. Бірінші күні ол жиенін жеке бассейнге алып келіп, оның абонементін төледі, дұрыс тыныс алу техникасын үйретіп, жүзудің бірнеше әдісін көрсетті. Әрі қарай жаз бойы ағасы үнемі жаттығуларға қатысып, жиеніне оның қателіктерін және оларды қалай түзетуге болатындығын көрсетті.

Екінші адам қоғамдық бассейнге абонемент сатып алып, аптасына үш күн 50 минуттан ғана барып жүрді. Жаттығу кезінде ол басқа жүзушілерге

қарап, жүзу техникасын өз бетінше үйренуге тырысты. Алайда ол қанша тырысса да әлі де тынысын реттей алмады, бұлшық еттері тез шаршап, мұрнына су кетіп қалды.

Екі жүзуші де жаздың басымен салыстырғанда жүзу дағдыларын арттырды. Бәстесуде кім жеңеді? Жарыстың аяқталу нәтижесін болжап, өз пікіріңді дәлелде.

Бизнес көбінесе адамның мінез-құлқын сипаттайды, сондықтан өмірдің көптеген басқа салалары сияқты, жаңадан бастаған кәсіпкер қамқорлық пен қолдауды қажет етеді. Бұл қолдау кәсіби тәжірибені жеткізуде, эмоционалды тірек құруда және материалдық көмек көрсетуде көрінуі мүмкін. Кәсіпкерлікте осындай рөл атқаратын адамдарды **бизнес жебеушілер** деп атайды. Олардың көмегі өтеусіз емес: бизнес нарыққа шығып, өз тауашасын тауып, үздіксіз және тұрақты табыс әкелгеннен кейін компанияның негізін қалаушы пайданың бір бөлігін бөліседі. Көбінесе компанияның бір бөлігі бизнес жебеушілеріне тиесілі.

Кейде адамдар классикалық инвестор, тәуекелшіл инвестор және бизнес жебеушілердің рөлдерін ажырата алмайды.

Жалпы қабылданған мағынада **инвестор** немесе классикалық инвестор жобаның бастапқы кезеңінде компанияға кірмейді, себебі оның прототипін жасамас бұрын өнімге инвестиция салу өте қауіпті. Команданың нәтижелерін күтіп, содан кейін ғана жүзеге асырылған бизнес-идеяға инвестиция салу әлдеқайда қауіпсіз. Осы тәуекелдердің барлығын өз мойнына алуға дайын инвесторды **тәуекелшіл инвестор** деп атайды. Тәуекелшіл инвестордың осындай тәуекелге баруға дайын болуының себебі инвестициядан түскен пайданың пропорционалдылығы және салынған қаражатты жоғалту мүмкіндігі болып табылады.

Тапсырма

Зерттелген материалға сүйене отырып, кестені толтыр. Инвестордың әр түріне сәйкес атрибуттарды «иә» немесе «жоқ» деп көрсет.

	Ерте кезең	Дайын өнім	Жоғары тәуекел	Төмен тәуекел	Жоғары пайда	Төмен пайда
1	2	3	4	5	6	7
Бизнес жебеуші						
Классикалық инвестор						
Тәуекелшіл инвестор						

Бизнес жебеушілер неге инвестиция жасайды?

- 19% Ақпараттық технологиялар
- 13% Басқалар
- 7% Ойын-сауық, медиа
- 12% Аспаптар, құрылғылар, компьютерлік компоненттер
- 18% Денсаулық және биотехнология
- 16% b2b өнімдері мен қызметтері
- 15% Тұтыну тауарлары мен қызметтері

Пікір білдір

Статистика бойынша неге тәуекелшіл инвесторларға қарағанда классикалық инвесторлар көп?

Бұл неге байланысты және саған инвестицияның қай түрі жақын?

Классикалық инвестор – «Банкир»

Тәуекелшіл инвестор – технократ

Бизнес жебеуші – ірі компанияның бұрынғы басшысы

Классикалық, тәуекелшіл инвесторлар мен бизнес жебеушілер арасындағы маңызды айырмашылықтар:

Жобаға ену дәрежесі:

- Классикалық инвестор тек компанияның дамуына қаражат бөлумен шектеледі, ол ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдерге араласпайды.

- Бизнес жебеуші жобаны дамытудың алғашқы кезеңінен бастап процеске қатысады, ол компанияның негізін қалаушыға белсенді көмек көрсетеді, күрделі басқару шешімдерін қабылдауға көмектеседі.

Бизнес тәуекелдерге қатынас дәрежесі:

- Классикалық инвестор тәуекелдерді болдырмауға тырысады, сондықтан ол өнімнің нарыққа шығарылғаннан кейін ғана жобаның «қауіпсіз сатысында» инвестицияланады және оның өзектілігі мен өміршеңдігі кем дегенде қаржылық жетістіктермен (сатылымдармен) дәлелденеді.

- Тәуекелшіл инвестор бизнес-идеямен бөліседі (оған өнім ұнайды), сондықтан ол жобаға әлі ерте сатысында сенеді және құрылтайшымен бірге тәуекелдерді қабылдаудан қорықпайды.

- Бизнес жебеуші кәсіпкердің бизнес-идеясына қатты сенеді. Ол ықтимал бизнес тәуекелдерін анық біледі және оның басты міндеті командаға күресуге көмектесу немесе олардың ықтимал шығынын азайту.

Эмоционалдылық дәрежесі:

- Классикалық инвестор – нөлдік эмоционалды қатысу (суық қанды есептеу).

- Тәуекелшіл инвестор – жоғары эмоционалды қатысу (өнімді ұнату).

- Бизнес жебеуші – жоғары эмоционалды қатысу (құрылтайшыға көмектесуге деген ынта, жобаға өзінікі секілді қарау).

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өзіңе жақын инвестор түрін таңда. Осындай белгілі инвестициялардың тарихын тап. Зерттеу нәтижесін жаса және оны сынып алдында таныстыр.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, неге кәсіпкерлер бизнес жебеуші инвесторларының көмегіне жүгіне бермейді?

Бизнес жебеушілер:

- жобаны дамытудың кейінгі кезеңдерінде инвестицияларды тартуға аз көмек көрсетеді;
- компанияда басқару мүмкіндігін теріс пайдалануы мүмкін;
- сенімсіз серіктестер болуы мүмкін;
- бизнестегі үлкен үлесті талап ете алады.

Рефлексия

1. Осы сабақта сен бұрын инвесторлардың қай түрін білмедің және ол туралы алғаш рет білдің?

2. Өзіңді қандай инвестордың рөлінде елестете аласың? Сенің таңдауың немен байланысты?

3.2.4 Бизнес-инкубаторлар және акселераторлар

Сен білесің:

- бизнес-инкубатор дегеніміз не;
- бизнес-акселераторлар қандай тапсырмаларды орындайды;
- хакатон дегеніміз не және оның қандай пайдасы бар.

Сен үйренесің:

- бизнес-инкубаторларды акселераторлардан ажыратуды;
- бастаушы бизнес-жобалар үшін қажетті қолдау түрін анықтауды;
- бизнес-инкубаторлар, акселераторлар және хакатондар туралы пайдалы ақпаратты іздеуді.

Түйінді сөздер:

бизнес-инкубатор, бизнес-акселератор, коворкинг, хакатон.

Неліктен мемлекет экономикасына шағын, бірақ табысты бизнес-жобалардың көп болғаны тиімді?

Кез келген мемлекет әрқашан өз экономикасын дамытуға мүдделі. Экономиканың негізгі қозғаушы күші кәсіпкерлер болғандықтан мемлекет негізгі ресурстарды шағын және орта бизнеске көмекке бағыттайды. Экономистер мен басқа салалардың мамандары кәсіпкерлік қызметтің нәтижесі пайда табу үшін жаңа өнім немесе қызмет жасаумен шектелмейтінін түсінеді. Ел экономикасы үшін басты пайда – жаңа жұмыс орындары, салықтар арқылы мемлекеттік бюджетті толықтыру және инфрақұрылымды құру немесе дамыту.

Жас (бастаушы) кәсіпкерлерге қолдау көрсетудің жаңа әдісі бизнес-инкубаторлар құру болып табылады, яғни олардың мақсаты барлық көмек түрлерін ұйымдастыру және олардың қызметінің ерте сатысында бизнес-жобаларды сүйемелдеу. Бұл көмек әртүрлі тәсілдермен көрінеді:

- бухгалтерлік және салықтық есепке алуды ұйымдастыруға көмек;
- заңгерлік кеңес беру;
- қаржылық қолдау;
- үй-жайды жалға алу бойынша жеңілдікті шарттар;
- инвестицияларды іздеуге көмек;
- жаңа қызметкерлерді іріктеуге және жалдауға көмектесу;
- және басқалар.

Әр түрлі өңірлердегі бизнес-инкубаторлар тақырыптық бағытта ерекшеленеді, бұл өңірлерде өздерінің «күшті» экономикалық жақтары болғандықтан, яғни мұнай өндіруші өңірлерде мемлекет мұнай-химия секторын дамытуға мүдделі, ал индустриалды дамыған өңірлерде бизнес-процестерді автоматтандыру бойынша жобалар қажет.

Пікірталас

Қазақстанның әртүрлі облыстарының экономикасындағы қандай өңірлік айырмашылықтарды білесің? Бұған климаттық және географиялық жағдайлар қалай әсер етеді? Неге өңірдің экономикасы, индустриялық салалары тұрғысынан мықты салаларды дамыту қажет?

**БУХГАЛТЕРЛІК ЖӘНЕ САЛЫҚТЫҚ ЕСЕПКЕ АЛУДЫ
ҰЙЫМДАСТЫРУҒА КӨМЕК
ЗАҢГЕРЛІК КЕҢЕС БЕРУ
ҚАРЖЫЛЫҚ ҚОЛДАУ
ҮЙ-ЖАЙДЫ ЖАЛҒА АЛУ БОЙЫНША ЖЕҢІЛДІКТІ ШАРТТАР
ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ТАБУҒА КӨМЕКТЕСУ
ЖАҢА ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ ІРІКТЕУГЕ ЖӘНЕ ЖАЛДАУҒА
КӨМЕКТЕСУ
ЖӘНЕ БАСҚАЛАРЫ**

Тапсырма

Біздің еліміздегі бизнес-инкубаторлардың бірнеше мысалын келтір. Олар туралы ақпаратты зерттеп, кестені толтыр.

Бизнес инкубатордың атауы	Өңір (облыс)	Экономикалық сала (тақырып)	Табысты жобалардың мысалдары
1	2	3	4
Мысал			
Astana HUB	Астана қаласы	IT-бағыты	naimi.kz

Бизнес-инкубатор шеңберінде **акселерация** тетіктері бар, яғни кәсіпкерлерді қаржылық сауаттылық, ұйымдастырушылық басқару, сараптамалық қолдау (менторлық) және т.б. саласында қарқынды оқыту бағдарламалары. Оның орнына бизнес-инкубатор компаниядан өз үлесін талап ете алады.

Көпшілігі инкубаторлар мен акселератордың функцияларын ажырата алмайды. Бұл құралдар дамудың әртүрлі кезеңдерінде стартаптарға қолдау көрсететінін түсіну қажет. Инкубаторлар жас жобаларға бастапқы өнімді жасауға және оның нарыққа шығуына көмектеседі, ал акселератор дайын өнімді жақсартуға және оның мақсатты аудиториясын бекітуге бағытталған.

Күрделі бизнес-міндеттерді шешудің, спалы кадрларды (таланттарды) іздеудің немесе өз компаниясына назар аударудың заманауи тәсілдерінің бірі **хакатондар** болды. Бұл – әртүрлі саладағы мамандар (менеджерлер, бағдарламашылар, дизайнерлер, маркетинггерлер) өз қалауы бойынша командаларға бірігіп, хакатон ұйымдастырушысы қойған тапсырманы шектеулі уақыт ішінде шешетін іс-шара. Хакатон мүшелері ақшалай сыйақы, жұмысқа орналасу, келісімшарт алу, шәкіртақы және т.б. сияқты әртүрлі марапаттар үшін күреседі.

Есте сақта!

Кейбір стартаптар өздерінің ерекшеліктеріне қарай әртүрлі қолдауды қажет етеді. Мысалы, әлеуметтік немесе ғылымды көп қажет ететін жобалар мақсатты гранттарды немесе мемлекеттік субсидияларды пайдалана алады.

Бұл қызықты!

Жаңа бастаған кәсіпкерлерді қолдаудың қарапайым түрі – **коворкингтер** құру. Коворкинг – кәсіпкердің минималды қажеттіліктерін қанағаттандыратын заманауи кеңсенің негізгі функциялары енгізілген

арнайы құрылған кеңістік. Сондай-ақ коворкингтің маңызды ерекшелігі – жеңілдікті тарифтер бойынша тіпті бір жұмыс орнын жалға алу мүмкіндігі.

Пікірталас

Саған хакатонның ең тартымды тақырыбы қандай? Хакатонда жеңіске жетуде сенің қандай дағдыларың максималды пайда әкеледі?

КЕЙС

2015 жылдың қарашасында екі бағдарламашы Евгений Невгень мен беларуссиялық Сергей Гончар екі күн ішінде Garage48 хакатонының бөлігі ретінде MSQRD («Маскарад») қосымшасының сынақ нұсқасын жасады. Қосымша қолданба бейне түсіру кезінде бетперде киюге мүмкіндік берді. Төрт айға жуық уақыт өткен соң, команда өз өнімін толыққанды қосымшаға айналдырып, Facebook-пен келісім жасай алды. Сарапшылар Facebook-пен мәмілені 10-нан 100 миллион АҚШ долларына дейін бағалады.

Есте сақта!

Хакатон – бұл өзіңнің қабілеттеріңді тексерудің, командада әртүрлі тәжірибе жинаудың және түйіндемені жақсарту мүмкіндігінің жақсы тәсілі.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Бүкіл әлем бойынша өткізілген хакатондар туралы ақпаратты жина. Оның қашан және қайда өткенін, ұйымдастырушылар қандай міндет қойғанын, жеңімпаздар командасы қандай шешім ұсынғанын біл. Табылған ақпаратты кестеге толтыр.

Хакатон	Өткізу мерзімі және орны	Тақырып немесе қойылған міндет	Жеңімпаздар және олардың өнімі
1	2	3	4

Рефлексия

1. Қандай бизнес-инкубатордың нәтижелері сені таң қалдырды (немесе көңіліңді қалдырды)?
2. Сенің ойыңша, өткізілген қандай хакатондар ең нәтижелі болды?

3.2.5 Қазіргі жағдайда бәсекелестіктің дамуы

Сен білесің:

- бизнестегі бәсекелестік орта дегеніміз не;
- кәсіпкерлер үшін бәсекелестік қандай пайда әкеледі;
- бәсекелестік артықшылық дегеніміз не;
- көк мұхиттар теориясы туралы.

Сен үйренесің:

- нарықта монополияның пайда болу факторларын анықтауды;
- бәсекелестік ортаның артықшылықтарын түсінуді;
- көк мұхиттардың себептерін табуды.

Түйінді сөздер:

монополия, бәсекелестік орта, бәсекелестік артықшылық, көк және алқызыл мұхиттар теориясы.

Неліктен орта мектептегі балалар нашар үлгерімі бар пәндер бойынша тәрбиешіні жалдайды, бірақ сол оқушылар мектепті бітірген кезде жақсы үлгерімі бар пәндер бойынша өз білімдеріне сүйене отырып, университетті таңдайды?

Шартты түрде нарықта екі жағдай бар. Біріншісі, **монополия** – бұл бір компания белгілі бір өнімнің өндірісі мен сатылуын бақылайтын, сол арқылы нарықтағы баға мен ұсыныс көлемін басқару мүмкіндігі бар нарықтағы жағдай.

Нарықтағы монополияның пайда болу факторлары:

- капиталды көп қажет ететін нарықтар монополияның пайда болуына түрткі болады. Бұл белгілі бір нарықта бәсекелес болғысы келетін басқа компаниялардың бір уақытта үлкен капиталды (ақшаны) тарту мүмкіндігі болмағандықтан болады;

- лицензия немесе жеке рұқсат құжаттарын беру түріндегі заңнамалық кедергілер;

- отандық компанияларды қолдау үшін нарықты шетелдік бәсекелестіктен қорғауға бағытталған мемлекеттік сыртқы экономикалық саясат;

- басқа компанияларды сатып алу және иемдену арқылы бір компанияның үстемдігі.

Пікірталас

Балалардың «Монополия» ойыны неге осылай аталады? Бұл ойын баланың қандай дағдыларын дамытады? Қалай ойлайсың, «Монополия» ондаған жылдар бойы ең танымал үстел ойындарының бірі болып қала береді ме?

Пікір білдір

Қандай да бір монополия жоқ мемлекет бар ма?

Монополияға балама **бәсекелестік ортаның** болуы – бұл өз өнімін өндіру мен сатудың ең жақсы шарттары үшін бір-бірімен бәсекелесетін бірдей өнімі бар екі немесе одан да көп компания бар нарықтағы жағдай. Компаниялардың әрқайсысы өзінің **бәсекелестік артықшылығын** арттыруға тырысады, бұл – компания мен олардың өнімін тиімді ажырататын ерекше сипаттамалар. Бәсекелестік артықшылықтардың бірнеше түрлері бар:

- **Ресурстық** – арзан немесе сапалы шикізатты сатып алу мүмкіндігі, ресурстарды үнемді басқаруға мүмкіндік беретін тиімді жүйе, бірегей жеткізушілердің болуы;
- **Технологиялық** – тауардың өнімділігі мен сапасын түбегейлі жақсартатын неғұрлым инновациялық жабдықтың немесе патенттелген технологиялардың болуы;
- **Интеллектуалды** (басқарушылық) – дарынды және жоғары білікті қызметкерлер, бизнесті басқарудың тиімді жүйесінің болуы;
- **Мәдени** – мәдени қажеттіліктерді, дәстүрлерді және ұлттық ерекшеліктерді терең түсіну.

Пікірталас

Неге бәсекелестік орта монополияға қарағанда экономиканы дамыту үшін тиімді орта болып саналады? Монополия экономикаға қандай жасырын немесе айқын қауіп төндіреді? Өз жауабыңды дәлелде.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Бәсекелестік бұл компанияның тиімділігін арттырудың және өнімді жақсартудың маңызды әдістерінің бірі болып табылады. Бәсекелестік арқылы қандай жақсартулар болатынын зертте. Зерттеу нәтижелерін мысалға сәйкес кестеге енгіз.

Компания	Өнім
1	2
1. Компанияға үздік қызметкерлерді жалдайды	1. Жарнаманың тиімділігі мен брендтің танылуы артып келеді

Есте сақта!

Табысты кәсіпкерлердің көпшілігі бір жақсы кеңес береді: «мықты жерінде, күшейе түс». Бұл компанияларды өздерінің әлсіз жақтарын жақсарту үшін күш пен қаражат жұмсамай, өздерінің бәсекелестік артықшылықтарына назар аударуға шақырады.

Пікірталас

Неге сарапшылар ресурстарды әлсіз жақтарына жұмсамай, өздерінің мықты жақтарын күшейтуге кеңес береді?

Қазіргі бизнесте **көгілдір мұхиттар** теориясы бар, онда кейде нарықтың белгісіз учаскелерін іздеудің пайдасына қолданыстағы нарықтардағы ойыншылармен бәсекелестіктен бас тартқан жөн. Көгілдір мұхиттың басты артықшылығы – бәсекелестіктің және нарықтағы әрбір ойыншы есеп беретін нақты ережелер жиынтығының болмауы.

Көгілдір мұхиттарға балама **алқызыл мұхиттар** болып саналады, яғни әр ойыншының шекаралары шартты түрде анықталған және бәсекелестік ережелері бәріне белгілі нарықтар. Мұндай жағдайда компаниялар қарсыластардан артықшылыққа ұмтылуға мәжбүр болады, осылайша клиенттердің сұранысын мүмкіндігінше өзіне тартады.

Көгілдір мұхит теориясының негізгі идеялары:

- Бизнестің басты міндеті әрқашан бәсекелестерді жеңу бола бермейді, оны тауарлар мен қызметтердің сапасын арттыру арқылы тұтынушылардың тілектерін қанағаттандыруға бағдарлаумен ауыстыруға болады, себебі екінші жағынан тапсырмаға жақындау арқылы сатып алушылардың көз алдында жаңа құндылық табуға болады.

- Тіпті саланың ең қалыптасқан заңдары да тұрақты емес, көгілдір мұхит идеясы шектен шығуға дайын болу жаңа мүмкіндіктер ашатынын дәлелдейді.

- Көгілдір мұхиттарды құрудың көптеген әдістері мен тәсілдері бар. Үнемі жаңалары ашылып отырады, мүмкін еместік оның ескірген стереотип екенін дәлелдейді.

Есте сақта!

Барлық көгілдір мұхиттар ерте ме, кеш пе алқызыл түске айналады!

Пікір білдір

Неліктен алқызыл мұхиттар осылай аталады?

Неліктен көгілдір мұхиттар уақыт өте келе түсін өзгертеді?

КЕЙС

Көгілдір мұхиттарды сәтті ашқан компаниялардың жарқын мысалдары.

Компания	Көгілдір мұхит	Сипаттамасы
1	2	3
McDonald's	Фаст-фуд нарығы	Нарыққа McDonald's келгенге дейін сыртта тамақтану ұзақ, қымбат және керемет оқиға болды

Cirque du Soleil	Цирк пен театр қойылымдарын біріктіретін нарық	Cirque du Soleil екі түбегейлі ерекшеленетін аудиторияны біріктірген алғашқы цирк болды: театрға баруды ұнататын шығармашылық зиялы қауым және қарапайым және қол жетімді ойын-сауықты қалайтын қарапайым адамдар
IKEA	Арзан, қысқа мерзімді жиһаз нарығы	IKEA пайда болғанға дейін нарық жиһаз берік және жоғары сапалы болуы керек деп есептеді
Amazon	Кең ауқымды тауарларды пошта арқылы жеткізу нарығы	Amazon – гипермаркетте таңдау мүмкіндігін сақтай отырып, қашықтан сатып алуға мүмкіндік берген алғашқы компания
Tesla	Экологиялық таза автомобильдер нарығы	Tesla бұрын болмаған өнімді ұсынды – сипаттамалары бойынша әдеттегі көліктен кем түспейтін экологиялық таза электромобиль

Рефлексия

1. Сенің өңіріңдегі табиғи монополия мысалдарымен келісесің бе?
2. Бәсекелестік ортаның теріс факторларын не деп атауға болады?
3. Сен үш нарықтың қайсысын (монополия, бәсекелестік, көгілдір мұхит) бастаушы кәсіпкерлер үшін ең қолайлы деп санайсың?

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- бизнес неден басталады;
- инвесторды қандай сұрақтар қызықтырады;
- жаңа бастаған кәсіпкерлер қандай қателіктерге ұшырайды;
- стартап мәдениеті деген не;
- стартап мәдениеті экономикаға қандай әсер етеді;
- краудфандинг дегеніміз не;
- бизнес жебеуші деген кім;
- инвестор деген кім;
- жаңа бастаған кәсіпкерлерге инвесторлар мен бизнес жебеуші қалай көмектеседі;
- бизнес-инкубатор деген не;
- бизнес акселератор қандай тапсырмаларды орындайды;
- хакатон деген не және оның қандай пайдасы бар;

- бизнестегі бәсекелестік орта дегеніміз не;
- кәсіпкерлер үшін бәсекелестік қандай пайда әкеледі;
- бәсекелестік артықшылық деген не;
- көгілдір мұхиттар теориясы туралы.

Сен енді үйрендің:

- сен үшін тартымды кәсіпкерлік қызмет салаларын анықтауды;
- кәсіпкерлердің сәттілік немесе сәтсіздік тарихын талдауды;
- ықтимал қателіктерді ескере отырып, бизнес-идеяны іске асыру жоспарын құруды;
- стартапты іске қосу процесін кезеңдер бойынша құрылымдауды;
- ықтимал табысты стартаптарды сәтсіздіктерден ажыратуды;
- іске асыру жоспарын құру
- «100 – 10 – 3 – 1» ережесін қолдануды;
- инвестор қызметін талдауды және оның түрін анықтауды;
- бизнес жебеушілердің артықшылықтары мен кемшіліктерін түсінуді;
- инвестициялаудың өзіне жақын типін анықтауды;
- бизнес-инкубаторларды акселераторлардан ажыратуды;
- жаңадан бастаушы бизнес жобалар үшін қажетті қолдау түрін анықтауды;
- бизнес-инкубаторлар, акселератор және хакатондар туралы пайдалы ақпаратты іздеуді;
- нарықтағы монополиялардың пайда болу факторларын анықтауды;
- бәсекелестік ортасының артықшылықтарын түсінуді;
- көгілдір мұхиттардың пайда болу себептерін табуды.

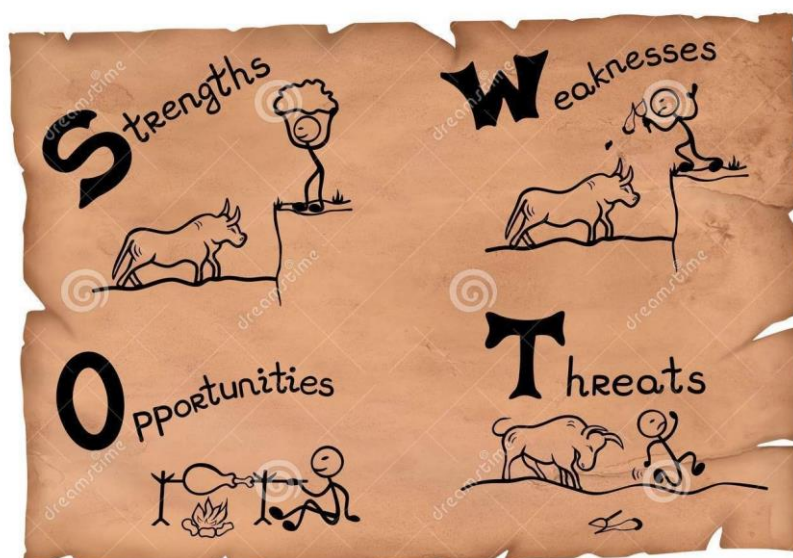
3.3 бөлім. Маркетинг

Осы бөлімнің сабақтарында сен заманауи бизнес жағдайында маркетингтің негізгі принциптерімен танысасың, негізгі маркетингтік теориялардың не екенін және өткен ғасырдың технологиялық жетістіктері маркетингтің жаңа құралдарының пайда болуына қалай әсер еткенін білесің. Сен маркетинг пен соғыс арасындағы параллельдердің объективі арқылы компанияның өнімді немесе қызметті жылжыту өнеріне жаңа көзқараспен қарайсың, сонымен қатар қандай маркетингтік стратегиялар бар, олар қандай компаниялар үшін маңызды және олар қандай жағдайда сәтті болатынын білесің.

Осы бөлімді зерттеу барысында саған «4P» теориясы, сатып алушының портреті, SEM, SMM және SWOT-талдауы сияқты көптеген жаңа терминдер мен ұғымдар ашылады. Сондай-ақ сен қазіргі заманғы шындықта компанияның бренді деген не және тұтынушыларда брендтің

адалдығы мен танылуының болуы қандай пайда әкелетіні туралы ақпарат аласың.

қосымша 1



3.3.1 Маркетингке кіріспе

Сен білесің:

- маркетинг деген не;
- маркетингтің негізгі принциптері;
- неліктен нарықтық талдау жасалады.

Сен үйренесің:

- бизнестегі маркетингтің маңыздылығын анықтауды;
- «4P» маркетинг теориясын түсіндіруді;
- сатып алушының портретін жасауды.

Түйінді сөздер:

маркетинг, «4P», нарықты талдау, сатып алушының портреті.

Қалайша өндірілген тауарлардың артық болуы жаппай сатуды дамытудың катализаторы болды, оның себебі еңбек бөлінісін енгізу және өндірісте қол құралдарын қолдануды бастау болды?

Адамдар ежелден бері сауда-саттықпен айналысқан, тіпті айқұлақтар, асыл тастар немесе монеталар арқылы ақша пайда болғанға дейін айырбастау мәмілелерін сату деп санауға болады. Бірақ тауарларды жаппай сату мануфактуралы өндірістің дамуымен басталды. Адамзат тауарларды өнеркәсіптік ауқымда өндіруді үйренді, бұл сату тақырыбын жан-жақты зерттеу қажеттілігіне әкелді.

Қазіргі әлемде бұл бір сөзбен айтқанда, **маркетинг** деп аталады, яғни бұл компанияның сатып алушылардың мүдделерін және олардың төлем қабілеттілігін зерттеуге, сондай-ақ олардың қажеттіліктерін жүзеге асыру мүмкіндіктерін іздеуге бағытталған қызметі.

Пікірталас

Саған қандай стратегия жақын? Өндірілген өнімнің көлеміне қарай сатуды есепте немесе алдын-ала сатылымға назар аудара отырып, өндірісті жоспарла. Өз жауабыңды дәлелде.

Пікір білдір

Сатып алушылар әрқашан маркетингшілердің негізгі идеясын дұрыс түсіндіре ме?

Табысты маркетингтік жобалар мен сәтсіздіктерге мысалдар келті. Жаман жарнама жоқ деген пікір бар – «қара пиар – ол да пиар». Сен бұл мәлімдемемен келісесің бе?

Маркетингтің ғылым ретінде негізін қалаушы Филипп Котлер болып саналады. Ол бірінші болып «4P» (4 П әрпі ережесі) ережесін қалыптастырды. «4P» теориясы кез келген сатылымның сәттілігі төрт нәрсеге негізделгенін көрсетеді:

- P – place (сату орны);
- P – Price (сату бағасы);
- P – product (өнім, тауар немесе қызмет);
- P – promotion (жылжыту, жарнама).

Сату орны – мақсаты сатып алушылар үшін тауардың қолжетімділігі болып табылатын орналастыру қызметі, бұл санатқа өткізу арналары (интернет-дүкендер, дилерлік орталықтар, сату кеңселері және басқалар), логистика (тауарды жөнелту, сақтау және өткізу), дистрибуция (тарату тәсілдері), және сауда (тауарды сөрелерде орналастыру) жатады.

Сату бағасы – бұл компанияның түпкілікті пайдасына әсер ететін тауардың бағасы, сондықтан клиенттің қанағаттануы (бағасы) мен компанияның кірісі арасындағы тепе-теңдікті табу қажет, бұл санатқа бағаның қалыптасуы (өндіріс шығындары мен күтілетін пайда), жеңілдіктер (сатып алушының уәждемесі немесе сыйақысы шеңберінде бағаның төмендеуі) және баға стратегиялары (өзгерістің ықтимал динамикасын есептеу бастапқы баға) жатады.

Өнім – кез келген жағдайда сатып алушы тауардың немесе қызметтің сапасына қарайды, бұл санатқа тауар белгісі, қаптама және қызмет кіреді.

Жылжыту – мақсатты аудиторияны тауардың немесе қызметтің артықшылықтары туралы хабардар етуге және сатып алушыны дәл осы өнімді сатып алуға сендіруге бағытталған іс-шаралар, бұл санатқа жарнама, жеке сату, көрмелер, презентациялар және жарнамалық акциялар кіреді.

Бұл қызықты!

Бірде Алдар көсе қарбыз сатып бастайды, сатылымды қарқындату үшін «Бір қарбыз – 500 теңге. Үш қарбыз – 2000 теңге» деп жазып қояды. Осы кезде базарды аралап жүрген Бай бұл сөздерді оқып, Алдар көсеге маркетингтен еш хабары жоқ екенін айтпақ болады. сөйтіп, Алдар көсеге келіп, 500 теңгеге бір қарбыз, содан кейін тағы да 500 теңгеге тағы бір қарбыз және 500 теңгеге тағы бір қарбыз сатып алады. Содан соң Алдар көсеге қарап:

– Міне, Алдар көсе, мен үш қарбыз сатып алдым, бірақ та бір жарым мың теңге ғана төледім! Сен бағаны қалыптастыру деген не және баға стратегиялары қандай екенін зерттеп үйрен!, – дейді мақтанышпен.

Алдар көсе Байдың сөзіне жымиып жауап берді:

– Әрине солай! Бір қарбыздың орнына үш қарбыз алған олар ақылды ма әлде бір рет сауда жасаған мен ақылдымын ба?

Place Price
Product Promotion

Тапсырма

Зерттеу жүргіз, «5P» және «7P» стратегиялары «4P»-тен қалай немен ерекшеленетінін түсіндір. Сенің ойыңша, осы стратегияларға жаңа факторларды енгізу қаншалықты негізделген? Жауабыңды объективті дәлелдермен дәлелде.

Пікірталас

Табысты кәсіпкерлер сатылымдарды бизнестің қозғалтқышы деп санайды. Мұндай пайымдау қаншалықты негізделген?

Маркетингтің маңызды кезеңі нарықты алдын ала талдау болып саналады, яғни өнім (қызмет), сатып алушылар мен бәсекелестер туралы толық ақпарат жинау, маркетингтік стратегияны әзірлеу үшін алынған ақпаратты одан әрі өңдеу. Талдау процесінде географиялық, демографиялық және психографиялық көрсеткіштер де ескеріледі. Бұл зерттеудің соңғы нәтижесі өнімнің өміршеңдігін бағалау болып табылады.

Маркетингтік стратегияны құру үшін қажетті ақпараттың толықтығына сатып алушының портретін қалыптастыру өте маңызды, яғни келесі сипаттамаларды қамтитын ойдан шығарылған сатып алушының жалпы бейнесі: жасы, жынысы, тұрғылықты жері, отбасылық жағдайы, қызметі, қажеттіліктері, қалаулары мен қорқыныштары (фобиялары).

Бұл қызықты!

«Маркетингті бір түнде үйренуге болады, маркетингті өмір бойы зерттеуге болады!», – деп санайды Филип Котлер.

Мүмкін біздің мақсатты сатып алушымызды анықтаудың тиімді әдісі бар шығар?

Пікірталас

Барлық қажетті ақпаратты ескере отырып, шешім қабылдаған кезде және қандай да бір талдаусыз шешім қабылдаған кезде өміріңдегі мысалдарды еске түсір. Бірінші және екінші шешім қабылдау әдісі салдарының нәтижелерін сипатта.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өз қалауың бойынша бизнесті таңдап, сатып алушының портретін жаса. Алынған ақпаратты кестеге енгіз. Алынған деректерді талдап, қорытындылармен бөліс.

Жасы	Жынысы	Тұрғылықты жері	Отбасылық жағдайы	Қызметі	Қажеттіліктер	Қанағаттану деңгейі
1	2	3	4	5	6	7

КЕЙС

2013 жылы British Airways компаниясы Канада мен АҚШ-та тұратын және жұмыс істейтін үнді мамандарына бағытталған «Анаға бару» жарнамалық науқанын бастады. Осыдан бір жыл бұрын компания әуе тасымалы нарығындағы өз үлесін арттыру міндетін қойды. Үндістанға ұшуға бағытталу туралы шешім қабылданды, себебі бұл нарықтың жалпы көлемі екі миллиард АҚШ долларынан асады. Үнді эмигранттарына сауалнама жүргізген арнайы топ құрылды, олар компаниялардың ұшу кезінде тамақ пен борттағы гидтердің формалары арқылы үнді мәдениетін имитациялауға тырысқанына ашуланғанын анықтады. Сонда British Airways бұл жаққа ұшудың негізгі себебі ата-аналармен кездесуге деген ұмтылыс екенін анықтады. Осыдан кейін компания бес минуттық бейнеролик түсірді, онда көптен бері көрмеген аналары ұлдары туралы әңгімелейді. Осы жарнамалық компанияның нәтижесінде British Airways ұшу нарығының үлесін 7,1%-дан 10,4%-ға дейін арттырды.

Рефлексия

1. Бизнесе маркетингтің маңыздылығы қандай болуы керек?
2. Сіз «4P» теориясының қай аспектісін ең маңызды деп санайсыз және неге?
3. Сатып алушының портреті бойынша қандай маңызды қорытындылар жасауға болады?

қосымша 1



3.3.2 Диджитал-маркетинг

Сен білесің:

- диджитал-маркетинг деген не;
- онлайн сатылымда жарнаманың қандай құралдары қолданылады;
- контекстік жарнаманың қарапайым жарнамадан айырмашылығы неде.

Сен үйренесің:

- күнделікті өмірге диджитал-маркетингтің әсері қандай болатынын аңғаруды және талдауды;
- контекстік жарнаманың қалай жасалатынын түсінуді.

Түйінді сөздер:

диджитал-маркетинг, онлайн сатылым, SEM, SMM, контекстік жарнама.

Неліктен Кодак сияқты танымал және бұрынғы табысты компания нарықтағы үлкен үлесін жоғалтып, көшбасшылығынан айырылды?

XX ғасырды цифрландыру ғасыры деп атауға болады. Бұл сөз цифрлық байланыс пен цифрлық басып шығарудан бастап банктік қызмет көрсету саласындағы технологиялық инновацияларға дейінгі әртүрлі аспектілермен расталады. Мұндай жағдай маркетинг саласынан да айналып өткен жоқ. Клиенттерді тарту және ұстап қалу үшін кез келген сандық арналарды пайдалануды білдіретін жаңа **диджитал-маркетинг** термині пайда болды. Диджитал-маркетингінің мысалдарына радио жарнамалары және YouTube бейнелерін қарау кезінде жүретін жарнамалық роликтерді атауға болады.

Өнімді жылжыту және жарнамалау ғана емес, сонымен қатар онлайн сатылым түріндегі мәмілелер де цифрлық сипатқа ие болды. Бүгінгі таңда клиент өнімді таңдай алады, балама нұсқалармен салыстыра алады, сатып алуды ұйымдастыра алады және үйден шықпай-ақ ұялы телефонмен немесе компьютермен шектеліп қана үйінің есігіне дейін онлайн жеткізуге тапсырыс бере алады.

Сені интернет-дүкенге тіркеудің үлкен қате болғанын түсіндім.

Пікір білдір

Интернет сатылымда смартфоннан немесе компьютерден көбірек мәмілелер жасалды деп ойлайсың ба?

Пікірталас

Интернет сатылымдардың қол жетімділігі және Интернеттегі керемет жарнамалардың көптігі маңызды емес немесе мүлдем қажет емес

тауарларды сатып алуға түрткі бола ма?

Есте сақта!

«Егер Сенің бизнесің әлі Интернетке шықпаса, жақын арада сенде мүлдем бизнес болмайтынын білдіреді», – деп санайды Билл Гейтс.

Интернеттегі Маркетинг өте алуан түрлі, бірақ диджитал-маркетингтің негізгі түрлері мыналар болып саналады: **сандық телевизия** мен **онлайн радионы** пайдалану (ағындық қызметтердің дамуына қарамастан, ересек ұрпақ үйде теледидар көруді және радионы рульде тыңдауды жалғастыруда); мобильді қосымшалардағы, мессенджерлердегі, онлайн ойындардағы жарнама (бүгінгі таңда барлық жастағы адамдар смартфондарды пайдаланады, бұл жарнама берушіге жарнаманы мақсатты аудиторияға жеткізуге жаңа мүмкіндіктер береді. Сондықтан да бүгінде жарнаманы әртүрлі мобильді қосымшалардан, мессенджерлерден және онлайн ойындардан табуға болады).

Диджитал-маркетингтің екінші танымал тәсілі SEM (Search Engine Marketing) болып табылады, ол сөзбе-сөз іздеу маркетингі деп аударылады яғни ақылы жарнама құралдарын енгізу, оның мақсаты іздеу беру кезінде сайттың позицияларын ілгерілету.

Диджитал-маркетингтің келесі маңызды аспектісі SMM (Social Media Marketing) – әлеуметтік желілердегі маркетинг болып саналады. Instagram сияқты құралдың міндеті – «ВКонтакте», Facebook, Instagram және басқа платформалардан жаңа клиенттерді тарту. Сондай-ақ, SMM мақсаты бренд туралы хабардарлықты арттыру және оның онлайн беделін жақсарту деп атауға болады.

Пікірталас

Жеке тәжірибеге сүйене отырып, онлайн жарнамалық технологиялардың қайсысы саған барынша әсер етеді? Қалай ойлайсың, неге дәл осы әдіс өте тиімді?

Бұл қызықты!

2021 жылы Қазақстанда интернеттегі сату көлемі 2019 жылғы көрсеткіштерден шамамен үш есе асып түсті.

Тоқсан бойынша сатылымның өзгеру динамикасы

Сатылым, млрд теңге	Өзгерістер
1 040 млрд теңге	
546 млрд теңге	
327 млрд теңге	

Тапсырма

Сенің өміріндегі диджитал-маркетингтің бір күндік көріністерін жаз. Жазбаларыңды талда және келесі сұрақтарға жауап бер:

- Диджитал-маркетинг құралдарының қайсысы жиі кездеседі?
- Олармен қарым-қатынаста болған кезде қандай эмоцияларды бастан өткердің?
- Қандай жарнама саған ұнамайды, ал керісінше қайсысының өнімі сенің қызығушылығыңды тудырды?

Диджитал-маркетингтің басты айырмашылығы – интернет кеңістіктегі адамның мінез-құлқы мен мүдделеріне бейімделуге деген ұмтылыс. Ол үшін контекстік жарнама қолданылады, ол – мақсатты жарнаманың нысаны, онда жарнама таңдалған аудиторияға, орналастыру орны мен уақытына және басқа контекстке сәйкес жасалады және көрсетіледі. Әлеуетті сатып алушыны мүмкіндігінше дәл анықтау үшін маркетингтік олардың іздеу тарихын, кірген веб-беттерін, әлеуметтік медиа жазылымдарын және басқа да қол жетімді деректерді талдайды.

КЕЙС

АҚШ-тың 45-ші президентінің сайлау жарысы кезінде әлеуметтік медианың сайлаушылардың пікірлеріне жасырын және жанама әсері дәлелденді. Facebook корпорациясы пайдаланушылардың деректерін жинап, олардың республикалық және демократиялық партиялар арасындағы таңдауларын анықтап, содан кейін президенттік жарыс шеңберінде белгілі бір таңдауға итермелейтін белгілі бір жарнамалар шығарғаны анықталды. Бұл оқиға сайлау нәтижелерін жоюға себеп болған жоқ, бірақ сайлаушыларға осылайша әсер ету мүмкіндігі барлық адамдар үшін жаңалық болды.

Пікір білдір

Диджитал-маркетингтің техникалық мүмкіндіктерін бизнестен алыс салаларда пайдалану әділетті ме?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Сен бизнестің үш түрі үшін контекстік жарнаманы орнатып жатырсың деп елестетіп көр. Сатып алушының іздеу сұрауларын талдау кезінде кілттер тізіміне қандай сөздер қосасың? Кестені толтыр. Мысал саған көмектеседі.

Кондитерлік	Автобөлшектер сату	Тігін шеберхенесі
«Қызыл мақпал» бәліші	Май ауыстыру	Шалбар тігу

Бұл контекстік жарнама мені сыртымнан аңдып отыр деген ойға қалдырады

Жаңа қоланың
Дәмін татып көр!

Жасырын камераларды табуға арналған құрылғы

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, өзің туралы және әлеуметтік желідегі өмірің туралы деректерді бөлісу қаншалықты қауіпсіз?

Рефлексия

1. Ретсіз сатып алулардан аулақ болу үшін Интернеттегі жарнамалардың көптігінен қорғануға бола ма?

2. Сенің ойыңша, диджитал-маркетинг тағы қандай бағытта дами алады?

3. Интернеттегі жеке деректердің құпиялылығына деген көзқарасың өзгерді ме?

3.3.3 Маркетинговые войны

Сен білесің:

- маркетингтік соғыс деп нені атайды;
- маркетингтік стратегиялар қандай болады.

Сен үйренесің:

- компания қызметі бойынша маркетингтік стратегияны анықтауды;
- компанияның маркетингтік стратегиясы бойынша басымдықтарын анықтауды.

Түйінді сөздер:

маркетингтік соғыстар, маркетингтік стратегиялар, қорғаныс соғысы, шабуыл соғысы, қапталдағы соғыс, партизандық соғыс.

Неліктен маркетингтік терминдердің көпшілігі әскери сөздерден алынған? Әскери және маркетингтік стратегиялардың қандай ортақ тұстары бар?

Заманауи маркетингтер маркетинг өнері соғыс өнеріне ұқсайды деген қорытындыға келді. Маркетингтің жаңа көзқарасының негізгі идеясы тұтынушыдан бәсекелестерге назар аудару және олармен күресу болды. Бұл

маркетингтік соғыстар деген жаңа ұғымды тудырды. Маркетингтік соғыстар – тауарларды таратудың маңызды арналары, нарықтар және т.б. үшін бәсекелестермен үнемі шайқастар. Мысалы: нарыққа ену және басып алу, позицияларды ұстау, және тағы басқалар.

Осы екі параллельді ұғымдарды егжей-тегжейлі зерттеу және талдау төрт **маркетингтік стратегияның** дамуына әкелді.

1. Қорғаныс соғысы – бұл шынайы нарық көшбасшыларына арналған стратегия, ол компания өзінің бәсекелестерін артта қалдырып, нарықтың шыңына шыққан кезде ғана қолданылады. Бұл бәсекелестердің күшті қадамдарын бұғаттауға мүмкіндік береді. Бәсекелестер өз өнімдеріне назар аудару үшін инновациялық идеяларды әзірлеуге және жүзеге асыруға үлкен ресурстар мен уақыт жұмсағанымен, нарық көшбасшысы өз аудиториясын жоғалтудан және адал сатып алушылардың көңілін қалдырудан қорықпайды, себебі ол үлкен сенім несиесіне ие және бәсекелестердің сәтті инновациялық идеялары пайда болған жағдайда, көшбасшының осы технологияны бейімдеп, оны өз өніміне көшіруге уақыты бар.

КЕЙС

Смартфондар нарығында басты күрес Apple мен Samsung арасындағы қарама-қайшылық болып саналады. Шын мәнінде, бұл екі компанияның нарықтағы жағдайы түбегейлі ерекшеленеді, ал Samsung жаңа нәрсе ойлап табуға тырысады және осылайша басқа брендтердің смартфондарынан технологиялық артықшылығын атап өтуге тырысады, Apple-дің міндеті жыл сайын былтырғы iPhone нұсқадан гөрі жақсысын көрсету. Apple-ден бәсекелестің күшті қадамдарын бұғаттауды Samsung-тың инновациялық идеялары iPhone-ға келесі модельге көшкен кезде байқауға болады. Бұндай әрекетті «өзіне шабуыл» деп атайды, бұл стратегияны сәтті пайдалану мүмкіндігі абсолютті нарық көшбасшыларының айрықша артықшылығы болып табылады.

Неліктен оларды СМАРТфондар деп атайтынын түсінбеймін

Бұл қызықты!

«Маркетинг – бұл соғыс», – дейді Джек Траут.

Пікірталас

Егер ол қорғаныс стратегиясын қолданса, нарық көшбасшысын жеңуге қандай мүмкіндіктер бар? Біреу мұны жасаған кезде мысалдар келтіре аласың ба?

Тапсырма

Өз саласы бойынша рейтингті басқаратын көшбасшы компаниялардың мысалдарын қарастыр. Алынған ақпаратты кестеге енгіз.

Компания – көшбасшы	Индустрия	Ең жақын бәсекелестер	Көшбасшылық себептері
Мысалы Apple	Смартфондар нарығы	Samsung, Xiaomi	Ең жақсы және ыңғайлы интерфейс дизайны

2. Шабуыл соғысы – бұл стратегия екінші немесе үшінші орында тұрған компанияларға қолданылады. Бұл стратегияның басты міндеті – күшті позицияға «шабуыл жасамау» үшін нарық көшбасшысының мықты және әлсіз жақтарын анықтау және оның орнына аудиторияның назарын көшбасшы компания өнімінің осал жерлерінен өз басымдылығына аудару. Шабуыл соғысының негізгі тезисі – «мүмкіндігінше кіші майдан шебіне шабуыл».

КЕЙС

Екінші дүниежүзілік соғыс кезінде Германия бұл стратегияны сәтті қолданды. Өз әскерлерінің сандық артықшылығын ескере отырып, қарсыластар қорғаныс шебін үлкен қашықтыққа соза білді. Алдыңғы шепте тең қарсылықтың мүмкін еместігін түсінген неміс әскерлері өздерінің негізгі күштерін бір жерге шоғырландыруға шешім қабылдады. Сынаға 50-ге жуық танк жинағаннан кейін, көбінесе ішке қарай, олар жаудың қорғаныс шебін бір шақырымнан аспайтын бөлікпен бұзуға бағытталды. Қарсыластың басым күші танкке қарсы зеңбіректерін майданның бүкіл ұзындығына таратқандықтан, олардың қорғанысын бір жерде бұзу немістер үшін қиын болған жоқ, ал одан әрі тылға кіру осы шайқаста жеңіске жетуге кепілдік берді.

Пікір білдір

Автокөлік нарығында екінші орында тұрған компаниялар он бірегей модельде ұсынылған өз өнімдерін жарнамалауға он миллион доллар бөлуге шешім қабылдады. Сенің ойыңша, егер компания жарнамалық бюджетті барлық модельдерге тең үлеспен бөлсе немесе барлық соманы ең табысты көлікті жылжытуға жұмсаса, қандай жағдайда жарнамалық әсер көп болады?

3. Қапталдағы соғыс – бұл стратегияны әлі де еркін нарықтарға ие болғысы келетін компаниялар қолданады. Мұндай соғыстың басты мақсаты – әлі басып алынбаған аумақтарды іздеудің пайдасына қарай қазірдің өзінде қалыптасқан нарықтағы көшбасшылармен ашық қақтығыстарды болдырмау. Классикалық маркетингте бұл жаңа тауашаны, сегментті іздеу деп аталады. Қапталдағы шабуыл кезінде мұндай сегментті бірінші болып алу маңызды. Егер сенің жоспарларың туралы басқа компаниялар білсе, онда олар да бәсекеге түсе алады, себебі бұл тауашада әлі көшбасшы жоқ.

Есте сақта!

Қапталдағы соғыс стратегиясын қолданған кезде жауды қудалау шабуылдың өзі сияқты маңызды. Жеңісті жеңілгендерді толығымен жою арқылы бекіту керек. Бұл ереже өз өнімдеріне де қолданылады. Егер бір өнім екіншісіне қарағанда тиімдірек болса, онда тек бірінші өнімді өндірумен шектелу керек.

Тапсырма

Қапталдағы соғыс стратегиясын сәтті қолданған компанияларды қарастыр. Алынған нәтижелерді презентация түрінде және сынып алдында таныстыр.

4. Партизандық соғыс – бұл стратегия жергілікті және аймақтық компаниялар үшін ең қолайлы. Стратегияның мәні – көшбасшыны қызықтырмайтын шағын нарық сегменттерін табу. Партизандық соғыстың негізгі ережелері кіру шегі төмен (сауданы бастау үшін көп ақша қажет емес), сондай-ақ сауданы жабу және нарықтан шығу үшін үлкен шығындар болмайтын жағдай болып саналады.

Базардан тез шығу мүмкіндігі қаланың басқа бөлігінде немесе тіпті басқа қалада сауданы қайта бастауға мүмкіндік береді. Стратегияның икемділігі және қатаң құрылымның болмауы сауда желісін (сатылатын тауарлар тізімін) қысқа мерзімде көп шығынсыз өзгертуге мүмкіндік береді.

Есте сақта!

Сен қандай жетістікке жетсең де, ешқашан көшбасшы сияқты әрекет етпе. Кез келген уақытта позицияларыңды өзгертуге дайын бол.

КЕЙС

Партизандық стратегияны микробизнес өкілдеріне де, ірі компанияларға да сәтті қолдануға болады. Мысалы, нарықта шемішке сататын әжелер кез келген уақытта және кез келген жерде өз қалауы бойынша сауда-саттықты бастайды және аяқтайды, ал ірі супермаркеттер желісіндегі нарық көшбасшылары олармен күресу үшін ресурстарды

ысырап етудің пайдасын көрмейді. Сол секілді Rolls-Royce ірі автомобиль компаниясы бірнеше жүз мың доллар тұратын қымбат машиналар нарығының сегментін алды. Компанияға көп мөлшерде сауда-саттық (жаппай сату) қажет емес, олардың күшті жақтары әр клиентке жеке-жеке қарайды, бұл басқа компаниялар үшін қол жетімді емес.

Пікір білдір

Келесі мәлімдемені қалай түсінесің: «Әскери шайқаста жекпе-жек өтетін аумақ өте маңызды рөл атқарады, ал маркетингте бұл аумақ – тұтынушылардың ақыл-ойы».

Бұл қызықты!

Маркетингтік соғыс – бұл нағыз интеллектуалды шайқас.

Рефлексия

1. Маркетингтік соғыста жеңіске жету үшін интеллект қаншалықты маңызды?
2. Нарықтағы көшбасшылыққа ұмтылған жас кәсіпкер барлық төрт маркетингтік стратегияны қолдануға мәжбүр дегенге келісесің бе?

3.3.4 SWOT талдау – маркетингтік жоспарлау құралы

Сен білесің:

- SWOT талдауы дегеніміз не;
- SWOT талдауын қалай жасайды.

Сен үйренесің:

- компанияның күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін анықтауды;
- SWOT талдауынан қорытынды жасауды.

Түйінді сөздер:

SWOT талдауы, күшті жақтары, әлсіз жақтары, мүмкіндіктері, қауіптері.

«Ақпаратқа ие адам әлемге иелік етеді» деген бизнес-идеяны қалай қолдануға болады?

Кез келген бизнесті дамытудың негізін көптеген құралдарды қолдана отырып жүргізілген аналитикалық жұмыстың үлкен көлеміне негізделген маркетингтік стратегия құрайды. Маркетингтің негізгі құралдарының бірі – **SWOT талдауы** – стратегиялық жоспардың құрамына барынша әсер ететін формация мен факторларды жинау және зерттеу.

SWOT талдауы төрт аспектіден тұрады:

- S (strengths) – күшті жақтары;
- W (weaknesses) – әлсіз жақтары;
- O (opportunities) – мүмкіндіктері;
- T (threats) – қауіптері.

Бұл қызықты!

Бұл термин алғаш рет 1963 жылы Гарвардта бизнес-саясаттың қиындықтары туралы форумда айтылды.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, SWOT талдауының ауқымы қаншалықты кең? SWOT талдауын маркетингтен басқа нәрселерді бағалау үшін пайдалануға бола ма?

Мақсатқа жету үшін пайдалы

Мақсатқа жетуге кедергі

күшті жақтары

әлсіз жақтары

мүмкіндіктері

қауіптері

Ішкі әлеует (сыртқы орта атрибуттары)

Сыртқы әлеует (ұйымның атрибуттары)

SWOT талдауын жасау кезінде маркетингшілер алынған деректерді пайдалана отырып, бизнес пен қызметке әсер ететін барлық факторларды анықтайды, компанияның болашағы немесе нарықтағы жағдай туралы гипотезалар жасалады. Бұл құралдың икемділігіне байланысты SWOT талдауы экономика мен жалпы ғылымнан бастап белгілі бір компания мен өнімді немесе саяси партияны бағалауға дейінгі әртүрлі салаларда бағалауға жарамды.

SWOT талдауын жасау кезінде қате бағалауды болдырмау үшін әр аспект негізін қамтитынын нақты түсіну қажет.

S (strengths) – компанияның құндылығын арттыратын артықшылықтар, ерекше дағдылар күшті жақтар болып саналады. Мұның бәрі фирмаға сатылымды жақсартуға мүмкіндік береді, бәсекелестікке сенімділік береді және нарықта жоғары позицияларға қол жеткізуге ықпал етеді.

W (weaknesses) – әлсіз жақтары бәсекелестердің артықшылығы бар аспектілер деп аталады. Бұл сипаттамалар кірістің өсуіне кедергі келтіретін және экономикалық көрсеткіштерді нашарлататын бизнестің дамуын тежейтін факторлар болып табылады.

O (opportunities) – мүмкіндіктер – бұл сатылымның өсуіне, қызметкерлердің біліктілігін арттыруға, өндірісті оңтайландыруға және т.б. тікелей әсер етуге мүмкіндік беретін бірегей бизнес факторлары.

T (threats) – сенің шешімдеріңе тәуелсіз, бірақ соған қарамастан мақсатқа жетуге кедергі келтіретін және компанияның қызметіне теріс әсер ететін әртүрлі сыртқы факторларды қауіп деп санау керек.

Күшті жақтары

- Біздің ерекше тәжірибеміз қандай?
- Клиенттер бізді неге жақсы көреді?
- Серіктестер қандай қасиеттерді құрметтейді?
- Бәсекелестерге қарағанда нені жақсы жасай аламыз?

Әлсіз жақтары

- Басқаларға қарағанда нені жасай алмаймыз?
- Қандай қателіктер жібереміз?
- Неліктен клиенттер бізге риза емес?
- Біздің дамуымызға не кедергі?

Мүмкіндіктері

- Бізде қандай резервтер бар?
- Біз қайда жерден және нені үйрене аламыз?
- Көшбасшылыққа жетуге не көмектеседі?
- Бизнес-процестердің қандай өзгерістері мақсатқа жетуге көмектеседі?

Қауіптері

- Сыртқы әлемнің қандай факторлары қауіп төндіреді?
- Қандай форс-мажорлар болуы мүмкін?
- Қандай қаржылық тәуекелдер болуы мүмкін?
- Қаржылық тәуекелдер қашан пайда болуы мүмкін?

Strengths

Weaknesses

Opportunities

Threats

Тапсырма

Сені қызықтыратын компанияны таңда. Оның қызметіне маркетингтік талдау жаса және SWOT талдауын жасау үшін қажетті факторларды зертте. Алынған мәліметтерді кестеге енгіз.

Күшті жақтар	Әлсіз жақтары

Мүмкіндіктері	Қауіптері

Пікір білдір

Кестеге енгізген мәліметтерге сүйене отырып, әр аспект бойынша қандай қорытынды жасауға болады (күшті жақтары, әлсіз жақтары, мүмкіндіктері, қауіптері). Әр жауабыңды дәлелде.

SWOT талдауының әр аспектісіндегі ең көп таралған мысалдар:

Күшті жақтары

- Компанияның нарықтағы үлкен тәжірибесі;
- қызметкерлердің жоғары біліктілігі;
- өз тауашасында статистикалық расталған үстемдік;
- заманауи жабдықтың болуы;
- дамыған логистикалық желі;
- өнім бәсекелестерде жоқ сұраныстағы қасиеттерге ие;
- жоғары жалақы және қызметкерлерді ынталандыру жүйесі.
- қызметкерлерді оқыту бағдарламаларының болуы;
- баға артықшылығы.

Әлсіз жақтары

- Ескірген жабдықты пайдалану;
- өнімнің жоғары құны;
- қызметкерлердің жетіспеушілігі;
- қаржыландырудың жеткіліксіздігі;
- кадрлардың ауысуы;
- ассортименттің аздығы;
- жеткізу, төлем шарттары, адалдық жүйесінің болмауы.

Мүмкіндіктері

- Нарықта мықты ойыншылардың болмауы;
- шикізат құнының төмендеуі;
- өндірістің тиімді орналасуы;
- тұтынушылар адалдығының жоғары деңгейі;
- салық преференцияларының болуы.

Қауіптері

- Елдегі және әлемдегі тұрақсыз саяси жағдай;
- бизнес саласын шектейтін заңдарды енгізу;
- мықты бәсекелестің пайда болуы;
- бәсекелестің өніміндегі инновация;
- бәсекелестердің бағаны төмендетуі;
- шикізат пен материалдардың қымбаттауы.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Интернетте зерттеу жүргізіп, егжей-тегжейлі және сапалы SWOT талдауының мысалын қарастыр. Келесі сұрақтарға жауап қайтар:

1. Неліктен дәл осы SWOT талдауы жақсы деп ойлайсың?
 2. Зерттеу негізінде компания қандай шешім қабылдады?
 3. Компания бұл шешімді қандай нәтижелерге әкелді?
- Алынған жауаптарды презентация түрінде таныстыр.

Рефлексия

1. SWOT талдауының қандай кемшіліктері бар?
2. Сенің ойыңша, барлық компаниялар маркетингтік стратегияны құруда SWOT талдауын қолдана ма?
3. Өмірдің қандай салаларында SWOT талдауын қазір қолдана аласың?

3.3.5 Бренд қосымша құндылық ретінде

Сен білесің:

- неліктен компаниялар бренд құруға ұмтылады;
- бренд туралы хабардар болу қандай артықшылықтар береді;
- брендке ие өнімнің құндылығы қалай артады.

Сен үйренесің:

- брендті құрған компанияның пайдасын анықтауды;
- бизнестің әртүрлі салаларындағы ең табысты брендтерді анықтауды.

Түйінді сөздер:

бренд, брендинг, брендке адалдық, брендтің танымалдығы, бренд адвокаттары, бренд құндылықтары.

Неліктен адамдар әлі бармаған мейрамханаларға жиі барады, бірақ бұрын ештеңе сатып алмаған дүкендерден киім сатып алмауды жөн көреді?

Қазіргі әлемде көптеген компаниялардың техникалық шарттары мен мүмкіндіктері шамамен бір деңгейге көтерілді, мұндай жағдайда сатып алушылардың таңдауына әсер ететін негізгі фактор компанияның беделі болды. Бедел тұжырымдамасы көптеген аспектілерді қамтиды, ыңғайлы болу үшін мамандар мұның бәрін **бренд** терминімен біріктірді. Бүгінгі таңда бренд – бұл сатып алушының санасында белгілі бір бейнені қалыптастыру, ол көп төлеуге дайын болатын құндылықты құрайды. Мұндай қондырғыны құру компанияны өз брендін немесе бір сөзбен айтқанда **брендингті** қалыптастыру және дамыту қажеттілігіне әкелді.

Бұл қызықты!

Адамзат тарихындағы брендинг туралы алғашқы жаңалық ежелгі қолөнершілердің стигманы ойлап табуы болып саналады. Стигма тауарды жасаған шебердің символына теңестірілді және тауар сапасының кепілі болды.

\$1.25 \$3.25
Брендинг күші

Пікірталас

Егер сатып алушы үшін шебердің стигмасы сапа кепілдігін білдірсе, онда сол стигма қолөнершінің өзі үшін қандай құндылыққа ие?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өз зерттеулеріңді жүргіз және сатып алушылардың сенімін арттыратын үш брендті таңда. Өз таңдауыңды дәлелде, алынған деректерді кестеге енгіз.

	Автокөліктер	Тұрмыстық техника	Смартфондар	Спорт киімі	Фаст-фуд мейрамханалары
1	2	3	4	5	6
1-орын					
2-орын					
3-орын					

Белгілі маркетинг-олог Джек Траут көбінесе қандай да бір өнімді сатып алу кезінде пайда болатын таңдау кезінде адам сана деңгейінде не таңдайтынын алдын-ала біледі деп есептейді. Шешім қабылдау механизмі соншалықты қарапайым, ол тек иә немесе жоқ болып көрінетін мониторы бар кішкене қорапқа ұқсайды. Иә – бұл клиенттердің брендке деген адалдығы, жоқ – бұл брендке бейтарап көзқарас немесе сенімсіздік.

Брендке деген адалдық тұтынушылардың бір брендке деген адалдығы және жайлылық пен бағаға қарамастан тек осы брендтің өнімдерін сатып алу ниеті болып саналады.

Бұл құбылыстың болуын біздің өміріміздің әртүрлі салаларында байқауға болады, біз оларды:

- өзімізге ұнаған актерлері бар басқа фильмдерді таңдаймыз;
- бұрын сауда жасаған дүкендерден сатып алуды жөн көреміз;
- көбінесе жаңа көлікті де бұрын айдаған көліктің брендімен сатып аламыз;
- және басқа жерлерде жиі кездестіреміз.

Пікір білдір

Тауардың немесе қызметтің сапасына сенімділікті арттыратын, сондай-ақ сатып алуды ынталандыратын брендтер бар ма? Неліктен бұл брендтер? Өз жауабыңды дәлелде.

Есте сақта!

Біз бұл брендті бірден танимыз, оның логотипінің кішкене бөлігін немесе қандай да бір элементін көрсек те танимыз.

Бұл қызықты!

Көбінесе сатып алушылар ақылы жарнаманы теріс қабылдайды. Мұндай жағдайларда **ауызша тарату** өзін жақсы көрсетеді, яғни қанағаттанған клиенттің өзі бренд пен оның өнімдері туралы ақпаратты тегін тарататын байланыстың кездейсоқ түрі.

Брендтің болуының негізгі факторларының бірі – оның танылуы. **Брендті тану** дегеніміз – тұтынушылардың кез келген компания немесе оның өнімі туралы хабардар болу дәрежесі, сондай-ақ сатып алу кезінде клиенттің осы компанияны бөлуге дайындығы.

Брендтің адалдығы мен танымалдығын арттырудың ең тиімді әдісі – **брендтің адвокаттарының болуы**, яғни брендтің өнімдерін пайдаланатын және оны өз бастамасымен достарына, жақындарына, кейде тіпті әлеуметтік желілердегі оқырмандарына ұсынатын клиенттер.

Көптеген саналы, адал сатып алушылар мен брендтің адвокаттары брендтің құндылықтарымен бөлісетіндіктен, оның жеке басының негізгі факторы, брендтің мақсатты аудиториясы үшін маңыздылығын арттыру құралы болып табылады. Бренд құндылықтарының мысалдары ретінде мыналарды келтіруге болады: инновацияға дайын болу, қызметкерлерге деген құрмет, табиғатқа қамқорлық және экологиялық мәселелерге байыпты қарау және т.б.

КЕЙС

Табысты брендингтің жарқын мысалы ретінде Coca-Cola компаниясын атауға болады. Әлемнің кез келген елінде, егер сен сатушыдан кола сұрасаң, онда ол қандай сусын туралы сұрағаныңды бірден түсінеді. Бұл компанияның жаңа жылдық жарнамасын көрмеген және «Мереке бізге келеді» әуенінен жылуды сезінбейтін адам жоқ та шығар.

Coca-Cola бөтелкесінің дизайны қалай өзгерген

Брендтің бұл позициясына бір күнде қол жеткізілмеді, компания 1886 жылы ашылды және осы уақыт ішінде газдалған сусындар нарығында көшбасшы компания ретінде танылды. Осы мерзім ішінде көптеген компаниялар бәсекеге түсуге тырысқанымен және одан әрі нарықта бірінші

орынға ие болғанымен, Coca Cola әрқашан жаңа маркетингтік құралдарды тауып отырды, олардың көшбасшылығын сақтауға және тұтынушылардың көз алдында өз брендінің құнын көтеруге мүмкіндік береді.

Сен қалай ойлайсың

Компания клиенттің алдында оң беделге ие болу үшін қанша уақыт қажет және оның санасында өз брендімен бірлестіктерді кейінге қалдырады?

Цифрлық дәуірде **онлайн бедел** мен шолуларды басқару брендинг стратегиясының ажырамас бөлігіне айналады. Тұрақты мониторинг, сауатты реакция және клиенттермен белсенді қарым-қатынас қажет. Интернеттегі беделін тиімді басқаратын компаниялар ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға және нарықтағы позицияны нығайтуға тырысады.

Интернеттегі беделді басқару белсенді стратегияны қажет етеді. Брендтің онлайн қатысуын, шолулар мен пікірлерді бақылау маңызды. Оң пікірлерге жылдам жауап беру клиенттердің өзара әрекеттесуін күшейтеді. Алайда, беделді басқару теріс пікірлерді тиімді өндеуді де қамтиды. Теріс пікірлер брендтің беделіне әсер етуі мүмкін. Мәселені шешуге кәсіби және қызығушылық таныту маңызды. Теріс пікірлерге жауаптар сыпайы және шешім табуға бағытталған болуы керек. Бұл тұтынушыларға қамқорлық пен қызметтердің немесе өнімдердің сапасын жақсартуға деген ұмтылысты көрсетуге мүмкіндік береді.

Пікір білдір

Сенде компаниямен өзара әрекеттесуде (әлеуметтік желілерде хат алмасу, кері байланыс реакциясы және т. б.) өз өнімдерін сатып алуға итермелеген немесе керісінше кері қайтарған жағдайлар болды ма?

Рефлексия

1. Сенің ойыңша, қандай қазақстандық компаниялар брендті қалыптастырды?
2. Ұлттық (елдік) бренд құру керек пе?
3. Компанияның брендін құруға және сақтауға қандай бөлімдердің қызметкерлері жауапты?

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білдің:

- маркетинг дегеніміз не;
- маркетингтің негізгі принциптері;
- нарықты талдау не үшін қажет;
- диджитал-маркетинг деген не;
- интернеттегі сатылымда қандай жарнама құралдары қолданылады;
- контекстік жарнаманың әдеттегіден айырмашылығы неде;

- маркетингтік соғыс деген не;
- маркетингтік стратегиялар қандай болады;
- SWOT талдауы дегеніміз не;
- SWOT талдауын қалай жасауға болады;
- неліктен компаниялар бренд құруға ұмтылады;
- брендті танудың қандай артықшылықтары бар;
- брендке ие өнімнің құндылығы қалай артады.

Сен енді үйрендің:

- бизнестегі маркетингтің маңыздылығын анықтауды;
- «4P» маркетингтік теориясын түсіндіруді;
- сатып алушының портретін жасауды;
- қарапайым өмірдегі диджитал-маркетингтің әсерін байқауды және талдауды;
- контекстік жарнаманың қалай реттелетінін түсінуді;
- компания қызметі бойынша маркетингтік стратегияны анықтауды;
- компанияның маркетингтік стратегиясы бойынша басымдықтарын анықтауды;
- компанияның күшті жақтарын, әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін анықтауды;
- SWOT талдауынан қорытынды жасауды;
- брендті құрған компанияның пайдасын анықтауды;
- бизнестің әртүрлі салаларындағы ең табысты брендтерді анықтауды.

3.4 бөлім. Қаржылық жоспарлау және модельдеу

Осы бөлімнің сабақтарында сен заманауи бизнесті қаржылық жоспарлау мен модельдеудің негізгі принциптерімен танысасың, классикалық қаржылық модель қандай негізгі деректер категорияларын қамтуы керек, ол бизнес үшін қандай пайда әкелуі мүмкін және оның болмауы қандай зиянды салдарға әкелетінін білесің.

Сен экономикалық жоспарлау теориясына тереңірек үңіліп, бюджеттеу мен баға саясатының негізгі тұжырымдамаларын түсінесің. Осы бөлімді зерделеу барысында саған бюджет тапшылығы мен артығы, баға белгілеу, баға квадранты, операциялық маржа және дивидендтер сияқты көптеген жаңа ұғымдар мен терминдер ашылады. Сондай-ақ, сен пайданың қандай түрлері бар, оларды бір-бірінен не ерекшелендіретіні және бизнес жасаған жұмыстың есептілігін талдау арқылы оларды қандай формулалар арқылы есептеуге болатыны туралы ақпарат аласың.

3.4.1 Қаржылық модель және оны құру тәсілдері

Сен білесің:

- қаржылық модель деген не;
- қаржылық модель қашан жасалады;
- қаржылық модель негізінде қандай шешімдер қабылданады.

Сен үйренесің:

- негізгі қаржылық модельді қалдыруды;
- тұрақты шығындарды анықтауды.

Түйінді сөздер:

бизнестің қаржылық моделі, сату жоспары, өзіндік құнын есептеу, тұрақты шығындар, кірістер мен шығыстар туралы есеп, шығынсыздық нүктесі.

Елестетіп көр, ата-анаң саған Наурыз мерекесіне арналған үлкен отбасылық іс-шара ұйымдастыруды тапсырды. Оған жалпы саны 30-ға тең туыстары мен отбасылық достары шақырылады. Мереке бағдарламасын ойлап табу, үстел мәзірін жасау, орынды таңдау және қажетті қаржылық есептеулерді қамтитын егжей-тегжейлі жоспарды ұсыну қажет. Бұл жағдайда сенің әрекет алгоритмің қандай? Қажетті шығындарды есептеу үшін кестені пайдалан.

№	Шығын бабы	Шығын құны
1	2	3
1		
2		
3		
4		
5		
		ҚОРЫТЫНДЫ

Көптеген бастаушы кәсіпкерлер жоспарлау құралдарын елемейді, олардың негізгі бағыты бизнес-идеяның өзі болып қала береді. Ақшаны пайдалану туралы егжей-тегжейлі есепті мұқият жоспарлау және жүргізу оларға жеткіліксіз болып көрінеді. Алайда бұл тәсіл көбінесе банкроттыққа немесе өте сәтсіз бизнес тәжірибесіне алып келеді. Өз кезегінде, табысты кәсіпкерлер **бизнестің қаржылық моделін** құруды басты басымдыққа айналдыруды ұсынады – жиынтық кесте немесе бес маңызды компонентті қамтитын жүйе: сату жоспары, бизнесті ұстауға кететін шығындар, өнімнің өзіндік құнын есептеу, қолма-қол ақшаны есепке алу, түпкілікті нәтиже.

Қаржылық модель өзекті және қажет:

- **бизнес-жобаны іске қосу басталғанға дейін**, себебі ол жобаның қаржылық көрсеткіштері бойынша өміршеңдігін алдын ала болжай алады, сонымен қатар жобаның пайда болу кезеңінде мақсаттар мен міндеттерді құруға көмектеседі. Есептеуге өзіндік құны мен шығындарды салыстырғанда өнімді сату санының болжамы кіреді. Осылайша, көп уақыт пен қаражат жұмсамай-ақ жобаны жүзеге асыру қиын немесе керісінше сәтті екенін көруге болады.

- **сонымен, жұмыс істеп тұрған бизнес үшін**, себебі ол өсудің негізгі нүктелерін анықтайды, пайдаға және жалпы бизнеске теріс әсер ететін тар мойынның болуын көрсетеді.

Пікірталас

Құрал ретінде жоспарлау тек бизнесте тиімді ме, әлде ол қарапайым өмірде де қолданылады ма? Күнделікті өмірде егжей-тегжейлі жоспарлау тәжірибесі туралы айтып бер.

Қазіргі шынайы өмірде қаржылық модельді құрудың көптеген нұсқалары бар. Олардың құрылымы мен мазмұны көптеген факторларға байланысты: бизнестің ауқымы, қызмет саласы, тартылған инвестициялардың болуы мен түрі, жобаның даму кезеңі, қойылған міндеттер және тағы басқалар.

Ең негізгі мазмұн есептеу кестелері түріндегі ақпараттың келесі санаттарын қамтиды:

Сату жоспары – өнімнің болашақ сатылымының санын, бағасын және мерзімін сипаттайтын құжат. Бұл санат белгілі бір нұсқаулық, мақсаттарды жүзеге асыру үшін әрекет алгоритмі болып табылады. Бұл құжаттың ерекшелігі – өнімнің әр атауын және оларды сату орындарын сатуды егжей-тегжейлі жоспарлау.

Мысалы

	Өнімнің атауы	1 ай		Ай ішіндегі сату құны	2 ай		Ай ішіндегі сату құны
		Өнім саны	Бір өнімнің бағасы		Өнім саны	Бір өнімнің бағасы	
	1 тауар						
	2 тауар						
	3 тауар						

Пікір білдір

Егер сату жоспарына қол жеткізілмесе, команданы қалай ынталандыруға болады?

Өзіндік құнды есептеу – ақшалай нысанда өнімнің бір бірлігін өндіру құнын есептеу алгоритмін сипаттайтын құжат. Шығындарды есептеу кезінде кәсіпкерлік тәжірибесі жоқ көптеген адамдар тек шикізат шығындарын ескереді, алайда іс жүзінде өндірістік шығындардың көптеген басқа түрлері бар, мысалы: қызметкерлердің жалақысы, электр және су шығындары, үйді жалға алу шығындары және т. б.

Есте сақта!

Кез келген тауардың өзіндік құнын біржола есептеу мүмкін емес. Көптеген әртүрлі сыртқы факторлар оның үнемі өзгеруіне алып келеді.

Пікір білдір

Өнімнің өзіндік құнының өзгеруінің мүмкін себептерін тізімде.

Тұрақты шығындар – көлемі өндірілген тауар санына тәуелді емес шығындардың шамасын көрсететін құжат. Мұндай шығындар кеңсе мен өндірісті ұстауға, әкімшіліктің жалақысына, салықтарға және т.б. жалпы шығындар болуы мүмкін.

Мысалы

Шығындар атауы	1 ай	2 ай	3 ай	3 айдың қорытындысы
Кеңсені жалға алу				
Кеңсені ұстауға арналған шығындар				
Әкімшіліктің жалақысы				
Жарнама шығындары				
Салықтар				
ҚОРЫТЫНДЫ				

Тапсырма

Бизнестің жұмсалуды мүмкін шығындарын тізімде, бірақ сонымен бірге олардың болуы мен мөлшері өндірілген тауардың санына байланысты емес.

Пайда мен шығын туралы есеп – белгілі бір кезеңдегі компанияның жалпы кірістері мен жиынтық шығыстары арасындағы айырмашылықты білдіретін нақты сан түріндегі бизнестің соңғы қаржылық нәтижесін көрсететін кестелік түрде жасалған құжат. Оң айырмашылық болған жағдайда нәтиже пайда болады, әйтпесе нәтиже **шығындар** болады.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Зерттеу жүргізіп, компания көп жағдайда шығынға ұшыраған кезде кәсіпкерлік қызметтің мысалдарын қарастыр, бірақ бұл оның банкроттығына әкелмейді. Мұндай бизнестің бірегейлігінің негізгі себептерін ата. Өз пікіріңді дәлелде.

Бұл қызықты!

Шығынсыздық немесе нөлдік пайда нүктесі – бұл жалпы сату компанияның жалпы шығындарына тең болатын жағдай.

Рефлексия

1. Бизнестің табысты болуы үшін жақсы идея жеткілікті ме?
2. Қаржылық модельдің көрсеткіштеріне сүйене отырып, қандай басқару шешімдерін қабылдауға болады?
3. Тұрақты таза кірістің болуы бизнес табысының тікелей көрсеткіші ме?

3.4.2 Бюджеттендіру

Сен білесің:

- бюджет қалай жасалады;
- бюджет қандай бөліктерден тұрады;
- бюджеттің тапшылығы мен артығы қалай пайда болады.

Сен үйренесің:

- бюджет құруды;
- жоспарланған шығынның тиімділік дәрежесін анықтауды;
- бюджетті оңтайландыруды.

Түйінді сөздер:

бюджет, бюджеттендіру, бюджеттің кіріс бөлігі, бюджеттің шығыс бөлігі, бюджет тапшылығы, бюджеттің артылуы, бюджетті теңгерімдеу.

Маңызды нәрсені сатып алуға немесе төлеуге ақшаң жетпеген жағдайды есіңе түсір, сен бұрын жоспарланбаған маңызды емес нәрсені сатып алуға ақша жұмсадың ба?

Кез келген бизнес шұғыл шешілмеген міндеттерге тап болады. Жаңадан бастаған кәсіпкер көбінесе басымдықтарды қалай қою керектігін және қаражатты бірінші кезектегі міндеттерді орындауға жеткілікті болатындай етіп басқаруды білмейді.

Қолда бар қаражатты дұрыс және тиімді басқара білудің маңызды дағдысы кәсіпкерге **бюджетті құру** арқылы келеді. Бюджет – ақша

қаражаттарының түсімдері (компанияның кірістері) мен шығуларынан (компанияның шығыстары) тұратын қаржы құралы.

Бұл құралды пайдалану кәсіпкерге өзінің қаржылық мүмкіндіктерінен тыс жағдайды болдырмауға мүмкіндік береді және маңызды қателіктер жібермес бұрын қолда бар қаражатты қайта бөлу қажеттілігін білдіреді. Бюджетті құру және әзірлеу процесі **бюджеттендіру** деп аталады.

Пікір білдір

Қалай ойлайсың, маңызды және маңызды емес міндеттерді анықтайтын кәсіпкер нені басшылыққа алуы керек?

Пікірталас

Қалай ойлайсың, бюджеттендіру қандай пайда алып келеді?
Жауаптар нұсқасы:

- жоспарды материалдық бағалау;
- қаржылық жоспарлауға көмектесу және болашақ сатылымдарды болжау.

Шығындарымызды талдағаннан кейін біз қаражаттың тек осы мөлшері тиімді пайдаланылады деген қорытындыға келдік

Бұл қызықты!

Үш Иә заңдылығы

Тәжірибелі кәсіпкерлер жаңа бастаған кәсіпкерлерге ақша жұмсау кезінде өздеріне үш сұрақ қоюға кеңес береді:

- Бұл шығын менің табысымның артуына әкеледі ме? Иә / Жоқ.
- Бұл шығын менің шығындарымның төмендеуіне әкеледі ме? Иә / Жоқ.
- Бұл шығын менің өнімімді немесе командалық жұмысын жақсартуға әкеледі ме? Иә / Жоқ.

«Иә» жауаптарының саны берілген шығындардың тиімділігіне тікелей пропорционалды.

Анықтама бойынша бюджет екі бөліктен тұрады:

Бірінші **кіріс бөлігі** компанияның шотына түсетін ақшалай түсімдердің толық тізімін қамтиды. Бұл бөлік міндетті түрде компанияның өнімдерін сатудан түскен ақшаны (өнім желісі бойынша), инвесторлардан алынған қаражатты немесе қанағаттанған клиенттердің қайырымдылығын қамтиды.

Екінші **шығыс бөлігі** компанияның шотындағы барлық ақша аударымдарының тізімін қамтиды. Бұл бөлімде кеңсе тауарларын сатып алудан бастап үздік қызметкерлерге бонустар төлеуге дейінгі қаржылық шығындардың барлық баптарының толық тізбесін көрсету қажет.

Бюджеттің кіріс бөлігі шығыстан асатын жағдай **бюджеттің артылуы** (профициті) деп аталады. Бюджет шығыстары кірістерден асатын кері жағдайды **бюджет тапшылығы** деп атайды. Екі жағдай да әрқашан ақшалай түрде көрінеді. Ал кіріс бөлігі шығысқа тең болуы **бюджет теңгерімі** деп аталады.

Тапсырма

Өзің қызығатын бизнестің түрін таңда, оның кірістері мен шығыстарын талда, таңдалған компанияның бюджетін жаса. Алынған мәліметтерді кестеге енгіз.

№	Бюджет түсімі (кіріс)	Сомасы
1		
2		
3		
		Қорытынды
№	Бюджеттің істен шығуы	
1		
2		
3		
		Қорытынды
	Бюджеттің артылуы/тапшылығы	

Пікірталас

Компания бюджетін тапшылық жағдайынан шығара алмайтын бизнестің болашағы қандай болады?

БЮДЖЕТ

– Аз жұмса

– Көбірек ақша тап

«Мен біздің жаңа қаржы директорынан қатты күдіктенемін»

Кез келген бюджет бір құрылым бойынша жасалғанына қарамастан, оны қолдану саласы бизнесте шектелмейді. Мысалы:

- Мемлекеттік бюджет – түсімдер салықтардан және бюджетке төленетін басқа да төлемдерден, ал мемлекетке жұмсалатын шығыстардан шығудан тұрады.

- Отбасылық бюджет – түсімдер барлық мүшелердің кірістерінен тұрады, ал шығу отбасына жұмсалатын отбасылық шығындардан тұрады.

- Іс-шараның бюджеті – түсімдер жан-жақты көздерден, шығу кәсіпорынның мақсатына жұмсалатын шығындардан тұрады.

- және басқалар

Пікірталас

Бюджетті оңтайландыру терминін қалай түсінесің, оның шығындарды қысқартудан түбегейлі айырмашылығы неде?

Шығындарды қысқартқаннан кейін неге тезірек алға жылжымайтынымызды түсінбеймін?

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өз ортаңнан кәсіпкерлерді таңда, онымен «Бюджетті оңтайландыру жолдары» тақырыбында сұхбат жүргіз. Сұрақ-жауап нәтижелерін презентация түрінде жаса.

Бюджеттендіру, ең алдымен, бизнестің экономикалық тиімділігіне бағытталған іргелі басқару құралдарының бірі болып табылады, себебі ол компанияның барлық қаржылық көрсеткіштеріне орасан зор әсер етеді. Бюджеттендірудің максималды пайдасына қол жеткізу үшін бұл процесті дұрыс құрылымдау керек, сонымен қатар осы тапсырманы орындауға жоғары білікті мамандар тағайындалуы керек. Алайда, бюджеттендірудің барлық жауапкершілігі компанияның барлық қызметкерлері арасында бөлінеді, себебі кәсіпорынның әр бөлімі белгілі бір дәрежеде компанияның ақша табу немесе жұмсау процесіне қатысады.

Рефлексия

1. Тапсырмаларды орындауға басымдық беру кезінде бюджеттендіру дағдысы кәсіпкерге қалай әсер етеді?

2. Кәсіпкер үшін оның компания бюджетінің артылуы не үшін қауіпті болуы мүмкін?

3. Залалсыздық нүктесі мен теңгестірілген бюджеттің айырмашылығы неде?

3.4.3 Баға саясаты

Сен білесің:

- неліктен компаниялар баға саясатын жасайды;
- баға саясаты қандай мақсаттарды көздейді;
- қандай нарықтар икемді деп аталады, ал қайсысы икемсіз;
- баға квадранты дегеніміз не.

Сен үйренесің:

- компанияның даму кезеңін оның баға саясаты бойынша анықтауды;
- бизнестің әртүрлі салалары үшін баға квадрантын құрастыруды.

Түйінді сөздер:

баға саясаты, маркетингтік баға саясаты (нарыққа ену, жаулап алу және ұстау), баға квадранты.

Қалай ойлайсың, кәсіпкер өз тауарына немесе қызметіне сатылым бағасын қандай принцип бойынша белгілейді?

Жетілген компаниялар баға бизнестің ең маңызды экономикалық көрсеткіші болып табылатынын жақсы түсінеді. Ол компанияның табыстылығына жауап береді, себебі оған компанияның барлық шығындары мен кірістері ғана кіреді: қызметкерлерге жалақы төлеу, мемлекет бюджетіне салық түрінде аудару, банктік қарыздарды өтеу және бизнес иелеріне дивидендтер төлеу.

Сондықтан да егер есептеулерде қателесіп, тым төмен бағаны белгілесен, онда тауар немесе қызмет сатылып кетеді, бірақ сонымен бірге компания жеткілікті пайда таппайды. Керісінше, жоғары баға барлық сатып алушыларды қорқытады және тауар толығымен сатылмайды, бұл сонымен қатар компанияны жеткіліксіз пайдаға әкеледі.

Бизнестегі бұл жағдайдың шешімі әзірленген **баға саясаты** болып табылады. Баға саясаты – басқа компаниялардың нарықтағы ұсыныстарын, бизнеске салынған қаражаттың қайтарымдылығын, максималды пайда мен таңдалған маркетингтік стратегияны ескере отырып, өз өнімдерінің бағасын анықтау шаралары мен әдістемелерінің жиынтығы.

Түсінемін, бірақ есесіне бізге тек бір ғана стакан сату керек!

Лимонад – бір стакан үшін 100 доллар

Сатып алушылар

БАҒА

Бәсекелестер

Бәсекелестер

Шығындар

Есте сақта!

Бизнес иесі өз қызметкерлеріне жалақыны сатып алушы төлейтінін айтқан кезде, ол жалақыны көтерудің ең тиімді әдісі сатылым көлемін ұлғайту екенін білдіргі келді, себебі компания қызметкерлері мен құрылтайшысының жалақысы бағаға байланысты.

Әдетте, баға саясаты өнімдер мен қызметтерге сұраныстың мөлшерімен, ұқсас тауарларға бәсекелестердің бағасымен, өнімді құру және жылжытудағы шығындар құрылымымен және т.б. анықталады. Кәсіпорынның баға саясаты оны әзірлеу мен іске асырудың микро деңгейіне сәйкес келеді.

Пікірталас

Нарықтағы сұраныс пен ұсыныс өнімнің бағасына қалай әсер етеді?

Маркетинг тұрғысынан баға саясаты:

- Нарыққа ену – бұл стратегияны нарыққа енді ғана келген және онда өз орнын алғысы келетін жас компаниялар пайдаланады. Көбінесе бұл жағдайда компаниялар төмен баға стратегиясын таңдайды, бұл оларға өз өнімдеріне назар аударуға және клиенттерді бәсекелестерден алшақтатуға мүмкіндік береді.

- Нарықты жаулап алу – нарыққа енгеннен кейін компания клиенттерге деген адалдық деңгейі мен танымал бренді бар шағын аудиторияға ие. Бұл екі шарт компанияға кірістілікті және нарық үлесін арттыру мақсатында бағаны біртіндеп көтеруге мүмкіндік береді.

- Нарықты ұстап қалу – бұл стратегия нарық үлесі мен пайда деңгейін ұлғайту емес, кірістілік деңгейін сақтау және сатуды қамтамасыз ету болып табылатын нарық көшбасшылары үшін ғана қолданылады.

Тапсырма

Дамудың әртүрлі кезеңдерінде тұрған бірнеше компаниялардың баға саясатына зерттеу жүргіз. Олардың баға стратегиясын анықта. Алынған деректерді кестеге енгіз.

	Нарыққа ену стратегиясын қолданатын компаниялар	Нарықты жаулап алу стратегиясын қолданатын компаниялар	Нарықты ұстап қалу стратегиясын қолданатын компаниялар
1	2	3	4
2			
3			

Пікір білдір

Барлық бизнес компанияның экономикалық дамуының осы кезеңдеріне сүйене отырып, баға саясатын әзірлей ме? Нарыққа ену немесе жаулап алу кезеңінен өткен өз тауашаларында көшбасшы болған компаниялардың немесе өнімдердің мысалдары бар ма?

Сарапшылар тұтынушыларды сатып алатын өнімнің баға диапазонына қарай төрт негізгі санатқа бөледі. Бұл санаттар бірге **баға квадрантын** құрайды.

Люкс	Премиум
• vәртебе	• vәртебе

<ul style="list-style-type: none"> • бедел • қатысу • артықшылықтар 	<ul style="list-style-type: none"> • бедел
<p>ЕҢ ЖОҒАРЫ БАҒА – ҮЗДІК САПА</p> <p>Клиенттер – 3%-дан 5%-ға дейінгі халық саны</p>	<p>ЖОҒАРЫ БАҒА – ЖОҒАРЫ САПА</p> <p>Клиенттер – 10%-дан 15%-ға дейінгі халық саны</p>

Комфорт	Эконом
<ul style="list-style-type: none"> • Қарапайымдылық • Ыңғайлылық • артық төлемнің жоқтығы 	<ul style="list-style-type: none"> • Қолжетімді • шектеулі
<p>ӘДІЛ БАҒА – ЖАҚСЫ САПА</p> <p>Клиенттер – 40%-дан 80%-ға дейінгі халық саны</p>	<p>ТӨМЕН БАҒА – ТӨМЕН САПА</p> <p>Клиенттер – 15%-дан 30%-ға дейінгі халық саны</p>

Люкс санаты – бұл санат халықтың ең бай бөлігін білдіреді. Бұл адамдар сатып алынатын өнімнің бағасына қарамайды, олардың басты басымдығы – олардың мәртебесін көрсететін және ерекше артықшылықтарға ие тауарлардың ең жоғары сапасы мен эксклюзивтілігі. Осы сегментте жұмыс істейтін компаниялар нарықтағы ең жоғары баға белгілерін көрсете отырып, жаппай сатылымға ұмтылмайды. Мұндай компаниялардың мысалдары: Rolls-Royce, Zegna, Patek Philippe, Мишелин жұлдызды мейрамханалар.

Премиум санаты – бұл санат халықтың бай бөлігін білдіреді. Бұл адамдар сатып алынған өнімнің жоғары сапасы үшін төлеуге дайын, сонымен қатар мәртебе мен артықшылықтарға ұмтылады, бірақ олардың жағдайы бағаны мүлдем елемеуге мүмкіндік бермейді. Осы сегментте жұмыс істейтін компаниялар жаппай сатылымға ұмтылады, сондықтан баға белгілеу кезінде олар мақсатты аудиторияның қаржылық мүмкіндіктеріне назар аударады. Мұндай компаниялардың мысалдары: Lexus, Gucci, Zenith, қымбат мейрамханалар.

Комфорт санаты – бұл санат халықтың орта класын білдіреді. Бұл адамдар өнімді сатып алғанда мәртебесі мен артықшылықтары үшін артық төлеуге дайын емес, олардың басты басымдығы – қарапайымдылық және ыңғайлылық. Осы сегментте жұмыс істейтін компаниялар ең көп сатылымға ұмтылады, себебі олардың мақсатты аудиториясы жалпы халықтың ең көп пайызын құрайды. Олардың баға саясаты сатып алынатын тауарлардың бағасы мен сапасының пропорционалдылығына негізделген. Мұндай компаниялардың мысалдары: Toyota, Massimo Dutti, Swatch, McDonald 's.

Эконом санаты – бұл санат халықтың қаржылық жағынан аз қамтылған тобынан шыққан адамдарды білдіреді. Бұл адамдарда өнімді таңдаудағы негізгі мотивация көбінесе қаражаттың қажеттілігі мен шектеулілігі болып табылады. Осы сегментте жұмыс істейтін компаниялар өз тауарларына ең қолжетімді бағаларды қою арқылы жаппай сатылымға ұмтылады. Мұндай баға саясатындағы өнімнің сапасы жоғары болуы мүмкін емес. Мұндай компаниялардың мысалдары: Daewoo, LC Waikiki, Airbnb, фаст-фуд және қоғамдық асханалар.

ЗЕРТТЕУ ЖҰМЫСЫ

Өзінді қызықтыратын бизнес саласын таңда (автомобиль бизнесі, мейрамхана бизнесі және т.б.) және оның баға квадрантын зертте. Әрбір квадрант санатындағы бірнеше компаниялар үшін шамамен мәмілелер санын, сату көлемін және таза кірісті есепте. Зерттеу нәтижелерін презентация түрінде таныстыр.

Бұл қызықты!

Тұтынушылар санаттарының пайызы ел экономикасының жағдайына тікелей байланысты. Экономика әлсіреген кезде **премиум** өкілдерінің бір бөлігі **комфорт** санатына ауысады, тиісінше **комфорт** өкілдерінің бір бөлігі **эконом** санатына ауысады. Экономика өскен кезде кері қарай ауысады. Алайда ел экономикасының жағдайындағы өзгерістерге қарамастан, **люкс** санатының үлесі тұрақты болып қалады.

3.4.4 Шығындарды басқару

Сен білесің:

- шығындарды басқару деген не;
- бизнес циклі қандай кезеңдерден тұрады;
- компаниялар шығындарды жоспарлауды жақсарту құралдарын қалай табады.

Сен үйренесің:

- тиімді басқару үшін қажетті дағдыларды анықтауды;
- бизнес циклінің ұзақтығын анықтауды.

Түйін сөздер:

компания шығындарын басқару, бизнес циклі, ауытқудың объективті және субъективті себептері.

«Қайда барарымды білмеймін, не әкелерімді білмеймін» деген өтінішті қалай орындауға болады?

Бизнес көптеген бизнес-процестерден тұрады, олардың бір бөлігі бір-бірімен байланысты, ал бір бөлігі жоқ. Жас кәсіпкерлер бәрін бірден ұстап алады, ең бастысы, олар барлық тапсырмаларды өз бетінше орындауға тырысады. Бұл тапсырманы беру және процестерді басқару дағдыларының болмауына байланысты. «Басқару» деген ұғымның нені қамтитынын түсіну үшін басқарудың бірнеше мысалын талдап, олардың арасында не ортақ екенін анықтауға болады:

- **автокөлікті басқару** – көлікті руль, беріліс қорабы, газ педальдары және тежегіштер сияқты әртүрлі құралдармен басқару мүмкіндігі. Сондай-ақ толыққанды жүргізу үшін А нүктесінен В нүктесіне маршрут құра білу және оларға бағыну үшін жол ережелерін білу қажет.

- **ұжымды басқару** – фирманың жоспарланған мақсаттарына барынша тиімді қол жеткізу мақсатында олардың арасындағы міндеттерді сауатты бөлу үшін өз қызметкерлерінің мықты жақтарын, таланттарын және еңбек тәжірибесін тани білуден тұратын басшының маңызды сапасы.

- **елді басқару** – мемлекеттің қазіргі билік органдары мен олардың лауазымды адамдарының қоғамның әл-ауқаты мен мемлекетті нығайтуға бағытталған бұрын жасалған жоспарды орындау міндеті.

- компанияның шығыстарын басқару – компанияның барлық мақсаттары мен міндеттеріне қол жеткізу арқылы кепілдендірілген пайда табатындай қолда бар шектеулі қаржы ресурстарын тиімді бөлу және пайдалануды бақылау мүмкіндігі.

Біріншіден, шығындарды басқару сияқты процесті толық түсіну үшін шығындардың өзіне нақты анықтама беру керек. Бизнеске ақша қаражаттарының шығуы есебінен экономикалық пайданың төмендеуіне әкелетін кез келген шығындар, сондай-ақ ұйым капиталының қысқаруына әкелетін міндеттемелердің пайда болуы компанияның шығындары болып саналады. Бұл жағдайда қандай да бір ақшалай шығын жасаған кезде компания тауарлар немесе қызметтер түрінде бір нәрсе алатынын түсіну қажет.

Есте сақта!

Біз тек бақылауға болатын нәрсені жақсартамыз, ал тек өлшейтін нәрсені бақылаймыз!

Пікір білдір

Басқару мысалдарының деректері қандай жалпы атрибуттарға ие? Егер сен қол жеткізген нәтижелерді қадағаламасаң және кері байланыс жасамасаң, кез келген процесті тиімді басқаруға бола ма?

ПРАКТИКАЛЫҚ ЖҰМЫС

Өзінді кәсіпкер ретінде елестетіп көр, бизнес түрін ойлап тап, тапсырмаларды өз қызметкерлеріңе бөліп бер. Кестені қолданып, нәтижені

сынып алдында көрсет.

№	Кім	Не	Қашан	Неліктен
1	2	3	4	5
1				
2				
3				
4				
5				

Пікірталас

Қалай ойлайсың, қызметкер алатын жауапкершілік деңгейі мен оның жалақы мөлшері арасында байланыс бар ма? Неліктен кәсіпкерлер жауапты және атқарушы қызметкерлерді бағалайды, сондай-ақ қиын жағдайларда жауапкершілікті өз мойнына ала алатын адамдарды ынталандырады?

- Бизнесінің мақсаты мен міндеттері;
- бюджеттендіру;
- құралдарды бөлу

Жоспарлау

Атқару

Шығындарды басқару циклі

Ауытқу

Қатемен құмыс

- Оңтайландыру;
- жауаптыларды іздеу;
- жоспарды түзеу

- Міндеттерді орындау;
- мақсатқа жету;
- құралды жұмсау

- Орындалған және орындалмаған міндеттерді салыстыру;
- қолжеткізген және жетпеген мақсаттарды салыстыру;
- басқа ауытқулар

Шығындар бизнестің өмір бойы ажырамас бөлігі болып табылады. Компаниялар қолда бар қаражатты үнемі жұмсайтындықтан, олар өз

шығындарын үнемі қадағалап, басқаруы керек. Бұл төрт кезеңнен тұратын шығындарды басқару циклін құрайды:

- **Жоспарлау** – бұл кезеңде компания осы цикл шеңберінде өз мақсаттарын қалыптастырып, қолда бар ресурстардың көлемін анықтап, оларды одан әрі бөлуді жоспарлауы керек.

- **Атқару** – қойылған міндеттерді орындау мақсатында қаражатты нақты жұмсау кезеңі. Осы кезеңде компания жаңа жабдықтарды, шикізат пен материалдарды сатып алады, қызметкерлер мен серіктестерге қаражат төлейді, салықтарды төлейді.

- **Ауытқуларды анықтау** – осы кезеңде атқарылған жұмыстар бойынша есептер жиналады, ақшалай қаражаттың нақты пайдаланылуы анықталады және жоспардан ауытқулар жазылады. Сондай-ақ, компания өз мақсаттарына жету дәрежесін бағалауы керек.

- **Ауытқулармен жұмыс** – осы кезеңде компания анықталған және тіркелген ауытқулар бойынша талдау жұмыстарын жүргізеді, сондай-ақ орын алған ауытқулардың себептерін табады. Ауытқудың екі түрі бар: объективті және субъективті. **Объективті себептер** – бұл болжауға немесе әсер етуге болмайтын оқиғалар. **Субъективті себептер** – дұрыс емес жоспарлау немесе нашар орындау. Осы кезеңнің ең маңызды міндеті-қателіктер бойынша жасалған жұмысты ескере отырып, жаңа жоспар құру.

Бұл қызықты!

Әрбір компания өзінің қызмет саласына аймақтың ерекшеліктеріне байланысты өзінің **бизнес циклін** анықтайды. Мысалы, дәнді дақылдарды өсірумен айналысатын солтүстік аймақтардың аграршыларының бизнес циклі бір күнтізбелік жыл болса, ал оңтүстікте аграрлық бизнес циклі үш ай болуы мүмкін.

Тапсырма

Бірнеше компанияны таңдап, олардың бизнес циклдерін анықта. Алынған нәтижелерді кестеге енгіз. Осы кестені пайдаланып, келесі сұраққа жауап бер:

- Компанияның қызмет түрі оның циклінің ұзақтығына қалай және неге әсер етеді?

№	Компания атауы	Қызмет түрі	Цикл ұзақтығы
1	2	3	4
1			
2			
3			

Пікірталас

Егер ауытқуларды анықтау кезеңінде жоспар өте жақсы орындалған болса, компанияны тиімді деп санауға бола ма? Бұл жағдайда компания келесі цикл жоспарын қалай жақсартта алады?

КЕЙС

Шығындарды басқаруға мұқият қараудың арқасында CRM жүйелерін енгізетін компания өз шығындарын 20%-ға қысқарта алды. Компанияның негізін қалаушы бұл процесті жеке өзі басқарды. Деректер қолмен енгізілген ең қарапайым excel кестелерін құрудан бастап, ол бұл процедураның тым көп уақытты қажет ететінін, жарты күнді, кейде апта сайын толық жұмыс күнін алатынын түсінді, бұл оған компанияның дамуындағы басқа бағыттарға, мысалы, өндіріс, сату, маркетинг және т. б. Көңіл бөлуіне кедергі болды. Содан кейін кәсіпорын шығындарын есепке алу процестерін автоматтандыру туралы шешім қабылданды. Осылайша, осындай маңызды процеске қатыса отырып, бизнестің негізін қалаушы қаржылық есептілікті құрудағы қиындықтарды анықтады және жұмыс уақытының көп мөлшерін босатып, компания бюджетінің үлкен үлесін үнемдей отырып, осы мәселенің шешімін таба алды.

Рефлексия

1. «Басқару» сияқты процесс туралы түсінігің қалай өзгерді?
2. Алдын ала жоспарлаусыз оның шығындарын басқару компанияға не әкеледі?
3. Басқа адамдарды тиімді басқару үшін бағыну керек пе?

3.4.5 Таза пайда және дивидендтер

Сен білесің:

- бизнестегі жалпы пайда қалай есептеледі;
- операциялық пайда деген не;
- таза пайданы есептеу формуласы;
- бизнес дивидендтерді қашан төлейді.

Сен үйренесің:

- пайда түрлерін ажыратуды;
- жалпы пайда маржасы мен операциялық маржаны есептеуді;
- жалпы, операциялық және таза пайда мөлшерін есептеуді.

Түйін сөздер:

жалпы пайда, операциялық пайда, таза пайда, дивидендтер.

Кез келген бизнестің табыстылығын анықтауға болатын қандай қаржылық көрсеткіштерді білесің?

Қаржылық тұрақтылықтың маңызды көрсеткіші сатылатын өнім көлемі болып табылады. Кәсіпкерлердің көпшілігі дәл осы көрсеткішке назар аударады, ал компанияның табыстылығын бағалау кезінде **жалпы пайда** – жалпы сату сомасы мен өнімнің өзіндік құны арасындағы айырмашылық неғұрлым ақпараттық болып табылады.

Жалпы пайданы есептеу қажет болған жағдайда **пайдаланылатын ресурстардың** шығынын – өнімді өндіруге жұмсалған қаражат мөлшерін бағалау туралы ақпаратты егжей-тегжейлі ашады деп саналады. Сондай-ақ жалпы пайда **өнімнің өтелуін** есептеу кезінде өзін өте пайдалы құрал ретінде көрсетеді, яғни бұл – жұмсалған қаражатты өтеу мүмкіндігі.

Пікірталас

Кәсіпкердің басқарушылық шешімдеріне пайдаланылатын қаржы ресурстарының сомасы және өтелу кезеңі туралы ақпарат қалай әсер етуі мүмкін? Жалпы пайда мөлшерін есептемей-ақ бизнесті сәтті басқаруға бола ма?

Жалпы пайда = Ақшалай түсім – Сатудың өзіндік құны

Жалпы пайдаға не әсер етуі мүмкін

ІШКІ ФАКТОРЛАР:

- Өнімнің негізгі сапасы
- Сатудан келетін жалпы ақшалай түсім
- Өнімнің бәсекелестік артықшылықтары
- Маркетингтік шығындар
- Жеткізу шығындары
- Өнім шығару көлемі

СЫРТҚЫ ФАКТОРЛАР:

- Валюта бағамы
- Салықтар
- Нарықтағы сұраныс
- Нарықтағы жаңа ойыншылар
- Еліміздегі және әлемдегі экономикалық ахуал
- Табиғи факторлар және форс-мажорлар

Бизнестің кез келген пайдасы компанияның кірісі болып саналады, көп жағдайда мұндай кірістердің бірнеше көздері болады. Сондықтан да негізгі қызметтің кірістерін екінші реттік көздерден бөліп қарастыру қабылданған. Ол үшін мамандар **операциялық пайданы** – басқару

шығындары мен сату шығындарын шегергендегі негізгі қызметтен компанияға түсетін пайданы есептеуді ұсынады.

Негізгі қызметтен түсетін кірістер компанияға ең көп пайда әкеледі деп жалпы қабылданған, бірақ көбінесе негізгі емес қызметтен түсетін кірістер негізгі қызметтен түсетін кірістерден асып түсетін жағдайлар болады. Мұндай жағдайда жаңадан бастаған кәсіпкер қателесіп, назарын екінші реттік қызметке аударуы мүмкін. Ұзақ мерзімді перспективада тез пайда табуға деген ұмтылыс компанияны бастапқыда жоспарланған мақсаттардың белгісіздігі мен орындалмауына әкелуі мүмкін. Сондықтан табысты кәсіпкерлер табыс пен пайда ұғымын ақша ағынымен қатаң бөліседі. Бірінші тұжырымдама өндірілген өнімнің немесе көрсетілген қызметтердің жалпы санын көрсетеді, ал екіншісі кәсіпкерге өнімді сату үшін алынған ақша мөлшері туралы ақпарат береді.

Бұл қызықты!

Жалпы пайда маржасын есептеу формуласы

Жалпы пайда маржасы

=

Жалпы пайда

Ақшалай түсім

x

100%

Пікір білдір

Кәсіпкер негізгі қызмет түрін өзгертуі керек пе, егер оның кірісінің басым көзі екінші деңгейлі қызмет болса?

Тапсырма

Зерттеу жүргіз, өз ортаңдағы кәсіпкерлерге сауалнама жүргіз, жалпы және операциялық пайда көрсеткіштері негізінде қандай басқару шешімдерін қабылдайтынын анықта. Зерттеу нәтижелерін презентация түрінде жаса.

Белгілі бір уақыт кезеңіндегі компанияның соңғы қаржылық нәтижесінің негізгі көрсеткіші **таза пайда** болып табылады, ол шығындар мен салықтарды шегергендегі барлық кірістерді білдіреді, яғни компанияның қанша ақша тапқанын көрсетеді. Әрі қарай, бұл параметр бизнесті дамытуды одан әрі жоспарлауға (перспективаға) және дивидендтердің мөлшеріне тікелей әсер етеді, бұл – бизнес иелері арасында бөлінген таза пайдадан алынған қаражат мөлшері. Дивидендтерді төлеу меншік иесінің үлесінің мөлшеріне тікелей пропорционалды.

Бұл қызықты!

Операциялық маржаны есептеу формуласы

Операциялық маржа

=
 Операциялық пайда
 Ақшалай түсім
 х
 100%

1. Сатудан ақшалай түсім.
2. Жалпы пайда.
3. Таза пайда.

Тапсырма

Зерттеу нәтижелерінен (өткен тапсырма) кестеге бизнестің қаржылық деректерін енгіз. Формулаларды қолданып, зерттелетін компанияның бір айдағы таза пайдасын есепте.

	Атауы	Формула	Сомасы
1	2	3	4
A	Негізгі қызметтен түсетін кірістер		
B	Өнімнің өзіндік құны		
C	ЖАЛПЫ ПАЙДА	$C = A - B$	
D	Басқару шығындары		
E	Өнімді сатуда жеткізуге арналған шығындар		
F	ОПЕРАЦИЯЛЫҚ ПАЙДА	$F = C - D - E$	
G	Негізгі емес қызметтен түсетін кірістер		
H	Негізгі емес қызметтен шығыстар		
I	САЛЫҚҚА ДЕЙІНГІ ПАЙДА	$I = F + G - H$	
K	Салықтар		
L	ТАЗА ПАЙДА	$L = I - K$	

Пікір білдір

Неліктен көптеген табысты компаниялардың миссиялары «қоғамға қызмет етуді» көрсетеді, ал «таза пайда» олардың мақсаты емес?

Компанияның таза кірісін басқарудың тиімді әдістерінің бірі оны үш бағытта бөлу:

- компания таза пайданың бірінші бөлігін бизнес иелеріне дивидендтер төлеуге бағыттайды.

- таза пайданың екінші бөлігі форс-мажор жағдайында қиын жағдайдан шығу мүмкіндігін жасау үшін, сондай-ақ күтпеген шығындарды төлеу үшін бизнес резервтерін қалыптастыруға бөлінеді.

- таза пайданың үшінші бөлігі компанияны капиталдандыру үшін қолданылады. Басқаша айтқанда, ұйым осы қаражат есебінен өндірісте қолданылатын жабдықты жаңарта алады, жаңа бөлме сатып алады, қолданыстағы кеңсе бөлмелерін жабдықтайды және т.б.

Пікірталас

Қалай ойлайсың, жас компаниялар осы үш бағыт бойынша таза пайданы бөлу кезінде неге 20–40–40 формуласын жиі пайдаланады? Мұнда аз бөлігі дивидендтер төлеуді құраса, ал нарық сегментінде көшбасшылыққа қол жеткізген компаниялар 60–20–20 формуласын пайдаланады, мұнда керісінше дивидендтер төлеу көп бөлігін құрайды.

Рефлексия

1. Сенің ойыңша, негізгі және негізгі емес қызметтен түсетін кірістерді міндетті түрде бөлу қаншалықты негізделген?

2. Егер бизнестің барлық қаржылық көрсеткіштері алынып тасталса, онда компанияның табыстылығын қалай анықтауға болады?

КЕЙС

Жас кәсіпкерлер көбінесе өздерінің бизнес-идеяларын алғашқы пайда нәтижелері бойынша бағалайды. Егер пайда күтілетін мәндерге жетпеген жағдайда көптеген кәсіпкерлер мұндай нәтижеге көңілі толмайды және одан әрі даму мен болашақ табысқа деген үмітін жоғалтады. Мұндай жағдайдың мысалы ретінде сапарының басында ұзақ уақыт бойы таза кірісі болмаған және 2018 жылы таза кірісті 13 есе арттыра алған Amazon компаниясын атауға болады. 2017 жылдың сәуір-маусым айлары аралығында компания 197 миллион доллар тапты, ал келесі жылы осы уақыт аралығында Amazon 2,5 миллиард доллар таза пайда тапты.

БӨЛІМГЕ ҚОРЫТЫНДЫ

Сен енді білесің:

- қаржылық модель деген не;
- қаржылық модель қашан жасалады;
- қаржылық модель негізінде қандай шешімдер қабылданады;
- бюджет қалай жасалады;
- бюджет қандай бөліктерден тұрады;
- бюджет тапшылығы мен артылуы қалай пайда болады;
- неліктен компаниялар баға саясатын жасайды;
- баға саясаты қандай мақсаттарды көздейді;
- қандай нарықтар икемді, ал қайсысы икемсіз деп аталады;

- баға квадранты деген не;
- шығындарды басқару деген не;
- бизнес циклі қандай кезеңдерден тұрады;
- компаниялар шығындарды жоспарлауды жақсарту құралдарын қалай табады;
- бизнестегі жалпы пайда қалай есептеледі;
- операциялық пайда деген не;
- таза пайданы есептеу формуласы;
- бизнес дивидендтер төлеген кезде.

Сен енді үйрендің:

- негізгі қаржылық модельді қалдыруды;
- тұрақты шығындарды анықтауды;
- бюджет құруды;
- жоспарланған тұтынудың тиімді дәрежесін анықтауды;
- бюджетті оңтайландыруды;
- компанияның баға саясаты бойынша даму кезеңін анықтауды;
- бизнестің әртүрлі салалары үшін баға квадрантын құрастыруды;
- тиімді басқару үшін қажетті дағдыларды анықтауды;
- бизнес циклінің ұзақтығын анықтауды;
- пайда түрлерін ажыратуды;
- табыстың рентабельділігін және операциялық маржаны есептеуді;
- жалпы, операциялық және таза пайда сомасын есептеуді.

4-БӨЛІМ "ЖАҒАНДЫҚ ҚҰЗЫРЕТТЕР"КУРСЫ БОЙЫНША ОҚУ ПРОЦЕСІН ҰЙЫМДАСТЫРУ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР

11-сыныпқа арналған "Жаһандық құзыреттіліктер" курсының зерделеу барысында педагог сабақ өткізудің әртүрлі нысандары мен әдістерін пайдалана алады: ролдік ойын, топтық жұмыс, сызбалар, карталар салу, плакаттар, суреттер жасау; жобалық жұмыс, конкурстар, акциялар, ситуациялық міндеттерді шешу, зерттеу. Жоғары сынып оқушылары келесі жұмыс түрлерін орындай алады:

- * жобалық қызмет (сурет.1);
- * нұсқауларды дайындау;
- * жарнама жасау және көрсету;
- * білім алушылардың бастамашыл және жетекшілік ететін қызметі (Жеке / бірлескен) (студенттер бастамашылық ететін және басшылық ететін акция (студенттер арасындағы жеке/бірлескен));
- * әлеуметтік жобалар;
- * кездесулер, экскурсиялар;
- * оқушылардың бастамасымен бірлескен әрекет (мұғалімдермен бірлесіп);
- * волонтерлік бастамалар және т. б.



1-сурет. Жобалық жұмыстың түрлері

Курс бойынша оқытудың сапасы мен тиімділігін арттыру мақсатында:

- * білім алушылардың жас ерекшеліктерін және олардың әлеуметтік ерекшеліктерін есепке алу

тәжірибе;

- қатысу еріктілігі;
- * оқу-әдістемелік материалдардың қолжетімділігі;
- * кең ұжымдық талқылау;
- * оқу үдерісін ғылыми-әдістемелік сүйемелдеу (рөлі әдіскерлер);
- * оқыту процесінде ақпараттық технологияларды енгізу;
- * жоғары сынып оқушыларының бастамасын дамыту.

Жоғары сынып оқушыларының икемді құзыреттіліктерді игерудің жоғары деңгейіне жетуі өздігінен жүре алмайды, бірақ арнайы дайындықты ұйымдастыруды қажет етеді.

Функционалдық сауаттылықтың икемді құзыреттіліктері бойынша нәтижелердің неғұрлым тығыз байланысы оқу және жаратылыстану сауаттылығымен (тапсырмаларды орындау кезінде ұқсас когнитивтік процестер) байқалады. Оқыту барысында мұғалім көптеген әмбебап когнитивті құзыреттіліктерді қалыптастыруға әдістер, технологиялар мен ресурстарды бағыттауы керек (кесте.1).

Сондай-ақ, педагогке жоғары сынып оқушыларын "жаһандық құзыреттілік" курсына оқыту барысында жаһандық құзыреттіліктің қалыптасуының келесі деңгейлерін қалыптастыруға назар аудару ұсынылады:

- * көзқарастарды анықтау және талдау
- * тапсырма ақпаратынан тыс пайымдау
- * ақпарат көлемі
- * жағдайды сипаттау немесе түсіндіру (сурет.2)

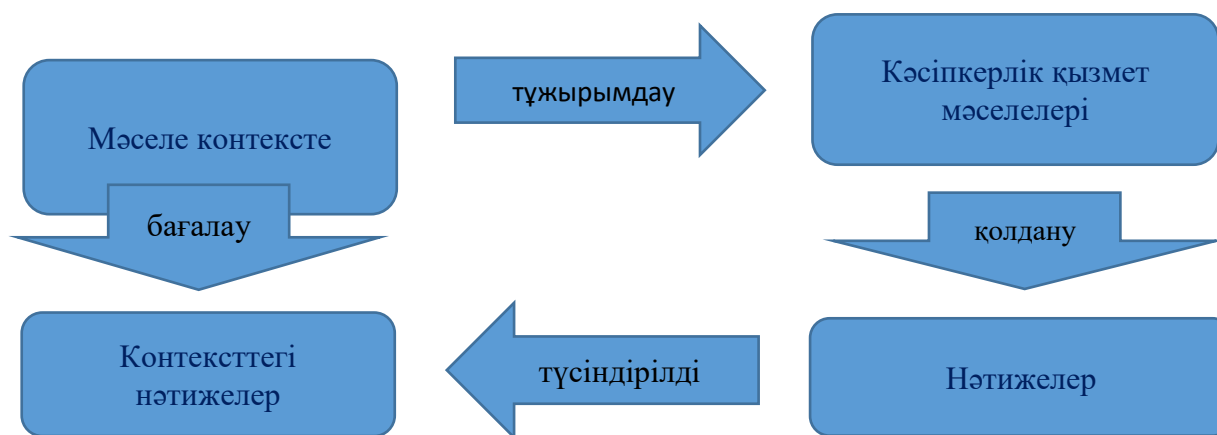


Сурет. 2 Жаһандық құзыреттілікті бағалау критерийлері

1 кесте жаһандық құзыреттіліктің қалыптасуын бағалау

Бағалау бағыты	Танымдық дағдылар
Жергілікті, жаһандық және мәдениетаралық маңызы бар мәселелерді зерттеу	Ақпаратты бағалау, дәлелдер келтіру және проблемалар мен жағдайларды түсіндіру
Басқалардың көзқарасы мен дүниетанымын түсіну және бағалау	Әр түрлі көзқарастарды анықтаңыз және талдаңыз
Ұжымдық әл-ауқат пен тұрақты дамуға жәрдемдесу	Әрекеттер мен салдарды бағалау

Оқыту процесінде кәсіпкерлік және қаржылық қызмет мәселелерін қарастыра отырып, педагогке келесі модельді ұстану ұсынылады (сурет. 3):



Сурет. 3 Кәсіпкерлік және қаржылық сауаттылық негіздеріне оқыту моделі

Инновациялық экономикаға жаһандық көшу саясаткерлерді, жұмыс берушілерді жастарды ХХІ ғасырдың дағдылары мен құзыреттеріне, яғни "ХХІ ғасырдың ақпараттық қоғамында тиімді жұмысшылар мен азаматтар болу үшін жастарға қажет дағдылар мен құзыреттерге" үйретудің маңыздылығын атап өтуге итермеледі.

Оларға мыналар жатады:

- ақпаратқа қол жеткізу, оны бағалау және

- сандық ортадағы ұйымдар;
- зерттеулерге қатысу және мәселелерді шешу;
- жаңа білім құру;
- қарым-қатынас, алмасу, сын және сын қабілеттерін жақсарту

Ақпарат пен идеяларды ұсыну, оның ішінде ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (АКТ) саласындағы қосымшаларды пайдалану;

Этикалық сәйкестік пен әлеуметтік жауапкершілікті ынталандыру (Ananiadou and Claro, 2009).

Жоғары сынып оқушылары үшін кәсіпкерлік және қаржылық қызметтің негіздерін қарастыру, әр түрлі деректерді, олардың жұмыс нәтижелерін (зерттеу, жобалық жұмыс және т. б.) қолдану және түсіндіру, сондай-ақ процестерді, оқиғаларды, жоспарларды және т. б. бағалау маңызды.

Сондай-ақ, "жаһандық құзыреттілік" курсы бойынша сабақтардың мазмұнын таңдау кезінде жас ерекшеліктерін ескеріп, мыналарды ескеру қажет:

- оқыту және дағдыларды бағалау;
- сапалы кері байланыс;
- PISA халықаралық зерттеу нәтижелері бойынша ұсыныстар; және басқалар (сурет. 4)

МАЗМҰНДЫҚ АСПЕКТ



Сурет. 4 "Жаһандық құзыреттілік" курсы бойынша сабақтарды дайындау кезіндегі мазмұндық аспект

11-сыныпқа арналған «Жаһандық құзыреттіліктер» курсы бойынша нұсқаулықта курстың үлгілік оқу бағдарламасын іске асыру жөніндегі ұзақ мерзімді жоспары берілген, бөлімдер мен бөлімшелер, оқытудың күтілетін нәтижелері, әрбір юнит бойынша ұсынылатын ресурстар көрсетілген.

Оқу құралының қосымшасында қысқа мерзімді жоспарларды (1-7-қосымшалар) әзірлеу кезінде пайдалануға болатын 11-сыныпқа арналған «Жаһандық құзыреттер» курсы бағдарламасының тақырыптары бойынша сабақтардың әдістемелік әзірлемелері үлгі ретінде ұсынылады.

Педагогтерге пайдалануға арналған юниттер тақырыбы бойынша әзірленген сабақтар қосымша ретінде ұсынылған.

«Жаһандық құзыреттілік» курсын оқу кезінде мыналарды қамту маңызды:

Зерттеу, талдау және бағалау:

- білім алушылардың сыни, проблемалық-бағдарланған, жүйелі ойлауын дамытуға ықпал ету;
- аймақтық және жаһандық маңызы бар мәселелерді зерттеу;
- дәлелдемелерді, дәлелдерді және көзқарастарды қолдау үшін қолданылатын дәлелдер мен пайымдауларды талдау және бағалау;
- дереккөздерді және/немесе құбылыстарды, процестерді талдау және бағалау.

Байланыс және ынтымақтастық:

- әр түрлі өмірлік жағдайларда оң қарым-қатынас орнату;
- отбасының, мектептің, қоғамның және мемлекеттің игілігі үшін сындарлы іс-қимыл жасау;
- тиісті дәлелдер мен көзқарастарды дұрыс таңдау және ұсыну;
- топтық жұмыстың жалпы мақсаты мен нәтижесіне үлес қосу.

Рефлексия:

- дәйектер мен дәлелдерді қолдана отырып, жеке көзқарасты негіздеу;
- зерттеу, әртүрлі көзқарастармен өзара әрекеттесу және топтық жұмыс жеке оқытуға қалай әсер еткенін талқылау.

Мұғалім пікірталас, ойын, тренинг және басқа да қызмет түрлерін біріктіре отырып, оқыту әдістері мен технологияларын дербес таңдайды. Курс бағдарламасының тақырыптарын зерделеу барысында зерттеу жүргізу, жобалау жұмыстарын орындау, репродуктивті, проблемалық, зерттеу, ізденіс, түсіндірме-иллюстрациялық және басқа да әдістерді қолдану ұсынылады, бұл шешімдерді өз бетінше іздеуге, оқуға тұрақты мотивацияны қалыптастыруға ықпал ететін білім алушылардың іс-әрекетін жандандыруға мүмкіндік береді. Бұл әдістерді жеке форматта да, жұпта да, шағын және үлкен топтарда да қолдануға болады.

Ситуациялық есептерді шешу, кейс-технологиялар, дидактикалық ойындар, баскет-әдісі (жағдайға еліктеу), интерактивті әдістер «Миға шабуыл», «Дөңгелек үстел», «Жоба әдісі» және т.б. сияқты белсенді

оқытудың нысандары мен әдістерін қолдану ұсынылады. Оқытудың бұл әдістері, формалары мен технологиялары ақпаратты өз бетінше іздеу және талдау дағдыларын қалыптастыруға, әртүрлі өмірлік жағдайларда жауапты шешімдер қабылдау дағдыларын дамытуға, командада жұмыс істей білуге және белгілі бір фактілер негізінде өз пікірін білдіруге бағытталған.

ҚОРЫТЫНДЫ

Жаһандық құзыреттілік жастардың өмір салтының бір бөлігі болып табылады және мектепте алған білімі дағдыларды, көзқарастарды қалыптастыруға негіз болады. "Жаһандық құзыреттілік" курсының оқу барысында жоғары сынып оқушылары аналитикалық және сыни ойлауды дамытады, құрметпен және тиімді қарым-қатынас жасауды үйренеді, икемді және әлемнің, процестердің алуан түрлілігін біледі. Жаһандық, елдік, өңірлік проблемаларды түсінеді.

Сондай-ақ, жоғары сынып оқушылары ашық және достық қарым-қатынаста болады, олар кәсіпкердің өз қызметінің дағдылары мен қаржылық сауаттылық негіздерін қалыптастырып қана қоймай, болашақта маңызды құндылықтарды дамытады: адамның қадір-қасиеті, мәдени әртүрлілігі және т. б.

Жаһандық құзыреттілік-өмір бойы оқытудың көп қырлы мақсаты. Жаһандық құзыреттілік кәсіпкерлік қызметте өте маңызды, өйткені жеке тұлға жергілікті, жаһандық және мәдениетаралық өзара іс-қимыл мәселелерін зерттеп қана қоймай, әртүрлі көзқарастарды, пікірлерді түсініп, бағалай алады, басқалармен сәтті қарым-қатынас жасай алады, сонымен қатар экономикалық дамуды және бизнесті ілгерілетуді қамтамасыз етеді. Сонымен бірге қоғам мен ұжымдық әл-ауқаттың одан әрі тұрақты дамуы үшін жауапты әрекет етуге дағдыландырады.

Курсты оқу қорытындысы бойынша жоғары сынып оқушылары:

* әртүрлі көзқарастарды, процестерді сыни тұрғыдан қарастырып, құбылыстар, жаһандық сипаттағы және мәдениетаралық өзара әрекеттесу жағдайлары және әртүрлі өмірлік жағдайларда тиімді өзара әрекеттесуге дағдыланады.

* мәдени, әлеуметтік, діни көзқарастарды түсіну, саяси және басқа айырмашылықтарды қабылдауға, пайымдауға әсер етуі мүмкін;

• адамның қадір-қасиетін құрметтеу негізінде басқа адамдармен ашық, құрметпен және тиімді қарым-қатынас жасау.

Мұғалім өзара байланысты компоненттер жиынтығы ретінде жаһандық құзыреттілік моделіне назар аудара алады (2018):

әртүрлі мәдениеттерді ұсынады және мектеп жобасында бірлесіп жұмыс істейді.

Білім алушылар жаһандық құзыреттілікті көрсетеді, өйткені олар бір-бірін жақсы біледі.

Оқушылар әркімнің жобадағы рөлін қалай қабылдайтынын және екіншісінің көзқарасы қандай екенін түсінуге тырысады, ұжымдық түрде талқылайды.

Білім алушылар түсініспеушілікті талқылайды және үміттер мен сезімдермен алмасады, өз пікірлерін айтады.

Білім алушылар бір-бірінен білгендерін мектепішілік қарым-қатынасты жақсарту және бірлескен жұмыс/жоба жасау үшін пайдаланады.

Педагог "11-сыныптағы жаһандық құзыреттіліктер2" курсының зерделеу шеңберінде төмендегідей аспектілерді күшейтуі қажет:

- * зерттеу процесінің тұтастығы мен үздіксіздігін қамтамасыз ету;
- * ортақ мақсаттарға қарай жылжу және оларды әртүрлі кезеңдерде саралау;
- * білім беру және тәрбиелік мақсаттар мен міндеттерді біріктіру;
- * мазмұнның күрделенуінің сабақтастығы мен дәйектілігін қамтамасыз ету;
- * Мета-пәндік білім беру нәтижелеріне қол жеткізуге бағыттау; шығармашылық атмосферасын құру, жаңа идеяларды іздеу, инновацияға ұмтылу

Қазіргі заманда адамдардың ұтқырлығы өсті, әртүрлі қауымдастықтардың мәдени әртүрлілігі өсті және ұлттық, аймақтық, жергілікті деңгейлерде сәйкестіктің жаңа формалары пайда болды.

Кәсіби жетістік пәнаралық білім мен басқалармен өзара әрекеттесу арқылы қалыптасуы мүмкін. Қазіргі жұмыс берушілер көбінесе икемді және оңай бейімделетін, әртүрлі жағдайларда өз дағдылары мен білімдерін қолдана алатын және өзгерте алатын, қиын жағдайларда бағдарланатын, көпмәдениетті топтарда сенім мен беделге ие болатын, басқа адамдарға құрмет көрсететін мамандарды тартады.

Кәсіпкерлік қызмет пен қаржылық сауаттылықтың негіздерін зерттеу жастарды көп мәдениетті қауымдастықтардағы өзара әрекеттесуге және мәдени алалаушылық пен стереотиптерге қарсы тұруға үйрете алады, болашақ мамандыққа немесе отбасына да, қоғамға да әл-ауқат пен әл-ауқат әкелетін қызмет түрлеріне байланысты нақты өмірде қажетті кәсіби дағдыларды қалыптастырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Э.А.Арустамов. Основы бизнеса.- М. - 2011.
2. Ю.Брехова, А.Алмосов, Д. Завьялов. Финансовая грамотность. Контрольные измерительные материалы.- М.,- 2014.
3. В.А. Баринов. Бизнес-планирование, электронный ресурс: учебное пособие /В.А. Баринов. - М.: Форум: инфра-м, 2017. - 272 с.
<http://znanium.com/catalog/product/652953>
4. М.Г Лапуста, Предпринимательство, электронный ресурс: учебник / М.Г. Лапуста. - М.: Инфра-М, 2016. - 384 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=545254>
5. Романова, М.В. Бизнес-планирование. электронный ресурс: учебное пособие / Романова М. В. - М.: Форум, Инфра-М, 2015. - 240 с.
<http://znanium.com/catalog/product/504797>
6. П.М. Абакарова. Учебное пособие по дисциплине «Основы предпринимательства» курс лекций, Махачкала.– 2011.
7. В.А. Ганский. Основы бизнеса и предпринимательства. Учебно-методический комплекс.- Новополюк. - 2011.
- 8.Е.К.Торосян.,Л.П.Сажнева.,Ж.Н.Зарубина.Основы предпринимательской деятельности. Учебное пособие. -СПб: Университет ИТМО, 2016. - 130 с.
9. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.Ю. Буров. – Чита.: 2014. - 441 с.
10. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Богомоллова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. - М.- 2014.- 250 с.
11. Сборник задач и практических ситуации по дисциплине Основы предпринимательской деятельности.- Майкопский государственный технологический университет.- 2018.
12. А. Теплухин. Библия малого бизнеса. От идеи до прибыли.- Издательство: АСТ, 2010.- 320 с.

Интернет- ресурсы:

1. https://atameken.kz/files/edu_ru.pdf
2. <https://atameken.kz/ru/pages/1340-osnovy-predprinimatel-stva-v-shkolah-kolledzhah-vuzah-rk>
- 3.Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа <http://www.consultant.ru>
4. Справочно-правовая система «Гарант».- Режим доступа <http://www.aero.garant.ru>
5. https://www.e-biblio.ru/xbook/new/xbook344/index.html?go=part002*page.htm

1 – ҚОСЫМША

Қазақстан Республикасы
Оқу - ағарту министрлігінің
2022 жылғы 16 қыркүйектегі
№ 399 бұйрығына
132-қосымша

Жалпы орта білім беру деңгейінің 11 сыныбына арналған "Жаһандық құзыреттілік" курсының үлгілік оқу бағдарламасы 1-тарау. Жалпы ережелер

1. Оқу бағдарламасы "Мектепке дейінгі тәрбие мен оқытудың, бастауыш, негізгі орта, жалпы орта, техникалық және кәсіптік, орта білімнен кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарттарын бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрінің 2022 жылғы 3 тамыздағы № 348 бұйрығымен бекітілген Мектепке дейінгі тәрбие мен оқытудың, бастауыш, негізгі орта, жалпы орта, техникалық және кәсіптік, орта білімнен кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарттарына сәйкес әзірленген (Нормативтік құқықтық актілерді мемлекеттік тіркеу тізілімінде № 29031 болып тіркелген).

2. "Жаһандық құзыреттіліктер" курсы білім алушылардың әлемдегі өз орнын анықтау үшін қажетті құндылық бағдарларын, коммуникативтік дағдыларын, этикалық нормалары мен мінез-құлық ұстанымдарын қалыптастыруға ықпал етеді.

3. Курстың мақсаты: білім алушылардың кәсіпкерлік, экономика, менеджмент және маркетинг негіздері бойынша базалық білім алуы; өз таңдауы үшін жауапкершілікке дағдыландыру және кәсіпкерлік тұрғыда ойлауын, белсенді өмірлік ұстанымды қалыптастыру; қазіргі нарықтық жағдайларда болашақ дербес қызмет үшін дағдылардың практикалық базасын құру.

4. Оқыту міндеттері:

1) білім алушыларда кәсіпкерліктің теориялық негіздерін қалыптастыру;

2) кәсіпкерлік ойлауды және өз әлеуетін іске асыру үшін мүмкіндіктерді көре білуді дамыту;

3) білім алушыларда қаржылық сауаттылықтың практикалық дағдыларын қалыптастыру;

4) бизнес-идеяларды генерациялау және оларды кәсіпкерлік қызмет деңгейіне дейін дамыту дағдысына ие болу;

5) бизнестің өмір сүруін арттыру мақсатында бәсекелестіктің өзгеретін жағдайларында бизнес-модельдеу және бейімдеу дағдыларын дамыту;

6) зерттеу жүргізу, заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану дағдыларын қалыптастыру.

7) өзінің жетістіктері мен өзінің өмірлік ұстанымы үшін жауапкершілікті тәрбиелеу болып табылады.

5. "Жаһандық құзыреттіліктер" оқу пәнінің ерекшеліктеріне мыналар жатады:

1) Қазақстан кәсіпкерлігінің даму тарихы, практикасы және ерекшелігі негізінде пәнді құру;

2) оқу процесін интерактивтік, зерттеу, топтық әдістемелер мен оқыту технологияларын қолдана отырып, ұйымдастыру;

3) жаппай кәсіпкерлікті дамытудың қазақстандық және әлемдік нарықтық үрдістерін ескере отырып, сұранысқа ие ХХІ ғасыр дағдыларын қалыптастыру (кәсіпкерлік өмір салты ретінде);

4) саналы өмірлік ұстанымды қалыптастыру және өз қызметін таңдауы үшін жауапкершілікті қабылдау мақсатында коучингтік тәсілдерді пайдалану;

5) практикалық дағдылар мен біліктерді қалыптастыруға, процесті геймификациялау арқылы бастапқы тәжірибені қалыптастыруға бағытталған тренингтік форматты пайдалану;

6) синергетикалық әсер алу мақсатында аймақаралық деңгейде курсты игеру шеңберінде ақпарат алмасу, өзара іс-қимыл жасау үшін мектептің интернет-қоғамдастығын құру;

7) электрондық кітапханалық базаның және жұмыс материалдары базасының on-line порталы, білім алушылар, әлеуетті стартаптар, жұмыс істеп тұрған бизнес пен инвесторлар арасындағы коммуникациялардың вебинарлық және қонақжай алаңы арқылы ұйымдастыру;

8) білім беру процесін автоматтандырылған модельдеу арқылы кәсіпкерлік қызметті жүргізу дағдыларын дамытатын мамандандырылған онлайн - және офлайн ойындармен қолдау;

9) клиенто-бағдарлау дағдыларын дамыту үшін дизайн-ойлау қағидаттарын пайдалану;

10) барынша тиімді практикалық және әдіснамалық сонымен қатар, басқа қоғамдастықтармен өзара іс-қимыл жасауға ықпал ететін инфрақұрылым құру.

2-тарау. Оқу курсының базалық мазмұнын ұйымдастыру 1-параграф. Оқу курсының базалық мазмұны

6. "Жаһандық құзыреттіліктер" оқу курсының оқу жүктемесінің көлемі 11-сыныпта аптасына 1 сағатты, оқу жылында 36 сағатты құрайды.

Оқу курсының мазмұны білім алушылардың жас ерекшеліктері мен қызығушылықтарын ескере отырып әзірленген екі бөлімнен тұрады.

1-Юнит. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері

2-Юнит Қаржылық сауаттылық

Бірінші юнит төрт бөлімнен тұрады:

1.1 Кәсіпкерлік негіздері

1.1.1 Кәсіпкерлікке кіріспе.

1.1.2 Нарықтың жұмыс істеу тетіктері.

1.1.3 Нарықтық тепе-теңдік.

1.1.4 Табысты кәсіпкердің дағдылары.

1.1.5 Бизнестегі заманауи технологиялар.

1.2 Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік

1.2.1 Бизнес неден басталады?

1.2.2 Стартап мәдениеті.

1.2.3 Бизнес-періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар.

1.2.4 Бизнес-инкубаторлар.

1.2.5 Қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту.

1.3 Маркетинг

1.3.1 Маркетингке кіріспе.

1.3.2 Диджитал-маркетинг.

1.3.3 Маркетингтік соғыстар.

1.3.4 SWOT-талдау-маркетингтік жоспарлау құралы.

1.3.5 Бренд қосымша құндылық ретінде.

1.4 Қаржылық жоспарлау және модельдеу

1.4.1 Қаржылық модель және оны құру тәсілдері.

1.4.2 Бюджеттеу.

1.4.3 Баға саясаты.

1.4.4 Шығындарды басқару.

1.4.5 Таза пайда мен дивидендтер.

Екінші юнит төрт бөлімнен тұрады:

2.1 Жеке кірістерді басқару

2.1.1 Жеке табыс түрлері.

2.1.2 Жеке табысты арттыру стратегиясы.

2.1.3 Отбасы бюджетіндегі белсенді табыстың рөлі.

2.1.4 Пассивті кірісті қалай құруға болады.

2.2 Жеке шығындарды басқару

2.2.1 Жеке қаражатты тиімді пайдалану.

2.2.2 Ірі сатып алулар.

2.2.3 Эмоционалды сатып алу.

2.2.4 Банктік кредиттер.

2.3 Отбасылық бюджет

2.3.1 Отбасы бюджетінің түрлері.

2.3.2 Отбасылық бюджетті жоспарлау.

2.3.3 Отбасылық бюджетті жүргізу ережелері.

2.3.4 Отбасылық бюджетті үнемдеу.

2.4 Жинақтар мен жинақтар

2.4.1 Қаржылық қауіпсіздік жастығы.

2.4.2 Жинақтарды құру тәсілдері.

2.4.3 Жинақтау түрлері.

2.4.4 Отбасының қаржылық байлығы.

2-параграф. Білім алушылардың дайындық деңгейіне қойылатын талаптар

8. Талаптар курс тақырыбынан тыс тұжырымдалған.

Білім алушыларда:

1) кең ауқымды дағдылар;

2) әлеуметтік жауапкершілік;

3) сыни, креативті және шығармашылық ойлау;

4) алған білімдерін игілікке қолданғаны үшін жауапкершілік;

5) саламатты қоғам қалыптастыруға жәрдемдесу болып табылады;

6) өмір бойы оқуға қажеттілік;

7) өз бизнес-идеяларын іске асыру арқылы өзін-өзі іске асыру ниеті;;

8) кәсіпкерлік негіздері мәселелеріне мүдделілік;

9) табысты бизнес-кейстер мен кәсіпкерлердің тәжірибесін мүдделі және оң қабылдау;

10) өзінің қаржылық сауаттылығының өзектілігін түсіну;

11) қаржылық сауаттылық саласындағы білім мен дағды негіздері;

12) өзі үшін қолайлы бизнес-модельді айқындау қажеттілігі;

13) бизнес-қоғамдастықты қалыптастыруға мүдделілік;

14) команда құраушы білім мен дағдыларды қалыптастыру және дамыту қабілеті.

Білім алушылар:

1) жалпы және қаржылық сауаттылық саласындағы, атап айтқанда;

2) кәсіпкерлік қызметтің өз идеялары;

3) басқалардың сәтті қаржылық және кәсіпкерлік идеялары;

4) ақпаратты бағалауға және қолдануға сыни көзқарас;

5) зерттеу дағдылары, жобалық жұмыс дағдылары;

6) тұрақты даму мүддесінде ашық, мейірімді қоғам құруға бағытталған білім мен дағдыларды қолданады.

Білім алушылар:

1) келіп түсетін ақпарат және оның көздері;

2) оқыту және жеке даму тұрғысынан өзінің күшті және әлсіз жақтары;

3) өмірдің әртүрлі салаларында прогреске ықпал ететін факторлар;

4) жеке бизнес-идеялардың өміршеңдігі;

5) өзінің және социумның қаржылық сауаттылық дағдыларын дамыту деңгейі;

б) өз бизнес-идеяларын ұйымдастыру және табысты дамыту бөлігінде бар бейімділіктер мен қабілеттерән сарапай алады.

Білім алушылар:

1) өзінің мінез-құлқы, мәдениеттің жалпы және қаржылық деңгейі және жеке өмірлік тәжірибесі;

2) олардың айналасындағы қоғамда қалыптасқан құндылықтар жүйесі және әртүрлі көзқарастар (соның ішінде өз көзқарастарынан өзгеше);

3) қазіргі қоғамда кең таралған кәсіпкерлік қызмет модельдері;

4) қазіргі заманғы бизнес-кеңістікте орын алған өзара іс-қимыл жағдайлары мен қағидаттары;

5) жеке қаржыны басқару бөлігінде жауапты шешімдер қабылдау қабілеті;

б) өзінің және жақын ортасының бизнес-жобаларды іске асыруға бейімділігін сыни бағалайды.

Осы оқу бағдарламасы Жалпы орта білім беру деңгейінің 11 сыныбына арналған "Жаһандық құзыреттілік" курсының үлгілік оқу бағдарламасын іске асыру жөніндегі ұзақ мерзімді жоспарға сәйкес іске асырылады.

3-параграф. Жалпы орта білім беру деңгейінің 11 сыныбына арналған "Жаһандық құзыреттілік" курсының үлгілік оқу бағдарламасын іске асыру жөніндегі ұзақ мерзімді жоспар

Бөлім	Тақырыбы	Білім алушының білім нәтижесі
Юнит 1. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері		
1.1 Кәсіпкерлік негіздері	1.1.1 Кәсіпкерлікке кіріспе	Жоспарлы экономиканы нарықтық экономикаға трансформациялаудың жалпы траекториясын түсінеді Нарықтық экономика негіздерін біледі. Экономика саласындағы оқиғалар мен құбылыстарды талдай және сыни бағалай алады. Тақырып аясында зерттелген терминдер мен ұғымдарды қолдана алады
	1.1.2 Нарықтың жұмыс істеу тетіктері	Нарықтың жұмыс істеуінің негізгі тетіктерін түсінеді. Нарықтық қатынастардың заңдары

		мен ережелерін біледі. Алған білімдерін түсіндіре алады. Алған білімдерін тәжірибеде қолданады
	1.1.3 Нарықтық тепе-теңдік	Нарықтық тепе-теңдікке қол жеткізу шарттарын түсінеді. Нарықтық тепе-теңдік шарттары туралы біледі. Олар нарықтық тепе-теңдік жағдайларына қатысты өз ұстанымдарын білдіре алады. Тапсырмадағы сұрақтарға жауап беру барысында пәндік терминологияны қолданады
	1.1.4 Табысты кәсіпкердің дағдылары	Табысты кәсіпкерлік қызмет үшін қандай дағдылар қажет екенін түсінеді. Табысты кәсіпкердің дағдыларын қалай қалыптастыру керектігін біледі. Табысты кәсіпкердің дағдыларын талдай алады. Алған білімдерін сабақ тапсырмаларының сұрақтарына жауап беру барысында қолданады
	1.1.5 Бизнестегі заманауи технологиялар	Табысты бизнес жүргізу үшін заманауи технологиялардың маңыздылығын түсінеді. Заманауи бизнес-технологиялардың мүмкіндіктерін біледі. Олар бизнестегі заманауи технологиялар туралы ақпаратты іздей алады. Өз бизнес-идеяларын жүзеге асыру үшін заманауи технологиялар туралы білім негіздерін қолданады
	1.2.1 Бизнес неден басталады?	Бизнес-жобаны құру алгоритмін түсінеді.

<p>–1.2 Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік</p>		<p>Негізгі бизнес-процестер туралы біледі. Болашақ бизнес-процестерді модельдеуді біледі. Жеке бизнес-идеяларды іске асыру үшін бизнес-процестер туралы білімді қолданады</p>
	<p>1.2.2 Стартап-мәдениет</p>	<p>"Стартап-мәдениет" құбылысының мәнін түсінеді. Стартап-мәдениеттің пайда болу тарихын біледі. Өз стартап-идеяларын іске асыруда ақылға қонымды тәуекел қағидатын іске асыра алады. Стартап-жобаларды талқылауда тиісті терминологияны қолданады</p>
	<p>1.2.3 3 Бизнес-періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар</p>	<p>"Бизнес-періштелер" құбылысының мәнін түсінеді. Олар бизнес-періштелерінің классикалық инвесторлардан негізгі айырмашылықтарын біледі. Олар бизнес-періште және классикалық инвестор ұғымдарын салыстыру кезінде өз ұстанымдарын дәлелдей алады. Тапсырмаларды орындау барысында алған білімдерін қолдана алады</p>
	<p>1.2.4 Бизнес-инкубаторлар</p>	<p>Жаңа бастаған кәсіпкерлер үшін бизнес-инкубаторлардың артықшылықтарын түсінеді. Қазақстан мен әлемдегі бизнес-инкубаторлардың негізгі тізімін біледі. Инкубатор мен бизнес-инкубатор арасында ұқсастықтар жасай алады. Өмірдің түрлі салаларында бизнес-инкубаторлардың жұмыс істеу принциптерін қолданады</p>

	1.2.5 Қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту	<p>Бизнестегі және жалпы өмірдегі бәсекелестіктің пайдасын түсінеді.</p> <p>Табысты бәсекелестік күрес тәсілдерін біледі.</p> <p>Жеке өсу үшін бәсекелестік ортаны қолдана алады.</p> <p>Алынған білімді жеке бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін қолданады</p>
1.3 Маркетинг	1.3.1 Маркетингке кіріспе	<p>"Маркетинг" ұғымының мәнін түсінеді.</p> <p>Маркетингтің негізгі заңдарын біледі.</p> <p>Өз бизнес-идеялары мен жобаларын іске асыру үшін маркетингтік әрекеттерді қолдана алады.</p> <p>Маркетингтік стратегияларды қолданады</p>
	1.3.2 Диджитал-маркетинг	<p>Маркетингті классикалықтан сандыққа ауыстыру процесінің заңдылығын түсінеді.</p> <p>Сандық маркетингтің негізгі құралдарын біледі.</p> <p>"Диджитал-маркетинг" ұғымының мәнін түсіндіре алады.</p> <p>Агрессивті сандық маркетингтен қорғау әдістерін қолданады</p>
	1.3.3 Маркетингтік соғыстар	<p>Маркетингтік соғыстардың мәні мен себептерін түсінеді.</p> <p>Маркетингтік соғыстардың негізгі стратегияларын біледі.</p> <p>Өз бизнес-жобаларын іске асыруда маркетингтік стратегия туралы білімді қолдана алады.</p> <p>Алынған білімді маркетингтік соғыстардың салдарынан қорғану үшін қолданады</p>

	<p>1.3.4 SWOT талдау-маркетингтік жоспарлау құралы</p>	<p>"SWOT-талдау" құралының мәнін түсінеді. SWOT талдауы қалай жасалатынын біледі. SWOT талдау деректерін талдай алады және олардың негізінде қорытынды жасай алады. Жеке бизнес-жобаларды іске асыруда SWOT-талдауды қолдана алады</p>
	<p>1.3.5 Бренд қосымша құндылық ретінде</p>	<p>Брендтің бизнестегі маңыздылығын түсінеді. Өнімнің немесе қызметтің бағасын қалыптастырудағы брендтің рөлін біледі. Брендтің белгілерін тізімдей алады. Жеке шығындарды басқарудағы брендтің рөлі туралы білімді қолданады</p>
<p>1.4 Қаржылық жоспарлау және модельдеу</p>	<p>1.4.1 Қаржы моделі және оны құру әдістері</p>	<p>Жеке бизнесті құру үшін қаржылық модельдің маңыздылығын түсінеді. Қаржы моделін құру алгоритмдерін біледі. Қаржы моделінің негізгі көрсеткіштерін талдай алады. Қаржы моделін құру дағдыларын қолданады</p>
	<p>1.4.2 Бюджеттеу</p>	<p>"Бюджеттеу" терминінің мағынасын түсінеді. Бюджет ережелерін біледі. "Бюджеттеу" ұғымын түсіндіре алады. Өмірлік жағдайларда бюджеттеу дағдыларын қолданады</p>
	<p>1.4.3 Баға саясаты</p>	<p>Баға саясатын қалыптастыру принциптерін түсінеді. Бизнес үшін баға саясатының экономикалық әсерін біледі. Баға саясатын қалыптастыруға әсер</p>

		ететін факторларды тізімдей алады. Тауарлар мен қызметтердің құнын түсіндіру үшін баға саясаты туралы білімді қолданады
	1.4.4 Шығындарды басқару	Шығындарды басқарудың негізгі принциптерін түсінеді. Бизнестегі шығындарды сауатты басқарудың рөлін біледі. Шығындарды басқару Ережелері туралы сөйлесе алады. Өмірлік жағдайларда шығындарды басқару туралы білімді қолданады
	1.4.5 Таза пайда және дивидендтер	Пайда мен таза пайда арасындағы айырмашылықты түсінеді. Таза пайданы есептеу алгоритмін біледі. Пайда мен таза пайда арасындағы айырмашылықты талдай алады. Дивидендтерді бөлу кезінде таза пайданы есептеу туралы білімді қолданады
Юнит 2. Қаржы сауаттылығы		
2.1 Жеке кірістерді басқару	2.1.1 Жеке табыс түрлері	Жеке кіріс түрлері бойынша бөлу принципін түсінеді. Жеке табыстың қандай түрлері бар екенін біледі. Тақырыпты талқылау барысында пәндік терминологияны қолдана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.1.2 Жеке табысты арттыру стратегиясы	Жеке табысты арттыру философиясын түсінеді. Жеке табысты арттыру жолдарын біледі. Жеке табысты арттыру стратегиясын жасай алады.

		Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.1.3 Отбасы бюджетіндегі белсенді табыстың рөлі	"Белсенді табыс" ұғымының мәнін түсінеді. Белсенді табыс алу тәсілдерін біледі. Белсенді кірісті құрайтын ақшаны тиімді басқара алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.1.4 Пассивті кірісті қалай құруға болады	Отбасы бюджетіндегі пассивті табыстың мәнін түсінеді. Пассивті кіріс көздерін құру алгоритмін біледі. Белсенді және пассивті кіріс арасындағы айырмашылықтарды түсіндіре алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
2.2 Жеке шығындарды басқару	2.2.1 Жеке қаражатты тиімді пайдалану	Қаржылық байлыққа қол жеткізу үшін жеке қаражатты тиімді пайдалану дағдыларының мәнін түсінеді. Жеке қаражатты тиімді пайдаланудың негізгі ережелерін біледі. Қалтадағы ақшаны тиімді пайдалана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.2.2 Ірі сатып алулар	Қандай сатып алулар үлкен деп санайтынын түсінеді. Ірі сатып алулар үшін қор жинау алгоритмдерін біледі. Ірі сатып алуды жоспарлай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.2.3 Эмоционалды сатып алу	"Ірі сатып алулар" терминінің мағынасын түсінеді. Эмоционалды сатып алудан қорғау

		әдістерін біледі. Ақшаны ұтымды пайдалана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.2.4 Банк кредиттері	Банктік несие деген не екенін түсінеді. Банктік қарыз беру шарттарын біледі. Олар пайыздық мөлшерлемені ескере отырып, ай сайынғы төлемдер сомасын есептей алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
2.3 Отбасы бюджеті	2.3.1 Отбасылық бюджеттің түрлері	Отбасылық бюджеттің қандай түрлері бар екенін түсінеді. Отбасы бюджетінің әр түрінің құрылымын біледі. Отбасының белгілі бір бюджет түрін таңдау себептерін талдай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.3.2 Отбасылық бюджетті жоспарлау	Отбасылық бюджетті жоспарлаудың маңыздылығын түсінеді.Отбасылық бюджетті жоспарлау әдістерін біледі. Отбасылық бюджетті жоспарлай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.3.3 Отбасылық бюджетті жүргізу ережелері	Отбасылық бюджетті жүргізу ережелерін қолданудың негізділігін түсінеді. Отбасылық бюджетті жүргізудің қандай ережелері бар екенін біледі. Отбасылық бюджетті жүргізе алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.3.4 Отбасылық бюджетті үнемдеу	Отбасылық бюджетті үнемдеудің маңыздылығын түсінеді. Отбасылық бюджетті үнемдеудің негізгі қағидаларын біледі.

		Өздерінің қаржылық шешімдері үшін жауап бере алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
2.4 Жинақ және жинақтау	2.4.1 Қаржылық қауіпсіздік жастығы	Қаржылық қауіпсіздік жастығын құрудың маңыздылығын түсінеді. Қаржылық қауіпсіздік жастығын құру әдістерін біледі. Қаржылық қауіпсіздік жастығын құра алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.4.2 Жинақтарды құру тәсілдері	Ақша жинақтарының маңыздылығын түсінеді. Өмірлік жағдайларда алған білімдерін құру әдістерін біледі. Ақша жинақтарын тиімді басқара алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.4.3 Жинақ түрлері	Жинақтардың түрлері бір-бірінен қалай ерекшеленетінін түсінеді. Жинақтардың қандай түрлері бар екенін біледі. Жинақтардың әртүрлі түрлері үшін қаржылық тәуекелдерді анықтай алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады
	2.4.4 Отбасының қаржылық байлығы	Отбасының қаржылық байлығы деген сөз тіркесінің мағынасын түсінеді. Қаржылық байлыққа қалай қол жеткізуге болатынын біледі. Қаржылық байлыққа қол жеткізу жолдары туралы ойлана алады. Алған білімдерін өмірлік жағдайларда қолданады

САБАҚ ӘЗІРЛЕМЕЛЕРІ

«Кәсіпкерлікке кіріспе» тақырыбы

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Кәсіпкерлікке кіріспе	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	10.1.1.1 «жеке кәсіпкер», «бизнесмен», «қажеттілік», «игілік» ұғымдарын түсіну; 10.1.1.2 кәсіпкерлік пәнін, мақсаттары мен міндеттерін білу	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> • «Жеке кәсіпкер», «кәсіпкер», «қажеттілік», «игілік» ұғымдарымен танысу. • Кәсіпкерлік пәнін, мақсаттары мен міндеттерін білу 	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы 2 мин Материалды белсенді және саналы	Сәлемдесу. <ul style="list-style-type: none"> • Қайырлы таң балалар! Мен сізді қарсы алғанымға қуаныштымын және сіздермен күлімдеп амандасу туралы ой бөліскім келеді. Гүлдер сияқты күлімсіреу - біздің әлеміміздің сәні, жақсы көңіл-күй мен нәтижелі жұмыстың кепілі. • Өздерін іскер адам санайтындар, қол көтеріңдер. • Енді білетін және тәуекелге барудан 	Балалар мұғаліммен амандасады. Білім алушылар мұғалімнің сұрағына жауап береді.	№1 слайд

<p>түрде менгеру ге дайынды қ кезеңі</p>	<p>қорықпайтындар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ал енді өз шешімдеріне әрқашан жауап беретіндер. • Мен көпшілігіңнің менің сұрақтарыма дұрыс жауап бергенін көріп тұрмын, бұл болашақта сіз өзіңізді белгілі бір қызметте жүзеге асыра алатыныңызды білдіреді? Ал қандай? Бұл біздің сабағымыздың тақырыбы болады. Сабақтың тақырыбы: • «Кәсіпкерлік» 		<p>Сабақтың тақырыбы «Кәсіпкерлікке кіріспе»</p>
<p>жұппен жұмыс 3 мин.</p>	<p><i>1-тапсырма</i> <i>Жеке біліміңізге сүйене отырып, «кәсіпкерлік» сөзіне анықтама беріңіз және жазыңыз. Жұмысқа 2 минут уақыт беріледі</i></p> <p>Сонымен, балалар, Кәсіпкерлік – бұл азаматтардың өз атынан, өз мүліктік жауапкершілігімен жүзеге асыратын дербес бастамашылық қызметі; пайда немесе жеке кіріс алу мақсатындағы өндірістік немесе өзге де қызмет. Мұндай адамдарды жеке кәсіпкерлер деп атайды.</p> <p>Кәсіпкер, бизнес ұғымдарын алғаш рет ағылшын экономисі, банкир, демограф Ричард Кантильон (1680-1734) қолданған.</p> <p>Кәсіпкерлік, бизнес – нарықтық экономиканың ең маңызды атрибуты, оның барлық институттарына енеді.</p>	<p>Кәсіпкерлік - (сату, дүкен, пайда) Білім алушылар өз анықтамаларын оқиды</p> <p>Білім алушылар мұғалімді тыңдайды</p>	<p>Слайд №2 «Кәсіпкерлік» ұғымының анықтамасы</p> <p>Слайд №3 (ағылшын экономисінің суреті)</p>

	<p>Кәсіпкерлік, бизнес - өзінің тәуекелімен жүзеге асырылатын, заңмен белгіленген тәртіппен тіркелген тұлғалардың мүлікті пайдаланудан, тауарларды сатудан, жұмыстарды орындаудан немесе қызметтер көрсетуден жүйелі түрде пайда алуға бағытталған дербес қызметі. Кәсіпкерлік қызметтің тиімділігі алынған пайда мөлшерімен бағаланады</p>		
5 мин.	<p>- Балалар, қалай ойлайсыңдар, кез келген адам кәсіпкер бола ала ма? Өз ойларыңызды дәлелдеңіз Сіз кәсіпкер бола аласыз ба? Кәсіпкерлік қызметке бейімділігіңізді анықтау үшін тест жүргізуді ұсынамын</p> <p>Тест сұрақтарына «Иә» немесе «Жоқ» деп жауап беру керек.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мен біреуге жұмыс істегеннен гөрі өз кәсібімді ашуға тәуекел етер едім. 2. Мен ешқашан көп саяхатты қажет ететін жұмысқа бармаймын. 3. Егер мен ойнайтын болсам, мен ешқашан шағын ставка жасамас едім. 4. Мен өз өмірімді идеялармен жақсартуды ұнатамын. 5. Басқа жұмыс бар екеніне сенімді болмай, мен ешқашан жұмысты тастамаймын. 6. Ой-өрісімді кеңейту үшін 	<p>Обучающиеся аргументируют свои мысли (прописать в качестве примера 1-2 аргумента)</p> <p>Обучающиеся проходят тест. Прослушивают</p>	

	<p>тәуекелге баруға бейім емеспін.</p> <p>7. Белгілі бір бизнестің сәтсіздікке ұшырауы мүмкін екенін біле тұра, мен кірістің өте үлкен болуы мүмкін екенін біле тұра, оған ақша салмас едім.</p> <p>8. Мен өмірде мүмкіндігінше көп тәжірибе алғым келеді.</p> <p>9. Мен қызықты оқиғаларға ерекше қажеттілік сезінбеймін.</p> <p>10. Менің энергиям көп емес.</p> <p>11. Мен көптеген пайдалы идеяларды оңай жасай аламын.</p> <p>12. Менде қазір жоқ сома үшін ешқашан дауласпаймын.</p> <p>13. Жауапты болжау мүмкін емес немесе түсініксіз болған кезде мен жаңа идеяларды немесе тұжырымдамаларды ұсынғанды ұнатамын.</p> <p>14. Мен жеткілікті түрде анық және анықталған операцияларға ғана қатысуға дайынмын.</p> <p>15. Жоғары табысы бар қауіпсіз жұмыс мені орташа табысы бар қауіпсіз жұмысқа қарағанда аз тартады.</p> <p>16. Мен табиғатым бойынша онша тәуелсіз емеспін.</p> <p>Жауабы:</p> <p>«Иә»- 1 балл: 1, 3, 4, 8, 11, 13, 15.</p> <p>«Жоқ» - 1 балл: 2, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 16.</p> <p>Егер жалпы балл 13-тен жоғары болса, онда сізде</p>	
--	--	--

	кәсіпкерлік қызметке бейімділік бар		
	<p>Осылайша, біз кәсіпкерлік қызметке бейімдігімізді анықтадық. Сіздің ойыңызша, кәсіпкер қандай? Бұл сөзге қандай анықтама беруге болады?</p> <p>Кәсіпкерлік - бұл...</p> <p>Кәсіпкер немен айналысады?</p> <p>Сіз кәсіпкерлікті қандай қызмет түрімен байланыстырасыз?</p> <p>Кәсіпкерді бизнесмен деп атауға бола ма?</p> <p>Жауабыңызды негізденіз.</p>	Білім алушылар мүмкін жауаптарын береді	
Топтарда жұмыс істеу 15 минут	<p>Әр топқа халықтың сұранысын ескере отырып, біздің ауылда фирма құру қажет. 15 минуттан кейін өз фирмаңызды таныстырыңыз. Компанияның табыстылығын дәлелдеу және сыныптастарын біздің ауылдағы компания қажет екеніне сендіру.</p> <p>Тапсырманы орындау кезінде компанияны құру үшін жадынаманы қолданыңыз, сонымен қатар кәсіпкерлік қызметтің негізгі мақсаты пайда табу және қоғам қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылатынын ұмытпаңыз</p> <p><i>Компания құруға арналған жадынама.</i></p>	Сынып 3 топқа бөлінеді	

	<p>1. Қызметтің негізгі бағыты (сіз не өндіресіз?).</p> <p>2. Кәсіпорын ашуға қажетті қаражат.</p> <p>3. Кәсіпорын атауы.</p> <p>4. Сіздің кәсіпорныңыздың елді мекенде орналасқан жері.</p> <p>5. Өз өнімін өткізу бойынша жарнама компаниясы (жарнама түрлері).</p> <p>6. Кәсіпорынның құқықтық нысаны (жеке кәсіпкерлік, серіктестік, корпорация).</p> <p>7. Сіздің өніміңіздің негізгі тұтынушысы (кім үшін өндіреді?).</p> <p>Өз презентацияңызды ватманда жасаңыз</p>																																																																										
10 минут	<p>Презентация үшін әр топқа 3 минут беріледі. Басқа топ өкілдері 2 сұрақ қоя алады.</p> <p>Топтарды сараптамалық бағалау шкаласы бойынша бағалаңыз:</p> <p>5- сөзсіз қолдаймын;</p> <p>4- көп жағдайда қолдаймын;</p> <p>3-минималды қолдаймын;</p> <p>2 - мүлдем қолдамаймын.</p> <table border="1" data-bbox="376 1608 874 2007"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Шағ</th> <th>Барлы</th> <th>Іске</th> <th>Таб</th> <th>Қ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>бизне</td> <td>ын</td> <td>қ қа</td> <td>асы</td> <td>ыст</td> <td>ор</td> </tr> <tr> <td>с-</td> <td>ауда</td> <td>жет</td> <td>ру</td> <td>ылы</td> <td>ыт</td> </tr> <tr> <td>идеяс</td> <td>нға</td> <td>ті ре</td> <td>дың</td> <td>к</td> <td>ы</td> </tr> <tr> <td>ы</td> <td>қа</td> <td>сурст</td> <td>шы</td> <td></td> <td>нд</td> </tr> <tr> <td>(топт</td> <td>жет</td> <td>ар</td> <td>найыл</td> <td></td> <td>ы</td> </tr> <tr> <td>ар)</td> <td>ті</td> <td>ды</td> <td>ығы</td> <td></td> <td>ба</td> </tr> <tr> <td></td> <td>лік</td> <td>есепк</td> <td></td> <td></td> <td>лл</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>е алу</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	№	Шағ	Барлы	Іске	Таб	Қ	бизне	ын	қ қа	асы	ыст	ор	с-	ауда	жет	ру	ылы	ыт	идеяс	нға	ті ре	дың	к	ы	ы	қа	сурст	шы		нд	(топт	жет	ар	найыл		ы	ар)	ті	ды	ығы		ба		лік	есепк			лл			е алу				1						2						3						<p>Үлгі сұрақтар:</p> <p>Неліктен сіз дәл осы кәсіпорынды таңдадыңыз?</p> <p>Бұл қызмет көрсету саласы ма, әлде өнеркәсіптік кәсіпорын ба?</p> <p>Неліктен қандай да бір өндіріс ашпадыңыз? (жылдам пайда жоқ, пайдалы емес, ақпараттық қоғам қызмет көрсетуді енгізуге</p>	
№	Шағ	Барлы	Іске	Таб	Қ																																																																						
бизне	ын	қ қа	асы	ыст	ор																																																																						
с-	ауда	жет	ру	ылы	ыт																																																																						
идеяс	нға	ті ре	дың	к	ы																																																																						
ы	қа	сурст	шы		нд																																																																						
(топт	жет	ар	найыл		ы																																																																						
ар)	ті	ды	ығы		ба																																																																						
	лік	есепк			лл																																																																						
		е алу																																																																									
1																																																																											
2																																																																											
3																																																																											

	<p>Баллды есептеу. Топтардың жұмысын қорытындылау. Ең табысты жобаларды анықтау. Неліктен бұл компания ең көп балл жинады? (Талқылау, қорытынды)</p>	<p>ықпал етеді және т. б.) Неліктен бөлшек сауда дүкенін ашпадыңыз? (Бәсекелестік)</p>	
<p>сабақты қорытындылау 6 минут</p>	<p>ТЕСТ 1. «Кәсіпкерлікті» анықтайтын түйінді сөздер А) инновация Б) бәсекелестік В) бастамашылық Г) тәуекел Д) төлем қабілеттілігі 2. Жауабыңызды толықтырыңыз Кәсіпкерлік – бұл пайда табу үшін _____, жауапкершілік, жаңашылдық тән болатын жеке және заңды тұлғалардың дербес, ынталы қызметі. 3. Кәсіпкерлік қызметтің түрлеріне қарай кәсіпкерлік қызмет объектілерін көрсетіңіз: 1. өндірістік А. тауарды сату-сатып алу 2. қаржылық Б. сақтандыру мәмілелері 3. коммерциялық В. ресурстарды қоғамдық пайдалы өнімге айналдыру 4. Кәсіпкерге қажетті дағдылардың үш негізгі тобын көрсетіңіз: • технологиялық</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> • тұжырымдамалық • позитивтілік • экономикалық • коммуникативті <p>5. Жауапты толықтырыңыз: <i>Кәсіпкерлік идеясы</i> – бұл</p> <hr/> <p>тұтынушының белгілі бір сапа мен ассортименттегі тауарлар мен қызметтерге деген ұмтылысы.</p> <p>6. Кәсіпкерлік идеяларды қалыптастыру көздерін атап көрсетіңіз:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ғылым мен техниканың жетістіктері ✓ тауар нарығы ✓ бәсекелестік ✓ географиялық және құрылымдық «үзілістер» ✓ қор биржалары <p>7. Қазіргі уақытта кәсіпкерліктің қай салалары ең қолайлы екенін көрсетіңіз:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ іскерлік қызмет көрсету ✓ жол құрылысы ✓ тұтыну тауарларының саудасы ✓ автосервис қызметі ✓ қоғамдық тамақтану <p>8. Кәсіпкерлік-бұл жеке және заңды тұлғалардың:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ пайда табу ✓ мұқтаждарға көмек көрсету ✓ идеясын іске асыру 		
--	---	--	--

	<p>мақсатымен жүзеге асырылатын дербес, бастамашыл қызметі.</p> <p>9. Кәсіпорындар қызмет түрі мен сипаты бойынша келесілерге бөлінеді:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ шетелдік, ұлттық, бірлескен кәсіпорындар ✓ Өндірістік және өндірістік емес кәсіпорындар ✓ өндірістік кооперативтер, унитарлық кәсіпорындар, акционерлік қоғамдар ✓ 		
4 минут	<p>Рефлексия</p> <p>Сабақ тақырыбы бойынша</p> <p>Синквейн</p>		

1- қосымша

Сөздік

Кәсіпкерлік – жеке және заңды тұлғалар жүзеге асыратын және ресурстарды тиімді пайдалана отырып, белгілі бір өнімдерді немесе қызметтерді жасау және өткізу арқылы пайда табуды көздейтін экономикалық қызмет.

Кәсіпкер – ол ақылға қонымды тәуекелге бейім, өндірістік ресурстарды біріктіруге дайын бастамашыл адам. Кәсіпорындарды құру және басқару тәуекеліне барады, инновациялық идеялар мен технологияларды енгізеді, экономикалық шешімдер үшін жауапкершілікті өз мойнына алады, жеке пайданы қоғамдық пайдамен ұштастыра отырып пайда табу мақсатында қабілеттерін, күшін және қаражаттарын қолданады.

Кәсіпорын – қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыру және пайда табу мақсатында өнім өндіру, жұмыстарды орындау немесе қызметтер көрсету үшін қолданыстағы заңнамаға сәйкес құрылған дербес шаруашылық жүргізуші субъект. Мемлекеттік тіркеуден кейін кәсіпорын заңды тұлға болып танылады және шаруашылық айналымға қатыса алады.

Пайда – кәсіпкерлік қызметтің соңғы қаржылық нәтижесі. Жалпы кірістер және жалпы шығыстар арасындағы айырмашылық ретінде есептеледі. Пайданы есепке алу қызметтің қаншалықты тиімді жүргізілетінін анықтауға мүмкіндік береді.

Іскерлік этика - Экономикалық қызмет процесінде қалыптасатын, жинақталатын және жаңғыртылатын нақты білім мен дағдылар, мінез-құлық нормалары мен моральдық құндылықтар жүйесі. Экономика мәдениетінің маңызды элементі болып табылады.

Кәсіпкерлік этика – өркениетті кәсіпкерлік мәдениетін қалыптастырудағы ең күрделі мәселелердің бірі болып табылады, өйткені жалпы этика – идеалдар, моральдық принциптер мен мінез-құлық нормалары түріндегі жақсылық пен жамандық туралы идеяларға сәйкес адамдардың (азаматтардың) мінез-құлқы туралы ілім мен тәжірибе. Бұл адамның мақсаты, оның өмірінің мәні туралы ілім. Бұл адам мінез-құлқының жалпыға міндетті ережелерін қамтитын моральдық және адамгершілік нормалар жүйесі.

Бизнес – бұл тауарлар мен қызметтерді өндірумен, сатумен немесе сатып алумен байланысты адам немесе адамдар тобының қызметі. Бизнес – пайда табуға бағытталған экономикалық қызмет.

Пайдаға ұмтылу – оның қызметінің негізгі мотиві болып табылады.

Пайда – экономикалық қызметтің қаржылық нәтижелерінің жалпылама көрсеткіші, негізгі экономикалық категориялардың бірі; тауарды сатудан түскен түсімнің оларды өндіру мен сатуға жұмсалған шығындардан артығын білдіреді.

Кіріс – кәсіпкердің сатқан тауарлары, қызметтері немесе өнімдері үшін алынған ақша қаражаттарының жиынтығы.

Өндіріс – адам қоғамының өмір сүруі мен дамуына қажетті материалдық игіліктерді – өнімдерді (өнімдерді, энергия мен қызметтерді) жасау процесі.

Тәуекел – келеңсіз оқиғалардың пайда болу ықтималдығы мен салдарларының жиынтығы.

Іске асыру – тауарды немесе мүлікті сату, оларды ақшаға айналдыру.

2-қосымша

Компания құруға арналған жадынама.

1. Қызметтің негізгі бағыты (сіз не өндіресіз?).
2. Кәсіпорын ашуға қажетті қаражат.
3. Кәсіпорын атауы.
4. Сіздің кәсіпорныңыздың елді мекенде орналасқан жері.

5. Өз өнімін өткізу бойынша жарнама компаниясы (жарнама түрлері).
6. Кәсіпорынның құқықтық нысаны (жеке кәсіпкерлік, серіктестік, корпорация).
7. Сіздің өніміңіздің негізгі тұтынушысы (кім үшін өндіреді?).
Өз презентацияңызды ватманда жасаңыз

3-қосымша

Т Е С Т

1. «Кәсіпкерлік» терминін анықтайтын түйінді сөздер

- A) инновация
- B) бәсекелестік
- B) бастамашылық
- D) тәуекел
- D) төлем қабілеттілігі

2. Жауапты толықтырыңыз

Кәсіпкерлік – бұл пайда табу үшін _____, жауапкершілік, жаңашылдық тән болатын жеке және заңды тұлғалардың дербес, ынталы қызметі.

3. Кәсіпкерлік қызметтің түрлеріне қарай кәсіпкерлік қызмет объектілерін көрсетіңіз:

- 1. өндірістік A. тауарды сату-сатып алу
- 2. қаржылық B. сақтандыру мәмілелері
- 3. коммерциялық B. ресурстарды қоғамдық пайдалы өнімге айналдыру

4. Кәсіпкерге қажетті дағдылардың үш негізгі тобын көрсетіңіз:

- технологиялық
- концептуалдық
- позитивтілік
- экономикалық
- коммуникативті

5. Жауапты толықтырыңыз:

Кәсіпкерлік идеясы – бұл _____ тұтынушының белгілі бір сапа мен ассортименттегі тауарлар мен қызметтерге деген ұмтылысы.

6. Кәсіпкерлік идеяларды қалыптастыру көздерін атап көрсетіңіз:

- ✓ ғылым мен техниканың жетістіктері
- ✓ тауар нарығы
- ✓ бәсекелестік
- ✓ географиялық және құрылымдық «үзілістер»
- ✓ қор биржалары

7. Қазіргі уақытта кәсіпкерліктің қай салалары ең қолайлы екенін көрсетіңіз:

- ✓ іскерлік қызмет көрсету
- ✓ жол құрылысы
- ✓ тұтыну тауарларының саудасы
- ✓ автосервис қызметі
- ✓ қоғамдық тамақтану
- ✓

8. Кәсіпкерлік-бұл жеке және заңды тұлғалардың:

- ✓ пайда табу
- ✓ мұқтаждарға көмек көрсету
- ✓ идеясын іске асыру
мақсатымен жүзеге асырылатын дербес, бастамашыл қызметі.

9. Кәсіпорындар қызмет түрі мен сипаты бойынша келесілерге бөлінеді:

- ✓ шетелдік, ұлттық, бірлескен кәсіпорындар
- ✓ Өндірістік және өндірістік емес кәсіпорындар
- ✓ өндірістік кооперативтер, унитарлық кәсіпорындар, акционерлік қоғамдар.

Пайдаланылған дереккөздер:

1. *Алейников А.Н.* Предпринимательская деятельность: Учеб.-практ. пособие / А.Н.Алейников. – М.: Новое знание, 2003. (7,37,47)
2. <https://urok.1sept.ru/articles/609589?ysclid=lgz568jpi2250608371>
3. https://ypok.pф/library/urok_predprinimatelstvo_kak_vid_deyatelnosti_131857.html?ysclid=lgz0iyx5g9647541682
4. <https://uchitelya.com/obschestvoznanie/25421-konspekt-uroka-predprinimatelstvo-predprinimateli-6-klass.htm>

Тақырыбы «Нарықтың жұмыс істеу механизмі»

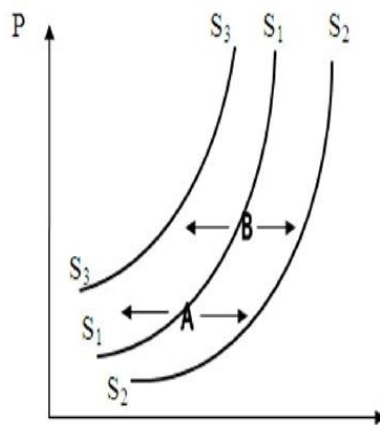
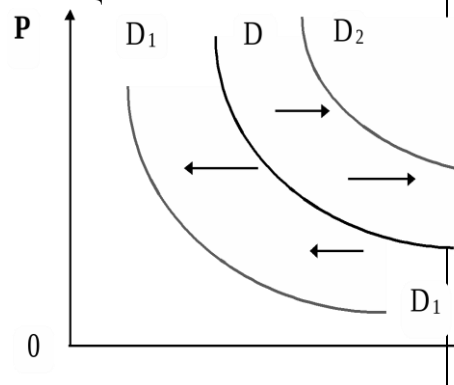
Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
Сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы:	Нарықтың жұмыс істеу механизмі	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	Нарық жұмысының негізгі тетіктерін түсіну. Нарықтық қатынастардың заңдары мен ережелерін білу. Алған білімдерін түсіндіре білу. Алған білімдерін тәжірибеде қолдану.	
Сабақтың мақсаты:	сұраныс пен ұсыныс заңдылықтарын түсіну; сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін факторларды білу	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы 5 мин Материалды белсенді және саналы түрде меңгеруге дайындық кезеңі	Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға дайындайды, сонымен қатар оқу процесінде мотивацияға жағдай жасайды. Сыныптағы психологиялық көңіл-күй үшін мұғалім «Сиқырлы алаңқай» жаттығуын жүргізеді. (Алдымен түрлі түсті гүлдерді кесу керек). Мұғалім: «Сыртта күз мезгілі, гүлдер солып, жапырақтар түсіп, өзімізде күзгі көңіл күй орнады. Бұл гүлдердің бәрі (кесілген гүлдерді көрсетіп) күн шуақты кең	Балалар мұғаліммен амандасады. Білім алушылар гүлді қалаған жеріне жапсырады.	

	<p>шалғында өсетін. Енді біздің сыныпты сиқырлы шуақты шалғын деп елестетіңіз. Күзгі мұнды сейілтіп, сабағымызға жазғы көңіл-күйді орнату үшін өзіңізге ұнайтын жерге гүлді жапсырайық (гүлдің шетіне скотчтің кішкене бөлігі жабыстырылған, соған гүлдерді желімдейміз).</p> <p>Қараңдаршы - кабинетте жылы және көңілді болды, өйткені гүлдер гүлдеді және олармен бірге сіздердің жүздеріңіз де жылыды. Әрқашан солай болсын! Әрқашан гүлдей жайнап, көтеріңкі көңіл-күйде болыңыз</p>		
5 минут	<p><i>1 тапсырма</i></p> <p>Алған біліміңізге сүйене отырып, «Сұраныс» сөзіне анықтама беріңіз және жазыңыз.</p> <p>Сонымен, балалар, Сұраныс – бұл тұтынушылардың тауардың кез келген көлемін белгілі бір уақытта белгілі бір бағамен сатып алуға ұмтылысы мен мүмкіндігін көрсететін экономикалық категория. Осы қисықтардағы нүктелер нені білдіретінін талқылаңыз. Бірінші суреттегі Q осі сұраныс көлемін, ал R осі</p>	<p>Білім алушылар «сұранысқа» мысал келтіреді</p> <p>Білім алушылар №1,2 суретпен жұмыс істейді</p>	<p>№1 Слайд Сабақтың тақырыбы «Нарықтың жұмыс істеу механизмі»</p>

тауардың бағасын көрсететінін түсіндіріңіз. D нүктесін алыңыз және сұраныс қисығы ауысқан кезде оның абсцисса мен ординатасының қалай өзгертетінін қадағалаңыз. Тауардың бағасы неғұрлым жоғары болса (яғни P осіндегі нүкте неғұрлым жоғары болса), сұраныс көлемі соғұрлым аз болады (Q осіндегі позиция 0-ге қатысты). Ұсыныс қисығы үшін 2-суретте осындай жұмыс жасаңыз.



№ 2 слайд
«Сұраныс қисығы»
ұғымының анықтамалары

5 минут

Оқулық бойынша жаттығулармен жұмыс.
1-тапсырма

Оқушылар өз ойларын дәлелдейді

	<p>Қандай тауарларды «күнделікті сұраныс» тауарларына және қайсысын «сән-салтанат» тауарларына жатқызуға болатынын анықтауға мысал келтіріңіз?</p> <p>Бұл табыс өзгерген кезде сатып алушылардың сұранысына қалай әсер етеді?</p> <p><i>Бұл тапсырмаға жауап бергенде, күнделікті тауарларға арналған Гриффеннің әсерін тағы бір рет еске түсіріңіз, онда тауар бағасының өсуі біз күткендей сұраныс мөлшерінің төмендеуіне әкелмейді, керісінше өсуге әкеледі.</i></p> <p><i>Күнделікті сұраныс тауарларынан нан, макарон, жарма, сабын және т. б. сәнді тауарлардан техника, қымбат киім, шоколад, кәмпит және т. б. атауға болады.</i></p> <p><i>Егер шоколадтың бағасы көтерілсе, тұтынушылар оны аз сатып алады, яғни сұраныс азаяды. Дәнді дақылдардың бағасы көтерілсе, сұраныс көлемі азаймайды, бірақ тұтынушылар бұрынғы қалтасы көтеретін сәнді тауарларды сатып алудан бас тартуы керек.</i></p>		<p>№3 слайд (ағылшын экономисі Роберт Гиффен фотосы)</p>
--	--	--	--

5 минут	<p>2-тарпсырма 2-тапсырма</p> <p>Мемлекеттік қолдау мен кәсіпкерлікті ынталандыру өнім шығару көлеміне және бюджетке салық түсуіне қалай әсер етуі мүмкін екенін қарастырыңыз?</p> <p>Өндіріске салынатын салықтар неғұрлым жоғары болса, өндірушілердің оны кеңейтуге жұмсайтын қаражаты соғұрлым аз болады.</p> <p>Тиісінше, кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау мен ынталандыру пайдалануға болатын қаражаттың шығуына әкеледі. Өндірілген өнім (ұсыныс) көлемі артады, бұл болашақта бюджетке түсетін салықтардың өсуіне әкеледі</p>	Білім алушылар біздің ауылдың мысалында кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау туралы мысалдар келтіреді	
10 минут	<p>3-тапсырма</p> <p>К-Cell және Tele-2 ұялы байланыс операторларының тарифтерінің төмендеуі нарықтағы басқа ұялы байланыс операторларының сұраныс көлеміне қалай әсер етеді?</p> <p>Бір-бірін алмастыратын заттардың не екенін білім алушылардың еске түсіріңіз. Бұл жағдайда</p>	Білім алушылар мысалдар келтіреді	

	<p>әртүрлі ұялы байланыс операторларының қызметтері де бір-бірін алмастырады, өйткені олар өз қолданушыларына бірдей өнімді ұсынады. Тиісінше, K-Cell және Tele-2 ұялы байланыс операторларының тарифтерінің өзгеруі басқа ұялы байланыс операторларының қызметтеріне сұраныстың төмендеуіне әкеледі. Сіз жеке операторлардың тарифтерінің бағасының үнемі болып тұратын өзгерістері ұялы байланыс нарығындағы көріністі неге түбегейлі өзгертпейтінін сұрай отырып, талқылауды жалғастыра аласыз.</p> <p>Ықтимал жауаптар пайдаланушының әдеті болады; қосымша қызметтер (мысалы, ұялы телефон теңгерімі арқылы қоғамдық көлікте жол жүру ақысын төлеу мүмкіндігі); аймақтық артықшылықтар - елдің кейбір аймақтарында пайдаланушылардың көпшілігі бір операторды, ал басқаларында - басқасын таңдайды; байланыс сапасы (кейбір аймақтарда бір оператор</p>		
--	--	--	--

	екіншісіне қарағанда жақсы жұмыс істейді) және т.б.		
5 минут	Тест (№ 1 қосымша)	Білім алушылар тест сұрақтарына жауап береді	
5 минут	«Бүгін біз сұраныс Заңы бойынша тауардың бағасы мен сұраныс көлемі арасында кері байланыс бар екенін түсіндік, яғни егер тауардың бағасы көтерілсе, онда бұл тауарға сұраныс көлемі төмендейді және керісінше, ұсыныс заңы бойынша тікелей тәуелділік бар, яғни егер тауардың бағасы көтерілсе, онда сәйкесінше ұсыныс көлемі де артады. Сондай-ақ, біз сұраныс пен ұсыныс көлемінің бағасынан басқа, сұраныс пен ұсыныс қисықтарының өзгеруіне бағалық емес факторлар да әсер ететінін білдік.		
5 минут	рефлексия Сөз тіркесін жалғастырыңыз: «Бүгін мен... білдім»; «мен ... үйрендім»; «Мен... жетістікке жеттім»; «... қиындық туғызды»; «Мен істей алар едім ...»; «Ментүсіндім»; «Мен тырысамын...»; «Мен		

	қазір істей аламын ...»; «.....мені таң қалдырды ...»; «Маған ұнады ...»; «Қызықты болды ...».		
--	--	--	--

Пайдаланылған дереккөздер:

Atameken Academy онлайн білім беру платформасының материалдары (бейне сабақтар) (atameken.co).

Видеоролик «Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение»:
<https://youtu.be/pOLtBIFgiU>

1-қосымша

Сұраныс бұл - ...

1. Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатқысы келетін тауарлардың саны
2. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатып алғысы келетін тауарлар саны +
3. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында қандай да бір бағамен сатып алғысы келетін тауарлардың саны
4. Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында қандай да бір бағамен сатқысы келетін тауарлардың саны

Ұсыныс -

1. Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатқысы келетін тауарлар саны +
2. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатып алғысы келетін тауарлар саны
3. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір бағамен сатып алғысы келетін тауарлардың саны
4. Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір бағамен сатқысы келетін тауарлардың саны

Сұраныс мөлшері - ...

1. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатып алғысы келетін тауарлар саны
2. Сатып алушылар белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір бағамен сатып алғысы келетін және сатып ала алатын тауарлардың саны +
3. Сатушылар белгілі бір уақыт аралығында мүмкін болатын бағалардың әрқайсысы бойынша сатқысы келетін тауарлардың саны

Аталған факторлардың қайсысы сұранысқа әсер етпейді?

1. Ресурстардың бағасы +
2. Қосымша тауарлардың бағасы
3. Тұтынушылардың күткендері
4. Нарықтағы тұтынушылар саны

Осы факторлардың қайсысы ұсынысқа әсер етпейді ?

1. Салық деңгейі
2. Субсидиялар
3. Ресурстардың бағасы
4. Халықтың табыс деңгейі +

Егер қой етінің бағасы өссе, онда сиыр етіне сұраныс артады ...

1. Азаяды
2. Артады +
3. Өзгермейді
4. Жауап беру үшін деректер жеткіліксіз

Тепе-теңдік бағасы-бұл..... баға

1. сұраныс мөлшері ұсынысқа тең +
2. сұраныс ұсынысқа тең
3. тауардың артық болуы байқалады
4. Дұрыс жауап жоқ

Сұраныс ұсыныстан артық болатын жағдайды... деп атайды.

1. Артық тауарлар
2. Тауарлардың тапшылығы +
3. Артық өндіру
4. Дұрыс жауап жоқ

Ұсыныс мөлшері сұраныс мөлшерінен асатын жағдай..... деп аталады

1. Артық тауарлар +
2. Тауар тапшылығы
3. Артық өндіру
4. Дұрыс жауап жоқ

Тауарға жаңа салық енгізу кезінде

1. оған сұраныс артады
2. бұл өнімге сұраныс мөлшері азаяды
3. ұсыныс мөлшері азаяды
4. бұл тауардың ұсынысы азаяды +

«Кәсіпкерлік экономикалық құбылыс ретінде» тақырыбы

Ұзақ мерзімді жоспарлау бөлімі: 1 бөлім		Кәсіпкерлік экономикалық құбылыс ретінде
сынып:	қатысқандар:	қатыспағандар:
Сабақтың тақырыбы:	Нарықтың жұмыс істеу механизмі	
Сабақтың оқу мақсаттары	10.1.5.1 сұраныс пен ұсыныс заңдылықтарын түсіну; 10.1.5.2 сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін факторларды білу	
Сабақтың мақсаты:	<p>Барлығы</p> <ul style="list-style-type: none"> сұраныс пен ұсыныстың заңдылықтарын түсініп, сұраныс пен ұсыныс қисығының өзгеруіне әкелетін факторларды ажырата алады; <p>Көпшілігі</p> <ul style="list-style-type: none"> сұраныс пен ұсыныс қисығын «оқи» білу <p>Кейбірі</p> <ul style="list-style-type: none"> сұраныс пен ұсыныс өсуінің бағалық емес факторлары бойынша тапсырмаларды өз бетінше құрастыра алады 	
Бағалау критерийлері	<ul style="list-style-type: none"> Сұраныс, сұраныс көлемі және сұраныс бағасының не екенін білу. Ұсыныстың не екенін, ұсыныс заңын, ұсыныстың көлемі мен бағасын білу сұраныс пен ұсыныс заңдылықтарын түсіну сұраныс пен ұсыныс қисығының өзгеруіне әкелетін факторларды дұрыс анықтау; сұраныс пен ұсыныс қисығын «оқуға» қабілетті сұраныс пен ұсыныс өсуінің бағалық емес факторлары бойынша есептерді шешу сұраныс пен ұсыныс өсуінің бағалық емес факторларына мысалдар 	

	мен тапсырмалар құра алады
Тілдік тапсырмалар	Сұраныс, сұраныс заңы, сұраныс көлемі. Ұсыныс, ұсыныс заңы, көлемі және ұсыныс бағасы
Құндылық тәрбиесі	Топтық жұмыс арқылы ынтымақтастық
Пәнаралық байланыс	Әлеуметтік ғылым - (түсініктерді түсіну: экономика, нарықтық экономика)
Алдыңғы білім	Тауарлар мен қызметтерді өндіруге қажетті ресурстар мен факторлар

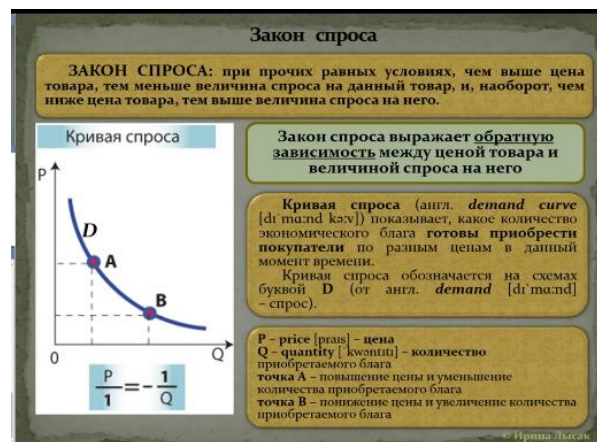
Сабақтың барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақта жоспарланған жаттығу түрлері:	Ресуртары
Ұйымдастыру кезеңі	Сәлемдесу. Жұмыс орнын ұйымдастыру. <i>Сабақтың тақырыбы мен мақсатын бірлесіп анықтау</i> Тәсіл «Жетпейтін сөзді енгізіңіз» Оқушыларға презентацияның бірінші слайдының суреті көрсетіледі. және сұраққа жауап беру сұралады: 1) Мәтінге қандай екі сөзді қосар едің? 2) Сабақтың тақырыбын анықтау 3) Сабақтың тақырыбы мен мақсатымен таныстыру.	АКТ Презентация Слайд №1,2 Слайд №3
Сабақтың ортасы	Оқушылар №1 тапсырманы орындап, «тиімді сұраныс» ұғымының мағынасын ашады. Тапсырма №1 • 42-бетте абзацты оқыңыз: Сұраныс және сұраныс заңы (сұраныс көлемі түсінігінен бұрын). • Тиімді сұраныс түсінігін түсіндіріңіз N 5 слайдта көрсетілген сурет арқылы	Слайд №4 Слайд №5

оқушылар сұраныстың не екені туралы түсініктерін тағы да бекітеді.

Бұл сабақтың материалы күрделі болғандықтан, мұғалім ең алдымен барлық теориялық материалдарды презентация слайдтары арқылы түсіндіруі керек, әсіресе сұраныс заңы мен ұсыныс заңы бойынша. Сұраныс пен ұсыныс қисығын «оқу» қабілетіне ерекше назар аударылады.

оқулық 44-45 бет



оқулық 45-46 бет


Бағалық емес

факторларды зерттеу үшін сынып үш топқа бөлінеді. Әр топ оқулық арқылы жұмыс жасап, сұраныстың өсуіне сол немесе басқа бағалық емес факторлардың қалай әсер ететінін мысалдармен түсіндіреді. (слайд №10)

Оқушылар өздерінің мысалдарын ұсынуы керек және оны сұраныс қисығында көрсетуі керек.

Мұғалім «сөйлем» ұғымын және ұсыныс заңын түсіндіріп болған соң (слайд №11,12) Топтағы оқушылар ұсынысқа әсер ететін бағалық емес факторларды түсіндіреді (слайд №13)

Әр топ өздерінің бағалық емес ұсыныс

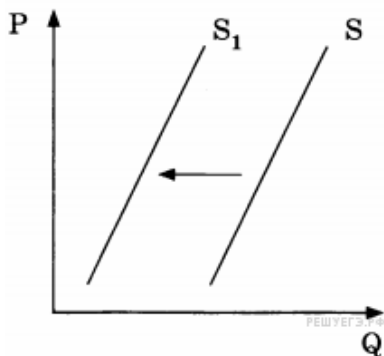
	<p>факторларын ұсынады және оны мысалдармен және ұсыныс қисығындағы дисплеймен сүйемелдейді</p> 	
<p>Оқу материалды бекіту</p>	<p>Барлық топтар екі есеп алады, олар алдымен топта бірігіп шешуі керек, содан кейін мұғалімнің көмегімен сыныпта шешімін талқылайды.</p>	<p>қосымша №1</p>
<p>Сабақтың соңы</p>	<p>Рефлексия</p>	
<p>Орындалуы бойынша нұсқаулық</p>	<p>Үй тапсырмасы: 1. Оқулық. Сабақ 11 сұраныс пен ұсыныс ұғымдарын оқып, білу 2. Сұраныс пен ұсыныс заңдылықтарын түсіндіре білу 3. Бағалық емес факторларды сұраныс пен ұсыныс тұрғысынан түсіндіре білу. 4. Екі тапсырма құрастырыңыз (өз бетінше)</p>	<p>Слайд №8</p>

қосымша 1

1-топ бойынша бағалық емес факторлардың сұраныс пен ұсынысқа әсері бойынша тапсырмалар

1. График сәйкес нарықтағы банан ұсынысының өзгеруін көрсетеді: ұсыныс қисығы S позициясынан S1 позициясына ауысты (графикте P - өнімнің бағасы, Q - өнімнің саны).

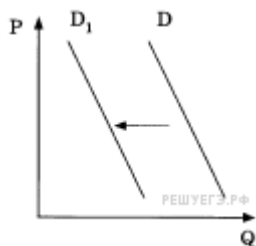
Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.



- 1) тұтынушылар табысының артуы
- 2) банан импортына кедендік баж салығын арттыру
- 3) банан сатушыларға жеңілдікті несиелер беру
- 4) энергия бағасының төмендеуі
- 5) өндіруші елдерде банан жинау сәтсіздігі

2. График шаштараз нарығындағы жағдайды көрсетеді: сұраныс қисығы D позициясынан D₁ позициясына жылжыды (графикте P - тауарлардың бағасы, Q - тауарлардың саны).

Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.

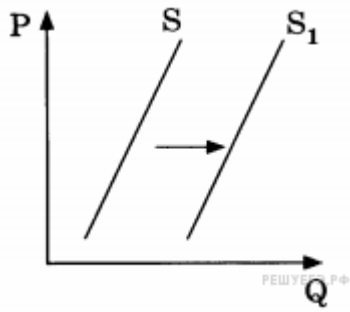


- 1) қымбат емес сұлулық салондарының көбеюі
- 2) сұлулық салондарының табыстылығын арттыру
- 3) әйелдерге арналған сәнді шаштар
- 4) шаштың өзін-өзі күтуіне арналған тиімді өнімдердің пайда болуы
- 5) халықтың табысының төмендеуі

2-топ бойынша бағалық емес факторлардың сұраныс пен ұсынысқа әсері бойынша тапсырмалар

1. График жаңа піскен жемістер нарығындағы жағдайдың өзгеруін көрсетеді: ұсыныс қисығы S позициясынан S₁ позициясына ауысты (графикте P - өнімнің бағасы, Q - өнімнің саны).

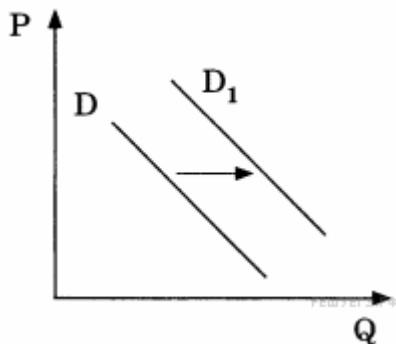
Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.



- 1) жеміс-жидек импортына кедендік баждардың өсуі
- 2) жүк тасымалдау тарифтерін көтеру
- 3) тұтынушылар табысының төмендеуі
- 4) жемістердің жоғары өнімділігі
- 5) дұрыс тамақтану сәні

2. График сәйкес нарықтағы автомобильдерге сұраныстың өзгеруін көрсетеді: сұраныс қисығы D позициясынан D_1 позициясына жылжыды (графикте P - өнімнің бағасы, Q - өнімнің саны).

Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.

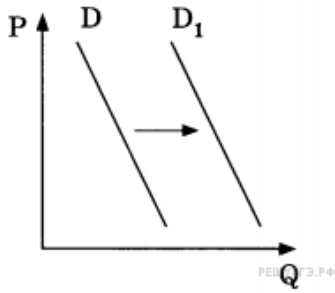


- 1) автомобиль өндірісінің технологиясын жетілдіру
- 2) автомобиль өндірушілердің шығындарын азайту
- 3) қоғамдық көлік қызметтерінің көлемін қысқарту
- 4) халықтың табысының артуы
- 5) ұл-қызының кәмелетке толғанына көлік сыйлау сәні

3-топ бойынша бағалық емес факторлардың сұраныс пен ұсынысқа әсері бойынша тапсырмалар

1. График сәйкес нарықтағы мектеп формасына сұраныстың өзгеруін көрсетеді: сұраныс қисығы D позициясынан D_1 позициясына ауысты (графикте P - өнімнің бағасы, Q - өнімнің саны).

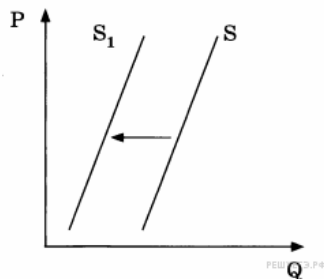
Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.



- 1) тұтынушылар табысының төмендеуі
- 2) міндетті мектеп формасы туралы заң қабылдау
- 3) әкелінетін матаға кедендік баждарды көтеру
- 4) энергияға бағаның өсуі
- 5) мектептерде оқу жылының ерте басталуы

2. График сәйкес нарықтағы тропикалық жемістердің ұсынысының өзгеруін көрсетеді: ұсыныс қисығы S позициясынан S_1 позициясына ауысты (графикте P - өнімнің бағасы, Q - өнімнің саны).

Төмендегі факторлардың қайсысы мұндай өзгерісті тудыруы мүмкін? Олардың астында көрсетілген сандарды жазыңыз.



- 1) жеміс өндірушілер үшін шығындарды азайту
- 2) тұтынушылар табысының артуы
- 3) жеміс-жидек импортына жоғарылатылған баж салығы
- 4) тропиктік жеміс дақылдарының жетіспеуі
- 5) тропикалық жемістерден шырындарды қолдану сәні

«Нарықтық тепе-теңдік» тақырыбы

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Нарықтық тепе-теңдік	

Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	Нарықтық тепе-теңдікке қол жеткізу шарттарын түсіну. Нарықтық тепе-теңдік шарттары туралы білу. Нарықтық тепе-теңдік жағдайларына қатысты өз ұстанымын білдіру. Тапсырма сұрақтарына жауаптарды тұжырымдау барысында пәндік терминологияны қолдану.
Сабақтың мақсаты	Нарықтық тепе-теңдікті, тапшылық пен артықшылықты қалыптастыру заңдарымен танысу; Нарықтың негізгі факторлардың өзгеруіне бейімделу процесі ретінде сұраныс пен ұсыныстың икемділігін анықтау.

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы 3 мин Материалды белсенді және саналы түрде меңгеруге дайындық кезеңі	Сәлемдесу. мұғалім білім алушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға, сондай-ақ оқу процесіне ынталандыру үшін жағдай жасайды. «Жетістік ағашы» ойыны. Сәлеметсіз бе, балалар! Барлығыңыздың көңіл-күйлеріңіз жақсы болғанына қуаныштымын! Балалар, біздің жалғыз ағашқа назар аударыңыз (тақтаға жапырақтары жоқ ағаш бекітілген). Әрқайсыңызда әртүрлі түсті парақшалар бар (партада жатыр). Мен сізден олардың біреуін (кез келген түсті) алып,	Балалар мұғаліммен амандасады.	Ватман, фламастеры

<p>2 минуты</p>	<p>ағашымызды түрлі-түсті жапырақтармен жабуға көмектесуіңізді сұраймын.</p> <p>Балалар жапырақтарды жабыстырғаннан кейін:</p> <p>- Жасыл жапырақты таңдағандар бүгінгі сабақтан сәттілік күтеді.</p> <p>Қызыл жапырақ-сабақта өз пікірін білдіруді қалайтындар.</p> <p>Сары жапырақ-белсенділік танытады.</p> <p>Көк-табанды болады.</p> <p>Сіздердің көмектеріңізбен ағаш жапырақтармен безендендірілді, және әртүрлі түстерге боялды.</p> <p>Ағаштың сұлулығы сіздердің, ұмтылыстарыңыз бен үміттеріңізден де асып түсті.</p> <p>Ал бүгін сабақта орындалған жұмыстың тиімділігі сізге байланысты бола ма?</p> <p>Жұмысты орындау барысында барлық күш-жігеріңізді, фантазияңызды қолданасыз деп сенемін...</p> <p>Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p> <p>Сабақтың мазмұны:</p> <p>сабақта оқушылар</p>		<p>№1 слайд</p> <p>Сабақтың тақырыбы «Нарықтық тепе-теңдік»</p>
-----------------	---	--	--

	<p>сұраныс пен ұсыныс Заңын қарастыруды жалғастырады, нарықтық тепе-теңдік, тепе-теңдік бағасы және тепе-теңдік көлемі ұғымымен танысады. Олар тапшылық пен молшылық ұғымдардың экономикалық тұрғыдан нені білдіретінін біледі. Оларды нарықтық және жоспарлы экономиканы анықтауда қолдана алады. Олар сондай-ақ сұраныс пен ұсыныстың икемділігімен танысады және оны өз бетінше анықтауды үйренеді.</p>		
7 минут	<p>Нарықтық тепе – теңдік–бұл сұраныс пен ұсыныс бір-біріне тең болатын нарықтық жағдай</p> <p>1-тапсырма Сұраққа жауап беріңіз: Неліктен нарықтық экономикадағы тұтынушы өзіне қажетті тауарларды өндіруге тапсырыс беретін «әмірші» болып табылады? <i>Жауап</i> <i>Бизнестің табыстылығы тұтынушының белгілі бір қызмет немесе тауар үшін төлеуге</i></p>	<p>Білім алушылардың жауаптары</p> <p>Білім алушылар мысал келтіреді</p>	<p>№2 Слайд «Нарықтық тепе-теңдік» ұғымын анықтау</p>

	<p>дайын болуына байланысты, ол өндірушілерге «тапсырыс» түрін жасайды. Сұраныс неғұрлым жоғары болса, сол сұранысқа жауап ретінде ұсыныс та соғұрлым жоғары болады. Бұл жағдайда сатушы тек ұсыныс жасай алады, бірақ егер сатып алушы өнімге немесе қызметке көңілі толмаса, бизнес сәтсіз болады.</p>		
7 минут	<p>2-тапсырма</p> <p>Сұраққа жауап беріп көріңіз: «Неліктен өнеркәсіптік өнімдерге (спиннерлер, жаңа телефон үлгілері, жиһаз, киім) ұсыныс ауылшаруашылық өнімдеріне (алма, шабдалы, жүзім және т. б.) қарағанда серпімді?».</p> <p>Жауап:</p> <p>Ұсыныс икемділігінің шешуші факторы тауар базасының өзгеруіне жауап беру үшін өндірушілерге берілген уақыт мөлшері болып табылады.</p> <p>Сондықтан өндірушілердің жұмысы келесі кезеңдер бөлінеді:— ағымдағы кезең – бұл өндірушінің базаның өзгеру</p>	Білім алушылар өз ойларын дәлелдейді	

	<p>деңгейіне бейімделу мүмкіндігі жоқ кезең;</p> <p>- қысқа мерзімді кезең-бұл өндірушілер бағаның өзгеруіне толық жауап бере алмайтын кезең. Демек, олардың өндірістік қуаттарды өзгертуге уақыты жоқ;</p> <p>- ұзақ мерзімді кезең – өндірушінің бағаның өзгеруіне толық бейімделуі үшін уақыттың жеткілікті болуымен сипатталады.</p> <p>Өнеркәсіптік тауарлар жағдайында өндірушіге бағаның өзгеруіне бейімделу оңай: оған көбірек жұмысшылар жалдап, өндіріс үшін көбірек станоктар тиеу жеткілікті болады.</p> <p>Ауылшаруашылық өнімдеріне қажетті егін егу, өсіру және жинау үшін көп уақыт қажет.</p>		
7 минут	<p>3-тапсырма</p> <p>Бұл тауарларды екі категорияға бөліңіз: «бағаға икемді сұранысы бар тауарлар» және «бағаға икемеуге болмайтын сұранысы бар тауарлар». Жауабыңызды негіздеңіз.</p> <p>Картоп, компьютер, кір сабын, ұялы</p>	<p>Білім алушылар ықтимал жауап нұсқаларын береді</p>	

	<p>байланыс, шоколад, косметолог қызметтері, галстук, мектеп формасы, қарындаштар.</p> <p><i>Жауап</i></p> <p><i>Бағасы бойынша икемді сұранысқа ие тауарлар: компьютер, шоколад, косметолог қызметтері, галстук.</i></p> <p><i>Бағасы бойынша икемді емес сұранысқа ие тауарлар: картон, кір сабын, ұялы байланыс, мектеп формасы, қарындаштар.</i></p> <p><i>Бұл бірінші топтағы тауарлар бағасының шамалы өзгеруімен оларға сұраныс аздап өзгертінін білдіреді, өйткені бұл заттар маңызды заттар болып табылмайды. Екінші топтағы тауарлардың бағасы өзгерген кезде оларға сұраныс та өзгереді.</i></p>		
5 минут	<p>Оқушыларға сұрақтар қойыңыз:</p> <p>Өмірдегі нарықтық тепе-теңдік не үшін қажет?</p> <p>Нарықтық тепе-теңдіктің бұзылуы неге әкелуі мүмкін? Үш мысал келтіріңіз.</p> <p>Мысал: кедендік баждардың өсуі импорттық тауарлар ұсынысының</p>	<p>Білім алушылар мысалдар келтіреді</p>	

	төмендеуіне әкелуі мүмкін, ал халықтың табысының өсуі оларға сұраныстың бір уақытта артуына әкелуі мүмкін.		
5 минут	Тесттер		
4 минут	<p>«Чемодан, ет тартқыш, себет»</p>  <p>Чемодан - болашақта қажет болатын барлық заттар; Ет тартқыш - ақпаратты өңдеймін Себет – бәрін тастаймын <i>Сабақта алынған ақпаратпен жұмыс істеу тәсілін таңдаңыз</i></p>		

Қолданылған әдебиеттер

Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с

Видео «Рыночное равновесие»: <https://youtu.be/ejwMEoA9-gY>

1-қосымша

1. Әрқайсымыз белгілі бір тауарларға сұраныс жасаймыз. Егер сіз дүкенге келіп, сатып алған тауардың толық бағасын төлей алмасаңыз, бұл тауарға сұраныстың төмендегенін білдіре ме?

1. иә, сұраныс төмендеді
2. иә, тауар несиеге сатылмаған жағдайда сұраныс төмендеді
3. сұраныс төмендеген жоқ, өйткені ол әрбір жеке сатып алуға байланысты емес
4. сұраныс төмендеген жоқ, өйткені тауар сатылғаны белгілі.

2. Кроссовкалар спорттық аяқ киім ретінде ғана емес, күнделікті аяқ киім ретінде де киіле бастады. Бұл фактіні кроссовка жасаушылар қалай қабылдады?

1. кроссовкалардың бағасы көтерілді
2. кроссовкалардың бағасы төмендеді
3. кроссовкалар өндірісі мен ұсынысын арттырды
4. кроссовкалар өндірісі мен ұсынысын қысқартты

Кез-келген тауарға деген сұраныс мыналармен анықталады...

1. нарықта кез келген бағада берілген өнімнің қаншасы бар
2. қанша сатып алушылар ұсынылған бағамен сатып алғысы келеді және сатып ала алады
3. сатып ала ала ма, жоқ па оған қарамастан қанша сатып алушы сатып алғысы келеді
4. сатып алушылардың қаншалықты сатып алуға мүмкіндігі бар

3. Кез-келген тауарға деген сұраныс мыналармен анықталады ...

1. нарықта кез келген бағада берілген өнімнің қаншасы бар
2. ұсынылған бағалар бойынша сатып алушылар қаншалықты дайын және сатып алуға қабілетті
3. сатып алу мүмкіндігіне қарамастан қанша сатып алушы сатып алғысы келеді
4. сатып алушылардың қаншалықты сатып алуға мүмкіндігі бар

4. Фермерлер өз өнімдерін жоғары бағамен сатқысы келеді. Үй шаруасындағы әйелдер азық-түлікті арзан бағамен сатып алғысы келеді. Нарықтық экономикада бұл мәселе мыналардың көмегімен шешіледі ...

1. бәсекелестік
2. үкімет
3. іскерлік орта
4. сайлаушылар

5. Сұраныс Заңына сәйкес басқалары тең жағдайда

- 1) төмен бағамен тауарларды жоғары бағаға қарағанда көбірек сатуға болады
- 2) жоғары бағамен төмен бағамен бірдей тауарларды сатуға болады
- 3) сатылған тауарлардың саны бағаға емес, олардың сапасына байланысты
- 4) төмен бағамен тауарларды жоғары бағаға қарағанда аз сатуға болады

6. Басқа экономикалық жүйелерден ерекшеленетін нарықтық экономиканың белгісі

- 1) ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыруға ұмтылу
- 2) еңбек заңнамасын сақтау
- 3) өндірушіні тұтынушылық сұранысқа бағдарлау
- 4) негізгі өнімдерге белгіленетін бағалар

7. Сатылған тауардың саны артады, егер сұраныс....

- 1 өзгеріссіз қалса ұсыныс азаяды
- 2) азаяды және ұсыныс өзгеріссіз қалады
- 3) қысқартылады және ұсыныс азаяды
- 4) өседі, ал ұсыныс өзгеріссіз қалады.

Тақырыбы «Табысты кәсіпкердің дағдылары»

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	сынып: 11
Сабақтың тақырыбы	Кәсіпкерлікке кіріспе	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	Табысты кәсіпкерлік қызмет үшін қандай дағдылар қажет екенін түсінеді. Табысты кәсіпкердің дағдыларын қалай қалыптастыру қажеттілігін біледі. Табысты кәсіпкердің дағдыларын талдады. Алған білімдерін сабақ тапсырмаларының сұрақтарына жауап беру барысында қолданады	
Сабақтың мақсаты	кәсіпкерлік бойынша білімді және кәсіпкерлік қызмет дағдыларын қалыптастыруға ықпал ету, оқушылардың кәсіпкерлік туралы бастапқы білімдерін қалыптастыру және бекіту	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы 2 мин	Сәлемдесу. «Бәрі өз қолыңда» психологиялық көзқарас. Мысал. «Бәрін білетін бір	Балалар мұғалімге амандасады	

<p>Материалды белсенді және саналы түрде меңгеру ге дайындық кезеңі</p>	<p>дана адам болған екен. Бір адам данышпанның бәрін білмейтінін дәлелдегісі келді. Көбелекті қолына қысып: «Данышпан, айтшы, менің қолымда қай көбелек: өлі ме, тірі ме?» - деп сұрады. Сонда ол: «Тірі десе өлтіремін, өлі десе, шығарып жіберемін» деп ойлайды. Данышпан ойланып тұрып: «Бәрі өз қолыңда», – деп жауап берді.</p>		
<p>10 минут.</p>	<p>Мектеп бітіріп жатқан миллиондаған жас жігіттер мен қыздар өмірден өз жолын табуға талпынуда. Өкінішке орай, кез келген адам қалаған жетістікке жете алмайды. Оның бір себебі – кәсіби, жеке және өмірлік жоспарлардың әрқашан жақсы ойластырылмауы, адамның қабілеті мен мүмкін болатын кедергілерді есепке алмай құрылуы. Бүгін біз осы мәселелерді түсінуге тырысамыз. Сабағымыздың тақырыбы: «Табысты кәсіпкердің дағдылары».</p> <p>Сабақтың эпиграфына назар аударыңыз.</p> <p>Бірде Джеймс Уотсон: «Бизнес – бұл ойын, әлемдегі ең керемет ойын – егер сіз оны ойнай білсеңіз», – деген.</p>	<p>Оқушылар өз пікірлерін білдіреді</p>	<p>№1 Слайд Сабақтың тақырыбы «Табысты кәсіпкердің дағдылары»</p> <p>№2 слайд (Джеймс Уотсон суреті)</p>

	<p>Бұл сөздерді қалай түсінесіңдер? Бұл ойынға қатысушылар кімдер?</p> <p>Мұнда басты рөлді кәсіпкерлер атқаратыны сөзсіз.</p> <p>Кәсіпкерлік қызмет қазіргі жастар үшін тартымды болды және солай болып қала береді, өйткені ол экономикалық еркіндікпен, іскерлік шешімдерді өз бетінше қабылдау, жеке табысқа жету және материалдық әл-ауқатпен байланысты. Алайда, сіз университетте кәсіпкер болуды үйрене алмайсыз және «табысты бизнесмен» деген мамандық жоқ. Кез келген адам бизнесте табысты бола алады деп ойлайсыз ба? Неліктен? Кәсіпкер болу үшін адамның бойында белгілі бір қасиеттер болуы керек екені рас, сізде қандай және олар бар ма, соны сабағымызда анықтауға тырысамыз.</p>	<p>Білім алушылар өз пікірлерін білдіреді</p>	
<p>5 минут</p>	<p>Балалар, сіздің елді мекеніңіздің кәсіпкерлерін атаңыз. Олардың қызметі туралы не айта аласыз? Олар сәтті болды деп ойлайсыз ба? Олардың табысқа жетуіне не көмектесті?</p> <p>Біз сіздермен елді мекеннің кәсіпкерлерімен танысуға мүмкіндік алдық. Біз кез-келген бизнестің идеядан басталатынын көреміз.</p>	<p>(білім алушылардың жауабы)</p>	

	<p>Адамдар қажетті қызмет түрін таңдайды, сұранысқа ие болады, содан кейін ғана ол пайда әкеледі және кәсіпкерлік қызмет сәтті болады. Бірақ бір идея жеткіліксіз екені анық. Адамдар белгілі бір қасиеттерге ие болуы керек.</p>		
8 минут	<p>Сұрақ: Табысты кәсіпкерге қандай қасиеттер тән?</p> <p>Бизнеске сәттілікке әдетте идеяға құмар, өзіне сенімді, дұрыс команданы таңдай алатын, коммуникативті адамдар қол жеткізеді.</p> <p>Қазіргі кәсіпкерге келесі белгілер тән:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мақсаттылық • сіздің өніміңізге немесе қызмет түріне шексіз сенім • тапқырлық • мақсатқа жетуде табандылық пен жігерлілік • табысқа және пайда табуға бағытталған • өзінің күшті және әлсіз жақтарын түсіну • бәрін басынан бастауға дайын болу • аналитикалық ойлау • өз бизнесіне толық сенімділік • өз мысалымен басқаларды баурап алу қабілеті • іскерлілік 	<p>Білім алушылар сұраққа жауап береді</p> <p>Білім алушылар дәптерге жазады</p>	

<p>5 мин</p>	<ul style="list-style-type: none"> • бизнестегі әр мәселе мен кішігірім нюанстарға назар аудару • өз ісін үнемі дамытуға ұмтылу • тәуекелге баруға дайын болу • қиындықтан қорықпау <p>Жеке қасиеттердің ішінде ең маңыздыларының алтауын ажыратуға болады:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дербестік • өршілдік • табандылық • еңбекқорлық • төзімділік • жауаптылық <p>«Балапан» психогимнастикасы (тыныс алу жаттығуларының элементтерімен)</p> <p>Тұрақты психикаға, күшті төзімділікке, кез-келген жағдайда өзін ұстай білу, эмоцияларын көрсетпеу үшін кәсіпкер психогимникамен айналысуы керек.</p> <p>Қолыңызда кішкентай дәрменсіз балапан бар деп елестетіп көріңіз. Қолыңызды алақаныңызды жоғары қаратып созыңыз. Енді оны жылытыңыз, алақаныңызды бір саусағыңызбен ақырын бүктеңіз, оларға балапанды</p>		
--------------	--	--	--

	<p>жасырыңыз, оған дем алыңыз, біркелкі тыныш тыныс алыңыз, алақаныңызды кеудеге қойыңыз, балапанға жүрек пен тыныс беріңіз.</p> <p>Енді алақаныңызды ашыңыз, сонда сіз балапанның қуанышпен ұшып кеткенін көресіз, оған күлімсіреп, қайғырмаңыз, ол сізге әлі де келеді!</p> <p>Адамдарды тәуекелге баруға және өз ісін бастауға не мәжбүр етеді?</p> <p>Кәсіпкердің себептері қандай?</p> <p>Шынында да, көптеген себептер бар. Негізгілерін бөліп көрсетеміз.</p> <ul style="list-style-type: none"> • жақсы өмір сүру үшін көбірек ақша табу • өзіңізді белгілі бір істе жүзеге асыру • тәуелсіз, табысты және қамтамасыз етілген болу; <p>Өз жеке ісіңнің болуы қызметкер болудан әлдеқайда қиын екені анық. Жұмыс сіздің барлық уақытыңызды, ойларыңызды жүзеге асыруға мотивация беруі мүмкін. Сіз тез баю жолын табуыңыз екіталай: оған апаратын жол қиын болуы мүмкін.</p> <p>Сізге бәсекелестермен, бақылау органдарымен,</p>	<p>Білімалушылар сұрақтарға жауап береді</p>	
--	--	--	--

	тіпті қылмыстық құрылымдармен қиын қарым-қатынасқа түсуге тура келеді. Бірақ егер осы қиындықтардың бәрі сізді қынжылтпаса және сіз өзіңіздің болашағыңызды кәсіпкерлікте көрсеңіз, онда алға!!!		
5 минут	Кәсіпкерлік қызмет қабілетін анықтауға арналған тест. (№ 1 қосымша)		
Сабақты қорытындылау 5 минут	Балалар, мен сендерге сабақта айтылғандардың барлығын еске түсіріп, «Плюс-минус-қызық» кестесін толтыруды ұсынамын. Үш бағаннан тұратын кестені толтыру керек. «Р» - «плюс» бағанында - сабақта ұнағанның бәрін, немесе сіздің ойыңызша, кейбір мақсаттарға жету үшін сізге пайдалы болуы мүмкін жағымды эмоциялар тудырған ақпарат пен жұмыс формаларын жазыңыз. «М» – «минус» бағанына – сабақта ұнамаған, қызықсыз болып көрінген, түсініксіз болып қалған немесе өмірлік жағдаяттарды шешуде сізге пайдасыз болып шыққан ақпаратты жазыңыз. «Мен» - «қызықты» бағанында - сабақта білген барлық қызықты фактілерді және осы мәселе туралы		

	<p>тағы не білгіңіз келетін, мұғалімге арналған сұрақтарды жазыңыз.</p> <p>Бұл диаграмманы Кембридж университетінің PhD докторы, ойлау саласындағы практикалық дағдыларды дамыту бойынша сарапшы Эдвард де Боно жасаған. Бұл жаттығу мұғалімге сабаққа оқушылардың көзімен қарауға, оны әрбір оқушы үшін құндылық тұрғысынан талдауға мүмкіндік береді. Білім алушылар үшін «П» және «И» бағандары ең маңызды болады, өйткені оларда бір күні қажет болуы мүмкін ақпарат туралы еске жадынама болады.</p> <p>Есіңізде болсын, кәсіпкерлік – бұл тәуекелге бару, шешім қабылдау және ақша табу.</p> <p>Табысқа деген сенімсіз және өз мақсатыңыз үшін бәрін тәуекелге қойып, соңына дейін баруға дайын болмасаңыз, өз бизнесіңізді құру туралы ойлану мүмкін болмайды. Жетістікке идеяға құмар, өзіне сенімді, табанды, еңбекқор, тәуелсіз адамдар ғана оған жетеді. Осымен сабағымыз аяқталды, Сау болыңыздыр.</p>		
--	--	--	--

Қолданылған әдебиеттер

1. Майкл Хаммер. Бизнес в XXI веке: повестка дня. – М., 2005. – 140 с.
2. Мамыров Н.К. и др. Основы предпринимательства: учебное пособие. Алматы, 1997.

1-қосымша

Әрбір дұрыс жауап үшін – 1 балл

1. Сіз туындаған қиындықтарға қарамастан, бастаған жұмысыңызды аяқтай аласыз ба?
2. Сіз қабылданған шешімді талап ете аласыз ба, әлде сізді көндіру оңай ма?
3. Жауапкершілікті алғанды, бір нәрсені басқарғанды ұнатасыз ба?
4. Жолдастарыңыздың құрметіне, сеніміне лайықсыз ба?
5. Денсаулығыңыз жақсы ма?
6. Сіз таңнан кешке дейін бірден пайдасыз жұмыс істеуге дайынсыз ба?
7. Адамдармен араласуды және жұмыс істеуді ұнатасыз ба?
8. Сіз таңдаған жолыңыздың дұрыстығына басқаларды сендіре аласыз ба?
9. Өз кәсібіңізді ашқыңыз келетін салада тәжірибеңіз бар ма?
10. Қазіргі салық салу, еңбекақы төлеу, бухгалтерлік есеп ережелерімен аз да болса таныссыз ба?
11. Көшеде бейтаныс адаммен сөйлесе аласыз ба?
12. Құлықты пайдалы қасиет деп санайсыз ба?
13. Достарыңыздың жетістігіне қызғанышпен қарайсыз ба?
14. Жалға алуға болатын бөлме бар ма?
15. Үлкен туыстарыңызға «сіз» деп сыпайылық танытасыз ба?
16. Дүкенде сізді алдап кетсе, алаңдайсыз ба?
17. Сіз құрып жатқан кәсіпорынды қаржыландыру үшін туыстарыңыз бен достарыңызды тартуға мүмкіндігіңіз бар ма?
18. Мысалы, сіз вокзалда біраз уақытқа мүлде бейтаныс адамға чемоданды сеніп тапсыра аласыз ба?
19. Сізде тәжірибесі мен білімі бар ақылды мамандар бар ма?
20. Жеке кәсіпке ие болу сіздің басты арманыңыз екеніне сенімдісіз бе?

Алған балл санын есептеңіз. 14 слайд.

Егер сіздің жалпы баллыңыз 17 немесе одан жоғары болса, сізде кәсіпкер болу үшін барлық қажетті қасиеттер бар. Сіздің табандылығыңыз,

күш-қуатыңыз және табысқа деген сеніміңіз кез келген құнды идеяны жүзеге асыруға көмектеседі - ең бастысы, идея шынымен де оған лайық.

Сіз 13 пен 17 ұпай жинадыңыз. Сіздің кәсіпкер ретінде табысқа жету мүмкіндігіңіз соншалықты айқын емес. Дегенмен, сіз табысты кәсіпкер бола аласыз.

Егер сізде 13 ұпайдан төмен болса, сіздің жақсы кәсіпкер болуыңыз екіталай. Тәжірибе жинауға тырысыңыз және еркін кәсіпкерлік жолына түспес бұрын, қызығушылықтарыңызды, тілектеріңізді және мүмкіндіктеріңізді қайта-қайта салыстырыңыз.

Сауалнама нәтижелеріне, ата-аналардың немесе ата-аналардың достарының тәжірибесіне сүйене отырып, сіздердің біреулеріңіз болашақта өзіңіз үшін осы қиын, бірақ игілікті және пайдалы жұмысты таңдайды деп сенемін.

«Бизнестегі заманауи технологиялар» тақырыбы

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Бизнестегі заманауи технологиялар	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	Бизнесті табысты жүргізу үшін заманауи технологиялардың маңыздылығын түсінеді. Заманауи бизнес-технологиялардың мүмкіндіктерін біледі. Бизнестегі заманауи технологиялар туралы ақпарат іздей алады. Өз бизнес-идеяларын іске асыру үшін заманауи технологиялар туралы білім негіздерін қолданады.	
Сабақтың мақсаты	- Бизнестегі заманауи технологиялармен танысу, - кәсіпкерліктің, оның ішінде Қазақстандағы заманауи үрдістерді тану;	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы	Мұғалім оқушыларды оқу әрекетіне және жаңа білім алуға, сонымен	Балалар мұғаліммен амандасады.	

<p>5 минут</p> <p>Материалды белсенді және саналы түрде меңгеруге дайындық кезеңі</p>	<p>қатар оқу процесінде мотивацияға жағдай жасайды.</p> <p>Ойын «Айдаһар. Қыз. Самурай»</p> <p><i>Энерджизер ойыны өзінің процесімен, қарсылас команданың логикасын есептеу қажеттілігімен өте қызықты. Бұл жаттығу топ динамикасын сақтау үшін жақсы.</i></p> <p>Нұсқаулық. «Екі командаға бөлініп, - бір команда екіншісіне қарама-қарсы екі қатарға тұрыңыздар. Бұл бәсекелестік жаттығуы. Біз командалармен жарысамыз. Біз кез - келген командада үш жеңіске дейін ойнаймыз. Жарысты өткізу үшін біз үш фигураны есте сақтап үйренуіміз керек. Назар аударыңыз, көрсетемін (мұғалім фигураларды дәйекті түрде көрсетеді, ал қатысушылар оларды жақсы есте сақтау үшін қайталайды). Қыз: Жаттықтырушы юбканың шеттерін ұстап тұрғандай кейіппен, бір</p>	<p>(қатысушылар екі командаға бөлініп, екі қатарға тұрады).</p>	
---	--	---	--

	<p>аяғынан екіншісіне ауысып сонымен бірге өзіне тән дыбыспен "Ла-ла-ла-ла" деп қимылдайды,</p> <p>Дракон: Аяқтары иық көлемінде, қолдар бастан жоғары көтерілген, саусақтары тырнақ тәрізді жайылған. «А-А-А-А!!!» деп өзіне тән қорқынышты дыбыс шығарады.</p> <p>Самурай: Жаттықтырушы: самурай бір аяғын, бір қолын да алға, ұстап қиялдағы қылышты ұстап, жауға бағыттап тұрғандай жауынгерлік позицияда тұрып «У-У-У-У!!!» деп дыбыс шығарады.</p> <p>Командаларға үш фигураның қайсысын көрсетуге болатынын келісу үшін 30 секунд беріледі. Осыдан кейін мен: «Үш-екі-бір!» деймін. Және екі команда бір уақытта өздері таңдаған фигураны көрсетеді. Сіздің сандарыңыз сәйкес келуі немесе сәйкес келмеуі мүмкін. Егер олар сәйкес келсе, бұл раунд тең болады. Егер олар сәйкес келмесе, келесі ереже қолданылады:</p> <p>«Самурай айдаһарды өлтіреді: Самурайды көрсеткен команда жеңіс</p>		
--	--	--	--

	<p>ұпайына ие болады. Айдаһар қызды жейді: айдаһарды көрсеткен команда жеңіс ұпайына ие болады. Қыз самурайды азғырады: қызды көрсеткен команда жеңіс ұпайын алады.</p> <p>Назар аударыңыз ойын басталды! Енді сізде жеңіс ұпайын алу үшін қай фигураны көрсету керектігін келісу үшін 30 секунд бар!</p>		
7 минут	<p>Сұрақ Бизнеске арналған қандай технологияларды атай аласыз?</p> <p>Компьютерлік және электронды инновациялық технологиялар экономиканың әрбір секторында барған сайын берік орнығып, кәсіпкерлер үшін бизнесті жүргізуге тиімді әсер етуде, ал пайдаланушылар сапалы тауарлар мен қызметтерді жылдам алу мүмкіндігін ашуда.</p> <p>Бір жағынан, бизнеске арналған жаңа технологиялар күшті және икемді бола түсуде, ал екінші жағынан, олар бизнес экономикасының әртүрлі салаларына көбірек таралуда.</p>	<p>Оқушылар өз анықтамаларын оқиды</p> <p>Оқушылар мұғалімді тыңдайды</p>	<p>№1 слайд Сабақтың тақырыбы «Бизнестегі заманауи технологиялар»</p>

<p>7 минут</p>	<p>Табысты болу үшін дамушы елдер өндірістік процестер икемділік пен орталықсыздандыру принциптеріне бағынатын жаһандық экономикада бәсекеге қабілетті болуы керек. Дәл осы жерде компьютерлік технология іс жүргізуге тиімді өзгерістер енгізе отырып, даму қарқынын ынталандырып, жеделдете бастайды.</p> <p>Ақпаратқа еркін қол жеткізуді, оны өңдеуді және сақтауды қамтамасыз ететін озық технологияларды пайдалана отырып, Кәсіпкерлер неғұрлым ауқымды және тиімді жұмыс өнімділігін, сондай-ақ өнеркәсіптік елдер тарапынан бәсекелестікке төзімділікті жолға қояды.</p> <p>Технологиялық бизнес әрқашан трендте болады. Роботтар, жасанды интеллект, 5G, виртуалды шындық, онлайн платформалар және микросервистер сіздің шағын және орта бизнес туралы түсініктеріңізді өзгерте алады.</p> <p>Прогресс әрқашан жаңа технологияларға негізделген. Олар</p>	<p>Оқушылар өз анықтамаларын оқиды</p>	
----------------	---	--	--

	<p>компанияларға өсу мен дамуға, ең бастысы қазіргі жағдайларға бейімделуге мүмкіндік береді. Бизнес үшін инновация - үлкен бәсекелестік артықшылық. Олар пайданы көбейтеді және шығындарды азайтады, бірақ ең бастысы – әлемді шынымен жақсарту және біздің өмірімізді жайлы етеді.</p> <p>Бизнестегі Геймификация</p> <p>Пандемия жағдайында ойын алаңдары-бұл адамдар, соның ішінде бизнес мәселелері бойынша кездесіп, қашықтан сөйлесе алатын орын.</p> <p>Әдетте геймификация тек компания қызметкерлеріне қолданылады және жұмыс тиімділігін арттыруға арналған.</p> <p>Дегенмен, өнімдерге/қызметтерге адалдықты арттыру және сатуды ынталандыру үшін негізгі аудиторияны қосуға болады.</p> <p>Мысалы, 2020 жылы Unconventional кеңістігі ашылды.</p> <p>Ол виртуалды іс – шараларды ұйымдастыруға арналған-қазір 50 мыңнан астам</p>		
--	---	--	--

	<p>қолданушы бар. Бұл кеңістіктің ерекшелігі - барлық іс-шаралар, соның ішінде жұмыс кездесулері де ойын әлемдерінің бірінде өтеді және әр қатысушының өзінің 3D аватары бар.</p> <p>Балаларға қазіргі заманғы технологиялар қандай міндеттерді шешеді? деген сұрақ қойылады</p> <p>Автоматтандыру құралдары компанияның жұмысын жоғары деңгейге көтере алады. Олар бизнесте болып жатқан процестерді бақылайды және басқарады. Бұл құралдар кеңінен танымал «жеке тәсілді» қамтамасыз етеді.</p> <p>Олар бірқатар тапсырмалардың шешімі бойынша жауап береді:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сатушы компания мен сатып алушы арасында қарым-қатынас орнатуға көмектеседі. • Шығындарды оңтайландыру және кірісті арттыру. • Қызметкерлердің өнімділігін арттыру. • Бизнесті автоматтандыру. • Жаңа өнімдерді насихаттау. 		
--	---	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Бәсекелестерден алда болу, өнім мен компанияның нарықтағы позициясын жақсарту. • Маркетингтік әдістердің сапасын жақсарту және тиімді даму стратегиясын әзірлеу 		
15 минут	<p>Басқалар елестете алатындай түбегейлі жаңа идеяны немесе тұжырымдаманы сипаттайтын сценарий ойлап табу және жазу оңай шаруа емес. Оны миниатюрада сынап көру үшін LEGO бөлшектерінен құлып сияқты объект жасаңыз. Аяқтағаннан кейін оны ешкімге көрсетпеңіз. Оның орнына объектінің өзін және оны қалай қайта құруға болатындығын сөзбен сипаттаңыз, яғни әрекет сценарийін жасаңыз. Басқалардың міндеті-бұл затты тек сіздің нұсқауларыңызға сүйене отырып, дәл сондай LEGO бөлшектерінен жасау болып табылады. Келесі деңгейге көтеріле отырып, сценарий жасаудың әртүрлі тәсілдерін қолдана отырып бәсекелесуге болады. Бір команда әр әрекетті егжей-тегжейлі сипаттасын, ал екіншісі тек негізгі принциптерге</p>	Білім алушылар тест тапсырады. Тыңдайды	

5 минут	<p>тоқталсын. Үшінші команда мақсатты немесе негізгі нәтижені сипаттауға назар аудара алады.</p> <p>Мақсатты да: дәл қалпына келтіруден бастап құрастыру уақытын қысқартуға дейін, қызықты модельден құрастыру тұрғысынан ерекше қызықтыға дейін және т. б. өзгертуге болады</p> <p>Сценарий жасаудың әртүрлі тәсілдері мен мінез-құлық бейімділігі идеяның шындыққа айналуына қалай көмектесетіні немесе кедергі жасайтыны туралы сабақ алу керек.</p> <p>Одан кейін сіз өзіңіздің ұйымыңыздың сценарийін кейбір перспективалы жаңа идея аясында ішінара немесе толығымен қайта жазу үшін үйренгеніңізді қолдана аласыз.</p> <p>Қорытындылау Бұл сабақта сіз бизнестегі заманауи технологиялар ұғымымен танысып, олардың түрлерімен танысып, ел экономикасы үшін қандай артықшылықтар бар екенін түсіндіңіз.</p>		
---------	--	--	--

	Сонымен қатар, кәсіпкерліктің соңғы тенденцияларын есепке алу бизнесті жақсартуға қалай көмектесетінін және меншік иесі өз ісін дамытатын аймақтың ерекшеліктерін ескеру қаншалықты маңызды екенін түсіндіңіз.		
5 минут	Көңіл-күй мен эмоционалды жағдайдың рефлексиясы: Партадағы көршіңізге келесі фразаны таңдаңыз: - Сен жарайсың, - Мен сіздің сабақтағы жұмысыңызға ризамын, - Сен жақсы жұмыс істей алар едің	Білім алушылар ықтимал жауап нұсқаларын береді	

1-қосымша

Сөздік

Инновация – жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған өнім (тауар, қызмет) немесе процесс, сатудың жаңа әдісі немесе іскерлік тәжірибеде, жұмыс орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы байланыстардағы жаңа ұйымдастырушылық әдіс..

Нарықтық экономика – еркін кәсіпкерлік қағидаттарына, өндіріс құралдарына меншік нысандарының алуан түрлілігіне, нарықтық баға белгілеуге, шаруашылық жүргізуші субъектілер арасындағы шарттық қатынастарға, субъектілердің шаруашылық қызметіне мемлекеттің шектеулі араласуына негізделген экономикалық жүйе. Бұл тек сатып алушылардың, тауарлар мен қызметтерді жеткізушілердің шешімдері тарату құрылымын анықтайтын экономика.

Тенденция және бейімділік (лат. tendo – «бағыттаймын, ұмтыламын») - белгілі бір оқиғалардың осы бағытта даму мүмкіндігі.

Көлемді деректер (англ. big data) – бұл 2000-шы жылдардың соңында пайда болған және дәстүрлі дерекқорды басқару жүйелері мен Business Intelligence класс шешімдеріне балама болып табылатын көлденең

масштабталатын бағдарламалық құралдармен тиімді өңделетін үлкен көлемдегі және айтарлықтай әртүрлі құрылымдық және құрылымдалмаған деректердің белгіленуі.

Машиналық оқыту (англ. machine learning, ML) - жасанды интеллект әдістерінің класы, оның ерекшелігі мәселені тікелей шешу емес, көптеген ұқсас есептердің шешімдерін қолдану процесінде оқыту болып табылады. Мұндай әдістерді құру үшін математикалық статистика құралдары, сандық әдістер, оңтайландыру әдістері, Ықтималдықтар теориясы, графиктер теориясы, сандық түрде мәліметтермен жұмыс істеудің әртүрлі әдістері қолданылады.

Төлем қабілеттілігі —шаруашылық жүргізуші субъектінің заңда немесе шартта белгіленген ақшалай міндеттемелерді оның иелігіндегі ақшалай ресурстар есебінен уақтылы орындау қабілеті.

Пайдаланылған деректер:

Atameken Academy онлайн білім беру платформасының материалдары (бейне сабақтар) (atameken.co).

«Инновационные тренды в предпринимательстве. Стартап-культура»:
<https://youtu.be/99ECxI7wA2w>

<https://lifehacker.ru/poleznye-biznes-igry/>

«Бизнес неден басталады» тақырыбы

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Бизнес неден басталады	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	Бизнес-жобаны құру алгоритмін түсіну. Негізгі бизнес-процестер туралы білу. Болашақ бизнес-процестерді модельдей білу.	
Сабақтың мақсаты	- Бизнес-жобаны құру алгоритмдерімен танысу; -Өз бизнес-идеяларын іске асыру үшін бизнес-процестер туралы білімді қолдану.	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
<p>Сабақтың басталуы 5 минут</p> <p>Материалды белсенді және саналы түрде меңгеруге дайындық кезеңі</p>	<p>Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға дайындайды, сонымен қатар оқу процесінде мотивация үшін жағдай жасайды.</p> <p style="text-align: center;">Жаттығу «.....бойынша қатар түзу ...!»</p> <p>Мақсаты: қатысушылар арасындағы қарым-қатынастағы кедергілерді еңсеру, оларды босату.</p> <p>Жаттығу барысы: Қатысушылар тығыз шеңбер құрып, көздерін жұмады. Олардың міндеті - көздерін жұмып бойларына қарай бір қатарға тұру. Қатысушылардың барлығы қатарда өз орындарын тапқан кезде, көздерін ашып, не болғанын көру туралы бұйрық беруіңіз керек. Жаттығудан кейін бұл тапсырманы орындау қиын болды ма (қатысушылар қалай сезінді) жоқ па соны талқылауға болады.</p> <p>Ескерту: ойынның бірнеше нұсқасы бар. Сіз көздің түсіне (көзді жаппастан ашық түстен қара түсті көзге дейін),</p>	<p>Балалар мұғалім мен аманда сады</p>	

	шаштың түсіне, қолдың жылуына және т. б. бойынша тапсырма беруге болады.		
7 минут	<p>Мен оқушыларға: Сіздің ойыңызша, кәсіпкерлік пен бизнестің айырмашылығы неде? деген сұрақ қоямын. Олардың арасында өз бизнесін ашқан таныстары, туыстары бар ма? Олар қалай бастады, бәрі бірден болды ма? деп сұраймын.</p> <p>Кәсіпкерлік факторлар – бұл кәсіпкерлік функцияның қасиеттерін жүзеге асыру мүмкіндігін анықтайтын параметрлер. Қоршаған ортаның табиғатына байланысты сыртқы факторларды және кәсіпкерліктің ішкі ұйымдастырылу ерекшеліктеріне байланысты ішкі факторларды ажыратады.</p>	Білім алушылардың жауабы	№1 слайд Тема уроқа «Бизнес неден басталады»
10 минут	<p>Оқушылар 1-тапсырманы орындайды Ойланып, сұрақтарға жауап беріңіз.</p> <p>Қазақстан жерінен қандай көне монеталар табылды? Қазақстан аумағында 20 ғасырға дейін ежелгі монеталар ақшаның қандай қызметін атқарды? Ата-анаңыздан 1993 жылы шығарылған 1</p>		<p>№2 слайд Ежелгі монеталардың фотосы.</p> <p>№3 слайд Тәуелсіз Қазақстанны</p>

<p>7 минут</p>	<p>теңге, 5 теңге, 10 теңге, 20 теңге, 50 теңге, 100 теңгелік Қазақстан Республикасының алғашқы банкноттарында кім бейнеленген деп сұраңыз?</p> <p>Жауап: <i>Қытай ушуы, Сырдариядағы сауда қалаларының қола ақшалары, Түргеи хандарының теңгелері, араб фельстері, күміс тангалары.</i> <i>Айырбастау, төлеу, құнды өлшеу және байлықты жинақтау функциялары.</i> <i>Оқушылар ақшаның қызметтерін атағаннан кейін материалды бекіту үшін олардың әрқайсысын өз өмірлерінен мысалдар келтіре отырып, толығырақ талқылауға болады.</i> <i>1 теңге: Әбу Наср әл-Фараби; 5 теңге – Құрманғазы Сағырбайұлы; 10 теңге – Шоқан Уәлиханов; 20 теңге - Абай Құнанбаев; 50 теңге – Әбілқайыр хан; 100 теңге – Абылай хан.</i></p> <p>Оқушыларға: «Ұлттық валютада бейнеленген тұлғалар қалай таңдалады деп ойлайсыз?», «Ұлттық валютада тағы не бейнеленуі мүмкін?»</p>	<p>ң алғашқы теңгесі</p>
----------------	---	--------------------------

	<p>«Неліктен?» деген сұрақтар қоюға болады.</p> <p>2-тапсырма. Кәсіпкерлікті ұйымдастыру жолдарын салыстыру.</p> <p>Әрқайсысының жақсы жақтары мен кемшілігін жазыңыз.</p> <p>Өз кәсібіңізді ашқыңыз келсе, қандай жолды таңдар едіңіз? Неліктен?</p>		
--	--	--	--

Жауабы

Бизнеске кіру тәсілі	Жақсы жағы	Кемшілігі
1) Нөлден бастау	Сәтсіздік кезінде шығындардың болмауы (қауіпсіздік) Жинақталған тәжірибе	Барлығын өзіңіз жасауыңыз керек Сәтсіздіктердің жоғары пайызы
2) Бастапқы капиталды тарту	Бастапқы капиталдың болуы	Сіз инвестицияңызды жоғалтуыңыз мүмкін (тәуекел жоғары)
3) Жұмыс істеп тұрған фирманы сатып алу	Тоқтап қалу қаупі төмен Бірден жұмыс істейтін және пайда әкелетін фирма	Бизнесті құрудағы жеке тәжірибесінің болмауы
4) Франчайзинг сатып алу	Жұмыс моделі (нұсқаулық) бар Қазірдің өзінде аты белгілі Басқа нүктелердің үлкен желісі Франчайзерді қолдау	Шешім қабылдау еркіндігінің болмауы Бүкіл желіге тәуелділік Жылдам шығу мүмкіндігінің болмауы

7 минут	Тест және талқылауға арналған сұрақтар (№1 қосымша)		
---------	--	--	--

<p>5 минут</p>	<p>Сабақты қорытындылау Бұл сабақта біз кәсіпкерлікті экономикалық құбылыс ретінде қайталап, талдадық. Біз өз бизнесімізді бастау үшін не қажет екенін түсіндік, бизнесті ұйымдастыру тәсілдерін және қазіргі жағдайда кәсіпкерліктің дамуына әсер ететін факторларды талдадық. Біз сондай-ақ бастапқы капитал, ақша, олардың функциялары және франчайзинг сияқты экономикалық ұғымдармен таныстық.</p>	<p>Білім алушылар ықтимал жауап нұсқаларын береді</p>	
<p>Рефлексия 5 минут</p>	<p><u>Фразаны жалғастырыңыз, өзіңізге ұнайтынын таңдаңыз, сұраққа жауап беріңіз.</u> <u>Біздің күніміз (сабақ, іс-шара, ойын) аяқталды, Мен айтқым келеді...</u> <u>Менең көп жетістікке жеттім</u> <u>әсіресесәтті болды...</u> <u>Осы күннен (сабақ, ойын) не алдым?</u> <u>Сіз өзіңізді не үшін мақтай аласыз?</u> <u>Сіз сыныптастарыңызды не үшін мақтай аласыз?</u> <u>Сіз мұғалімді не үшін мақтай аласыз?</u></p>		

1. Тест және талқылауға арналған сұрақтар. Тақырыбы: «Бизнес-идея және бизнес-модель»

2. Бизнес-идея – бұл

1. Бизнесі жүргізудің логикасы мен тәсілдерін сипаттайтын Бизнесің жеңілдетілген тұжырымдамалық көрінісі және оның жұмыс істеу механизмі.

2. Компанияның өз бизнесін қалай жүргізетінін, нарықта әрекет ететінін және бәсекелесетінін, оның жетістігін қандай негізгі факторлар, бірегей мүмкіндіктер мен құзыреттер анықтайтынын сипаттайды

3. Бұл тұтынушыға ұсынылатын құндылықты түсінумен байланысты бизнес тұжырымдамасы

4. Бұл әрбір жаңа кәсіпорын басталатын бастапқы нүкте

3. Бизнес-модель – бұл

(1-сұрақтың жауаптарын қараңыз.)

4. Не Бизнес-модельдің міндеті болып табылмайды

1. Бизнес тұжырымдамасын ұсыну
2. Бизнес-модельдің маңызды компоненттерінің құрылымын қалыптастыру
3. Қызметкерлердің әрекеттерін үйлестіру және ынталандыру
4. Инвесторлар үшін бизнесің экономикалық тартымдылығын көрсету

5. Сіз бизнес-модельдің тиімділігін бағалаудың қандай критерийлерін ең маңызды деп санайсыз және неге?

1. Клиенттерді тарту
2. Маңызды құндылықты ұсыну
3. Жоғары пайданы қамтамасыз ету
4. Клиенттердің қанағаттануын қамтамасыз ету
5. Нарықта фирманы нығайту
6. Қаржыландыру

6. Клиенттерді тартуға мысалдар келтіріңіз.

7. Фирманың бәсекелестік артықшылығы қандай болуы мүмкін?
8. Жеткілікті жоғары пайданы қалай қамтамасыз етуге болады?
9. Нарықта фирманы жеңілдету жолдары қандай?
10. Ұйымның бастапқы қаржыландыруы қандай болуы мүмкін?

Пайдаланылған әдебиеттер

Видеоурок 5: С чего начинается бизнес? <https://youtu.be/oloOTtPH-D4>

С чего начинается бизнес? ЛайфХак: <https://youtu.be/0KsivQJ2XLk>

Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова

«Стартап-мәдениет» тақырыбы

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Стартап- мәдениет	
Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	«Стартап-мәдениет» құбылысының мәнін түсіну. Стартап-мәдениеттің пайда болу тарихын білу. Өзінің стартап-идеяларын іске асыруда ақылға қонымды тәуекел қағидатын іске асыра білу. Стартап-жобаларды талқылауда тиісті терминологияны қолдану.	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - стартаптың не екенін білу - стартап және жұмыс істеп тұрған бизнес ұғымдарын ажырата білу; - стартаптың бизнес-моделі қалай жұмыс істейтінін түсіну; 	

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ Уақыт	Педагогтің іс-әрекеті	Білім алушының іс-әрекеті	Ресурстар
Сабақтың басталуы 5 мин	Сәлемдесу. Мұғалім оқушылармен амандасады: «Сәлеметсіздер ме, балалар! Біз әрқашан бір бірімізді	Білім алушылар мұғаліммен амандасады	Түрлі түсті қағаздар,

<p>Материалды белсенді және саналы түрде игеруге дайындық кезеңі</p>	<p>көргенімізге қуаныштымыз және бірлескен шығармашылық жұмысқа дайынбыз. Сіздің алдыңызда үстелдерде түрлі-түсті жолақтар бар: қызыл, көк, жасыл. Оларға мұқият қарап, дәл қазір сіздің эмоционалды көңіл-күйіңізге сәйкес келетінін таңдаңыз. Қызыл түс-сіз энергияға толы, белсенді жұмыс істеуге дайынсыз. Жасыл - сіз сабырлысыз, сабақта не болатынына мән бермейсіз. Көк түс - сіз жаңа нәрсе білгіңіз келеді». Рахмет! Бүгін сабақта барлығы жақсы жұмыс істейді және сабақтың соңында барлығының көңіл-күйі жақсы болады деп үміттенемін!</p>		<p>маркерлер</p>
<p>5 мин.</p>	<p>Сабақтың мазмұны: сабақта оқушылар стартап ұғымымен танысады, стартап және жұмыс істеп тұрған бизнесті ажырата білуді үйренеді, "үнемді стартап" әдіснамасын</p>	<p>Білім алушылар мұғалімді тыңдайды</p>	

5 мин	<p>ың не екенін біледі. Тақырыпты таныстырғаннан кейін, мұғалім оқушыларға "стартап" ұғымы бойынша түсініктерін ұсынуды сұрайды. Мұндай түсіндірудің нәтижелерін тақтаға немесе флипчартқа психикалық карта түрінде жазуға болады. Оқушылардың назарын осы Тұжырымдаманың бірнеше түсіндірмелері бар екеніне аудару керек. Оқулықтағы тиісті анықтамаларды сыныпқа көрсету керек. Мұндай анықтамалар бір-біріне қайшы келе ме, әлде олар бірін-бірі толықтыра ма деп сұраңыз?</p> <p>Стартап - бұл ортақ мақсаттары, құндылықтары мен идеялары бар адамдарды ерікті түрде біріктіру. Стартап нарықтағы балама өнімдерден өзгеше жаңа өнім жасау үшін адамдардың күш-жігерін біріктіреді. Стартаптың басында</p>		<p>№2 Слайд «Стартап-мәдениет» ұғымын анықтау</p>
5 мин			

<p>5 минут</p>	<p>инновациялық идея немесе жаңадан жасалған технология тұрады.</p> <p>Стартап пен қолданыстағы бизнес арасындағы айырмашылық.</p> <p>Стартап (ағылшынның startup company, Startup- – «бастау» деген сөз) – операциялық қызметтің қысқаша тарихы бар компания.</p> <p>Жеке біліміңізге сүйене отырып, «стартап мәдениеті» сөзіне анықтама беріңіз және жазыңыз. Жұмысқа 2 минут бөлінеді</p> <p>Стартаптың мақсатын сыныппен талқылаңыз. клиенттердің мәселелерін шешуге толығырақ тоқталыңыз.</p> <p>1-тапсырма</p> <p>Келесі өнімдер тұтынушылардың қандай мәселелерін шеше алатынын қарастырыңыз және анықтаңыз.</p> <p>а) такси қызметі; б) фотомектеп; в) фотосуреттер коллажын жасауға арналған мобильді қосымша;</p>		
----------------	---	--	--

	<p>г) қаладағы барлық мейрамханаларды бір қосымшада біріктіретін қызмет; д) қалалық әкімдік қызметкерлерімен қарым-қатынас жасауға арналған мобильді қосымша.</p> <p><i>Тапсырмаға жауаптар әр түрлі болуы мүмкін, тапсырманы орындау клиенттің қажеттілігін және оны қанағаттандырудың мәнін нақты түсінуді қамтиды.</i></p> <p>2-тапсырма</p> <p>Стартапқа мысал келтіріңіз және неге бұны компания емес, стартап деп ойлайтыныңызды түсіндіріңіз.</p> <p>Стартаптың не екенін түсіну үшін оның жұмыс істеуінің кейбір аспектілерін компанияның ерекшеліктерімен салыстыру қажет.</p> <p>Оқушыларға оқулықтағы 1-кестеге назар аудартыңыз.</p> <p>Сыныппен стартап және компания жұмысының ұқсастықтары мен айырмашылықтарын талқылаңыз.</p> <p>Оқушыларға</p>		
--	--	--	--

	ойлануға жеткілікті уақыт беру керек. Оқушыларды бір немесе басқа кәсіпорынның стартап екендігі туралы мүмкіндігінше көп дәлел келтіруге шақырыңыз.		
15 минут	<p>1. «Шеңбердегі сұрақ» әдісі бойынша пікір алмасу.</p> <p>1) Сіз қандай стартап ашар едіңіз? Бизнес-идеяңызды сипаттаңыз.</p> <p>2) Біздің елде стартаптар не үшін қажет деп ойлайсыз? «Үнемді стартап» принциптеріне негізделген бизнесті дамыту моделін ойлап табыңыз.</p> <p>а) балаларды бағдарламалауға үйрететін мектеп;</p> <p>б) тауда серуендеуге жолдастарды табуға мүмкіндік беретін платформа;</p> <p>в) оқылған кітаптармен алмасу қызметі; г) парфюмерия үлгілерін сататын қызмет;</p> <p>д) шетелде демалу құнын есептеуге мүмкіндік беретін қосымша.</p> <p><i>Стартаптың қалай жұмыс істейтінін түсіну үшін стартаптың</i></p>	Білім алушылар өз ойларын дәлелдейді	

	<p>мәселелерді шешу және клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы қалай пайда табуға болатындығы туралы сұрақтарға жауап беретін оның бизнес-моделін қарастыру қажет.</p> <p>Сыныпқа <i>стартаптың "үнемді-стартап"</i> деп аталатын ерекше түрі бар екенін көрсетіңіз. Бұл нені білдіретінін болжауды сұраңыз. Үнемді <i>стартап</i> схемасын сыныппен талқылаңыз:</p> <p>1. <i>Ықтимал бизнес нұсқаларын жалпылау (measure).</i> 2. <i>«Кеңседен тыс шығу» (үйрену) көмегімен гипотезаларды тексеру және кері байланыс алу.</i></p> <p>3. <i>Минималды өміршең өнімдерді құру және оларды сынау (build).</i></p> <p><i>Тапсырманы орындау үшін стартап атаулары бар карталарды бөлу құралы ретінде</i></p>		
--	--	--	--

	<i>пайдалану арқылы оқушыларды топтарға бөлуге болады.</i>		
5 минут	<p>"Сонымен, сіздер стартап ұғымының әр түрлі түсіндірмелерімен танысып, осындай "уақытша құрылымдардың" қандай ерекшеліктері бар екендігі туралы түсінік қалыптастырдыңыздар. Компаниялармен стартаптардың жұмысын салыстыра отырып, сіз олардың қалай ерекшеленетінін түсіндіңіз.</p> <p>Сонымен қатар, осы сабақта берілген стартап бизнес үлгісінің сипаттамасы оның жұмыс істеуінің қыр-сырын жақсырақ түсінуге көмектеседі. Сіз Lean Startup әдістемесі туралы білдіңіз және енді ең аз ресурстармен өнімдерді қалай дұрыс құру керектігін білесіз. Сондай-ақ олар өзгерістердің жақсы жаққа қарай</p>		

	<p>екенін және стартаптың жұмысын оның көмегімен реттеуге болатынын түсінді. Сонымен қатар, осы сабақта берілген стартап бизнес үлгісінің сипаттамасы оның жұмыс істеуінің қыр-сырын жақсырақ түсінуге көмектеседі. Сіз «Үнемді-стартап» әдістемесі туралы түсінік алдыңыз және енді ең аз ресурстармен өнімдерді қалай дұрыс жасау керектігін білесіз. Олар сондай-ақ өзгерістердің жақсы жаққа қарай екенін және стартаптың жұмысын айналдыру (одан әрі дамыту және өміршеңдігін сақтау мақсатында стартап бағытының күрт өзгеруі) арқылы реттеуге болатынын түсіндіңіз.</p>		
5 минут	Рефлексия Сабақ тақырыбы бойынша Синквейн		

Сөздік:

Бизнес-модель – кәсіпкерлік қызмет жаңалықтарының концептуалды сипаттамасы. Бизнес моделінің тұжырымдамасы корпоративтік стратегия, бизнес-процестер және құндылықтар тізбегі сияқты бизнесті сипаттаудың басқа тәсілдерімен тығыз байланысты..

Бизнес-идея – жаңа компанияны немесе жұмыс істеп тұрған компанияда жаңа бизнес бағытын құру үшін пайдалануға болатын идея.

Әдетте, бизнес-идея бизнес-идеяда тұжырымдалған жаңа бизнес-модельдің арқасында ақшаға сатуға болатын тауарларды немесе қызметтерді жасауға бағытталған.

Бизнес-жоспар – кәсіпорын, өнім, оның өндірісі, өткізу нарықтары, маркетинг, операцияларды ұйымдастыру және олардың тиімділігі туралы мәліметтерді қамтитын шаруашылық операцияларды, кәсіпорын әрекеттерін жүзеге асыру жоспары, бағдарламасы.

Бизнес-стратегия – кәсіпорын үшін нарықта тиімді жағдайға қол жеткізуге, тұтынушылардың сұранысын қанағаттандыруға және пайданы барынша арттыруға бағытталған шаралардың, жоспарлардың және басқару шешімдерінің жиынтығы. Бизнес-стратегия нарықта компанияның ұзақ мерзімді дамуы үшін оңтайлы жағдай жасауға мүмкіндік береді. Ол миссияны анықтау мен мақсаттарды белгілеуді, тұтынушылармен қарым-қатынас жасау жолдарын таңдауды және компанияның нарықтағы позициясын дамытуды қамтиды.

Тарату арнасы - өндірушіден тұтынушыға дейінгі жолда белгілі бір тауарға немесе қызметке меншік құқығын басқа біреуге беруге көмектесетін фирмалар немесе жеке тұлғалар жиынтығы.

Прототип – болашақ жүйені жылдам енгізу.

Пайдаланылған деректер

1. Atameken Academy (atameken.co) онлайн білім беру платформасының материалдары (бейне сабақтары)

2. Экономикалық білім негіздері. Кәсіпкерлік және бизнес. 10-11 сыныптарға арналған оқулық. - Алматы, 2002. № 8 сабақ Бизнес- періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар

Бөлім:	Кәсіпкерлік негіздері	
Күні:		
сынып: 11	Қатысушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Бизнес- періштелер мен инвесторлар. Ұқсастықтар мен айырмашылықтар	

Оқу бағдарламасына сәйкес оқыту мақсаттары	«Бизнес періштелер» құбылысының мәнін түсінеді. Періштелер мен классикалық инвесторлардың негізгі айырмашылықтарын біледі. періште және классикалық инвестор ұғымдарын салыстыру кезінде өз ұстанымдарын дәлелдей алады. Өз білімдерін тапсырмаларды орындау барысында қолданады.
Сабақтың мақсаты	«Бизнес-періштелер» құбылысының мәнін түсіну. Періштелер мен классикалық инвесторлардың негізгі айырмашылықтарын білу.

Сабақтың барысы

Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Сабақтың кезеңі/ уақыт	Ресурстар
Сабақтың басталуы 5 мин Материалды белсенді және саналы түрде меңгеру ге дайындық кезеңі	Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға, сондай-ақ оқу процесінде мотивация үшін жағдай жасайды. <i>"ҚОЛМЕН СӨЙЛЕСУ"</i> <i>Бұл жаттығу топта сенімді қарым-қатынас орнатуға ықпал етеді, оқушыларға қарым-қатынастағы кедергілерді жеңуге көмектеседі, сабақта атмосфераны жақсартады. Тапсырманы орындау үшін оқушылар ішкі және сыртқы екі шеңбер құрып, бір-біріне қарама-қарсы тұруы керек. Әр шеңбердегі</i>	Білім алушылар мұғаліммен амандасады. Білім алушылар сұрақтарға жауап береді.	

	<p>адамдар саны бірдей болуы керек, сондықтан барлық қатысушылар жұп құрады.</p> <p>Қатысушылардың міндеті-серіктесімен тек қолдарымен сөйлесу.</p> <p>Мұғалім «әңгімелесу» тақырыбын белгілейді және екі-үш минуттан кейін шеңберлердің бір-біріне қатысты бір адаммен ауысуын сұрайды.</p> <p>Әрі қарай, байланыс жаңа жұптарда және жаңа тақырыпта жалғасады. Екі-үш минуттан кейін жұп пен тақырып қайтадан өзгереді.</p> <p>Мұғалім өзара сқйлесетін келесі жағдайларды ұсына алады:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ қатысушылар жаңа ғана кездесті және бір бірін көргеніне қуанышты; ■ қатысушылар ренжіседі; ■ біреуі екіншісіне қандай да бір себептермен көңіл айтады; ■ бір қатысушы ренжулі, ал екіншісі онымен татуласқысы келеді; 		
--	--	--	--

	<p>■ біреуі екіншісін қолдауға, жігерлендіруге тырысады. Жаттығуды орындағаннан кейін оқушылармен ойын барысында қандай сезімдер пайда болғанын талқылау қажет; қай тақырыптармен сөйлесу оңай болды, қайсысы, керісінше, қиын; эмоцияны өзіңіз жеткізу немесе оны серіктесіңізден алу оңайырақ болды ма; қатысушылардың қайсысымен сөйлесу оңай болды</p>		
5 минут.	<p>Тарихи тұрғыдан бизнес-періште ұғымы меценатқа жақын, себебі ол театр ортасынан бастау алған. Америка Құрама Штаттарында 20 ғасырдың басында Бродвейдегі өндірістерге жабылу алдында ақша берген жомарт инвесторлар осылай аталды. Әдетте олар пайдаға сенбейді, тек өнерге деген сүйіспеншілігінен көмектесті.</p> <p>Бизнеске қатысты "періштелер" термині Нью-Хэмпшир университетінің</p>	Білім алушылар мұғалімді тыңдайды	<p>№2 слайд «Бизнес періште» ұғымының анықтамасы</p> <p>№3 слайд (Уильяма Ветцеля фотосы)</p>

	<p>профессоры және Center For Venture Research негізін қалаушы Уильям Ветцельдің арқасында қолданыла бастады. 1983 жылы оның "періштелер және бейресми тәуекел капиталы" атты мақаласы жарық көрді, онда ол алғаш рет стартап-бизнеске ақша салатын инвесторларды сипаттайтын термин шығарды. Содан бері дамудың қиын сатысында тұрған стартаптар мен компаниялар үлкен тәуекелдерді ескере отырып, оларға көмектесуге дайын адамдарды іздейді.</p> <p>«Мүмкін, әлемдегі ең жарқын іскер періштенің мысалы- Apple-ге гаражда отырған кезде келген және ешкім оларға ақша бермеген жағдайда ақша берген адам. Іскер періштелер-Бұл әдетте технологияны түсінетін және оны ұстауға тырысатын саладағы адамдар. Немесе бұл жай ғана инвестиция салуға дайын бай адамдар»</p>		
--	---	--	--

5 минут	<p>Періштелер қарапайым инвесторлардан қалай ерекшеленеді</p> <p>Әртүрлі тәсілдермен инвестор болуға болады. Мысалы, акцияларды сатып алу және акционер болу-осылайша инвестор өз қаражатын компанияның дамуына жұмсайды, бірақ оның құқықтары мен мүмкіндіктері компанияның үлесіне байланысты шектеледі. Тағы бір әдіс-қорға инвестиция салу, онда менеджерлер инвесторлар үшін пайда табу үшін активтерді таңдайды.</p>		
6 минут	<p>Венчурлық қорлар да осылай жұмыс істейді, тек олар дамудың басталуы немесе кезекті кезеңі үшін қаражат қажет компанияларға инвестиция салады.</p> <p>Маңызды айырмашылық-венчурлық қор компанияның қандай түріне және қандай шарттармен ақша салатынын алдын-ала анықтайды.</p> <p>Бизнес-періштелер өз</p>		

	<p>бетінше инвестициялай алады, өз қалауы бойынша Стартапты таңдап, өз шарттарын қоя алады. Компания үшін плюсі — қарым-қатынас ережелер мен қатаң шарттары бар венчурлық қорларға қарағанда жеке инвесторлармен икемді қарым-қатынастар тиімді.</p>		
7 минут	<p>Бизнес-періштелерді қайдан іздеу керек</p> <p>Институционалдық инвесторларға сенуге жеткілікті негіз жоқ екенін түсінген кезде періште инвесторларына жүгінген жөн. Мысалы, сіздің жобаңыз идея сатысында немесе көрсеткіштер әлі де елеулі қаражат тарту үшін тым аз. «Егер стартап әрі қарай даму жолын білмесе, бизнес-періште жақсы жұмыс істейді. Мысалы, компания жақсы жұмыс істейді, пайда әкеледі, бірақ уақыт өте келе кіріс шегіне жетеді. Ал келесі кезеңге өту үшін инвестиция түрінде</p>		

	<p>үлкен секіріс қажет. Бұл жерде бизнес-періштелер көмектесе алады.</p> <p>Сауатты бизнес-періште инвестиция салып, бизнес-процестерді құруға көмектесумен айналысады.</p> <p>Жеке инвесторды табудың ең ықтимал жолдары:</p> <p>сіздің бизнесіңізге инвестиция салуға дайын таныс бизнесмендерді іздеу;</p> <p>жоба белгілі бір іріктеуден өтетін бизнес-періштелер клубына жүгіну;</p> <p>кәсіпқой бизнес-періштесін өзіңіз іздеңіз және онымен тікелей хабарласыңыз.</p> <p>Соңында дереккөздер көмектеседі:</p> <p>венчурлық инвесторлардың, жеке инвесторлардың және бизнес-періштелердің рейтингтері;</p> <p>стартап биржалары;</p> <p>белсенді нетворкинг бар әртүрлі кәсіби қауымдастықтар – пайдалы таныстар</p>		
--	--	--	--

	желісін құру және дамыту		
10 минут	<p>Енді біз "Бизнес-періштелер" кім екенін білдік, мен білім алушыларға бизнес-періштені қызықтыруды ұсынамын.</p> <p>Біріншіден, сіз ұсынылған өнімді жайғастыруды шешуіңіз керек. Онда түбегейлі жаңалық пен артықшылықтар болуы керек. Осы тармақтарды дәлелді түрде көрсету үшін маркетингтік талдау жүргізу қажет.</p> <p>Екінші орында – нарықтық позиция. Өнімді тұтынушы және сатып алушы кім болады? Оның алдынала есептелген құны және сату бағасы қандай? Бұл сұрақтарға жауаптар кез-келген ықтимал инвесторды қатты қызықтырады.</p> <p>Үшіншісі-команда құрамы. Оның үлкен болуы міндетті емес, бірақ бизнес періштелері жалғызбасты өнертапқыштарға жиі сақтықпен қарайды.</p>	Білім алушылар бизнес-періштеге қалай қызығушылық танытуға болатынын анықтауы керек	

	<p>Кәсіби менеджердің көмегіне жүгінген дұрыс, мүмкін онша кең ойланбайды, бірақ іскер. Қаржыгер бұл менеджердің жобаны іске асыруына "тартатынына" сенімділік қажет.</p> <p>Төртінші-бизнес-жоспар. Бұл құжатты жасау көптеген инноваторлар мен өнертапқыштарға қиындық туғызады. Екі жол бар-өзіңді түсінуге тырысыңыз немесе барлық ережелерге сәйкес осындай мәтіндерді жаза алатын маман жалдаңыз.</p> <p>Бесінші және соңғы қадам-ықтимал бизнес періштесімен бетпе-бет сөйлесу немесе таныстыру. Жеке инвесторлар-бос емес адамдар және әдетте он минуттан артық тыңдамайды. Осы уақыт ішінде дәл осы жобаның қаржыландыруға лайық себептерін еркін негіздеу қажет. Егер қандай да бір себептермен егжей-тегжейлі түсініктемелер қажет болса, оларды сілтемелер қолайлы қағаз буклет түрінде</p>		
--	---	--	--

	ұсынған дұрыс. Маңыздысы сандар емес, шешендік өнер және идеямен баурап алу мүмкіндігі.		
4 минут	Рефлексия Сабақ тақырыбы бойынша Синквейн		

1-қосымша

Сөздік:

Бизнес-періште түрі	Қысқаша сипаттама
Корпоративтік	Жұмыстан босатылған кезде үлкен сыйақы немесе «Алтын парашют» алған бақытты әкімші. Жеке тәжірибеге, байланыстарға және көшбасшылық қабілетке сүйенеді. Көбінесе Стартапты басқаруға белсенді қатысуға тырысады.
Энтузиаст	Мұндай инвесторды идеяның ауқымдылығы мен ниеттің көркемдігімен "тартуға" болады. Егер бұл сәтті болса, стартап қаржыландыруды алады. Энтузиаст жобаны басқаруға құлшыныс танытпайды, бірақ көбінесе «жақсы, бұл қалай, ол жақында ұшады (барады, жұмыс жасайды)?» деген рухта іске асыру барысына қызығушылық танытады. Инвестиция көлемі салыстырмалы түрде аз.
Кәсіпкер	«Періштелік» қаржыландыру инвестициялық портфельдің құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады. Тәуекелді инвестицияларды қарапайым бизнеспен біріктіреді. Орындау жұмыстарын үнемі қадағалайды, бірақ басқарудың өзіне қатыспайды.
Басқарушы	Стартапты қолдану саласындағы салалық маман болмауы мүмкін, бірақ директорлар кеңесінің мүшесі ретінде өзі салған жобалардың әрқайсысын басқаруға ресми түрде қатысады. Осылайша бақылауды қамтамасыз етеді.
Кәсіби маман	Инвестицияланған жоба туралы бәрін біледі. Осы себепті ол оны жүзеге асырудың толыққанды қатысушысы болады. Жеке тәуекелдерді азайту және

	қаржылық мүмкіндіктерді кеңейту үшін басқа инвесторларды тартуға тырысады. Ол үшін өзінің біліктілігі мен беделін пайдаланады.
--	--

Әрине, бұл жіктеу жеңілдетілген түрде берілген. Көбінесе бір бизнес-періштеде әртүрлі типтердің ерекшеліктерінің комбинациясы, сондай-ақ ерекше мотивацияға ие мүлдем бірегей түрлер бар..

Пайдаланылған деректер

3. Темиргалиев Ж. Тенденции развития малого бизнеса в Казахстане. – Эко-номист, 2001. – №9 с. 34 – 39.


4. Турсумбаев Б.М., и др. Основы организации бизнеса. Учебник. – Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство, 1995. – 120 с.

"Бизнес-инкубаторлар" тақырыбы

Тарау:	Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік	
Сынып:	Қатысқан оқушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақ тақырыбы	Бизнес-инкубаторлар	
Оқыту бағдарламасына сай оқу мақсаттары	Жаңа бастаған кәсіпкерлер үшін бизнес-инкубаторлардың пайдасын түсініңіз. Қазақстан мен әлемдегі бизнес-инкубаторлардың негізгі тізбесін біледі. Олар инкубатор мен бизнес-инкубатор арасында ұқсастықтар жасай алады. Өмірдің әртүрлі салаларында бизнес-инкубаторлардың жұмыс принциптерін қолданыңыз.	
Сабақ мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес-инкубаторлардың түрлерімен таныстыру • Бизнес-инкубаторлардың мемлекет үшін қандай пайдасы бар екенін түсіндіріңіз. • Өмірдің әртүрлі салаларында бизнес-инкубаторлардың жұмыс принциптерін қолдануға үйрету. 	

Сабақтың жүрісі

Сабақ кезеңдері/ уақыт	Мұғалімнің іс-әрекеті	Оқушының іс-әрекеті	Ресурстар
1 кезең. Ұйымдастырушылық-мотивациялық			
Сабақтың басы 10 минут	Мұғалім оқушылармен амандасады және бүгінгі сабақта бизнес-инкубаторлардың түрлерімен танысатынын хабарлайды.	Оқушылар мұғалімнің сұрақтарына жауап береді: "Бизнес-инкубатор бұл не? Бизнес-инкубаторлар не үшін қажет? Олардың елдегі бизнесті дамытуға қандай пайдасы бар? Дәлелдеріңізді келтіріңіз".	11-сыныпқа арналған оқулық. 2 Кәсіпкерлік және бизнес негіздерінің бөлігі / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020.
2 кезең. Теориялық-практикалық			
Сабақтың ортасы 25 минут	Мұғалім Қазақстан мен әлемдегі бизнес-инкубаторлардың тізімімен танысуды ұсынады. Тапсырманы орындауды, инкубатор мен бизнес-инкубатор арасында ұқсастықтар жасауды ұсынады.	Оқушылар 2-тапсырманы орындайды және мұғалімнің сұрақтарына жауап береді Оқулықтағы ақпаратпен танысқаннан кейін оқушылар 3-тапсырманы орындайды: "Интернеттен өз қалаңыздағы немесе аймағыңыздағы	11-сыныпқа арналған оқулық. 2 Кәсіпкерлік және бизнес негіздерінің бөлігі / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт»,

		<p>бизнес-үдеткіштер мен инкубаторлардың атаулары мен байланыстарын іздеңіз. Олар сізге қалай пайдалы болуы мүмкін? Жобаңызбен оған қалай жетуге болатынын біліңіз".</p>	<p>2020. Оқулық, интерактивті тақта</p>
<p>3 кезең. Рефлексивті-қорытынды</p>			
<p>Сабақтың соңы</p> <p>10-минут</p>	<p>Уақыт қалса, мұғалім пікірталас жүргізіп, кері байланыс береді.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, еттартқыш, себет»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан-болашақта пайдалы болатын барлық нәрсе Ет тартқыш - мен ақпаратты қайта өңдеймін Себет - мен бәрін тастаймын Сабақта алған ақпаратпен қалай әрекет ету керектігін таңдаңыз</p>	<p>Оқушылар кері байланыс береді</p>	<p>Оқулық Atameken Academy онлайн білім беру платформасының материалдары (бейне сабақтар) (atameken.co).</p>
<p>Бағалау</p>	<p>Сабақта өзін-өзі бағалау мен өзара бағалауды ұйымдастырыңыз. Оқушылар үшін платформада тапсырмаларды орындай отырып формативті бағалау жүргізуге болады onlinemektep.org. Өзін-өзі тексеруге арналған сұрақтар 1. Бизнес-инкубатор мен үдеткіштің айырмашылығы неде?</p>		


	<p>2. Бизнес-инкубатор мен технопарктің айырмашылығы неде?</p> <p>3. Қарапайым сөзбен айтқанда, бизнес-инкубатор дегеніміз не?</p> <p>4. Бизнес инкубаторлар не үшін қажет?</p>
--	---

"Қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту" тақырыбы

Тарау:	Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік	
Сынып:	Қатысқан оқушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақ тақырыбы	Қазіргі жағдайда бәсекелестікті дамыту	
Оқыту бағдарламасына сай оқу мақсаттары	<p>Бағалық және бағалық емес, жетілген және жетілмеген бәсеке мысалдарын сипаттау;</p> <p>Бәсекелестік стратегиялардың түрлерін және бәсекелестерді сипаттаңыз;</p> <p>Бағалық және бағалық емес бәсекені пайдаланудың орындылығы туралы айтыңыз</p>	
Сабақ мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> • бағалық және бағалық емес, жетілген және жетілмеген бәсеке мысалдарын сипаттау; • бәсекелестік стратегияларының түрлерін және бәсекелестерді сипаттау; • өтініш берудің орындылығы туралы дәлелдер келтіру 	


Сабақ жүрісі

Сабақтың кезеңі / Уақыты	Мұғалім мен оқушының іс-әрекеті	Ресурстар
1-кезең. Ұйымдастырушылық-мотивациялық		
Сабақтың басы 10 мин.	Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға мүмкіндік береді, сонымен қатар оқу процесінде ынталандыруға	Ватман қағазы немесе флипчарт (Қағаз парағында

	<p>жағдай жасайды. «Мақсат ағашы» Мотивацияны ынталандыру үшін. Сызба қағазында ағаш бейнеленген. Әр оқушы жасыл түсті қағаз жапсырады. Бір жағында студенттер өздерінің жеке мақсаттарын жазады - ол осы тақырып бойынша қандай ақпарат алу керектігін білгісі келеді.</p>  <p>Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау Бұл сабақта оқушылар бәсекелестік пен жетілген бәсекенің анықтамасымен танысады, оның жағымды және жағымсыз әсерлері туралы біледі. Олар «монополия», «монополиялық бәсеке» және «олигополия» (жетілмеген бәсеке) сияқты ұғымдарды да түсінетін болады. Содан кейін олар бағалық және бағалық емес бәсекені, бәсекелестердің түрлерін және бәсекелестік стратегияларын қарастырады</p>	<p>ағаш бейнеленген). Жапырақтары жасыл. 10-сыныпқа арналған оқулық. 1 бөлім Кәсіпкерлік және бизнес негіздері:/Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 1 часть - 144 с.</p>
<p>2-кезең. Теориялық және практикалық</p>		
<p>Сабақтың ортасы 25 минут</p>	<p>Мұғалім жарыс туралы талқылауды кіріспе сұрақтарымен ашады: «Сендер сабақта бір-бірлеріңмен қаншалықты жиі жарысасыңдар?», «Сендер сайыстарға, жарыстарға қатысқанды ұнатасыңдар ма?», «Егер олай болмаса, неге?», «Егер</p>	<p>Әдістемелік құрал: Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы:</p>

	<p>солай болса, жалпы жарыстар мен жарыстардың қандай пайдасын көресіз?</p> <p>Келесі кезекте мұғалім компаниялар, өндірушілер мен сатушылар арасындағы бәсекелестік ұғымын түсіндіреді. Сынып ашық пікірталаста пиццерияның бар және әлеуетті бәсекелестері туралы оқулық үлгісін талқылайды.</p> <p>Содан кейін мұғалім жетілген бәсеке ұғымымен таныстырады, оған анықтама береді және оқушылардан мінсіз бәсекелестіктің қандай болуы мүмкін екенін болжауды сұрайды. Содан кейін оқушылар жетілген бәсекелестік үлгісі ретінде көкөністерді сату жағдайымен таныстырылады. Мұғалім мінсіз бәсекелестіктің жағымды және жағымсыз жақтары туралы айтып, оқушыларды кемел бәсеке қазіргі әлемде іс жүзінде жоқ деген ойға жетелейді.</p> <p>Келесі кезекте мұғалім «монополия» экономикалық терминіне анықтама береді. Оқушылар ашық пікірталаста монополияның нақты өмірде қандай салдары болуы мүмкін, оның тек өндірушілер үшін ғана емес, тұтынушылар үшін де қауіптілігі қандай екенін талқылайды. Монополияның салдарын болдырмау үшін не істеу керек? Мұғалім мемлекеттің монополияға қарсы саясаты туралы, Қазақстан Республикасының монополияға қарсы заңы туралы әңгімелейді. Одан әрі мұғалім бәсекені</p>	<p>«Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с. Учебник, интерактивная доска</p> <p>Сабақ презентациясы</p> <p>Оқулық «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
--	---	--

	<p>мемлекет бақылайтын салаларға мысалдар келтіреді: Қазақстанда бұл электр энергиясы, газбен жабдықтау, теміржол көлігі және әуе қатынасы.</p> <p>Содан кейін мұғалім бәсекенің екі негізгі саласын анықтайды: бағалық және бағалық емес. Білім алушылар оқытушының тапсырмасы бойынша тауарлар мен қызметтердің әртүрлі санаттары арасындағы баға бәсекелестігіне мысалдар келтіреді (мысалы, автокөліктер, кеңсе тауарлары, сүт өнімдері арасындағы). Оқушылардан қазіргі әлемде неге бағалық емес бәсекелестік маңыздырақ екенін сұраңыз. Оқытушы бағалық емес бәсекелестіктің түрлері бойынша материалды дәріс түрінде ұсынады.</p> <p>1-тапсырманы орындау үшін мұғалім өз қалауы бойынша бес адамды тақтаға шақырады. Әрбір студент тауарлар мен қызметтерді өндірушілердің бірін алады: такси қызметі, балалар ойыншықтары дүкені, шаштараз, самса сататын дүңгіршек, сүт зауыты. Әрбір оқушы өз бизнесінің тікелей және жанама бәсекелестері туралы өз болжамдарын айтады, толықтырады.</p> <p>2-тапсырманы орындау кезінде мұғалім оқушылардың сабақтың теориялық материалын қаншалықты меңгергенін түсінуі керек. Кейбір оқушылар мысалдар келтіруде қиналса, материалды жақсы меңгерген басқа оқушылардан осы ұғымдарды</p>	
--	---	--

	<p>сыныптастарына түсіндіруді сұрауға болады.</p> <p>3-тапсырманы орындау барысында мұғалім сыныпты бес топқа бөлуі мүмкін, олардың әрқайсысы өз бизнесі бәсекелестіктен ерекшеленуі үшін белгілі бір уақыт ішінде мүмкіндігінше көп нұсқаларды шығаруы керек</p>	
3-кезең. Рефлексиялық өңдеу		
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p>4-тапсырманы аяқтамас бұрын, оқушылардан үйренген бәсекелестік стратегияларының мәнін өз сөздерімен айтып беруін сұраңыз: шығындарды азайту, өнім көшбасшылығы және шоғырланған маркетинг. Тапсырмаға жауап бергенде оқушылар неліктен осы немесе басқа стратегияны таңдағанын дәлелдеу керек.</p>	<p>Atameken Academy онлайн білім беру платформасының (atameken.co) оқу құралдары (бейне оқулықтар). Бейне сабақ: «Заманауи жағдайда бәсекелестіктің дамуы»: https://youtu.be/73q6A-sp2Ko</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>Тақырып соңында әр оқушы өз парағына мақсатқа жартылай немесе толық жеткенін жазады.</p> 	<p>Ватман қағазы немесе флипчарт (Қағаз парағында Жапырақтары жасыл ағаш бейнеленген).</p>
<p>Бағалау</p>	<p>Сыныпта өзін-өзі және бірін-бірі бағалауды жүргізу. Оқушылар үшін onlinemekter.org платформасында тапсырмалармен формативті бағалау жүргізуге болады</p>	

Тақырып «Маркетингке кіріспе»

Тарау:	Маркетинг	
Сынып:	Қатысқан оқушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақ тақырыбы	Маркетингке кіріспе	
Оқыту бағдарламасына сай оқу мақсаттары	Маркетинг түсінігі мен функцияларын түсіндіру; Өнім мен кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын ажыратыңыз	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> • маркетингтің не екенін білу; • оның негізгі функцияларын зерттеу; • кәсіпорынның маркетингтік стратегиясы мен өнімді жылжыту тактикасының айырмашылығын түсіну; • маркетинг өнімдері мен қызметтеріндегі айырмашылықтарды қарастыру 	

Сабақтың жүрісі


Сабақтың кезеңі / Уақыты	Мұғалім мен оқушының іс-әрекеті	Ресурстар
1-кезең. Ұйымдастырушылық-мотивациялық		
<p>Сабақтың басы 10 мин.</p>	<p>Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білім алуға жағдай жасайды, сонымен қатар оқу процесінде ынталандыруға жағдай жасайды.</p> <p>«Өтінемін» жаттығуы Мақсаты: Көңіл-күйді көтеру, әрі қарай жаттығуларға бейімдеу.</p> <p>1-нұсқа. Ойынға қатысушылардың барлығы жетекшімен бірге шеңберге тұрады. Жүргізуші әртүрлі қимылдарды көрсететінін айтады (дене шынықтыру, би, комикс), ал ойыншылар шоуға «өтінемін» сөзін қосса ғана қайталауы керек. Кім қателесе, ойыннан шығады.</p> <p>2-нұсқа. Ойын бірінші нұсқадағыдай өтеді, бірақ қателескен адам ғана ортаға шығып, қандай да бір тапсырманы орындайды, мысалы, күлімсіреу, бір аяқпен</p>	<p>Әдістемелік құрал: Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с.</p>

	<p>секіру т.б. Ескерту: басынан бастап бұл күлкілі жаттығу екенін және оны байыппен қабылдамауыңыз керек (ренжіткен) Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p>	<p>Сабақ презентациясы</p> <p>Оқулық «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова.</p>
--	---	--

2-кезең. Теориялық-практикалық бөлімі

<p>Сабақтың ортасы 25 минут</p>	<p>Оқулық бойынша жаттығу жұмысы 1-тапсырма</p> <p>Бұл бөлімде біз автомобильдер туралы көп айттық. Қандай тұтынушы түсініктері BMW-ге, қайсысы Peugeot-ға салынғанын қарастырыңыз</p> <p>BMW және Peugeot жарнамаларын қараңыз. Оларды көрген эмоцияларыңыз бен сезімдеріңізді сипаттауға тырысыңыз.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сіздің ойыңызша, жарнамалар шығармашылық қиялдың ұшағы ма немесе компаниялар сізге жеткізгісі келетін нақты хабарлар ма? • Бұл хабарламалар қалай жасалған деп ойлайсыз? <p>Жарнамалық ролик BMW https://www.youtube.com/watch?time_continue=24&v=q-dM6rLnL1I https://www.youtube.com/watch?v=wv_rvoENyPk</p> <p>Рекламный ролик Peugeot https://www.youtube.com/watch?v=s31Mu7o1NZk https://www.youtube.com/watch?v=ir07QlklPbI</p> <p>2-тапсырма</p>	<p>Әдістемелік құрал: Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с.</p> <p>Сабақ презентациясы</p> <p>Оқулық «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин,</p>
--	---	---

<p>Өміріңізде қабылдаған стратегиялық шешімдеріңізді еске түсіріңіз. Олар сіздің оқуыңызға, мінез-құлқыңызға немесе болашағыңызға қатысты болуы мүмкін. Енді осы мақсатқа жету үшін қандай тактикалық әрекеттер жасағаныңыз туралы ойланыңыз.</p> <p>3 -тапсырма</p> <p>Жақында өзгерген бірнеше өнімдерді ойлап көріңіз. Бұл қандай өнімдер? Қандай өзгерістер болды? Оларды жүзеге асыру компания үшін қаншалықты қиын болғанын және олардың тұтынушы үшін қаншалықты маңызды екенін бағалаңыз. Мысалы, Coca-Cola коланы 0,25 мл пакетте шығарды. Компания үшін бұл аз ғана күш-жігер, тұтынушы үшін - пайдаланудың қарапайымдылығындағы маңызды артықшылық.</p> <p>4 -тапсырма</p> <p>Тауарлар мен қызметтерге мысал келтіріңіз. Айтыңызшы, оларды нарықта жылжытудың маркетингтік тәсілдері қалай ерекшеленеді?</p> <p>5 -тапсырма</p> <p>Маркетинг қазір қазақстандық компаниялардың негізгі функцияларының біріне айналуда. Олардың кейбіреулері осы салада озық. Кестеге сіздің ойыңызша маркетингтік бағдары жоғары үш қазақстандық компанияның немесе брендтің атын енгізіңіз. Осы компаниялар мен бәсекелестер арасындағы қаныққан нарықта оларды ажыратуға мүмкіндік беретін кем дегенде үш себеп немесе айырмашылықты атаңыз.</p> <p>6 -тапсырма</p> <p>Төменде келтірілген факторлардың ішінен компаниядағы маркетинг бөлімі басқаратын факторларды таңдаңыз. Мұны әр факторға «+» және «-» қою арқылы кестеде көрсетіңіз.</p> <p>Мұғалім оқушылармен бірге оқулықтағы корпусты бөлшектейді</p>	<p>А.А. Сейтенова.</p>
--	------------------------

3-кезең. Рефлексиялық бөлім		
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p>7 -тапсырма Енді сіз маркетинг деген не екенін түсінгеннен кейін, сіз бүкіл тоқсанда орындайтын тапсырманы бастай аласыз. Сіз 3-5 адамнан тұратын командаларға бөлінуіңіз керек. Әрбір команда мұғалім ұсынған тізімнен нақты күнделікті өнімді (FMCG, яғни жылдам жүретін тұтыну тауарлары) таңдауы керек. Тоқсан бойы сіз оның маркетингтік стратегиясын жасайсыз (оның мақсатты аудиториясын анықтаңыз, ұран, атау, желіден тыс және онлайн байланыс арналарын ойлап табыңыз, жарнамалық өнімдердің сыртқы түрін және әлеуметтік желілерде позицияны қалыптастырыңыз). Тоқсан қорытындысы бойынша сізге өз өнімдерін ұсынған серіктес компаниялардың әрқайсысы жеңімпаздарды марапаттау үшін үздік маркетингтік концепцияларды таңдайды. <i>Отандық өндірушінің өнімінің жобасын әзірлеуге қатысты оқушыларға маркетингтің таңдалған өнімді өндіруге қалай әсер ететінін блог жазбасы түрінде сипаттау ұсынылады. Толтыру формасы - өнім атауы мен өндірушінің #хэштегімен интернеттегі жазба</i></p>	<p>Оқулық Atameken Academy онлайн білім беру платформасының (atameken.co) материалдары (бейне оқулықтар). Бейне сабақ. «Маркетингке кіріспе. Маркетинг кешені»: https://youtu.be/TyMbIQXKI9k</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>Уақыт қалса, мұғалім пікірталас жүргізіп, кері байланыс береді.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, еттартқыш, себет»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан-болашақта пайдалы болатын барлық нәрсе</p>	

	<p>Ет тартқыш - мен ақпаратты қайта өндеймін Себет - мен бәрін тастаймын Сабақта алған ақпаратпен қалай әрекет ету керектігін таңдаңыз</p>	
Бағалау	<p>Сабақта өзін-өзі және бірін-бірі бағалауды ұйымдастыруға болады. Сондай-ақ формативті бағалауды цифрлық платформаларда, мысалы, onlinemektar.org платформасында тапсырмалармен өткізуге болады</p>	

Тақырыбы «Бренд»

Тарау:	Маркетинг	
Сынып:	Қатысқан оқушылар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Бренд	
Оқыту бағдарламасына сай оқу мақсаттары	<p>Брендтің негізгі компоненттерін біледі Сипаттамалық және шығармашылық брендингті ажыратады Бренд платформасын сипаттау дағдыларын қолданады</p>	
Сабақ мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> • Брендтің негізгі компоненттерімен танысу. • Брендтің сипаттамалық және шығармашылық жазықтықты ажырата білуге үйрету. • Бренд платформасын сипаттау дағдыларын қолдануды үйреніңіз 	

Сабақтың жүрісі

Сабақтың кезеңі / Уақыты	Мұғалім мен оқушының іс-әрекеті	Ресурстар
1-кезең. Ұйымдастырушылық-мотивациялық		

<p>Сабақтың басы 10 мин.</p>	<p>Мұғалім оқушыларды оқу әрекетіне және жаңа білім алуға, сонымен қатар оқу процесінде мотивацияға жағдай жасайды.</p> <p>«Таныстар шеңбері» жаттығуы.</p> <p>Мақсаты: Оқушыларды жинап, азат ету. Жаттығу барысы: Қатысушылар шеңберге тұрады. Өз кезегінде, бір қатысушы ортаға шығып, оның атын атайды, өзіне тән немесе ойлап тапқан қандай да бір қимылды немесе қимылды көрсетеді, содан кейін өзінің бастапқы орнына оралады.</p> <p>Барлық ойыншылар оның қозғалысын, интонациясын, мимикасын мүмкіндігінше дәл қайталайды. Егер сіз қимылды немесе дыбысты бірінші рет дұрыс қайталай алмасаңыз, әрекетті қайталау керек. Содан кейін шеңберге басқа қатысушы келеді, оның атын атайды, өз қимылдарын және/немесе дыбыстарын ұсынады, және әркім оларды мүмкіндігінше дәл қайталауға тырысады және т.б., қатысушылардың әрқайсысы бірдеңе ұсынып, қалғандары оны қайталамағанша. мүмкіндігінше дәл.</p> <p>Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p>	<p>Әдістемелік құрал: Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10-сынып / Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с.</p> <p>Сабақ презентациясы</p>
<p>2-кезең. Теориялық-практикалық бөлімі</p>		
<p>Сабақтың ортасы 25 минут</p>	<p>Мектеп оқушылары бұрын таңдаған өнімге брендтік платформа схемасын өздігінен толтыру.</p> <p>Оқушылармен өткен теориялық сабақтағы бренд платформасының диаграммасын қайта қараңыз.</p> <p>Оқушылардың бренд пирамидасының әрбір элементінің мағынасын түсінетініне көз жеткізіңіз. Сұрақтары болса сұраңыз. Содан кейін әр топтағы оқушылар бірігіп, бір-біріне кедергі жасамайтындай етіп жұмыс орнын орнатыңыз.</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.-</p>

Олар сізден сұрамайынша, олардың ұжымдық жұмысына араласпаңыз. Сонымен қатар, сіз оларға осы жұмысты ұйымдастыруға көмектесе аласыз - топтағы рөлдерді бөлуді ұсыныңыз, көшбасшыны таңдаңыз, егер оқушылар ортақ қорытындыға келе алмаса, шешім қабылдауға көмектесіңіз. Мысалы, олар белгілі бір шешім немесе тұжырым үшін дауыс беруді ұйымдастыра алады. Оларға сабақтың соңғы 15 минуты өздерінің бренд пирамидаларын көрсетуге арналатынын хабарлаңыз.

Мұны істеу үшін сіз оларға сызба парақтарын бере аласыз, онда олар өздерінің бренд пирамидаларын салып, содан кейін оларды сыныпқа көрсете алады. Презентация кезінде студенттерге өз брендтерінің орналасуын мүмкіндігінше толық ашу үшін зерттеу сұрақтарын қойыңыз.

1-жаттығу


Бренд платформасының диаграммасын пайдаланып, алдарыңызда тұрған мақсаттарды ескере отырып, оны өніміңіз үшін толтырыңыз.



Алматы:
«Көкжиек-
Горизонт»,
2019 г.
Оқулық,
интерактивті
тақта

Тұсаукесер
сабақ

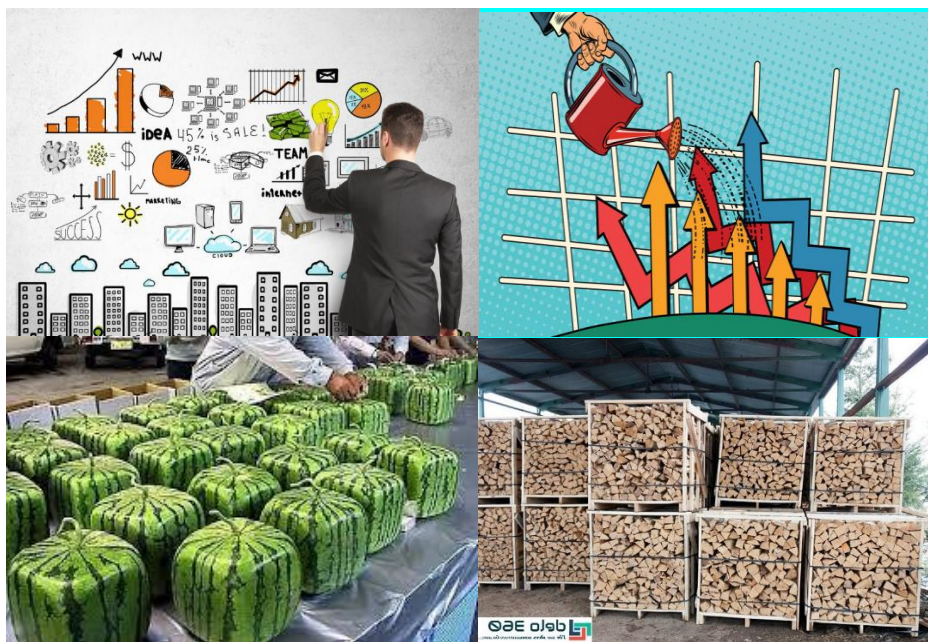
«Базалық
кәсіпкерлік
және бизнес»
оқу құралы
Е.С.
Дүйсеханов,
С.А. Щеглов,
Д.Ханин,
А.А.
Сейтенова

	Бренд платформасының барлық жеке элементтеріне негізделген брендіңіз туралы қысқаша презентация дайындаңыз.	
3-кезең. Рефлексиялық бөлім		
Сабақтың соңы 10 мин	Командалық бренд пирамидасының презентациялары және қорытындылары.	Оқулық
Рефлексия	<p>Уақыт қалса, мұғалім пікірталас жүргізіп, кері байланыс береді.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, еттартқыш, себет»</p> <p style="text-align: center;">  </p> <p>Чемодан-болашақта пайдалы болатын барлық нәрсе Ет тартқыш - мен ақпаратты қайта өңдеймін Себет - мен бәрін тастаймын Сабақта алған ақпаратпен қалай әрекет ету керектігін таңдаңыз</p>	<p>Оқулық</p> <p>Atameken Academy онлайн білім беру платформасының (atameken.co) материалдары (бейне оқулықтар). Бейне сабақ. «Маркетингке кіріспе. Маркетинг кешені»: https://youtu.be/TyMЫIQXKI9k</p>
Бағалау	Сыныпта өзін-өзі және бірін-бірі бағалауды жүргізу. Жоғары сынып оқушылары үшін цифрлық платформалардағы тапсырмалар арқылы формативті бағалау жүргізуге болады	

ТАПСЫРМАЛАР. ЖАТТЫҒУ

1-жаттығу

Осы суреттердің әрқайсысы үшін өзіңіздің шығармашылық тұжырымдамаңызды жасаңыз. Сіз кейіпкерлер арасында қандай да бір диалог жаза аласыз, бір жолды тақырып жаза аласыз немесе суретті тапқыр мемге айналдыра аласыз. Қысқа және ұтқыр сөйлеңіз!



2-жаттығу

Жаттығу стандартты емес ойлауға және әлемге қараудың жаңа тәсілдерін ашуға көмектесу үшін жасалған. Шығармашылық және сындарлы ойлауды қолдана отырып, осы сұрақтарға жауап беріңіз.

Сіз қалағаныңызша көп детальды пайдалана аласыз. Көңіл көтеру үшін өзіңіздің " не болар еді?"

Егерне болар еді ...
...кенеттен Жер бетіндегі әрбір адам кәсіпкер болды ма?

...әр отбасының өз бизнесі болды ма?

.....біз әлемде кәсіпкерліксіз өмір сүруге тура келді ме?

...бір күні таңертең сіз оянып, өзіңізді табысты кәсіпкерге айналдыңыз ба?

...сіз өзіңіздің ең жақын досыңыздың үлкен бизнесі бар екенін білдіңіз бе?

4-жаттығу

Сіздің түсіндірулеріңіз бойынша оларды бұрын-соңды көрмеген немесе бастан өткермеген адамға келесі нәрселерді және онымен байланысты сезімдерді қалай сипаттайсыз? Сипаттамаларыңызда барлық сезімдеріңізді пайдаланыңыз!

1. Алып машина жасау зауыты.
2. Үлкен порт
3. Ғарыш станциясы
4. Супермаркет
5. Нарық
6. Шеберхана
7. Медициналық зертхана

5-жаттығу

Біз өмірде басшылыққа алатын ережелер мен заңдар бізді бағыттауға және қорғауға, сондай-ақ қоғамымыздағы тәртіпті сақтауға арналған.

Сіз әлемдегі барлық адамдар ұстануы керек 3 ережені белгілеп жатырсыз деп елестетіп көріңіз. Сіз қандай ережелерді енгізер едіңіз және неге?

№1 Ереже

Мен бұл ережені таңдадым, себебі:

№ 2 Ереже

Мен бұл ережені таңдадым, себебі:

№3 Ереже

Мен бұл ережені таңдадым, себебі:

б-жаттығу

Айналаңыздағы барлық нәрсе-автомобильдер, ғимараттар, тіпті біздің жеке электронды құрылғыларымыз-бәрі идеядан басталды. Бұл шығармашылық визуализациядағы жаттығу. Төменде керемет деп ойлайтын өнертабыс идеясын немесе бизнес тұжырымдамасын сызыңыз. Кейбір идеялар берілген, бірақ өз идеяларыңызды ұсынудан тартынбаңыз.

Мысалдар-сөйлемдер

- * Смартфонды зарядтауға арналған портативті қуат көзі
- * Түстерге тәуелді емес жол қозғалысы жүйесі
- * Қоқысты энергияға айналдыратын Машина
- * "Жасыл" көлік құралы
- * Жеке қозғалудың мүлдем жаңа тәсілі
- * Жаңа қызықты ойын жүйесі

- * Планшетке немесе смартфонға арналған бағдарлама идеясы
- * Спортқа арналған жаңа қызықты идея
- * Жаңа ішкі кеңістік дизайны
- * Әлеуметтік желі доменіне арналған Идея және т. б.

Менің өнертапқыштық
идеям: _____

7-жаттығу

"Таңқаларлық Астана" қарқынды жобасы
Әкімдікке, кәсіпкерлік, сәулет, құрылыс және т.б. Бөлімге бару
(жергілікті атқарушы органдар: қала, аудан) және қала бизнесін жоспарлау
және картаға түсіру әдістерін зерттеу.

Тапсырма: Астана қаласының аудандарында бизнес-қызметтерге
қажеттіліктер бойынша жолдама жасау.

2-кесте - Бизнес ұстанымдары

Ұстаным	Сипаттамасы
Ұтымдылық	<p>Ұстанымдар іскерлік қатынастар пайда болған кезде пайда болады</p> <p>Іскерлік қатынастар тәуекелмен байланысты, қауіпті әрекеттердің негізін тандаудың ұтымдылығы қалау керек</p> <p>Белгісіздік жағдайындағы әрбір шешім мүмкіндігінше салмақты, ойластырылған, негізделген – ұтымды болуы керек. Бизнес субъектісінің ұтымсыз әрекеттерімен ол бәсекелестікте жеңіліп қалады.</p> <p>Ұтымды тандау процесінде үлкен сенімділікке әкеледі және бизнес бәсекеге қабілетті болады.</p> <p>Белгісіздік жағдайындағы әрбір шешім мүмкіндігінше салмақты, ойластырылған, негізделген – ұтымды болуы керек. Бизнес субъектісінің ұтымсыз әрекеттерімен ол бәсекелестікте жеңіліп қалады.</p> <p>Ұтымды тандау процесінде үлкен сенімділікке әкеледі және бизнес бәсекеге қабілетті болады</p>
Талдау	<p>Рационализм бизнес субъектілерінде іскерлік байланыстарды жүйелі талдауды, жағдайды тұрақты стратегиялық және жедел бақылау мен бақылауды, өз қызметін және басқа іскерлік қатынастар субъектілерінің қызметін бағалауды жүзеге асыру қажеттілігін қалыптастырады</p>
Тәуекел	<p>Іскерлік қатынастардың шарттарының белгісіздігі бизнес субъектілерінің әрқайсысының тәуекелін анықтайды.</p> <p>Тәуекел шығындарды өтеу мүмкіндігіне, оның ішінде жауапсыз серіктестерге, макроэкономикалық, саяси және табиғи факторлардың әрекетіне, банкроттық жағдайына енуіне байланысты жүзеге асырылады.</p> <p>Тәуекелдердің болуы кәсіпкерліктің жекелеген түрі – сақтандыру бизнесінің болуына себеп болды, іскерлік қызметтің кез келген түріндегі</p>

	<p>тәуекелдердің міндеттілігін түсіну бизнес субъектілерінің өз қызметінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету жөніндегі іс-әрекеттерінің негізі болып табылады</p>
Жауапкершілік	<p>Бизнес субъектісінің таңдауы оны мәміле шарттарын жауапкершілікпен орындауға міндеттейді.</p> <p>Міндеттемелерді жауапты орындау халықаралық заңнамада және нарыққа бағдарланған экономикасы бар елдердің заңдарында көзделеді</p> <p>Бизнеске жауапкершілікпен қарау іскерлік қатынастарды ұзақ мерзімді дамытудың қажетті шарты болып табылады.</p> <p>Қабылданған міндеттемелерге жауапсыз қарау мәміле жасасқан бизнес субъектілерінің іскерлік ынтымақтастығының негізін бұзады</p>
Саралау	<p>Іскерлік қатынастар бизнес субъектілері арасындағы еңбек бөлінісін одан әрі тереңдетумен және іскерлік қызметтің жекелеген түрлерін саралаумен қатар жүреді.</p> <p>Бизнестің жекелеген түрлерін саралау қоғамдық байланыстарға деген қажеттіліктің дамуына ықпал етеді және оларды күшейтеді, нығайтады.</p> <p>Іскерлік қызметтің әрбір жеке түрі қоғамның бірыңғай экономикалық қызметінің бөлігі ретінде ғана жүзеге асырылуы мүмкін</p>
Алмасу	<p>Көптеген бизнес субъектілері үшін айырбастау қажеттіліктерді қанағаттандырудың маңызды әдісі болып табылады.</p> <p>Қызмет нәтижелерімен алмасу еңбек ресурстарына қол жетімділігі қиын тауарлардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді</p>
Интеграция	<p>Егер бизнес субъектілерінің еңбек бөлінісі мен мамандануы бизнес субъектілерінің біртұтас интеграциясымен қатар жүрмесе, бизнестегі барлық есептеулер шартты сипатқа ие болады.</p> <p>Бұл бүтін бизнес жүйесі деп аталады.</p> <p>Бизнес субъектілерінің, олардың іскерлік мүдделерінің, мақсаттары мен әрекеттерінің</p>

	<p>жүйелі интеграциясы объективті процесс болып табылады.</p> <p>Оның мәні осы қарама қайшылықтарды тәуелсіз дамудың ішкі көзіне және осы қатынастарға айналдыру болып табылады</p>
Биіктік	<p>Бизнес субъектілерінің тауарларға қол жеткізуге деген ұмтылысы оларды әртүрлі тәсілдермен әрекет етуге мәжбүр етеді.</p> <p>Бизнес субъектілерінің қабілеттерін дамыту олардың қажеттіліктерін арттырумен қатар жүреді</p>
Даму	<p>Бизнес субъектілері өздерінің іскерлік мүдделерін жүзеге асыруға тырысады.</p> <p>Бизнес субъектілерінің меншігін дамыту - іскерлік қатынастарды ұйымдастырудың маңызды шарттарының бірі.</p> <p>Меншікті дамыту бизнестің маңызды қағидаты болып табылады</p>
Шектеусіз	<p>Бизнес субъектілері оларға қол жеткізудің ең тиімді жолдарын үнемі іздейді.</p> <p>Олардың іскерлік қызметінде көрінуі мүмкін әр түрлі қажеттіліктерді үнемі дамыту қажеттілігі анықталады</p>
Бәсекелестік	<p>Материалдық тауарлардың шектеулі болуы бизнес субъектілері арасындағы бәсекелестіктің қажеттілігін анықтайды.</p> <p>Басқа бизнес субъектілерімен шектеулі тауарлармен бөлісе отырып, іскерлік қатынастардың әрбір қатысушысы тауарлар мен нарықтарға қатысты бәсекелестік/бәсекелестік жағдайында болады</p>
Қауымдастық	<p>Тауарлардың шектеулерін жеңіп, қызмет нәтижелерімен алмасып, бизнес субъектілері іскерлік қызметтің қоғамдық сипатын дамытады</p>
Бостандық	<p>Таңдау еркіндігі бизнес субъектілерінің мәмілелер жасасу, іскерлік қатынастарға түсу қабілетінің алғышарты да, салдары да болып табылады.</p> <p>Әрбір бизнес субъектісі мәмілелер бойынша таңдау және серіктес болуға құқылы</p>
Құндылық	<p>Бизнес объектілерінің әрқайсысының құндылығы бар, яғни бұл объектінің мәміле</p>

	<p>нысаны болу мүмкіндігі, оның барысында бизнес субъектілері еркін таңдау жасай отырып, іскерлік қызмет нәтижелерімен алмасады.</p> <p>Объектілердің құндылығы тауарларды еркін таңдаудың критерийі болып табылады</p>
Өзін-өзі ұйымдастыру	<p>Бизнестің жүйелі өзін - өзі ұйымдастыруы және микро және макроэкономикалық деңгейлердегі менеджмент іскерлік қатынастардың тұрақты дамуының міндетті шарттары болып табылады</p> <p>Бизнестің жүйелі өзін-өзі ұйымдастыруы бүкіл бизнес жүйесінің қозғалысына тұрақтылық береді</p>
Белгісіздік	<p>Дамыған экономикалық жүйеде іскерлік қызметтің әртүрлі түрлері бар, олардың ешқайсысы мәмілелердің барлық қатысушыларының таңдау еркіндігін үнемі қамтамасыз ету қажеттілігіне байланысты толығымен жоспарланбайды. Бизнес субъектілерінің тұрақты динамикалық өзгерістері мен асинхронды жеке әрекеттері оқиғалардың дамуындағы белгісіздікті үнемі күшейтеді. Бизнес субъектілері белгісіздік жағдайында өз таңдауын жасауы керек болғандықтан, олар өз әрекеттерінің салдарын болжауға және олардың реттілігін жоспарлауға тырысуға мәжбүр.</p>
Шектеу	<p>Бизнес субъектілерінің қызметі материалдық игіліктердің, мүмкіндіктердің, қабілеттердің шектелуі жағдайында жүзеге асырылады.</p> <p>Материалдық тауарлардың шектеулі болуы бизнес субъектілерінің өз қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін өзара әрекеттесу қажеттілігін алдын-ала анықтады.</p> <p>Әрбір бизнес субъектісінің мүмкіндіктері мен қабілеттерінің шектелуі осы субъектіге белгілі бір іскерлік мақсатты белгілейді</p>
Компаға келу	<p>Іскерлік қатынастарды қалыптастыру мен дамытудың негізгі принциптерінің бірі.</p> <p>Қызмет нәтижелерімен алмасу арқылы бизнес субъектілері бизнес серіктестерінің мүдделерін ескеру қажеттілігіне тап болады.</p>

	<p>Компаға келу дегеніміз болашақта тұрақты және кепілдендірілген өмір сүру үшін басқа бизнес субъектілерінің мүдделерінің пайдасына іскерлік қызметтің белгілі бір кезеңінде өз мүдделерін іске асыру міндеттілігінен бас тарту</p>
Субъективизм	<p>Бұл әлеуметтік прогресс бизнес субъектілерінің белсенді іскерлік қызметімен анықталады.</p> <p>Субъективизм іскерлік қатынастардың бүкіл жүйесіне енеді</p>
Ұмтылу	<p>Салыстырмалы белгісіздік жағдайында өздерінің субъективті таңдауын жүзеге асыра отырып, бизнес субъектілері сенімділікке қол жеткізуге тырысады. Бизнес субъектілері бизнес нысандарының сұранысы мен ұсынысын, сондай-ақ әлеуетті мәміле серіктестерін талдап, өз әрекеттерін анықтауы керек</p>
Ассоциативтілік	<p>Бизнес субъектілерінің іскерлік қызметі оның бизнес принциптерін, іскерлік мүдделерін, бизнес объектілерінің құрамын және мәмілелер бойынша әлеуетті серіктестерді түсіну қабілетіне байланысты</p>
Құны	<p>Барлық тауарлардың құны бар. Құны-бұл тауарларды ақшалай бағалау және таңдаудың ұтымдылығын бағалау параметрі.</p> <p>Тауарларды құндық бағалау арқылы бизнес субъектілері өз шығындарын бәсекелестердің шығындарымен өлшей алады.</p> <p>Өз таңдауының ұтымдылық дәрежесін бағалау арқылы олар бәсекеге қабілеттілік дәрежесін салыстыра алады.</p> <p>Құндық бағалау шығындарды кірістермен, ал бизнесті дамытуға салынған инвестициялар көлемін жеке тұтыну көлемімен салыстыруға көмектеседі</p>
Синтез	<p>Іскерлік мүдделерді іске асыру бизнес субъектілерінің мүдделері мен олардың іс-әрекеттеріндегі жеке және қоғамдық қатынастардың синтезіне әкеледі.</p>

Шоғырлану	Іскерлік қатынастардың дамуы бизнес субъектілерінің табиғи және әлеуметтік ресурстарды игеруінде көрінеді. Әлеуметтік ресурстар адамдар арасындағы қарым-қатынас барысында қалыптасады және экономиканың әлеуметтік әлеуеті деп аталады. Табиғи және әлеуметтік ресурстарды бизнес субъектілері өз қызметін жүзеге асыру үшін талдайды, таңдайды және шоғырландырады
-----------	--

3-кесте - Жеке тұлғаның қасиеттері және бизнестегі қызығушылықтары

Кәсіби қасиеттері	Бизнес субъектілерінің іскерлік қызметке дайындық барысында (оқыту, біліктілікті арттыру, қайта даярлау процесінде), сондай-ақ іскерлік қызметті жүзеге асыру барысында алған білімдерінің, іскерліктерінің, дағдылары мен тәжірибелерінің жиынтығы
Жеке қасиеттер	Қызметкерлердің іскерлік қызметі барысында анықталатын және дамитын қасиеттерінің жиынтығы (әл-ауқаттың өсуіне деген ұмтылыс, табиғи өзімшілдік, айырбастауға бейімділік, бәсекелестік рухы, шығармашылық бастама, таңдау жасау қабілеті, көшіру үрдісі, әділеттілікке деген құштарлық, меншік сезімі, жеке бәсекеге қабілеттілікті арттыруға деген ұмтылыс және т. б.)
Қоғамдық іскерлік мүдделер / бизнес субъектілерінің қоғамдық мүдделері	Бизнес субъектілерінің қоғам игілігі үшін қызметке саналы қажеттіліктері. Бұл мүдделерді бизнес субъектісі сырттан әкелмейді, олар іскерлік қызмет процесінде қалыптасады және қоғамның даму заңдылықтарымен біртұтас тұтастық ретінде қарастырылатын саналы қажеттіліктер ретінде әрекет етеді, соның ішінде қоғамда қалыптасатын ережелерге, нормаларға, іскерлік қатынастарды дамыту дәстүрлеріне бағынады

6-кесте - Шағын кәсіпорынның кәсіпкерлік қызметі

Шағын кәсіпкерлік субъектілеріне мыналар жатады:

- жеке кәсіпкерлер;
- жұмыскерлердің орташа саны 15 адамнан аспайтын микроұйымдар;
- шағын ұйымдар – қызметкерлердің орташа саны 16-дан 100 адамды қоса алғанда, коммерциялық ұйымдар.

Тапсырмалар	<ul style="list-style-type: none"> - халықтың тауарлар мен қызметтерге деген қажеттіліктерін жақсырақ қанағаттандыруға ықпал ететін бәсекеге қабілетті өркениетті нарықтық қатынастарды қалыптастыру - тауарлардың, жұмыстар мен қызметтердің ассортиментін кеңейту және сапасын арттыру - тауарлар мен қызметтер өндірісін нақты тұтынушыларға жақындату - экономиканы құрылымдық қайта құруға жәрдемдесу - өндірісті дамыту үшін азаматтардың жеке қаражатын тарту - қосымша жұмыс орындарын құру, жұмыссыздық деңгейін қысқарту, жекелеген топтарды еңбек қызметіне тарту - азаматтардың шығармашылық қабілеттерін тиімді пайдалану, қолөнердің, халықтық қолөнердің әртүрлі түрлерін игеру - меншік иелерінің әлеуметтік пулын қалыптастыру - жергілікті шикізат көздерін игеру және пайдалану
Артықшылықтары	<ul style="list-style-type: none"> - аймақтың жергілікті жағдайлары мен экономикалық ерекшеліктеріне тезірек бейімделу - шағын бизнес субъектілерінің іс-әрекеттерінің тәуелсіздігі, шешім қабылдаудағы икемділік, жеделдік - қызметті жүзеге асыру кезіндегі төмен шығындар, мысалы, басқару шығындары - жеке тұлғаның өз идеяларын жүзеге асыру, шығармашылық жобаларын көрсету және бизнес мүмкіндіктерін көрсету мүмкіндігі - бастапқы капиталға деген төмен қажеттілік және жергілікті нарықтың талаптарына байланысты өнім мен өндіріс процесіне өзгерістерді жедел енгізу мүмкіндігі - меншікті капиталдың жоғары айналымы
Ерекшеліктері	<ul style="list-style-type: none"> - шағын бизнесті қалыптастыру процесі жүйелі емес

	<ul style="list-style-type: none"> - шағын бизнес үлкен пайда алу үшін жағдай жасалған қызметтің барлық салаларына әсер еткен жоқ - шағын бизнес жиі ажыратылады, тығыз технологиялық және экономикалық байланыстар жоқ - әлемдік экономикаға әлсіз интеграцияланған
Кемшіліктері	<ul style="list-style-type: none"> - тәуекелдің жоғары деңгейі және нарықтағы тұрақсыздықтың жоғары деңгейі - ірі компанияларға тәуелділік - өз ісін басқарудағы кемшіліктер - басшылардың құзыреттілігі жеткіліксіз - шаруашылық жағдайының өзгеруіне жоғары сезімталдық - қосымша қаржы табу және бизнесті дамыту үшін несие алу қиындықтары - сенімсіздік және болжамның болмауы

7-Кесте - Франчайзинг. Франчайзинг түрлерінің салыстырмалы сипаттамасы

Франчайзинг - кәсіпкер немесе кәсіпорын (франчайзи) кәсіпорыннан (франчайзерден) бизнес жүйесін (франчайзингті): жабдық, технология, сауда маркасы, оқыту, шығын материалдарын сатып алып бизнесті ұйымдастыру.

Франчайзингтің негізгі артықшылықтары - дәлелденген бизнес минималды тәуекелдер, сыналған бизнес-процестер және жабдықтар, франчайзерді үнемі қолдау. Франчайзингте франчайзер іс жүргізудің тәжірибеде тексерілген әдісін ұсыну, бизнесті ұйымдастыруда техникалық және консультациялық көмек көрсету франчайзи және болашақта оның қолдауын қамтамасыз ету.

Франчайзинг түрі	Франчайзинг түрі	Артықшылықтары	Кемшіліктері
Тауарлық	Тауар	Пайдаланудың қарапайымдылығы	Шектеулі сала Қолдану Франчайзингтің тар мамандануы
Өндірістік	Технология	Жоғары тиімділік, Франчайзердің бақылауының қарапайымдылығы	Үлкен бастапқы сатып алу шығындары франчайзингтер Франчайзерге қатты тәуелділік

Іскерлік	Франчайзингтік бизнес моделі	Қолданудың кең саласы, нарық жағдайына тез бейімделу	Қызметті шамадан тыс реттеу франчайзингтің бастамасын тежейді
Конверсиялық	Айырбастау	Шығындарды азайту арқылы бюджеттің шығын бөлігін азайту	Жеке кәсіпорынды тәуелді жағдайға бейімдеу қажеттілігі
Корпоративтік	Франчайзингтік кәсіпорындар желісі	Франчайзингтің жоғарыда қарастырылған түрлерінің оң қасиеттерін жинақтау, әртараптандыру	Франчайзи мақсаттарының франчайзердің мүдделерімен жиі сәйкес келмеуі, нарық жағдайының өзгеруіне бизнестің баяу әрекет етуі

8 кесте - Франчайзинг әдістерінің салыстырмалы сипаттамасы

Франчайзинг әдісі	Тарату шарттары	Артықшылықтары	Кемшіліктері
Классикалық	Стандартты	Қолданудың қарапайымдылығы	Желінің жеткілікті баяу кеңеюі, үлкен шығындар
Аймақтық	Бас франчайзи белгілі бір аймақта желіні кеңейтеді	Бағаны белгілеу кезіндегі артықшылықтар, франчайзердің бақылау шығындарын азайту	Аумақты игеру туралы шарттың қатаң талаптары

Субфранчайзинг	Субфранчайзер субфранчайзингтерді сату құқығын алады	Елеулі қосымша капиталды тарту мүмкіндігі	Франчайзидің субфранчайзердің қаржылық, басқару және маркетингтік қабілеттеріне қатты тәуелділігі
Дамушы	Ауданды дамытуға айрықша құқықтарды инвесторлар тобына беру	Франчайзер үшін минималды шығындармен франчайзингтік желіні жылдам кеңейту	Инвестордың меншік иесі ретіндегі позициясын шектеу, жоғары бастапқы шығындар

9-кесте - Өндірістік кәсіпкерлік

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Өндірістік кәсіпкерліктің қоғамдық маңызы зор	Нарықтық экономика мен инфрақұрылымның даму деңгейіне өте тәуелді
Айтарлықтай мемлекеттік қолдауға ие	Елеулі мемлекеттік реттеуге жатады
	Ең қауіпті және күрделі бизнес
	Бастапқы кезеңде төмен рентабельділік

10-кесте - Коммерциялық кәсіпкерлік

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Жоғары рентабельділік	Өндірістің даму деңгейіне өте тәуелді
Құру жылдамдығы, бастапқы капиталдың шамалы мөлшері	Қазіргі заманғы тиімді формалар Коммерциялық кәсіпкерлік персоналдың сапасына байланысты
Операциялардың салыстырмалы қарапайымдылығы	Бастапқы кезеңдегі төмен рентабельділік
Елеусіз мемлекеттік регламенттеу	
Салыстырмалы түрде төмен тәуекел	

11 кесте - Қаржылық кәсіпкерлік

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Икемділік және ұтқырлық	Жоғары тәуекелдер
Ресурстарды жылдам жинақтау мүмкіндігі	Саяси тәуекелдер мен халықаралық қаржы нарықтарына қатты тәуелді
Қаржылық операциялардың салыстырмалы қарапайымдылығы	Бастапқы кезеңде төмен рентабельділік
Елеусіз мемлекеттік регламенттеу	Маңызды мемлекеттік реттеу
	Қаржылық кәсіпкерліктің заманауи тиімді нысандары персоналдың сапасына байланысты
	Табыстылықтың төмен деңгейі
	Қызметті бастау үшін үлкен бастапқы капиталдың қажеттілігі

12 кесте - Қызмет көрсету саласындағы кәсіпкерлік

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Икемділік және ұтқырлық	Конъюнктуралық және саяси факторларға, әсіресе қазіргі заманғы іскерлік қызметтер саласына өте тәуелді
Ресурстарды жылдам жинақтау мүмкіндігі	Маңызды мемлекеттік реттеу
Іскерлік операциялардың салыстырмалы қарапайымдылығы	Персоналдың сапасына тәуелділік
Рентабельділіктің жоғары деңгейі, әсіресе қазіргі заманғы іскерлік қызметтер саласында	

Кесте 13 - *Ірі бизнес*

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Кәсіпкерліктің сыртқы ортасын белсенді өзгерту мүмкіндігі	Өндіріс тиімділігінің өсуіне ынталандырудың төмендеуі
Возможности создавать и накапливать достижения НТП и процедуры и правила рационального бизнеса	ҒТП жетістіктерін және ұтымды бизнестің рәсімдері мен ережелерін құру және жинақтау мүмкіндіктері
Өндіріс шығындарын үнемдеу	Тиімділіктің төмендеуі фирманың көлемінің өсуімен басқару
Тұрақтылық	Икемсіздік, тұтынушымен байланысын жоғалту мүмкіндігі

14 кесте - *Шағын бизнес*

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Икемділік	Жоғары тәуекел сипаты
Ірі бизнеспен салыстырғанда жоғары рентабельділік	Интуитивті сипат және мамандандырылған басқару емес
Бейресми нарықтарда бос ресурстарды пайдалану	Жоғары сапалы ресурстарға шектеулі қол жетімділік
Ірі фирмалар мен мемлекеттің қолдауына тәуелділік	Қаржылық ресурстардың жетіспеушілігі, ақпаратқа және ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға қол жетімділіктің күрделілігі

15-кесте - *Міндеттеме туындаған сәттегі шарттардың түрлері*

Шарт түрлері	Мазмұны
Негізгі шарт	Тараптардың мүлікті ауыстыруға, жұмыстарды орындауға, қызметтер көрсетуге және т. б. байланысты құқықтары мен міндеттерін көрсетеді

Алдын ала шарт	Болашақта негізгі шарт жасасу туралы тараптардың келісімі. Онда затты белгілеуге мүмкіндік беретін шарттар, сондай-ақ негізгі шарттың басқа да маңызды шарттары бар. Шартта тараптар негізгі шарт жасасуға міндеттенетін мерзім көрсетіледі
Біржақты шарт	Бір тарапта тек құқықтар, ал екінші тарапта тек міндеттер туғызады (мысалы, қарыз, кепілдік шарттары)
Өзара шарт	Тараптардың әрқайсысы екінші тарапқа қатысты құқықтар мен міндеттерге ие болады (сатып алу-сату, тасымалдау, жалдау, сақтау, мердігерлік және т. б. шарттар)

16-кесте - Экономикалық және құқықтық белгілердің жиынтығы бойынша шарттардың түрлері

Шарт түрлері	Мазмұны
Мүлікке меншік құқығын беруге бағытталған шарттар	Сатып алу-сату шарттары, жеткізу шарты, айырбастау шарты, сыйға тарту шарты және басқалар
Басқа адамға мүлікті иелену және пайдалану құқығын қамтамасыз ететін шарттар	Жалдау шарты, өтеусіз пайдалану шарты, тұрғын үйді жалдау шарты
Жұмыстарды орындауға арналған шарттар	Мердігерлік шарт, ғылыми-зерттеу жұмыстарын, тәжірибелік-конструкторлық және технологиялық жұмыстарды орындауға арналған шарттар
Қызмет көрсету туралы шарттар	Тасымалдау шарты, сақтау шарты, тапсырма шарты, комиссия шарты
Несие беру туралы шарттар	Қарыз шарты, несие шарты және басқалар

Тәуекелді қайта бөлу туралы шарттар	Сақтандырудың кездейсоқ себептерінен туындайды
Бірлескен қызмет туралы шарттар	Серіктестік шарты, заңды тұлғаларды құру туралы құрылтай шарттары

17-кесте - Өтеуіне байланысты шарттардың түрлері

Шарт түрлері	Мазмұны
Өтеулі шарт	Бір тараптың мүліктік ұсынуы екінші тараптың қарсы мүліктік ұсынуын шарттайтын шарт
Өтеусіз шарт	Мүліктік беруді тек бір тарап екінші тараптан қарсы мүліктік ұсынымды алмай (мүлікті сыйға тарту, өтеусіз пайдалану шарты) жүргізеді

5 - ҚОСЫМША

ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

"Кәсіпкерлік және бизнес негіздері" бірлігі
1-тапсырма

А. Сіздің қалаңызда кәсіпкерлік қызметтің келесі бағыттары бойынша жұмыс істейтін кәсіпорындарға мысалдар келтіріңіз:

- өндірістік;
- коммерциялық;
- қаржылық;
- делдалдық;
- сақтандыру қызметі.

Б. Кәсіпкерлік қызмет түрлерінің сипаттамаларын көрсететін кестені толтырыңыз:

Сфера предпринимательской деятельности	Кәсіпкердің негізгі функциялары	Өндірілетін тауардың (көрсетілетін қызметтің) ерекшелігі	қызметтің негізгі саласы
Кәсіпкерлік қызмет саласы			
Өндірістік			
Қаржылық			
Делдалдық			
Сақтандыру қызметі			

2-тапсырма

Кестені толтырыңыз. Кәсіпкерлік қызметтің болуының үш экономикалық және үш әлеуметтік тиімділігі/пайдасы туралы жазыңыз

Экономикалық тиімділігі	Әлеуметтік тиімділігі

3-тапсырма

Жағдаяттық міндеттер.

А. Азамат Серік Н. жеке кәсіпкер мәртебесінде кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыруды жоспарлап отыр. Білім мен тәжірибенің болмауына байланысты кәсіпкерлік қызметті тіркеуді қалай рәсімдеу керектігін білмейді. Жеке кәсіпкерді тіркеу үшін жергілікті өзін-өзі басқару органдарына қандай құжаттарды және қандай мерзімде ұсыну керектігін көрсете отырып, оған іс-қимыл жоспарын құруға көмектесіңіз.

Б. Ұжымдық шарт жасасу кезінде "Жаңыл" ЖШС директоры еңбекақы төлеу қорын үнемдеу және қызметкерлер штатын қысқарту үшін түнгі және кешкі ауысымдарда жұмыс істегені үшін еңбекақы төлеуді көтермеуді ұсынды. Ұйым қызметкерлері директорды қолдады, өйткені олар жұмыс орнын сақтап қалғысы келді. Сайланбалы кәсіподақ органының өкілі Ұжымдық шарттың бұл ережесі қайшы келетінін айтты жағдайды бағалаңыз.

В. Әсел М. өз пәтерін жөндеу үшін құрылысшылар бригадасын жалдап, жұмыс уақыты белгіленген бригадирмен еңбек шартына қол қойды. Бригада мүшелері пәтер иесінің жөндеу жөніндегі нұсқауларын орындауға міндетті болды және бригада мүшелері үшін еңбек функциялары анықталды. Жұмыс аяқталғаннан кейін Әсел М. бригадирмен есеп айырысып, ол өз қалауы бойынша қалған қызметкерлермен есеп айырысады. Жағдайды бағалаңыз.

Г. Тұрмыстық техниканы шығаратын кәсіпорын қымбат зерттеулердің көмегімен өндірілетін тауарлардың бірін жетілдіруге тырысты. Бірақ ешқандай нәтижеге қол жеткізілмеді, өнім өзгеріссіз қалды. Ал өнімдегі "жетілдірілген жаңалық" деген жазу сатылған өнім көлемін едәуір арттырар еді.

Сіз қандай шешім қабылдайсыз: Жоғарыдағы жазбалармен келісесіз бе? Неліктен?

Д. Сіздің ұйымыңыз бір компаниямен сатудың үлкен сомасына тиімді келісімшарт жасасуға ұмтылады. Келіссөздер барысында сіз сатып алушының өкілі өзіне тиімдірек жұмыс іздейтінін білесіз, сіз оны жұмысқа алғыңыз келмейді, бірақ егер сіз оған осы мүмкіндікті пайдалансаңыз, ол сізге тапсырысты тапсыруы мүмкін.

Сіз қалай әрекет етесіз және неге?

Е. Сіз ұялы байланыс қызметтерін ұсынатын компанияның басшысысыз. Жоғары бәсекелестікке байланысты сіз өз абоненттеріңіз үшін ең төменгі тарифтерді енгізу туралы шешім қабылдайсыз. Ең көп пайда алу үшін сіздің талдаушыларыңыз әңгімелесудің әр минутынан тарифтерде көрсетілгеннен 4 теңгеге көп ақша алуды ұсынады, нәтижесінде бір абоненттің шығыны елеулі және байқалмайды, ал компания ауқымында айтарлықтай пайда шығады.

Сіз қалай әрекет етесіз?

Ж. қаржы басқармасы жұмысының қорытындысы бойынша бір айда банктермен жұмыс жөніндегі бір бөлім сыйлықақы алды, ал қаржылық талдау бөлімі барлық есептерді басқа бөлімдерден бұрын тапсырып, сыйлықақы алған жоқ.

Бұл жағдайда қаржылық талдау бөлімінің басшысына қалай түсуге болады?

З. әр түрлі қызмет түрлері бар шағын фирмалар үшін шығындарды тізімдеңіз:

- * өнеркәсіптік тауарларды өндіруші фирма;
- * азық – түлік тауарларын сатушы фирма;
- * тұрмыстық қызмет көрсету фирмасы;
- * туристік қызмет көрсету фирмасы.

И. "Рахат" кондитерлік фабрикасы сақтау мерзімі үш тәуліктен аспайтын тез бұзылатын өнімдерді өндірумен айналысады. Зауыт басшысына өндірілген өнімді басқа аймақтарда көбірек сату, оларды тасымалдауға уақыт бөлу және сәйкесінше жарамдылық мерзімін азайту ұсынылды.

Зауыт басшысы бұл ұсынысты қабылдауы керек және қабылдай ала ма? Неліктен?

К. Серік К. ұйымда бір жылдан астам жұмыс істегеннен кейін бөлімше басшысы лауазымына тағайындалды. Басшы ретіндегі алғашқы жұмыс күнінде Серік К. қызметкерлерден оған өткен айдағы әрқайсысының жұмысы туралы есеп беруді талап етті. Қызметкерлердің бірі бұл талапты

орындаудан бас тартты, бұл оны бұрыннан жұмыс істеп келе жатқандығына және бұрынғы басшының оған әрдайым сенуі түрткі болды.

Серік К. бұл жағдайда қалай әрекет етуі керек?

Л. жүргізу техникасына практикалық кеңестер әзірленді келіссөздер (мысалы, жұмысшылар өкілдері мен жұмыс берушілер арасында). Келіссөздер жүргізу қабілеті-бұл экономиканың әртүрлі салаларындағы және қоғамдағы өзгерістерге бейімделуі және бейімделуі керек дағды. Келіссөздер жүргізушісі уақыттың қиындықтарын түсініп, оларға жауап беруі керек, көшбасшының қасиеттерін көрсете білуі керек. Келіссөздердің бес стилінің ішінде: бәсекеге қабілетті, жалтарғыш, бітімгершілік, сотрудничаға келу, ынтымақтастыққа бағытталған. Аталған келіссөздер стильдерінің қайсысы Сізге қолайлы? Сіз қандай стильде келіссөздер жүргізе аласыз?

"ҚАРЖЫЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ" БІРЛІГІ

1-тапсырма

Терминдер мен олардың мағыналарын сәйкестендіріңіз

Сақтанушы	а) белгілі бір сақтандыру жағдайлары туындаған кезде халықтың, ұйымдардың, мемлекеттің және оның субъектілерінің мүдделерін қорғау жөніндегі қатынастар
Сақтандырушы	б) сақтандырушының атынан және онымен жасалған шарт негізінде оның есебінен сақтандыру қызметтерін көрсететін сақтандырушы мен Сақтанушы арасындағы делдал
Сақтандыру агенті	в) объект сақтандырылған ең жоғары сома
Сақтандыру сомасы	г) Шартта көзделген жағдайлар туындаған кезде сақтандыру төлемін алу мақсатында сақтандырушымен сақтандыру шартын жасасқан ұйым немесе азамат
Сақтандыру	д) сақтандыру қызметтерін ұсынатын және оған тиісті лицензиясы бар мамандандырылған ұйым

2-тапсырма

Бірқатар белгілер бойынша "сақтандыру агенті" және "сақтандыру брокері" санаттарының айырмашылықтарын атаңыз. Кестені толтырыңыз.

Сипаттама атауы	Сақтандыру агенті	Сақтандыру брокері
Негізгі клиенттер кім		
Кімнің мүдделері (сақтандырушы немесе сақтанушы) ұсынады		
Сақтандырушы компанияның сенімділігі туралы білім		
Ұсынылатын сақтандыру өнімдерінің ассортименті қандай		
Сақтандыру портфелі кімге тиесілі		

3-тапсырма

Жоспар бойынша бизнестегі қаржылық тәуекелдерге жалпы сипаттама беріңіз:

1. Анықтама _____

2. Тән белгілері _____

3. Қаржылық тәуекелдердің мысалдары

4 -тапсырма

Сұрақтарға жауап беріңіз.

"Кәсіпкер қандай қаржылық тәуекелдерге тап болуы мүмкін"тесті

1. Ұйымның қандай Тәуекелдерін басқару оңайырақ?

- а) сыртқы
- б) ішкі
- в) тәуекелдердің екі түрін басқару механизмі бірдей

2. Қарыз қаражатын пайдаланудан бас тарту азайтуға мүмкіндік береді:

- а) қаржылық тұрақтылықтың төмендеу қаупі
- б) төлем қабілетсіздігі тәуекелі
- в) валюталық тәуекел
- г) инфляциялық тәуекел

3. Төлемді кейінге қалдыру және тауарға тек қолма қол ақшамен төлеуді талап ету оны төмендетуге мүмкіндік береді:

- а) қаржылық тұрақтылықтың төмендеу қаупі
- б) төлем қабілетсіздігі тәуекелі
- в) валюталық тәуекел
- г) инфляциялық тәуекел

5-тапсырма

Сұрақтарға жауап беріңіз.

"Салықтар дегеніміз не және оларды не үшін төлеу керек"тесті

1. Салық-бұл:

- а) міндетті жеке өтеусіз төлем, жеке және заңды тұлғалар мемлекет бюджетіне жүзеге асыратын
- б) жеке тұлғалар төлейтін ерікті төлем қайырымдылық мақсаттары
- в) жеке және заңды тұлғалар төлейтін төлем табиғи түрінде
- г) дұрыс жауабы жоқ

2. Салықтың қандай түрлері бар?

- а) міндетті және ерікті
- б) арзан және қымбат
- в) аймақтық, жергілікті
- г) барлық жауаптар дұрыс

3. Салық төлеушінің сәйкестендіру нөмірі:

- а) салық органдарында әрқайсысы туралы мәліметтерді есепке алу үшін қолданылады
- салық төлеушіге және оның міндеттемелеріне
- б) салық төлеушілердің жекелеген санаттарына беріледі
- бұл құқыққа
- в) салық төлеушіге жеке төлем үшін беріледі
- г) дұрыс жауап жоқ

4. Салық салу объектісі мыналарды анықтайды:

- а) салық алынатын шарттар
- б) салық төлеу мерзімі
- в) салық алушының
- г) дұрыс жауап жоқ

5. Салық базасын анықтау және төлеуге жататын салық сомасын есептеу қажет болатын уақыт кезеңі:

- а) салық уақыты
- б) салық ауыртпалығы
- в) салық кезеңі
- г) дұрыс жауап жоқ

6-тапсырма

Сұрақтарға жауап беріңіз. "Депозиттер арқылы ақшаны қалай үнемдеуге болады" тесті

1. Азаматтың салымды коммерциялық банкте орналастыруы мыналарды көздейді:

- а) салымшының ақшасын пайдаланғаны үшін пайыздарды міндетті түрде төлеу
- б) ақша қаражатын тек қана ұлттық валютада енгізу
- в) салымды мерзімінен бұрын жабуға тыйым салу
- г) ақшалай қаражатты тек қана қолма-қол нысанда енгізу.

2. Төмендегі салымдардың қайсысы иесіне ең аз табыс әкеледі?

- а) талап етілгенге дейін
- б) шұғыл
- в) шартты
- г) салымдардың барлық түрлері өз иелеріне бірдей табыс әкеледі

3. Төмендегі салымдардың қайсысы өз салымшысына ең көп табыс әкелуі мүмкін?

- а) талап етілгенге дейін
- б) шұғыл
- в) шартты
- г) салымдардың барлық түрлері өз иелеріне бірдей табыс әкеледі

4. Пайыздарды есептеу тәсілдерінің қайсысы оларды кейіннен капиталдандыруды (негізгі қарыз сомасына қосылу) көздейді?

- а) қарапайым пайыздар
- б) күрделі пайыздар
- в) пайыздарды есептеу әдісі пайыздарды капиталдандыру мүмкіндігімен байланысты емес

5. Қандай жағдайда банктер салым шартында көзделген пайыздық мөлшерлеменің қолданылу мерзімі аяқталғанға дейін оның мөлшерін өзгертуге құқылы?

- а) пайыздық мөлшерлеменің мөлшері өскен жағдайда ғана;
- б) пайыздық мөлшерлеме төмендеген жағдайда ғана;
- в) кез келген жағдайда.
- г) коммерциялық банктің мұндай құқығы жоқ.

7-тапсырма

Сұрақтарға жауап беріңіз.

"Бағалы қағаздар дегеніміз не және олар қандай"тесті

1. Үлестік бағалы қағаздарға мыналар жатады:

- а) акциялар
- б) облигациялар
- в) вексельдер
- г) лотерея билеттері

2. Оның иесіне компанияда жеке шешім қабылдауға, соның ішінде ұйымның басшылығын тағайындауға мүмкіндік беретін акциялар пакеті деп аталады:

- а) бақылау
- б) бұғаттаушы
- в) азшылық
- г) дұрыс жауап жоқ

3. Егер акциялар тек құрылтайшыларға немесе алдын-ала белгіленген адамдар тобына сатылуы мүмкін болса, онда мұндай қоғам деп аталады:

- а) жауапкершілігі шектеулі серіктестік
- б) жабық акционерлік қоғам
- в) ашық акционерлік қоғам
- г) барлық жауаптар дұрыс

4. Акцияларды биржалық саудаға жіберу үшін оларды таңдау процедурасы деп аталады:

- а) депозит
- б) листинг арқылы
- в) баға белгілеу арқылы
- г) эмиссиямен

5. Облигациялар бойынша кіріс нысанда төленеді:

- а) купондық кіріс
- б) дивиденд
- в) пайда
- г) пайыз

8-тапсырма

Инвесторлардың компанияның акцияларының бақылау немесе блоктау пакетін сатып алу себептерін тізімдеңіз.

9-тапсырма

Биржа жұмысының ережелерін, бағалы қағаздар листингінің тәртібін зерделеңіз. Содан кейін кез-келген шетелдік биржа туралы ақпаратты тауып, екі биржаны салыстырыңыз: сәйкестіктер мен айырмашылықтар қандай.

10-тапсырма

Брокерлер жеке инвесторлар үшін не істей алатындығын сипаттаңыз

Ғаламдық мәнмәтіндер

Оқу мен оқыту концепцияларды мәнмәтінде түсінуді білдіреді. Ғаламдық мәнмәтін оқу мен оқытуға неғұрлым нақты перспективалар ұсынатын контекстілік меңгерудегі ортақ тіл кеңістігін, арнайы параметрлерді, оқиғаларды немесе жағдайларды анықтай білуді қамтамасыз етеді. Мұғалімдер ғаламдық мәнмәтінді меңгеру үшін таңдайды, олар келесі сұрақтарға жауап береді:

- Неліктен біз бұл зерттеумен айналысудамыз?
- Неліктен бұл концепциялар маңызды?
- Неліктен мен үшін білу маңызды?
- Неліктен адамдарды бұл тақырып толғандырады?

Бұл және басқа мәнмәтіндер ортақ адамзат қауымдастығына қатысты зерттеуге және планетамыз жайында бірлескен қамқоршылыққа қолайлы жағдай жасайды. Олар жергілікті, ұлттық және ғаламдық қауымдастықтар, сонымен қатар, оқушылардың нақты мәселелер туралы тұжырымдай алуды ұсынады. Мұғалімдер әр тақырып үшін халықаралық білім беру бағдарламасы бойынша маңызды оқыту мен оқуға бағыттайтын бір ғаламдық мәнмәтінді анықтауы керек. Оқушылар оқу барысында барлық алты ғаламдық мәнмәтінмен жұмыс жүргізуі керек.

Таңдалған ғаламдық мәнмәтін мұғалімдер мен оқушылар тақырыпты меңгеру барысында қоятын сұрақтарды шарттылайды. Алайда, көптеген ғаламдық мәнмәтіндерді зерттеу бір-бірімен тығыз байланысты, тақырыпты меңгеру барысында басқа ғаламдық мәнмәтінге қатысты сұрақтар да міндеттелініп, қарастырылуы мүмкін.

Ғаламдық мәнмәтін арқылы пәндік мазмұнды зерделеу оқушыларға пәнді неғұрлым тереңірек түсінуді дамытуға және оны нақты өмірде қолдануына мүмкіндік береді. Зерттеудің қайталанбалы циклдері, әрекеттері мен ойлану оқушыларды жеке және әлеуметтік жауапкершілікті зерттеуге әрі сезінуге қатысты жағымды қарым-қатынасын дамыта отырып, академиялық білімнен практикалық түсінікке жетелеуі мүмкін.

Ғаламдық мән-мәтіндердің түсіндірмесі

Ғаламдық мәнмәтін	Бағыт беруші сұрақ және сипаттамасы	Зерттеу мысалдары
Тұлға және қарым-қатынастар	<p>Мен кімін? Біз кіміз?</p> <p>Оқушылар өзіндік бірдейлікті; сенімдер мен құндылықтарды; жеке, физикалық, интеллектуалды, әлеуметтік және діни денсаулық; отбасылар, достар, қоғамдастықтар және мәдениеттерден тұратын адами қарым-қатынастар; адами болудың мағынасын зерттейді</p>	<p>Дамытуға мүмкін зерттеулер</p> <p>Бәсекелестік және ынтымақтастық; топтар, қосылым және басқарушылық</p> <p>Өзіндік бірдейліктің қалыптасуы</p> <p>Өз-өзін құрметтеу</p> <p>Дәреже</p> <p>Өзіндік күш және әрекет</p> <p>Көзқарастар, мотивация, тәуелсіздік</p> <p>Бақыт және жақсы өмір</p> <p>Физикалық, психологиялық және әлеуметтік даму; ауысулар; денсаулық және ырысты өмір; өмірлік стиль таңдаулары</p> <p>Адами табиғат және адами құндылық</p> <p>Моральді ой-толғаныс және этикалық баға</p> <p>Сана және ой</p>
Кеңістік пен уақытқа бағдар	<p>«Қашан» және «қайданың» мағынасы не?</p> <p>Оқушылар жеке тарихтарды; үйлер мен саяхаттарды; адамзат тарихындағы басты оқиғаларды; ашылуларды, зерттеулер мен адамзаттың миграцияларын; жеке, жергілікті және</p>	<p>Дамытуға мүмкін зерттеулер</p> <p>Өркениеттер және әлеуметтік тарихтар, мұра, діни сапар, миграция, көші-қон және айырбас</p> <p>Дәуірлер, эралар, басты оқиғалар және «үлкен тарих»</p> <p>Меже, ұзақтық, жиілік және әр түрлілік</p>

	ғаламдық көзқарастар тұрғысынан жеке адамдар мен өркениеттер арасындағы қарым-қатынастар мен өзара байланысты зерттейді	Адамдар, шекаралар, айырбас және өзара байланыс Табиғи және адами ландшафтар және ресурстар Эволюция, қиындықтар мен бейімделушілік
Жеке және мәдени айқындаушылық	Шығармашылық айқындаушылықтың барысы мен мақсаты не? Оқушылар идеяларды, сезімдерді, табиғат, мәдениет, сенімдер мен құндылықтарды зерттеу мен білдірудің жолдарын; шығармашылығымыз жайлы ой-қозғау, оны кеңейту және ұната қолдану жолдарын; біздің эстетикалықты бағалауымызды зерттейді	Дамытуға мүмкін зерттеулер Шеберлік, қолөнер, дамыту, әдемілік Өнімдер, жүйелер және институттар Шынайылықтың әлеуметтік құрылымдары Философиялар және өмір жолдары Сенім жүйелері Сыни сауаттылық, тілдер және лингвистикалық жүйелер, идеялардың, салалардың және дисциплиналардың тарихтары Анализ және дәлел Метатаным және абстрактілі ойлау Кәсіпкерлік, тәжірибе және хабардарлық
Ғылыми және техникалық инновация	Біз өмір сүретін әлемімізді қалай түсінеміз? Оқушылар табиғи әлем мен оның заңдарын; адамдар мен табиғи өмір арасындағы өзара байланысты;	Дамытуға мүмкін зерттеулер Жүйелер, модельдер, әдістер; өнімдер Процесстер және шешімдер Бейімделушілік, ойлап тапқыштық және прогресс

	<p>қалай адамдар ғылыми принциптер жайлы түсінігін қолданатынын; қоғамдар мен қоршаған орталарға ғылыми және технологиялық жетістіктердің ықпалын; қоршаған орталардың адамның іс-әрекетіне ықпалын; қалай адамдар қоршаған орталарын өздерінің қажеттіліктерін бейімдейтінін зерттейді</p>	<p>Мүмкіншілік, қатер, салдарлар және жауапкершілік Модернизация, индустриализация және инженерия Цифрлы өмір, виртуалды қоршаған орталар және Ақпарат Ғасыры Биологиялық революция Математикалық жұмбақтар, принциптер және ашылулар</p>
<p>Жаһандану және тұрақтылық</p>	<p>Қалай барлығы өзара байланысты?</p> <p>Оқушылар адам жасаған жүйелер мен қоғамдастықтардың өзара байланысын; жергілікті және ғаламдық процестер арасындағы байланысты; қалай жергілікті тәжірибелер әлемдік өзгерістерде делдалдық ету; әлемнің өзара байланыстылығымен қамтамасыз етілген мүмкіндіктер мен қайшылықтар; шешім қабылдаудың адамзатқа және қоршаған ортаға ықпалын зерттейді</p>	<p>Дамытуға мүмкін зерттеулер</p> <p>Нарықтар, халық тұтынатын тауарлар және коммерциялау Қоршаған ортаға адамның әсері Ұқсастық, алуан түрлілік және өзара байланыс Қолданыс, сақтау, табиғи ресурстар және қоғамдық игілік Халық және демография Қалалық жоспар, стратегия және инфрақұрылым</p>
<p>Әділділік және даму</p>	<p>Біздің ортақ адамзаттың салдары не?</p>	<p>Дамытуға мүмкін зерттеулер</p> <p>Демократия, саясат, басқару және қоғам</p>

	<p>Оқушылар құқықтар мен жауапкершіліктерді; қоғамдар арасындағы қарым-қатынасты; шектеулі ресурстарды басқа адамдармен және басқа тірі организмдермен бөлісуді; тең мүмкіндіктерге қол жетімділікті; бейбітшілік пен қарама-қайшылықтың шешілуін зерттейді</p>	<p>Теңсіздік, айырмашылық және қосылым Адамның дағдылығы және даму; әлеуметтік кәсіпкерлер Құқықтар, заң, азаматтық жауапкершілік және public sphere Әділділік, бейбітшілік және қарама-қайшылықты басқару Билік және артықшылық Абсолютті билік, қаіпсіздік және бостандық Сенімді болашаққа елестету</p>
--	---	--

КӘСІПКЕРЛІК ТӘУЕКЕЛ

Шаруашылық (кәсіпкерлік) тәуекел - өнімді, тауарларды, көрсетілетін қызметтерді өндірумен, оларды өткізумен, тауар-ақша және қаржы операцияларымен, коммерциямен, әлеуметтік - экономикалық және ғылыми-техникалық жобаларды жүзеге асырумен байланысты кез келген қызмет түрлері кезінде туындайтын тәуекел.

Кәсіпкердің мінез-құлқының бірінші ережесі: тәуекелден аулақ болу емес, оны мүмкіндігінше төмен деңгейге дейін төмендетуге тырысу.

Кәсіпкерлік тәуекел - бұл қызметті ұтымды пайдалануға арналған нұсқамен салыстырғанда ресурстардың ықтимал жоғалуы немесе кірістердің болмауы қаупі.

Тәуекелдерді басқару мәселелерді шешеді:

Тірі қалу.

Ұйымның шығындарын және басқа параметрлерін (моральдық, экологиялық, құқықтық және т.б.) ұйымды жұмыс істейтін және пайдалы етіп сақтауға мүмкіндік беретін шекараларда ұстау.

Мазасыздықтың қолайлы деңгейі.

«Тыныштық пен қалыпты ұйқыны қамтамасыз ету» міндеті. Қауіпсіздік сезімі, қол жеткізілген әл-ауқаттың тұрақтылығына және әл-ауқаттың жақсаруына сену - адамның негізгі қажеттіліктері. Сабырлы адам жақсы жұмыс істейді. Алайда, адам өте сабырлы және жақсы өмірге кепілдік беретініне сенімді, босаңсытады. Мазасыздық деңгейі оңтайлы болуы керек.

Табыстың тұрақтылығы.

Барлық тараптардың әл-ауқатының тұрақтылығы.

Жұмыстың үздіксіздігі.

Әр ұйымның дұрыс жұмыс істемеу қаупі бар. Маңызды міндет - істен шығудың және жұмыстың тоқтап қалуының алдын алу.

Ұйымның тұрақты өсу қарқыны.

Өсудің бұзылу қаупіне дайындық және өсуді бәсеңдетуі немесе оны тұрақсыз етуі мүмкін ықтимал шығындарды ситуациялық қамтамасыз ету қажет.

Әлеуметтік жауапкершілік.

Бұл ұйымның бизнесіне тікелей қатысы болмауы мүмкін, бірақ қоғамның кез-келген жеке және топтық мүшесі қоғамның әл-ауқатына үлес қосуы керек.

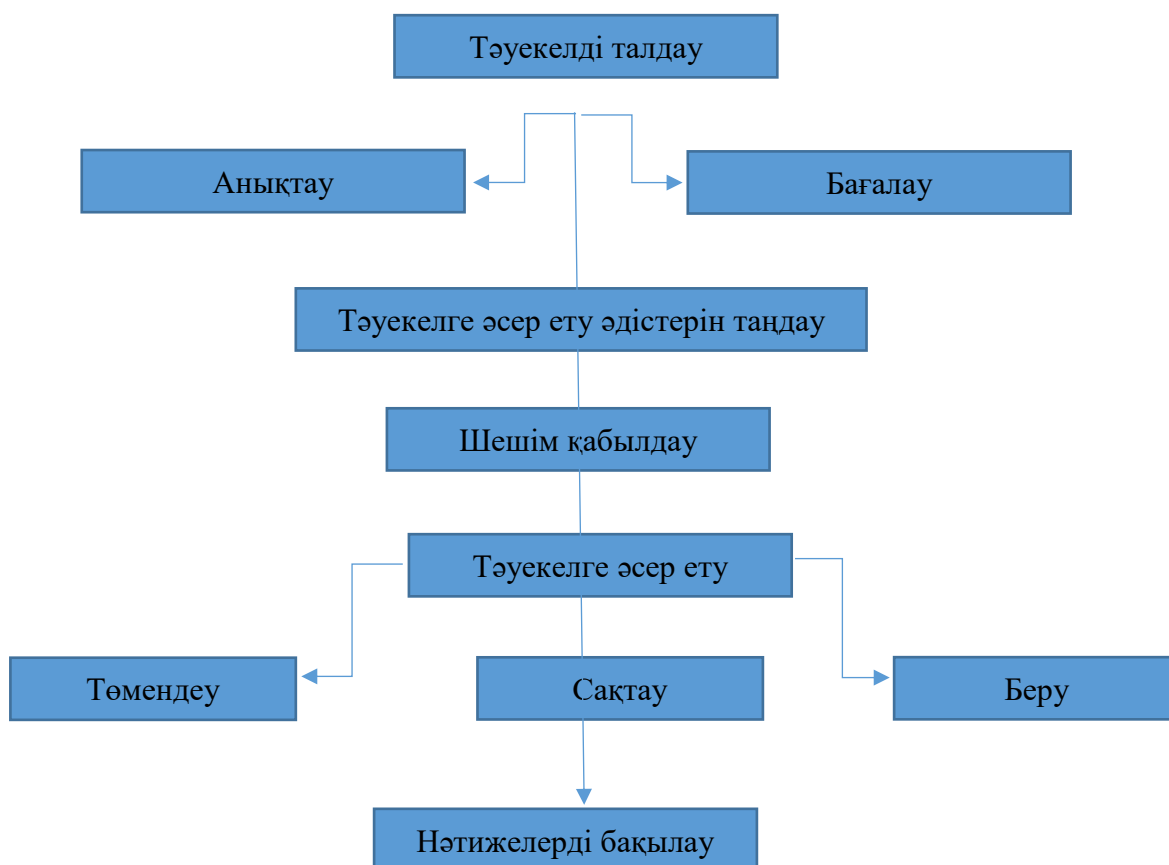
Сыртқы сипаттағы шектеулерді қанағаттандыру: заңды, реттеуші, дәстүрлі және басқалар.

Үнемділік: кәсіпкерлік тәуекелді басқарудың өзіндік құнын ұйымның қалыпты жұмысы үшін минималды деңгейде ұстау.

Жоғарыда аталған міндеттер шығындарға дейін, дағдарыс кезінде және шығындардан кейін әр түрлі жоспарлануы керек. Ұйымның тәуекелдерін басқару процесі-ұйымның тәуекелдерге жалпы және әрбір нақты тәуекелге жеке көзқарасының стратегиясын әзірлеу және қабылдау.

ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУ ПРОЦЕСІ

Тәуекелдерді басқару процесінің негізгі кезеңдері



**«ЖАҒАНДЫҚ ҚҰЗЫРЕТТЕР» КУРСЫ БОЙЫНША
ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР (11 СЫНЫП)**

Басуға 22.08.2023 ж. қол қойылды. Пішімі 60×84 1/16.
Қағазы офсеттік. Офсеттік басылыс.
Қаріп түрі «Times New Roman». Шартты баспа табағы 20.