

Основы предпринимательства и бизнеса

Учебник

11 класс

2 часть

РАЗДЕЛ 3. САМОПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ



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



Урок 33. Личные активы и пассивы

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

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

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

КЛАССИФИКАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ НА ВИДЫ

Денежные потоки бывают:

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

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

Известный бизнесмен, инвестор и писатель Роберт Кийосаки ввёл такие понятия, как «активы» и «пассивы». Чтобы грамотно вести бизнес, нужно уметь их разграничивать¹.

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

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

Что представляют собой активы?

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

Что представляют собой пассивы?

- Недвижимость. Обратите внимание, существует принципиальная разница между тем, сдаёте ли вы своё жильё в аренду (актив) или же оплачиваете все коммунальные услуги и отдаёте дополнительную плату владельцу имущества. Во втором случае такое использование недвижимости следует считать пассивом.
- Автомобиль. Аналогичная ситуация. Так, если вы используете ваше авто для работы (например, такси), то в таком случае вашу машину можно считать активом. Но если пользуетесь автомобилем только в личных нуждах и вынуждены регулярно платить за топливо, техобслуживание и ремонт, то, как вы понимаете, это будет уже пассив.
- К пассивам также относятся и все виды кредитов и задолженностей, которые вы должны выплачивать.

Правильный баланс финансовых активов и пассивов

Вышеперечисленные примеры вовсе не означают, что нужно тут же продавать вашу недвижимость и автомобиль, если вы их используете только для личных нужд и тратите на их содержание деньги. Однако для того, чтобы ваше благосостояние постепенно повышалось, необходимо научиться соблюдать правильный баланс между вашими активами и пассивами. То есть важно, чтобы

доход от ваших активов всегда превышал необходимые расходы на содержание пассивов. Стоит отметить, что приобретение и создание активов со временем позволит вам стать полностью независимым от финансов человеком, ведь, по сути, ваши деньги будут работать на вас, принося ещё больше средств.

С ЧЕГО НАЧАТЬ СОЗДАНИЕ АКТИВОВ

У многих людей единственным активом часто является их основная работа. Но если вы желаете выбраться из замкнутого круга «заработал-потратил», то вам стоит поискать новые источники дохода. Конечно, вот так сразу купить несколько доходных домов для последующей их сдачи в аренду вряд ли получится, но начать откладывать деньги для открытия того же банковского депозита может позволить себе каждый.

Как вы уже понимаете, прежде всего, вам необходимо рационально и экономно распоряжаться доходами, чтобы у вас появилась возможность откладывать средства. А ваши накопления уже нужно вкладывать в определённые инвестиционные инструменты. При этом нужно как можно скорее избавляться от таких пассивов, как всевозможные долги. Немаловажно упомянуть и о том, что создание активов потребует от вас массу дисциплины и терпения. Ведь для обретения финансовой свободы может понадобиться как минимум 5-10 лет. Но прежде, чем вы приобретёте достаточное количество инвестиционных инструментов, которые обеспечат вам безбедное существование без необходимости регулярно работать, вам придётся проявить такие качества характера, как терпение, целеустремлённость и самодисциплина.

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

Задание 1

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



Это интересно

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

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

Его отец, доктор философии, занимал пост министра образования в штате Гавайи. Так за что же Роберт Кийосаки назовет его впоследствии «бедным папой»? И кто такой «богатый папа»?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8 Раздел 3. Самопродвижение предпринимателя

Урок 33. Личные активы и пассивы

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

**Задание 2**

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

Задание 3

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



Урок 34. Личные активы и пассивы

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

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

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

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

Экономисты называют подобную иррациональность «уклоном в настоящее». И согласно исследованиям, это и другие подобные предубеждения не позволяют людям сберегать достаточно средств, необходимых для самой важной будущей потребности: пенсии.

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

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

Само собой, отказаться от иррационального поведения довольно сложно. Мы все продолжаем смотреть следующий эпизод сериала вместо того, чтобы пойти спать, прекрасно зная, что утром будем сожалеть об этом. Однако простое осознание наличия подобной проблемы может очень сильно помочь. Исследователи попытались измерить осознание наличия проблемы и нашли довольно сильную взаимосвязь с более высокими пенсионными сбережениями.

Если вы осознаёте, что склонны к совершению глупостей, вы, скорее всего, попросите помощи. Или время от времени каким-то образом заставите себя

поступить правильно: например, для борьбы с «уклоном в настоящее» можно настроить свой пенсионный счёт на работе таким образом, что он будет автоматически увеличивать вычет из зарплаты каждый год при повышении зарплаты.

Проблема состоит в том, что у нас с вами нет сотен лет в запасе. Можно говорить о 20 или 30 годах в зависимости от того, насколько рано вы начнёте инвестировать. И вот тут важна доходность!

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

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

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

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



Задание 1

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

Задание 2

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

Это интересно

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

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

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

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

Задание 3

Вы познакомились с теорией сложных процентов. Посмотрите, как взгляды Уоррена Баффета¹, который ее разработал, отражаются в его биографии. Проследите, в каких случаях он превращал финансы в активы и к каким последствиям это привело.

Это интересно

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

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

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

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

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

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

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

1 Баффет У. Правила богатства. — М.: АБ Пабблишинг Трейд, 2016. — 38 с.

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

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

Задание 4

Существует формула для начисления сложного процента:

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

A - сумма вклада;

R - ставка процента;

T - количество периодов;

S - получаемая сумма.

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

Задание 5

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

Задание 6

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



Урок 35. Сбережения, кредиты и депозиты

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

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

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

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

ИСТОРИЯ БАНКОВСКОГО ДЕЛА

Древность

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

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

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

Средние века

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

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

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

Новое время

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

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

Современное положение

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

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

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

Виды банков

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

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

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

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

Функции банков

Исторически первой функцией банков было безопасное хранение денег клиентов.

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

Ресурсы банка:

- Собственный капитал — главное средство защиты, позволяющее вкладчикам и кредиторам получить возмещение потерь в случае потери ликвидности банка;
- депозиты клиентов — юридических и физических лиц.

Это интересно

Пользуясь банковскими услугами, мы редко задумываемся о механизмах их функционирования. Банк, как и любая коммерческая структура, даже если речь идёт о принадлежащем государству банке, зарабатывает деньги. Если предприятия так называемого реального сектора экономики производят и продают или покупают и продают товары и услуги, то банк, условно говоря, покупает и продаёт деньги, а также услуги, связанные с управлением деньгами. Вопреки расхожему мнению, выдавая кредиты, банк оперирует не своими собственными средствами (они в банке тоже есть и называются «собственный капитал», но служат скорее определённым гарантом надёжности), а заёмными. Банк и выдаёт эти деньги в виде кредитов заёмщикам — физическим лицам или предприятиям. Доход банка в данном случае — это разница между процентами по кредитам и процентами по вкладам. Кроме того, надо помнить, что часть привлечённых от клиентов средств банк обязан резервировать. Это необходимо для того, чтобы при досрочном обращении вкладчиков и держателей счетов за своими средствами у банков не возникало проблем с их выплатой. Что, впрочем, не отменяет того факта, что при одновременном обращении в любой банк всех или большей части вкладчиков шансы банка на выживание невелики, потому что быстро изъять из оборота выданные в виде кредитов деньги он не сможет. Именно такой сценарий — набег вкладчиков, затем неплатежи — обычно и приводит к краху банков в период кризиса. Кроме того, часть денег от вкладчиков — физических лиц нужно перечислять в систему страхования вкладов.

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

ОТЛИЧИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА ОТ КОММЕРЧЕСКОГО

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

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

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

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

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



Задание 1

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

Задание 2

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



Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты

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

Прежде чем мы начнём обсуждать кредиты и депозиты, остановимся на теории сбережений английского экономиста Джона Мейнарда Кейнса¹. Потребительский спрос и, следовательно, личное потребление зависят от совокупного денежного дохода и от того, как расходуется этот доход. Иначе говоря, они зависят от пропорции, в которой доход распадается на расходы на потребление и сбережения. С ростом доходов растёт и спрос, увеличиваются расходы на потребление, но не в той пропорции, в которой растут доходы. По мере роста доходов прирост потребления замедляется. Причина этого, по терминологии Кейнса, «основной психологический закон»: по мере роста богатства склонность к потреблению снижается, а часть дохода, откладываемая на сбережения, увеличивается (сбережения — это разница между размером дохода и уровнем потребления). Кейнс приходит к выводу: рост сбережений может препятствовать экономическому росту. Дело в том, что динамика сбережений и динамика инвестиций зависят от различных факторов: сбережения — от роста дохода, инвестиции — от уровня процентной ставки и ожидаемой прибыльности капиталовложений. Избыточные сбережения ведут к избыточному предложению. В итоге прибыльность инвестиций снижается. Денежные сбережения растут, а не направляются в виде реальных инвестиций в отрасли, обеспечивающие экономический рост.

Что такое кредит? Виды кредитов

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

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

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

Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты

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

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

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

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

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

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

ПРИНЦИПЫ КРЕДИТОВАНИЯ

У банковского кредитования есть несколько принципов:

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

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

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

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

Принцип *неизменности условий кредитования*. То есть изменение условий

кредитного договора (соглашения) должно производиться в соответствии с правилами, сформулированными в самом кредитном договоре либо в специальном приложении к нему (если бы вы или банк решили изменить условия кредитования, вам пришлось бы составить новый письменный договор об этом).

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

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

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

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

Потребительский кредит

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

Плюсы и минусы покупки товара в кредит

Плюсы:

- покупка в кредит спасает от возможности подорожания товара в будущем;
- покупка в кредит спасает от возможности исчезновения товара с прилавков;

Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты

- покупка в кредит позволяет купить на месте товар нужной модификации, при условии, что он есть в наличии;
- покупка в кредит позволяет купить вещь в момент её наивысшей актуальности для покупателей;
- покупка в кредит позволяет оплачивать товар несущественными платежами на протяжении нескольких месяцев.

Минусы:

- процент по кредиту существенно увеличивает стоимость товара;
- самым существенным психологическим недостатком покупки в кредит можно назвать истечение периода первоначального удовольствия от покупки, в то время как платежи по кредиту необходимо платить ещё много месяцев;



- велик риск заплатить кредитному учреждению гораздо большую сумму за пользование кредитом, чем кажется на первый взгляд — зачастую банки маскируют реальную процентную ставку.

Задание 1

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

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

ВИДЫ БИЗНЕС-КРЕДИТА

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

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

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

Инвестиционный кредит. Предоставляется под конкретную инвестиционную программу. Срок — от 3 до 10 лет. Заёмщик должен предоставить в банк бизнес-план инвестиционного проекта и финансовую отчётность за последние годы. Залог по кредиту — имеющиеся активы.

Документы, необходимые для получения бизнес-кредита

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

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

Задание 2

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

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

К тому времени ещё одним побочным бизнесом ювелиров была выдача кредитов золотом под проценты. А поскольку долговые расписки использовались в обращении в качестве денег, то при получении ссуд их стали брать вместо

Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты

золота. По мере развития экономики потребность в кредитах увеличивалась. Это обстоятельство навело ювелира на мысль, что при выдаче кредитов долговые расписки (т. е. бумажные деньги) можно выдавать под залог чужого золота, которое хранилось в его сейфах. Ибо вкладчики никогда не требовали все разом возвращения хранимого у него золота.

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

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

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

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

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



Урок 37. Сбережения, кредиты и депозиты

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

В первую очередь привлекательность предложения по кредиту от любого кредитного учреждения мы оцениваем по величине процентной ставки. Банки это прекрасно знают и заманивают нас очередным уменьшением годового процента. Действительно, ставка является важнейшим параметром любого кредита, который влияет на его цену (итоговую переплату). Более подробно о том, что она из себя представляет, о её разновидностях, и о том, как можно на неё повлиять, вы узнаете на этом уроке.

ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА. ЧТО ЭТО ТАКОЕ?

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

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



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

Таблица 1. Пример расчёта процентной ставки

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

Таблица 2. Пример выплат по кредиту

| Планы выплат по кредиту | | | | | |
|-------------------------|------------|----------|----------|------------|----------|
| Период | Кредит | Проценты | Комиссия | Остаток | В месяц |
| 1 | 7 958.26 | 833.33 | 0.00 | 100 000.00 | 8 791.59 |
| 2 | 8 024.57 | 767.01 | 0.00 | 92 041.74 | 8 791.59 |
| 3 | 8 091.45 | 700.14 | 0.00 | 84 017.17 | 8 791.59 |
| 4 | 8 158.87 | 632.71 | 0.00 | 75 925.72 | 8 791.59 |
| 5 | 8 226.86 | 564.72 | 0.00 | 67 766.85 | 8 791.59 |
| 6 | 8 295.42 | 496.17 | 0.00 | 59 539.99 | 8 791.59 |
| 7 | 8 364.55 | 427.04 | 0.00 | 51 244.56 | 8 791.59 |
| 8 | 8 434.26 | 357.33 | 0.00 | 42 880.01 | 8 791.59 |
| 9 | 8 504.54 | 287.05 | 0.00 | 34 445.76 | 8 791.59 |
| 10 | 8 575.41 | 216.18 | 0.00 | 25 941.22 | 8 791.59 |
| 11 | 8 646.87 | 144.72 | 0.00 | 17 365.80 | 8 791.59 |
| 12 | 8 718.93 | 72.66 | 0.00 | 8 718.93 | 8 791.59 |
| Итого | 105 499.06 | | | | |

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

Но в том случае, если бы вы выплатили всю сумму единовременно, то пришлось бы отдать 110 тысяч. Кстати, несмотря на то, что банкам выгоднее второй, едино-

разовый вариант погашения, любой заём выплачивается частями и в большинстве случаев каждый месяц. Это сделано не только для удобства клиента. Банки должны видеть, насколько своевременно заёмщик выполняет обязательства по договору, и в случае неуплаты вовремя принять меры.

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

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

РАСЧЁТ ПЕРЕПЛАТЫ

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

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

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

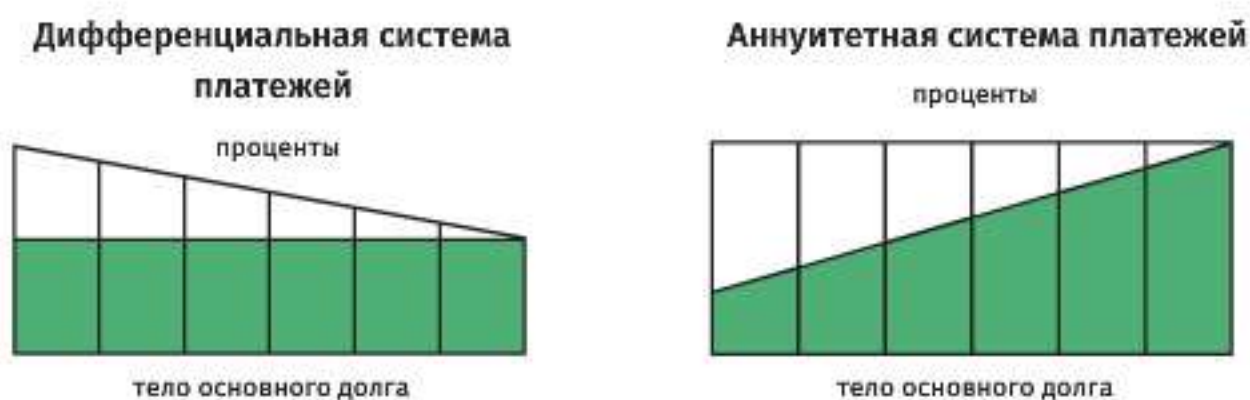


Рис. 1. Сравнение дифференциальной и аннуитетной схем платежей

В основном банки используют аннуитетную схему.

Для расчёта ежемесячных платежей применяются следующие формулы:

Формула расчёта дифференцированного платежа:

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

S — оставшаяся сумма платежа;

t — оставшееся количество месяцев до погашения;

R — годовая процентная ставка;

dm — количество дней в месяце;

DY — количество дней в году.

Формула расчёта аннуитетного платежа:

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

S — сумма кредита;

r — месячная процентная ставка;

n — количество месяцев, на которое вы берёте деньги.

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

ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА КРЕДИТНУЮ СТАВКУ

Инфляция — это процесс обесценивания национальной валюты страны. В каждой стране она присутствует и постоянно отслеживается, так как является важным экономическим показателем. Инфляция влияет на проценты по выдаче займов, депозитов, на налоговые выплаты населения, на тарифы и т. д.

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

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

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

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

Задание 1

Кредит в размере 500 000 тенге был взят 20 марта со сроком погашения 15 августа этого же года при ставке 30 % годовых. Определите сумму процента за кредит для дифференцированной и аннуитетной схем погашения платежа.

Задание 2

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

1 метод:

Наращение по сложному проценту рассчитывается по следующей формуле:

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

где

P_n — наращенная сумма через число периодов n ;

P_0 — первоначальный размер долга;

i — сложная ставка наращенения;

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

a — целая часть периода;

b — дробная часть периода;

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

2 метод:

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

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

где

P_n — наращенная сумма через число периодов n ;

P_0 — первоначальный размер долга;

i — сложная ставка наращенения;

a — целое число лет;

b — дробная часть года.

Задание 3

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



Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты

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

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

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

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

НАЧИСЛЕНИЕ

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

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

ВИДЫ ДЕПОЗИТОВ

Вклад до востребования — депозит без указания срока хранения, который возвращается по первому требованию вкладчика. Обычно по сберегательным вкладам начисляются проценты по ставкам ниже соответствующих для срочных депозитов.

Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты

Срочный вклад — депозит под проценты, внесённый на определённый срок и изымаемый полностью по истечении обусловленного срока. Срочные депозиты менее ликвидны, чем сберегательные вклады до востребования, но приносят более высокий процент дохода.

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

Срочный вклад по своему назначению разделяют на:

- сберегательный вклад — самый простой подвид срочного вклада, по условиям которого запрещены операции пополнения вклада и снятия любых сумм (в данном случае вы не можете забрать у друга свои 5000 тенге ранее, чем через неделю, и не можете дать ему дополнительные деньги на тех же условиях);
- накопительный вклад — с возможностью пополнения депозита в течение всего срока действия договора (в этом случае вы можете каждый день добавлять другу по 200 тенге. Через неделю ваш депозит составит $5000 + (200 * 7) = 6400$ тенге. Ваши 10 % при этом уже будут равняться 640 тенге. То есть, вложив за неделю 6400 тенге, вы получите $6400 + 640 = 7040$ тенге).
- Расчётный вклад (универсальный вклад) — с возможностью контроля депозита и проведения расходно-приходных операций (в данном случае вы можете забирать деньги и добавлять их, когда посчитаете нужным).

Почему депозит лучше откладывания денег дома

Во-первых, инфляция в условиях современной экономики неизбежна. А банк начисляет вознаграждение — «проценты». Клиент банка, как минимум, не теряет ежегодно 7-8 процентов стоимости своих накоплений. При хранении же дома деньги обесцениваются. Если же доходность депозита превышает уровень инфляции, то вкладчик остаётся в выигрыше.

Во-вторых, хранить деньги дома не вполне безопасно и не совсем комфортно психологически.

И, в-третьих, накопить значительную сумму, откладывая деньги дома, практически невозможно.

Когда деньги находятся в заманчивой доступности — на расстоянии вытянутой руки, то возникает соблазн использовать их на какие-то сиюминутные, но, как кажется, важные нужды. Обычно это самообман — человек просто тратит свою «заначку» и не превращает её в полноценные накопления. И некоторая дистанция позволяет деньгам действительно накапливаться.

Сейчас деньги на счёте в банке находятся даже ближе, чем в «шаговой» доступности. Современный банк располагает широкой линейкой дистанционных

сервисов — вкладчик может оформить пластиковую карточку, пользоваться интернет-банкингом. Сервисы позволяют вкладчикам банка распоряжаться своими средствами буквально круглосуточно: пополнять счёт, например, через банкоматы с функцией cash-in или через интернет-банкинг, производить платежи, снимать деньги и так далее. Помимо всего прочего, существует и услуга автопополнения — банк сам переводит средства на депозит с указанного клиентом счёта.

КАК РАССЧИТАТЬ ПРОЦЕНТЫ ПО ВКЛАДУ

Процентная ставка по вкладу для многих является показателем прибыльности вклада. Так ли это? Нет, необходимо ещё учитывать свойства банковских вкладов, такие как наличие капитализации процентов, её периодичность, возможность пополнения, а также снятия части вклада. Тем не менее, для того чтобы спрогнозировать ожидаемую доходность по вкладу, необходимо уметь считать эти самые проценты.

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

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

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

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

ФОРМУЛА ПРОСТОГО ПРОЦЕНТА

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

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

I — годовая процентная ставка;

t — количество дней начисления процентов по привлечённому вкладу;

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

P — первоначальная сумма привлечённых в депозит денежных средств;

S — сумма начисленных процентов.

ФОРМУЛА СЛОЖНОГО ПРОЦЕНТА

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

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

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

I — годовая процентная ставка;

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

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

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

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

Таблица 1. Капитализация процентов ежемесячно

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

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

$$\text{Янв: } S = (100\,000 * 14 * 31 / 365) / 100$$

$$S = 1189,04 \text{ тенге}$$

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

$$\text{Фев: } S = (101\,189,04 * 14 * 28 / 365) / 100$$

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

Таблица 2. Капитализация процентов ежеквартально

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

Применяем формулу сложных процентов. Действуем по аналогии с первым примером. Но подставляем в формулу j не количество дней в месяце, а количе-

Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты

ство дней за общий календарный период. Для этого мы суммируем количество дней за 3 месяца каждого квартала.

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

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

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

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

$$1 \text{ кв.: } S = (100\,000 * 14 * 90 / 365) / 100$$

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

Таблица 3. Капитализация процентов в конце срока

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

В этом случае применяется формула расчёта простых процентов.

$$S = (100\,000 * 14 * 365/365) / 100$$

$$S = 14000 \text{ тенге.}$$

Задание 1

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

Эффективная ставка показывает, какая годовая ставка сложных процентов даёт тот же финансовый результат, что и m -разовое наращение в год по ставке

$$j / m: (1 + i)^n = (1 + j / m)^m * n,$$

где

j — номинальная годовая ставка процентов;

m — число периодов начисления;

n — период вклада.

Задание 2

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

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

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

где

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

P_0 — первоначальный размер долга;

i — номинальная процентная ставка наращивания;

n — число лет наращивания;

m — число периодов за год;

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

nm — количество начислений.





Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги

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

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

Роль денег в жизни человека

Мы все сталкиваемся с деньгами каждый день. Деньги для многих людей составляют основную ценностную меру и являются всеобщим эквивалентом, деньги возможно поменять на любой товар, работу, услугу, либо нематериальные блага, они используются как посредник, который делает процесс рыночного обмена более удобным и доступным.

Деньги сегодня могут обслуживать разнообразные платёжные отношения, которые включают и трудовые. Деньги на мировом рынке могут обеспечивать перемещение капитала между странами. Деньги могут обслуживать экономику страны, выступая посредником между государством, бизнесом и гражданами¹.

Задание 1

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

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





Рис. 1. Роль денег в обществе

Развитие денежных отношений поспособствовало развитию банковского дела, торговли, а также простимулировало бизнесменов и предпринимателей к расширению сферы производства товаров, увеличению ассортимента товаров и услуг, которые обращаются на рынке.

Деньги — это особый показатель состояния экономики страны в целом, именно по этой причине для государства особенно важно разрабатывать эффективную денежно-кредитную политику.

ВАЛЮТА

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

Слово «валюта» вошло в широкий обиход только во второй половине XX века и обычно применяется только к действующим законным средствам платежа, существующим в формах наличных или безналичных денег. Термин «валюта» (как основная денежная единица государства) не тождественен понятию «деньги». Некоторые функции денег при определённых обстоятельствах могут выполнять

Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги

некоторые товары (товарные деньги). Так, например, в Германии в первые годы после окончания Второй мировой войны, в Западной зоне оккупации на чёрном рынке роль денег играли американские сигареты.

Выпуск и обращение валюты как средства, прежде всего, обеспечивающего взаимный обмен результатами деятельности национальных хозяйств, формирует систему общественных отношений, называемую валютными отношениями. Отдельные элементы валютных отношений возникли ещё в Древней Греции и Древнем Риме — в виде вексельного и меняльного дела. В эпоху феодализма и становления капитализма стала развиваться система международных расчётов через банки. По мере роста производительных сил и производственных отношений, углубления международного разделения труда, возникновения мирового рынка, углубления и расширения мирохозяйственных связей развивались валютные отношения.

МИРОВЫЕ ДЕНЬГИ

Мировая валютная система базируется на мировых деньгах. **Мировыми** называются деньги, которые, выполняя функции интернациональной меры стоимости, международного платёжного и резервного средства, обслуживают международные отношения (экономические, политические, культурные). В течение длительного времени функциональные формы мировых денег эволюционировали, повторяя с некоторым отставанием путь развития национальных денег — от золота к кредитным деньгам.

В начале XIX века возник так называемый золотой стандарт, характеризующийся приоритетной ролью золота в мировой валютной системе. Фунт стерлингов стал первой валютной единицей, официально приравненной к золоту по курсу, который установила Британская империя. Затем к ней присоединились США, государства Европы и Российская империя.

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

Конференция, прошедшая в г. Бреттон-Вудс в Северной Америке в 1944 г., определила новый механизм функционирования валютно-кредитных отношений в мире, который характеризовался двойственным покрытием бумажных денег. Кроме золота, деньги обеспечивались и долларом США. Государства-участники обязывались фиксировать курсы национальных валют по отношению к американской валюте.

Начало следующего этапа мировой валютной системы приходится на 1976 г. По итогам встречи на о. Ямайка государствам было дано право самостоятельно

выбирать наиболее приемлемый режим курса валют. Межнациональные валютные взаимоотношения строились на основе плавающих курсов, которые определялись их равновесной ценой.

Начиная с 1999 года, доминирование доллара США начало снижаться, так как евро представляло экономику бóльшего размера, и бóльшее количество стран приняло евро как национальную валюту. Евро унаследовал статус одной из основных резервных валют, которой была немецкая марка (DM), и с тех пор доля евровалюты в официальных резервах возрастает, так как банки ищут возможности диверсификации своих резервов и торговля стран еврозоны увеличивается. По аналогии со существовавшей практикой по доллару, некоторые страны начали привязывать курсы своих валют к евро.

На современном этапе развития МВС главными функциями, которые она выполняет, являются следующие:

- обеспечение взаимодействия между странами по вопросам экономики;
- ведение расчётов между государствами с различными национальными валютами;
- создание оптимальных условий для естественного производственного процесса и стабильного сбыта этих товаров;
- регулирование режимов валютных систем отдельных участников для их взаимовыгодного взаимодействия;
- разработка и поддержка единых стандартов валютных отношений с целью правомерного партнёрства государств с различными внутренними законами.

КОНВЕРТАЦИЯ ВАЛЮТЫ

Поскольку задача мировой валютной системы состоит в содействии развитию международной торговли, то любая национальная валюта должна обладать внешней и внутренней обратимостью, т. е. возможностью конвертации в валюты других государств. Конвертируемость определяет степень ликвидности валюты на международных финансовых рынках. Таким образом, конвертируемость валюты характеризует качество валюты. В зависимости от степени конвертируемости можно выделить три группы (класса) валют.

1. **Свободно-конвертируемая валюта (СКВ).** Такая валюта свободно и без ограничений обменивается на другие иностранные валюты, т. е. СКВ обладает полной внешней и внутренней обратимостью.

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

2. **Частично конвертируемая валюта (ЧКВ).** К таким валютам относятся национальные валюты тех стран, в которых применяются валютные ограничения

Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги

для резидентов, а также по отдельным видам обменных операций. Например, частично конвертируемым является российский рубль.

3. **Неконвертируемая (замкнутая) валюта (НКВ).** Это национальная валюта, которая функционирует только в пределах данной страны и не обменивается на иностранные валюты.

Разряд валюты определяет Международный валютный фонд (МВФ).

ВАЛЮТНЫЙ КУРС

Большое влияние на международные экономические отношения оказывает валютный курс.

Деньги выполняют функции меры стоимости и средства обращения только в пределах соответствующего государства. Вне этих функций покупательная способность определяется сопоставлением с иностранными валютами, и внешняя стоимость денег выражается в единицах иностранных валют.

Паритет покупательной способности — соотношение между денежными единицами различных стран по их покупательной силе к определённому набору товаров и услуг — удостоверяет, что на мировом рынке один и тот же товар должен иметь во всех странах одинаковую цену, если она исчисляется в одной и той же валюте. Но на мировом рынке товары продаются и покупаются за разные деньги, поэтому между валютами должно существовать определённое соотношение. Это соотношение выражается формулой Кесселя.

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

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

$$S = P_d/P_f$$

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

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

БЕЗНАЛИЧНЫЙ РАСЧЁТ

Безналичные расчёты — это платежи, осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачётов взаимных требований. Имеют важное экономическое значение в ускорении оборачиваемости средств, сокращении наличных денег, необходимых для обращения, снижении издержек обращения.

С развитием и совершенствованием автоматизации банковских операций с середины 70-х годов в развитых странах стала применяться система электронных платежей, используемых для кредитных и платёжных операций и контроля над состоянием банковских счетов посредством передачи электронных сигналов, без участия бумажных носителей информации. Они способствуют ускорению денежного оборота, улучшению кредитно-банковского обслуживания клиентов, уменьшают издержки, связанные с выполнением платёжных операций.

В электронной системе денежных переводов в настоящее время действуют банковские автоматы, позволяющие клиенту банка самостоятельно подключаться к банковской ЭВМ и осуществлять наиболее распространённые операции: получение наличных денег со счёта, внесение вклада, перевод средств по счетам и др.

Ещё одним примером безналичного расчёта может быть чек. **Чек** — это обычная бумага, на которой указана сумма для чекодателя.

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

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

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



Рис. 2. Инструменты платёжной системы

КЕШБЭК

Кешбэк (от англ. cashback или амер. cash back – возврат наличных денег) – термин, который используется в сферах интернет-торговли, банковского дела и игорного бизнеса в качестве обозначения разновидности бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности.

В розничной и интернет-торговле кешбэк – это отсроченная скидка, возвращаемая клиенту по истечении периода, отведённого на обмен/возврат.

В банковской сфере кешбэк – программа лояльности, стимулирующая клиента осуществлять покупки посредством пластиковой карты.

Схема кешбэка отличается от традиционных дисконтных схем и скидок и состоит в следующем:

- клиент оплачивает продавцу розничную цену (при этом могут учитываться любые обычные скидки и акции, объявленные продавцом);
- возврат части стоимости покупки (бонус) клиент получает от другого лица – не от продавца, а от аффилиата, обеспечивающего продавцу приток покупателей.

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

Задание 2

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

Задание 3

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



Урок 40. Фондовые рынки

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

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

ЧТО ТАКОЕ ФОНДОВЫЙ РЫНОК?

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

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

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

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

чение процента (купона) от её номинальной стоимости либо иные имущественные права.

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

Чек (фр. *chèque*, англ. *cheque/check*) — ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платёж указанной в нём суммы чекодержателю. Чекодателем является лицо, имеющее денежные средства в банке, которыми он вправе распоряжаться путём выписывания чеков, чекодержателем — лицо, в пользу которого выдан чек, плательщиком — банк, в котором находятся денежные средства чекодержателя.

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

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

Опцион (лат. *optio* — выбор, желание, усмотрение) — договор, по которому покупатель опциона (потенциальный покупатель или потенциальный продавец базового актива — товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени. При этом продавец опциона несёт обязательство соответственно продать актив или купить его у покупателя опциона в соответствии с его условиями.

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

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

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

Участниками фондового рынка являются:

- эмитенты — те, кто выпускает (производит) на рынок ценные бумаги;
- инвесторы — покупатели ценных бумаг;

- профессиональные участники рынка — частные лица и компании, для которых торговля на фондовом рынке является профессиональной деятельностью (дилеры, брокеры, трейдеры и пр.).

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

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

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

Если с эмитентами и инвесторами всё довольно просто и понятно, то с профессиональными участниками немного сложнее.

Попробуем пояснить, в чём заключается особенность их работы. В отличие от инвесторов они не приобретают ценные бумаги в собственность, а участвуют в торгах по поручению своих клиентов. Следовательно, они выполняют функции посредников.

Цель их работы — преумножение вложенного клиентом капитала путём совершения определённых операций на фондовом рынке. Фактически они занимаются спекуляцией «купил дешевле, продал дороже».

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

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

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



КЛАССИФИКАЦИЯ ФОНДОВЫХ РЫНКОВ

Существует два основных типа фондовых рынков: первичный и вторичный.

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

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

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

ОСНОВНЫЕ ФОНДОВЫЕ БИРЖИ МИРА

Таблица 1. Основные фондовые биржи мира

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

ФУНКЦИИ ФОНДОВОГО РЫНКА

Суть и функции фондового рынка не сильно отличаются от деятельности других рынков, например, того же продуктового рынка. Основная задача — это свести покупателей и продавцов. Другими словами, фондовый рынок — это место, в котором собираются продавцы и покупатели.

После того как они встретились, становится очевидной вторая важная функция фондового рынка, которая заключается в концентрации свободных капиталов и денежных накоплений. То есть фондовый рынок предлагает инвесторам множество вариантов вложения денег, которые затем накапливаются на рынке.

Также фондовый рынок выполняет распределительную функцию. Накопленные капиталы распределяются между различными отраслями экономики, пере-

ходят от одних предприятий к другим. К этой же функции относится и ликвидация дефицита государственного бюджета за счёт выпуска гособлигаций.

Наконец, фондовый рынок является инструментом привлечения иностранного капитала. К примеру, если на казахстанском рынке появится интересная и перспективная компания, то она сможет привлечь деньги иностранных инвесторов для своего развития, которые будет использовать опять же на казахстанском рынке.

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

КАКИМ ОБРАЗОМ ПРОИСХОДИТ ТОРГОВЛЯ ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ

Важнейшим звеном на фондовом рынке выступает организатор торгов, благодаря которому, собственно, и происходит купля-продажа ценных бумаг. Обычно организатором торгов выступает фондовая биржа.

Если у вас есть в наличии свободные средства, на которые вы хотите купить акции, например, с целью получения дохода, превосходящего банковский депозит, то самостоятельно сделать это на фондовой бирже не удастся.

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

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

В-третьих, вам потребуется специальное программное обеспечение, которое стоит немалых денег.

Именно поэтому так востребованы услуги брокеров, управляющих компаний и других профессиональных участников рынка. Заниматься самостоятельной торговлей в обход посредников имеет смысл тогда, когда у вас большой капитал, и вы готовы заниматься этим серьёзно и профессионально.

Задание 1

Прочтите текст. Что стоит сделать, прежде чем довериться брокерской компании. Составьте план, состоящий как минимум из 10 пунктов.

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

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

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

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

- 1. Нет достоверного подтверждения, что каждый ваш приказ на покупку или продажу валюты на бирже Forex был действительно доведён до рынка и реализован. Действия трейдера могут симулироваться на электронной платформе, но не иметь никакой активности на реальной бирже.*
- 2. Трейдер может намеренно вводить вас в заведомо проигрышную позицию, пытаясь «слить» счёт, чтобы обогатиться, поскольку понимает, что не зарабатывает проценты с каждой сделки, поскольку вся деятельность симулирована.*

Задание 2

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



Урок 41. Фондовые рынки

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

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

KASE

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

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

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



Рис.1. Казахстанская фондовая биржа

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

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

продать, предоставить, получить некоторый товар или ценные бумаги. В отличие от прямого договора купли-продажи, дериватив формален и стандартизирован, изначально предусматривает возможность минимум для одной из сторон свободно продавать данный контракт, то есть является одним из вариантов ценных бумаг.

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

KASE является:

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

Рынки KASE

KASE обслуживает рынки:

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

Задание 1

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

Таблица 1. Данные о IPO и SPO компаний на KASE

| IPO и SPO | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|----------|-----------|------------|----------------|--------|----------|
| Код | Компания | Дата | Цена, KZT | Акции, шт. | Объём, млн KZT | Сделки | Спрос, % |
| ABBN | Банк Астаны | 29.06.17 | 1 150,00 | 5 652 174 | 6 500,0 | 1 798 | 116,15 |
| BAST | БАСТ | 09.03.17 | 30 500,00 | 38 886 | 1 125,0 | 7 | 103,10 |
| AKZM | АЗМ | 21.07.16 | 11 177,00 | 71 577 | 800,0 | 1 481 | 371,90 |
| BAST | БАСТ | 08.04.15 | 21 827,00 | 18 450 | 359,6 | 522 | 106,07 |
| KEGC | КЕГОС | 18.12.14 | 505,00 | 25 999 999 | 13 130,0 | 41 991 | 127,01 |
| KZTO | КазТрансОйл | 20.12.12 | 725,00 | 38 463 559 | 27 886,1 | 34 687 | 213,04 |
| KCEL | Kcell | 12.12.12 | 1 578,68 | 4 721 907 | 7 454,4 | 307 | 15,52 |
| * данные за последние 5 лет | | | | | | | |

Что влияет на цену (курс) акций

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

Важнейшие факторы, определяющие стоимость акций:

1. Положение на иностранных и мировых биржах, мировые фондовые индексы.
2. Государственная политика:

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

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

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

4. Психология и поведение конечного потребителя.

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

5. Публикация статистики — государственной или отдельных предприятий.

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

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

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

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

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

Задание 2

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

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦИКЛЫ¹

Экономические циклы — термин, обозначающий регулярные колебания уровня деловой активности от экономического бума до экономического спада. В цикле деловой активности выделяются четыре чётко различимые фазы: пик, спад, дно, или низшая точка, и подъём.

Пик, или вершина цикла деловой активности, является «высшей точкой» экономического подъёма. В этой точке безработица теоретически достигает самого низкого уровня либо исчезает совсем, а экономика функционирует с максимальной или близкой к ней нагрузкой, т. е. в производстве задействуются практически все имеющиеся в стране капитальные и трудовые ресурсы.

Спадом называют период сокращения объёмов производства и снижения деловой активности. Вследствие падения конъюнктуры спад обычно характеризуется

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

ростом безработицы. Большинство экономистов полагают, что официально экономическим спадом, или рецессией, можно считать лишь падение деловой активности, которое продолжается по меньшей мере шесть месяцев.

Дном экономического цикла является «низшая точка» производства и занятости. Считается, что достижение дна предвещает скорый конец спада, так как данная фаза цикла обычно не бывает продолжительной. Однако история знает и исключения из этого правила. Великая депрессия 1930-х годов, несмотря на периодические колебания деловой активности, длилась почти десять лет.

После достижения низшей точки цикла наступает фаза подъёма, которая характеризуется ростом занятости и производства.

Хотя принято считать, что изменения деловой активности прямо или косвенно связаны с экономическим циклом, существуют и другие факторы, влияющие на состояние экономики. Важнейшими из них являются сезонные колебания и долгосрочные тенденции. Влияние сезонных колебаний прослеживается в определённое время года, например, незадолго перед Рождеством или Пасхой, когда резко возрастает деловая активность, особенно в розничной торговле. В других отраслях экономики, например в сельском хозяйстве, автомобильной промышленности и строительстве, также отмечаются сезонные колебания. Вековая тенденция определяет долгосрочное повышение или снижение темпов экономического роста.

Экономический цикл часто ассоциируется с изменениями объёма производства. Многие экономисты полагают, что объём производства, обычно измеряемый валовым внутренним продуктом (ВВП), является самым надёжным показателем состояния экономики. Важно отметить, что экономический цикл в фазе подъёма проявляется не в росте ВВП как таковом, а в темпах этого роста. Отрицательные значения темпа роста в течение определённого периода времени, как правило, шести и более месяцев, рассматриваются как признак спада в экономике. Напротив, неизменно высокие из месяца в месяц темпы роста свидетельствуют о том, что экономика переживает бум.

Влияние экономических циклов

В экономике сфера услуг и отрасли, выпускающие товары кратковременного пользования, в несколько меньшей степени затрагиваются наиболее разрушительными последствиями экономического спада. Рецессия даже способствует активизации некоторых видов деятельности, в частности повышает спрос на услуги ломбардов и юристов, специализирующихся на банкротствах. Наиболее чувствительны к циклическим колебаниям фирмы, выпускающие средства производства и потребительские товары длительного пользования. Эти фирмы не только тяжелее других переносят деловой спад, но и больше всех выигрывают от подъёма в экономике. Основные причины — две: возможность откладывания покупок и монополизация рынка. Покупка капитального оборудования чаще всего может быть отложена на

будущее; в тяжёлые для экономики времена производители склонны воздерживаться от закупок новых машин и оборудования и строительства новых зданий. Во время продолжительного спада фирмы зачастую предпочитают ремонтировать или модернизировать устаревшее оборудование, вместо того чтобы тратить большие средства на приобретение нового оборудования. В результате инвестиции в товары производственного назначения во время экономических спадов резко сокращаются. Это же относится к потребительским товарам длительного пользования. В отличие от продуктов питания и одежды, покупку роскошного автомобиля или дорогой бытовой техники можно отложить до лучших времён. В периоды экономических спадов люди в большей степени склонны чинить, а не менять товары длительного пользования. Хотя объёмы продаж продуктов питания и одежды, как правило, также сокращаются, это сокращение обычно меньше по сравнению с падением спроса на товары длительного пользования.

Монопольная власть в большинстве отраслей, выпускающих средства производства и потребительские товары длительного пользования, связана с тем, что на рынках этих товаров, как правило, господствуют немногие крупные фирмы. Монопольное положение позволяет им во времена экономических спадов сохранять цены на прежнем уровне, уменьшая производство в ответ на падение спроса. Следовательно, падение спроса в гораздо большей степени влияет на производство и занятость, нежели на цены. Иная ситуация характерна для отраслей, выпускающих товары кратковременного пользования. На падение спроса эти отрасли обычно реагируют общим снижением цен, поскольку ни одна из фирм не обладает значительной монопольной властью.

Причины циклов

Поскольку цикл деловой активности часто стоит в центре тех проблем, с которыми сталкиваются предприятия, правительство и население, вопрос о причинах чередования бумов и спадов имеет важное значение. Многочисленные школы экономической мысли отвечают на этот вопрос по-разному. Например, некоторые экономисты связывают периоды процветания с важными изобретениями (такими, как железные дороги или синтетические материалы); нерегулярность таких изобретений обуславливает цикличность экономического развития. Согласно другой точке зрения, причины существования экономического цикла следует искать во внешних событиях, таких как войны и следующие за ними периоды мирной жизни. Ещё одна группа экономистов утверждает, что экономический цикл почти полностью определяется событиями, происходящими в денежно-кредитной сфере. Например, осуществляемое увеличение объёма денежной массы, включающей и наличные деньги, и кредитные инструменты, стимулирует экономику, тогда как сокращение объёма денежной массы её угнетает. История в большинстве случаев подтверждает тесную связь цикла деловой активности с колебаниями в объёме денежной массы.



Урок 42. Управление личным бюджетом

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

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

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

Начнём с того, что наверняка большая часть ваших личных финансов — это деньги, которые выделяют вам родители на повседневные нужды. Источники ваших финансов могут быть разные: 1) родители дают вам фиксированную сумму; 2) родители дают вам деньги, когда вы попросите; 3) вы оставляете себе сдачу после покупок; 4) деньги дают другие родственники; 5) вы зарабатываете сами; 6) вы берёте деньги дома сами, не отчитываясь перед родителями.

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

Задание 1

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

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

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

Задание 2

Дайте ваше определение бюджета.

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

Задание 3

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

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

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

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

Таблица 1. Составление бюджета (доходов и расходов)

| Бюджет | |
|---------------------------------------|-------|
| Доходы | Сумма |
| Родители дают фиксированную сумму | |
| Родители дают деньги, когда попросите | |
| Оставляете себе сдачу после покупок | |
| Деньги дают другие родственники | |
| Сам зарабатываю | |

| | | |
|--------------------------------|-------|--|
| | Итого | |
| Расходы | | |
| Необходимые расходы | | |
| Питание | | |
| Транспортные расходы | | |
| Другие | | |
| | Итого | |
| Расходы на развлечения | | |
| Подарки на дни рождения друзей | | |
| Походы в кино, театр и т. д. | | |
| | Итого | |
| Общие расходы | | |
| Сбережения | | |

Задание 4

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

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

Задание 5

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

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

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

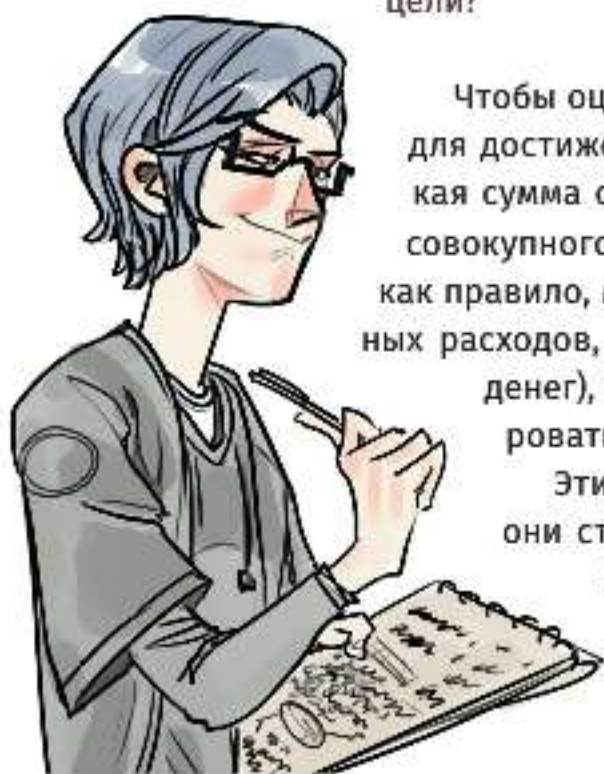
Для планирования финансовых целей будет полезна следующая таблица.

Таблица 2. Планирование финансовых целей

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

Задание 6

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



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

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

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



Урок 43. Управление личным бюджетом

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

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

СТОИМОСТЬ КВАРТИРЫ И МАШИНЫ

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

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

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

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

КАК КОНТРОЛИРОВАТЬ СВОИ РАСХОДЫ И ОТКЛАДЫВАТЬ БОЛЬШЕ

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

Расходы стоит расписать по следующим статьям:

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

- *Квартплата, телефон, Интернет.* Хочешь — не хочешь, а платить нужно. Поэтому эти деньги нужно сразу отложить.
- *Расходы на еду.* Эти деньги нужно отложить сразу и контролировать траты понедельно. Например, если вы планируете тратить на еду 40 000 тенге в месяц — в неделю необходимо тратить не более 10 000 тенге. Иначе есть риск, что в первые недели вы потратите слишком много, а потом будете жить впроголодь или не уложитесь в бюджет.
- *Расходы на одежду.* Можно составить список вещей, которые должны быть в гардеробе, определить среднюю цену одной вещи и срок её службы — и на основе этих данных рассчитать, сколько примерно денег нужно на обновление гардероба в течение года.
- *Расходы на транспорт.* Лучше заранее откладывать на страхование автомобиля, предусмотреть отдельную строку на ремонт и сервис. Все эти расходы можно примерно рассчитать и прикинуть, сколько требует авто в месяц.
- *Расходы на отдых и развлечения.* Даже если вам нужно быстро накопить деньги, не отказывайтесь полностью от радостей жизни — это может вызвать депрессию.
- *Расходы на обучение и образование, повышение квалификации.* Нужно всегда расти профессионально, чтобы доходы также увеличивались.
- *Непредвиденные расходы и резервы.* Всегда нужно предусматривать небольшие суммы на непредвиденные траты, примерно 3-5 % от заработка. Мало ли что потребуется приобрести.

Задание 1

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

КАК ПОНЯТЬ, НА ЧЁМ МОЖНО ЭКОНОМИТЬ

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

Изучите разные программы и выберите удобную для вас. Важно, чтобы в программе была возможность делить расходы на разные статьи, получать статистику трат по каждой статье, использовать различные фильтры данных.

КАК БЫСТРО НАКОПИТЬ ДЕНЬГИ НА МАШИНУ ИЛИ ДРУГУЮ ДОРОГУЮ ВЕЩЬ

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

Рассмотрите вариант покупки дорогой вещи в другой комплектации или без аксессуаров. Например, если не хватает денег на дорогую комплектацию автомобиля, можно выбрать более простую версию и серьёзно сэкономить. В случае покупки автомобиля или недвижимости можно рассмотреть вместо приобретения новой машины или квартиры в новостройке вариант покупки подержанного авто или жилья на вторичном рынке. Это позволит существенно сэкономить.

Задание 2

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

Иногда нам кажется, что вопрос личных финансов — не самый важный, ведь впереди ещё столько лет, которые можно будет посвятить зарабатыванию и накоплению денег. При этом стоит помнить одну простую истину: если ты сам не занимаешься своими личными деньгами, никто ими не займётся. И чем раньше человек задумывается о личном бюджете и его инструментах, тем проще ему будет прийти к удовлетворительным результатам в будущем.

Нам всем кажется, что то, как мы живём последние 2-3 года, будет неизменным всю жизнь. Но чем взрослее становится человек, тем больше финансовых обязательств и задач перед ним встаёт. Скоро вам придётся зарабатывать на свои покупки и развлечения самостоятельно. Если у вас появятся семья и дети, они тоже станут участниками вашего семейного бюджета. Перед вами встанут вопросы приобретения квартиры или дома, машины, семейного отпуска, оплаты детского сада или школы для ребёнка и т. д. Поэтому главный рецепт финансовой стабильности — заняться вопросами финансовой грамотности как можно раньше.

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

ТРИ СЦЕНАРИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Каждый из нас в своей жизни существует в рамках одного из финансовых сценариев: *бедности, комфорта или богатства*. И речь здесь идёт не о количестве денег на счёте. «Бедный» человек тратит все свои деньги на текущие нужды и желания. При этом неважно, сколько он зарабатывает: 100 000 тенге или 1 млн тенге в месяц. Итог будет один. В случае, если случится экономический кризис, его уволят, он заболеет и потеряет работу и т. д., он окажется в абсолютной бедности, так как до этого тратил все заработанные средства и ничего не скопил «на чёрный день».

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

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

Если вариант богатства действительно доступен не для каждого, перейти в сценарий комфорта может любой. Всё, что для этого требуется — осознанный подход к своим финансам. Известны многочисленные случаи, когда, получив незапланированные крупные суммы денег в результате выигрыша в лотерее, люди тратили их в течение нескольких лет, чтобы снова вернуться к привычному сценарию бедности. Чтобы этого не произошло, человек должен быть психологически готовым копить, инвестировать и не тратить все имеющиеся средства на бесконечные желания и потребности, которые удовлетворить до конца всё равно невозможно.

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

Задание 3

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

Почему мы покупаем: пять главных причин

1. Шопинг как лекарство

Учёные утверждают, что покупки повышают в нашей крови уровень серотонина — гормона радости. Поэтому именно во время депрессии или осенней хандры светящиеся огнями торговые центры, разодетые манекены и примерочные выглядят так привлекательно. Может, новые туфли и не помогут забыть огорчения, зато на время заглушить неприятные эмоции у них наверняка получится. Согласно статистике, в основном поднимать себе настроение с помощью покупок склонны женщины — они составляют более 90 % «грустных» покупателей. Если вы постоянно тратите деньги на ненужные вещи только потому, что грустите и хотите себя утешить, то в конце концов превратитесь в шопоголика.

Покупая, человек не решает проблемы, из-за которых у него возникла депрессия, он, скорее, просто создаёт себе ещё одну. Тратит деньги непонятно на что, зачастую даже влезает в кредиты.

2. Шопинг ради повышения статуса

Сумка Louis Vuitton, очки Vogue, ремень Calvin Klein, iPhone, кеды Converse, поло Fred Perry и пуховик MonCler... С одной стороны, это не так уж и плохо: многие бренды действительно выпускают качественный продукт, который служит своему обладателю годами. Но есть проблема: склонность преувеличивать значение брендов.

Одно дело — время от времени покупать качественные сумки, технику и обувь, но совсем другое — презирать при этом масс-маркет в лице Zara и H&M, обходить стороной блошиные рынки и отвергать шампуни, выпущенные дешёвой «Чистой линией».

3. Шопинг ради повышения самооценки

Покупки могут обладать поистине магической силой: иногда нам кажется, что именно надев новую рубашку, удастся найти работу, именно в новом платье получится затмить подругу на вечеринке, именно новые сапожки соберут на себе взгляды.

Желание повысить с помощью шопинга самооценку очень схоже с желанием поднять статус. Только в первом случае человек, самоутверждающийся за счёт покупок, чуть меньше заботится о том, что о нём думают окружающие. По сути, покупки, конечно, не поднимают самооценку, но можно признать, что небольшой самообман иногда идёт на пользу — в конце концов, люди восприни-

мают нас так, как мы сами подаём себя. Только вот увлечься таким шопинг-самообманом не стоит.

4. Шопинг как исполнение детской мечты

Стремление много и часто покупать — обычно банальное следствие разных нереализованных желаний. Допустим, родители не всегда могли вам купить всё, чего вам хотелось. Вполне естественно, что, начав зарабатывать деньги, вам захочется красиво одеться. Конечно, нет ничего зазорного в том, чтобы тратить деньги на свой гардероб. Однако нужно понимать, что всех вещей на свете не купишь, да и вернуться в прошлое, чтобы подарить себе прошлому обновки, тоже не выйдет.

5. Шопинг как контроль над своей жизнью

В магазине можно быть настоящим властелином своей судьбы — особенно если только что пришла зарплата или вы открыли себе кредитку. Появляется своеобразное чувство свободы — ощущение, будто, распоряжаясь деньгами и позволяя себе покупать всё, что захочется, вы полностью берёте под контроль свою жизнь.

Конечно, это лишь иллюзия, причём довольно опасная: рассуждая таким образом, можно необдуманно пополнить свой гардероб множеством бесполезных вещей.

Подводя итог, можно сказать, что в составлении личного бюджета самое главное — анализировать ваши доходы и расходы. Чтобы вы могли их анализировать, вы должны научиться их записывать.

Вы можете вести записи в тетради или использовать бесплатные мобильные приложения, которые позволяют следить за тратами, формировать бюджет, фиксировать долги и постоянные выплаты и т. д. Например, Money Lover, Money Manager или Zenmoney.



Задание 4

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



Урок 44. Самопродвижение

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

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

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

КОМПЕТЕНЦИИ И КВАЛИФИКАЦИЯ

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

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

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

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

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

способление себя к профессии и профессии к себе, индивидуальность в профессиональном труде; удовлетворённость профессиональным трудом.

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

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

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

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

Задание 1

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

САМОПРОДВИЖЕНИЕ

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

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

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

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

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

ПРАВИЛА САМОПРОДВИЖЕНИЯ

Правило 1. Самопрезентация должна формироваться в контексте происходящего.

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

Правило 2. Почти каждое наше действие имеет самопрезентирующее значение.

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

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

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



Задание 2

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

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

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

ТЕХНИКИ САМОПРОДВИЖЕНИЯ

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

Задание 3

Прочитайте ниже пример. Как в нём реализуются техники самопродвижения?

После предъявления диплома о высшем образовании (техническом) и справки о прохождении курса обучения на курсах по маркетингу претендент на должность торгового представителя добавляет: «Я хотел бы работать в вашей фирме и для того, чтобы реализовать собственные цели. Я хочу получить опыт работы торговым представителем, чтобы потом специализироваться в маркетинге и через несколько лет стать известным специалистом по маркетингу. Меня устроит жалование, которое было бы хотя бы на 20 % выше, чем в моей нынешней фирме, то есть 400-450 долларов. Кроме того, я хотел бы рассчитывать на дополнительное вознаграждение за объём продаж».

ЛИЧНЫЙ БРЕНДИНГ

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

Личный бренд — это узнаваемое, всем известное имя человека, который «сделал сам себя». Для того чтобы стать брендом, человеку надо для начала стать профессионалом в той сфере, в которой он хочет развиваться, и быть личностью.

Задание 4

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

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

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРИОБРЕТЕНИЯ РАСПОЛОЖЕНИЯ ЛЮДЕЙ

Выражение своей симпатии к другому человеку.

Как часто вы говорите комплименты, хвалите людей, которые с вами рядом? Как часто вы просите о совете и поддержке? Вопросы не праздные, потому что описанные действия и представляют собой приёмы выражения симпатии к другому человеку. Комплимент, сделанный деликатно, является эффективным способом приобретения расположения.

Ещё один способ — это улыбка и невербальные знаки внимания к собеседнику (кивки головой, взгляд на собеседника). Улыбка сигнализирует о вашем хорошем настроении и самочувствии. Как часто вы улыбаетесь? Наверняка достаточно редко, причём, скорее всего, в кругу близких людей. Улыбка в нашей культуре адресна, и в этом её обаяние.

Создание видимости сходства.

Людам нравятся те, кто похож на них самих или на приятных им людей. Сходство может выражаться в наличии общих интересов, похожей внешности или голоса, манере одеваться и разговаривать. Выразить согласие с убеждениями и верованиями другого человека — означает завоевать его расположение. Скорректировать своё мнение, подстроиться по какому-либо признаку — хороший способ завоевать расположение.

Увеличение своей физической привлекательности.

Физически привлекательные люди больше нравятся другим и оцениваются ими более благоприятно, чем физически непривлекательные. Красивых людей считают более честными и общительными, они имеют больше шансов быть принятыми на руководящие должности и общественные посты.

Демонстрация собственной скромности.

Люди, которые умаляют свои успехи, вызывают больше симпатии, чем те, кто ими хвастается. Поэтому иногда важно публично показать, что ваша победа — результат совместных усилий, в то время как за ошибки (в менее важных вопросах) вы хотите отвечать единолично.

Обратная сторона медали заключается в том, что скромность не всегда положительна. Риск скромности состоит в том, что люди, особенно малознакомые или недоброжелательно настроенные, могут поверить в отсутствие у вас способностей, предположить о низкой самооценке и самоуважении. Если же ваше преуменьшение покажется неискренним, вас могут посчитать заносчивым и самодовольным.

В формировании имиджа важно не только стараться быть симпатичным и привлекательным. Важно стремиться к компетентности. В результате человек становится более социально востребованным.

ЭФФЕКТ ДАНИНГА-КРЮГЕРА

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



Рис. 1. График «Эффект Даннинга-Крюгера»

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

Давайте проиллюстрируем это на примере. Новичок-фотограф покупает камеру, читает руководство по использованию и начинает фотографировать. Через несколько дней ему кажется, что он достиг профессионализма в фотографии, и

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

Задание 5

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



Урок 45. Резюме и практика составления резюме

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

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

ЧТО ТАКОЕ РЕЗЮМЕ? ЧЕТЫРЕ ПРИНЦИПА СОСТАВЛЕНИЯ

Резюме — это документ, составленный вами, который позволяет презентовать собственные умения и навыки, как в профессиональном, так и в личностном плане. Это также возможность рассказать о своих достижениях и уникальности. По сути, резюме — это визитная карточка соискателя.

Изучая подробно вопросы правильности самостоятельного составления и написания этого документа, многие специалисты, работающие долгое время в кадровых отделах, агентствах по трудоустройству, советуют уделить внимание четырём основным принципам:

Принцип №1. Краткость

Не стоит очень долго и много расписывать собственные заслуги, углубляться в историю приобретения навыков, рассказывать об этапах своего собственного становления. При своей оптимальности, важно сформировать информацию так, чтобы она смогла уместиться на лист формата А4. Не стоит бояться остаться незамеченным. Наоборот, можно «перегрузить» человека информацией.

К примеру, среди десятков других присланных резюме, прочитывая их от начала до конца, специалист отдела кадров будет заострять внимание только на важной информации. А если ваш документ получится объёмом в 3-4 страницы, есть реальная опасность просто не добраться до его окончания. И резюме окажется отложенным в сторону.

Принцип №2. Конкретность

При составлении важно точно и правильно вспомнить все необходимые даты или наименования организаций, которые имеют значение. Если нет возможности надеяться в этом вопросе на память, лучше брать информацию из самих источников. Все сведения должны быть актуальны.

Принцип №3. Правдивость

Не стоит придумывать и изобретать новые навыки, приписывать себе какие-либо неоконченные курсы и рассказывать о тех достижениях, которые не существовали в реальности. Стоит руководствоваться одним простым правилом: «Всё тайное рано или поздно станет явным». Даже если изначально вам удастся произвести хорошее впечатление при первичном отборе, то на самом собеседовании результат может оказаться отрицательным.

А если резюме было отправлено кадровому агентству, которое заключает договоры на отбор непосредственно с работодателями, то его сотрудник оставляет за собой право проверить любую указанную вами информацию и даже сделать несколько подтверждающих звонков.

Принцип №4. Избирательность

Составляя своё резюме, направленное на «завоевание» конкретной должности, не стоит указывать все свои параллельные достижения. К примеру, если интересна вакансия экономиста, а в прошлом, по счастливой случайности, удалось закончить кулинарные курсы, или освоить наращивание ногтей, то акцентировать на этом внимание не нужно.

Даже если приходилось писать научные статьи, работы или труды во время учёбы в институте или по окончании его, а будущая вакансия требует навыков сантехника, то потенциальному работодателю такая информация будет попросту не интересна.

КАК ПРАВИЛЬНО СОСТАВИТЬ (НАПИСАТЬ) РЕЗЮМЕ — ОФОРМЛЕНИЕ И СТРУКТУРА

За день работы специалиста по кадрам через его руки проходят десятки, а если компании большие, то и сотни резюме претендентов. И из этого потока для вашего документа есть всего лишь пара минут, чтобы убедить и заинтересовать его



в своей кандидатуре. Как составить и написать резюме для устройства на работу?

ФОРМА РЕЗЮМЕ — ОФОРМЛЕНИЕ

Рассмотрим подробно то, как нужно правильно отформатировать указанную информацию и по каким параметрам, чтобы она считалась правильно изложенной.

- Слово «Резюме» писать не нужно.
- Работая в программе Word, обязательно выбрать шрифт Times New Roman. Он считается самым удобным и приятным для восприятия.
- Цвет шрифта выбираем чёрный. Это позволяет не отвлекаться на другие цвета и сконцентрироваться на самой информации.
- Устанавливаем размер шрифта 12 кегль. Но при этом в самой верхней части листа обязательно указываем ФИО, которые просто выделяем и меняем размер на 14 кегль. Это даёт возможность акцентировать внимание именно на личных данных и запомнить их, что преимущественно важно при работе с другими резюме.
- Поля выстраиваем следующим образом: верхнее — 2 см, нижнее — 2 см, правое — 2 см, левое — 1 см. Удобство разметки полей таким образом впоследствии отражается при формировании личного дела и сборе документов в папку.
- Межстрочный интервал лучше всего сделать одинарным. Это позволит и разместить больше информации на одном листе, и не нарушит структуру самого документа.
- Если вдруг возникает необходимость что-то особо выделить или сделать акцент на этой информации, то лучше всего её выделить жирным шрифтом, не прибегая к услугам подчёркивания или курсива. При таком способе текст будет смотреться органично и станет лёгким для восприятия.
- По структуре изложения материала резюме стоит разделить на абзацы, визуально определяя целостность всей информации.
- Формируя свою визитную карточку, не стоит использовать рамки и различные символы. Это деловой документ, и к его оформлению стоит подходить серьёзно.
- Излагая свою информацию, не нужно отступать от намеченного плана, писать важно деловым языком, касаясь основных аспектов.
- При всём этом, визуально просматривая получившиеся резюме, оно должно быть лёгким на вид и очень чётко выстроенным. Нужно помнить, что в итоге создаётся не роман или повесть, где уместны деепричастные обороты и сложные предложения, а деловой документ. Его излагать стоит простыми и доступными предложениями.

Все специфические термины и определённые формулировки, имеющие место в претендуемой специальности, указывать не стоит. Блеснуть своими знаниями в данном направлении легко можно и на собеседовании, но перегружать документ ими просто не целесообразно.

На последнем этапе стоит ещё раз перечитать получившееся резюме и проверить его на предмет грамматических и орфографических ошибок. Не стоит упускать это из виду, ведь можно изначально разочаровать своего потенциального работодателя с первых строк своего документа, не доходя ещё до его сути.

СОДЕРЖАНИЕ РЕЗЮМЕ — СТРУКТУРА

Все необходимые данные, которые важно донести, стоит разделить на 5 основных блоков.

1. Личные данные

Цель данного блока состоит в том, чтобы не только оставить свою кандидатуру в памяти, но и, указывая точно свои контакты, определить способ для моментальной связи.

Пишем актуально и конкретно:

- Фамилия, имя, отчество (полностью).
- Адрес места проживания. Очень важно, чтобы он был фактическим. Если существует только временный, значит важно указать, до какого срока, и где потом можно будет найти вас. Организация, в которую вы направляете своё резюме, может просто, без уточнений и телефонных звонков, воспользоваться почтовой связью и отправить вам уведомление о назначении собеседования, поэтому адрес должен быть точным.
- Номер телефона. При указании собственного номера обязательно напишите, какой из них домашний, а какой сотовый, для того, чтобы специалисту было удобно ориентироваться во времени и решить, какой лучше всего набрать. При этом, если имеется ограничение во временном пространстве, к примеру, вам лично звонки удобнее принимать в вечерние часы, то сообщите корректно об этом в резюме.
- Адрес электронной почты, которая активна в любое время. Если существует ещё какой-либо канал связи, это может быть факс или Skype, обязательно об этом стоит указать.
- Дата рождения.

2. Цель поиска

В этом блоке важно правильно указать не только название своей желаемой должности, но и уточнить уровень заработной платы.

Урок 45. Резюме и практика составления резюме

Причём, если вас интересуют несколько вакансий, то для каждой из них лучше всего создать отдельное резюме.

Не писать наименование должностей вообще нельзя. Сотрудник организации никогда не будет угадывать ваших планов и в приоритете проведёт отбор именно тех кандидатов, которые определённо понимают и обозначают свои цели.

С желаемым уровнем оплаты труда всё значительно проще. Для того чтобы правильно его определить и не зависить цифру, достаточно просто отследить подобные вакансии в Интернете и выбрать среднее значение.

Нужно понимать, что, если ваши потребности не будут соответствовать современным реальностям, а руководитель из бюджета своей организации не сочтёт разумным выделять запрашиваемую сумму, то в вашем резюме уже вообще не будет смысла.

3. Приобретённое образование

В этом блоке указываются данные, подтверждающие ваш уровень и степень образования. Причём изначально расписывают основное, включая годы обучения, квалификацию или специальность и то учебное заведение, в котором она была получена. А затем делают ссылку на дополнительные курсы, тренинги и семинары.

Если на вашем жизненном пути таких образовательных мест было несколько, то сначала указывается высшее, затем среднее специальное образование, а затем уже дополнительное.

Не нужно указывать просто аббревиатуры, надеясь на то, что заведение известное, все и так догадаются. Это, наоборот, сыграет против вас.

Если в своё время, к примеру, удалось закончить компьютерные курсы, или курсы иностранного языка, эта информация не станет лишней. В нашем современном обществе умение разбираться в программном обеспечении даже на уровне простого пользователя, или знать чужой язык, пусть даже со словарём, предоставляет ещё один бонус в копилку ваших плюсов. О таких данных, указывая время и место обучения, можно написать в разделе «Дополнительные сведения».

4. Наличие опыта работы

Этот блок рассказывает о том, как проходила ваша трудовая деятельность. Причём писать его необходимо в хронологическом порядке, начиная с сегодняшнего или последнего места работы, как бы отматывая историю назад.

Описание происходит по следующему сценарию:

- Период работы. Здесь указываются даты, когда вы приступили к работе и когда закончили работать.
- Название компании, в которой вы работали.

- Сфера деятельности. Стоит кратко указать направление работы организации.
- Должность. Укажите, как правильно называлась ваша должность.
- Обязанности. Расскажите, какими полномочиями вы были наделены и какие обязанности выполняли. Желательно чётко и ясно представлять информацию, чтобы будущий руководитель понимал, что, выполняя ряд таких функций, вы уже достигли в них опыта.
- Примеры ваших показателей, которых удалось достигнуть за определённый период. Пусть это будут количественные данные, выраженные в % или штуках, но конкретные и реальные.

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

5. Дополнительные сведения

Это завершающий блок, и он не является основным, но забывать о нём не стоит. Здесь можно указать немало интересной информации, которая позволит руководителю сделать выбор в вашу пользу.

Блок «Дополнительная информация» можно оформить по следующей структуре:

- Степень владения компьютером. Написать названия программ, с которыми приходилось работать, и уровень их освоенности.
- Степень владения иностранными языками. Перечислите наименование языка и его уровень познания. Можно написать, к примеру, «свободно», или «со словарём».
- Если имеются какие-то дополнительные навыки, о которых не указано в предыдущих блоках, но вы считаете, что они способны дополнить общую картину и рассказать о вашей уникальности, напишите о них обязательно.
- Другая информация. К примеру, если открыта вакансия торгового представителя и вы понимаете, что одно из требований — это наличие собственного автомобиля, то в этом разделе можно указать и такие данные. Ещё неплохо бы написать о вашем отношении к командировкам, возможным задержкам на работе и использовании свободного времени, если это реально, в пользу организации.

ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА В РЕЗЮМЕ

Составляя резюме и указывая свои личные качества, рекомендуется придерживаться следующих правил:

- Указывая личные качества, нужно помнить, что их должно быть не более 5.

Урок 45. Резюме и практика составления резюме

- Их важно указывать так, чтобы они напрямую соответствовали той должности, на которую вы претендуете.
- Снизить уровень юмора до нуля и поддерживать довольно сдержанный тон при описании.
- Определить свою нужность и полезность. Это сделать очень легко, достаточно только представить себя на месте потенциального работодателя и решить, какие бы качества хотели видеть именно вы, принимая такого сотрудника на работу.

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

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

Задание 1

Основываясь на принципе избирательности, подумайте:

- 1) чем будет ваше резюме для участия в волонёрском проекте отличаться от резюме для поступления в вуз;
- 2) чем будет ваше резюме для поступления на гуманитарную специальность отличаться от резюме для поступления на техническую специальность.

Задание 2

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



Урок 46. Резюме и практика составления резюме

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

Мы продолжаем знакомиться с техникой составления резюме и самопрезентацией.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ В РЕЗЮМЕ

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

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

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

Навыки делового общения. Это умение вести беседы и переговоры с возможными клиентами или будущими партнёрами, возможности налаживать правильные контакты с заказчиками и выстраивать общение так, чтобы было комфортно повторно обращаться в данную организацию и продлевать долгосрочное сотрудничество.

Знание иностранных языков. Об этом навыке уже ранее упоминалось. Конечно, если он профессионален, то открываются совсем иные перспективы и возможности. Умело разговаривая, поддерживая беседу, составляя договоры и делая моментальные переводы, можно легко рассчитывать на заграничные командировки, общение с иностранными партнёрами и поездки на дополнительные стажировки.

Навыки работы с клиентской базой. Это её создание, развитие, привлечение новых контрагентов, умение правильно ориентироваться и выдавать необходимую информацию. Это также работа по систематизации, усовершенствованию и её оптимальному ведению.

Навыки бюджетирования. Это очень сложный навык, который включает в себя необходимость периодического планирования, обеспечение коммуникаций и координации всех отделов, осведомлённость по необходимым затратам в организации, со-

Урок 46. Резюме и практика составления резюме

здание собственной системы оценки и соответствующего контроля, одновременное исполнение всех соответствующих законов и подписанных договоров.

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

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

Навыки обеспечения жизнедеятельности офиса. Это возможность поиска наиболее выгодных и комфортных условий приобретения товаров и услуг, определяющих основную необходимость, формирование нужного ассортимента, создание специальной системы учёта. Это также оперативное и своевременное обслуживание руководителей и простых сотрудников организации всем необходимым, мониторинг ситуации по работе служебного транспорта, контроль за функционированием производственных площадей.

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

Навыки планирования продаж. Это умение оценить текущее положение организации, её финансовые показатели, основные продажи и, как следствие, рентабельность самого бизнеса. При этом необходимо уметь ориентироваться на нужды клиентов, знать исключительно товар и отрасль его использования.

Навыки осуществления закупок товара. Умение правильно оценить товарооборот, его наличие и движение, формировать соответствующие графики, понимать причины, влияющие на покупку, поиск лучших поставщиков и предложений. Это также разработка ассортиментной матрицы, ценовой политики по всем группам товара, отслеживание продаж, планирование закупок.

Навыки проведения инвентаризации. Это умение быстро ориентироваться в заданных позициях, выявление ошибок на основе фактического материала, уверенное ведение контроля за сохранностью товарно-материальных ценностей, проверка условий хранения товара, умение выявить неходовой и залежавшийся товар, предоставить достоверные данные, опираясь на фактический учёт.

Навыки мерчендайзинга. Это работа с витринами и полками магазинов и торговых центров, поддержка визуального облика, контроль за правильной выкладкой товара, управление складскими запасами.

Навыки проведения анализа продаж. Это работа с динамикой и структурой продаж, тенденциями процесса сбыта и, при необходимости, определение темпов роста выручки и рентабельности.

Задание 1

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

РЕЗЮМЕ С ОПЫТОМ РАБОТЫ



Дмитриев Дмитрий

Цель: соискание должности начальника отдела кадров

Дата рождения: 20.10.1975 г.

Город: Алматы

Семейное положение: женат

Телефон: +7-xxx-xxx-xx-xx

E-mail: mail@mail.ru

Образование: Высшее (очное) 1992-1997 г.г. Казахский Национальный Университет

Специальность: кадровый учёт на предприятии

Опыт работы:

04.02.2011 — 01.02.2013 ТОО «Импорт-торг»

Должность: начальник отдела кадров

Должностные обязанности:

- приём и увольнение сотрудников;
- проведение собеседований;
- ведение кадрового делопроизводства, руководство отделом кадров.

03.05.2005-04.02.2011 ООО «Авка-СТ»

Должность: специалист отдела кадров

Должностные обязанности:

- работа с текущей документацией;
- ведение кадрового делопроизводства;
- выполнение поручений начальника отдела кадров.

Дополнительная информация:

Тренинги и курсы: в 2012 году прошёл курсы повышения квалификации для руководителей кадровых служб в тренинг-центре «Одуванчик» (г. Алматы)

Знание иностранных языков: английский разговорный

Владение компьютером: на уровне опытного пользователя (Microsoft Office, Интернет, 1С-предприятие «Зарплата и кадры»)

Личные качества: умение чувствовать людей и располагать их к себе, ответственность, внимательность, исполнительность, высокая работоспособность.

Рекомендации с предыдущего места работы:

ООО «Импорт-торг»

Генеральный директор: Иванов Пётр Иванович

т. +7-xxx-xxx-xx-xx

Ожидаемый уровень заработной платы: 250 000 тенге.

Готов приступить к работе в ближайшее время.

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

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

Увлечения и хобби: здоровый образ жизни, самообразование, межличностная коммуникация, психология.**Рекомендации с места учебы:**

Декан социально-психологического факультета

Мухиев Женис

т. +7-xxx-xxx-xx-xx

Ожидаемый уровень заработной платы: 50 000 тенге.

Готов приступить к работе в ближайшее время.

Задание 2

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

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

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

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

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

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

Затем участники меняются ролями.

Задание 3

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



Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети)

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

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

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

Согласно исследованию в LinkedIn, 85 % рабочих мест заполняется с помощью нетворкинга, и этот процент должен заставить каждого задуматься о своих нетворкинг-навыках.

Подсчитано, что где-то 70-80 % рабочих мест никогда не публикуются. Проще говоря, если вы хорошо «связаны», люди должны сами приходить к вам.

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

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

Давайте посмотрим, зачем стоит уделять нетворкингу время.

Нетворкинг — это:

- новое окружение, которое будет тянуть вас вверх и сделает успешнее;

- акселерация, т. е. многократное ускорение на пути к достижению цели;
- каждый новый знакомый может стать для вас ментором, дать экспертный совет, и это сэкономит уйму времени на самостоятельное выяснение интересующих вас вопросов;
- подходит для любых целей, не только в бизнесе, но и в карьере.

ПРАВИЛА НЕТВОРКИНГА

1. Сделай себе привлекательные, но лёгкие для восприятия визитные карточки.

Визитные карточки — до сих пор один из самых главных инструментов установления контактов и продолжения общения. Если вы пришли на мероприятие без визиток, ваши возможности нетворкинга снижаются, так как человеку потом будет сложнее вас вспомнить и найти ваши контакты.

Главное, чтобы визитка читалась и содержала всю необходимую информацию. На визитку можно добавить некоторый нюанс, который не помешает простому прочтению или распознаванию, но для человека будет запоминающимся. Например, необычное название должности, фотографию, картинку с изображением вашего продукта или, может быть, даже любимой книги, QR-код (небольшой) со ссылкой на ваш продукт.

Визитки всегда должны быть под рукой: в переднем кармане пиджака лучше всего. Также у вас всегда должна быть одна рука свободна, чтобы пожать руку и вручить визитку.

2. Если визитные карточки закончились, импровизируй.

Случилась страшная история — вы забыли визитки дома или они внезапно закончились.

Что делать? Импровизировать!

Во-первых, вы можете записать ваши контакты (имя, фамилия, компания, должность, электрон-



Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети)

ный адрес, телефон) на клочке бумаги, вырванном из распространяемого на мероприятии блокнота. Главное, делайте это аккуратно и используйте размер, максимально приближенный к стандартным визиткам 5x9 см.

Во-вторых, вы можете просить собеседников сразу же записать ваши контактные данные в телефон или же найти и добавить вас через социальные сети. Ответить на «плюс один друг» можно сразу же на мероприятии.

Задание 1

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



Рис. 1. Начало создания визитной карточки

3. Приходи рано, уходи поздно.

В качестве первого гостя у вас есть шанс поговорить один на один с несколькими участниками перед началом основной суеты. У вас также будет дополнительный бонус создания первого впечатления, прежде чем собеседники утонут в море визиток и рукопожатий. Возможно, у вас сложится так много плодотворных разговоров в первые полчаса, что не будет никакого резона оставаться на всё мероприятие целиком.

То же самое касается и поздних уходов. Иногда самые интересные вещи происходят уже под самый конец: самые близкие контакты, самые интересные собеседники, самое продуктивное общение и ценные инсайты происходят после того, как схлынет основная толпа. Не упускайте эти возможности, оставайтесь чуть-чуть подольше и вас будет ждать награда.

4. Постарайся расслабиться.

На самом деле *нетворкинг* — это, по сути, дружеское общение и заведение приятных контактов с новыми людьми. Это не телефонные переговоры с по-

пытками продать что-то, это знакомство с новыми людьми. Некоторые из них, в конце концов, могут стать вашими лучшими друзьями, кто-то инвестором в ваш проект, новым работодателем или партнёром. Это не гонка за количеством визиток и знакомств, а установление содержательных контактов.

Постарайтесь выглядеть энергичным и улыбаться. Возможно, вы не сразу научитесь получать удовольствие от общения с незнакомыми людьми. Если у вас совсем нет сил, выйдите в туалет и попрыгайте в течение 2 минут. После такой «операции» вы сможете взбодриться лучше дюжины чашек кофе.

Одевайтесь уверенно и профессионально. Наденьте рубашку, неформальный пиджак и джинсы, и вы уже будете выглядеть стильно и комфортно, создавая впечатление «успешного человека». Если пиджак совсем уж не подходит к вашему имиджу, одевайтесь комфортно, но потратьте хотя бы 5 минут на подбор джинсов и футболки, в которых не стыдно будет показаться людям.

5. Устанавливай цели: точное количество людей для знакомства.

Даже несмотря на мастерское использование всех предыдущих советов, вы всё ещё можете стесняться общения с незнакомыми людьми. Это норма! Вы можете быть подкованным предпринимателем, творческим мыслителем, талантливым программистом, но никто не будет знать ни капельки о вас, если вы не сможете даже открыть рот!

Поэтому установите на мероприятие цель поговорить с определённым числом людей и придерживайтесь её независимо от того, как идут дела. Если вы обещаете себе, что собираетесь говорить, по крайней мере, с 10 новыми людьми, не нарушайте своё обещание. Наградите себя чем-нибудь, если сможете сдержать слово.

Задание 2

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

6. Общение с одним человеком и с группой отличается: не будь навязчивым.

Если вы видите стоящих одиноко людей, грустно глядящих вдаль или смотрящих в смартфоны — это идеальные кандидаты на общение! Весь вид этого человека говорит: «Ну, подойдите же ко мне кто-нибудь, я же не пришёл на мероприятие, чтобы читать ленту сообщений от людей, которые находятся совсем в другом месте». Несмотря на то, что интровертам часто нужно передохнуть от толп в одиночестве, вежливый разговор на две минуты никому не повредит. Конечно, сначала вежливо поинтересуйтесь, например, так: «Я вам не помешаю? Могу я поинтересоваться?..» Или же просто: «Привет, меня зовут ХХХ, как вам мероприятие/доклады/закуски?»

Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети)

Если же интересующий вас человек уже разговаривает с кем-то в группе, не подходите, расталкивая всех и представляя себя, это неприятно. Подойдите достаточно близко, чтобы вас заметили, и просто стойте, слушая разговор. Если у вас есть что сказать по теме беседы, не стесняйтесь это использовать. Если же нет, подождите, на вас в любом случае обратят внимание и вы сможете включиться в разговор.

В идеальном случае, если в группе людей находится тот, кого вы знаете, в паузу при разговоре попросите представить вас. Этот метод работает и в том случае, если вам нужно познакомиться с кем-то одним. Если ваш знакомый знает нужного вам человека, попросите представить вас и продолжайте разговор с новым собеседником. Это позволяет получить гораздо более глубокий контакт, чем самостоятельное знакомство.

7. Будь заинтересованным, а не интересным.

Нетворкинг — это строительство отношений, и его важной частью является искренняя заинтересованность в другой стороне. Когда вы завязываете разговор, не пытайтесь утопить собеседника в океане ваших бизнес-идей или профессиональных навыков. Спросите, почему они пришли на мероприятие и не переключайтесь сразу же на себя, копайте глубже. Спросите, как они попали в этот бизнес или на эту должность, что они больше всего любят в своей работе, что интересное за последнее время они создали или пережили. Если вы чувствуете себя комфортно, спросите об увлечениях или семье. Это создаёт нужное первое впечатление!

После того как вы создали некоторого рода отношения, вам будет намного проще говорить о себе и своих идеях. Собеседники будут заинтересованы в вас, потому что вы были заинтересованы в них.

Уделяйте максимальное внимание собеседнику! Если вы задаёте личный вопрос, а потом ворошите ленту Facebook или озираетесь в поисках других людей, вы подаете сигнал «да мне это всё на самом деле совсем неинтересно». Всего 2 минуты 100 % внимания к человеку гораздо лучше получасового разговора, на котором вы постоянно отвлекаетесь!

8. В первую очередь думай, чем полезен сам.

Продумайте в первую очередь, что можете дать людям на мероприятии Вы! Что вы умеете делать, что вы знаете, кого вы знаете. Если вы никаким образом не пересекаетесь со сферой интересов нужного вам человека, шансов на какие-то отношения практически нет. Но не думайте, что если вы студент, то вам нечего предложить миллиардеру из списка Forbes или главному архитектору Google. Вы можете порекомендовать интересную книгу или статью, дать совет по использованию какого-либо ИТ-сервиса или даже посоветовать новый музыкальный альбом или концерт.

9. Используйте соцсети для реального общения.

Наилучшим образом этот совет подойдёт тем, кто ищет работу.

Начните с поиска профессионалов, которые работают в нужной сфере или занимают желаемую позицию в компании. Чаще всего они находятся на 2-м или 3-м круге контактов (то есть знакомые ваших знакомых). Вы можете попросить кого-либо из ваших «социальных друзей» представить вас, но даже если это невозможно, напишите личное письмо о вас, почему вы бы хотели добавить человека в контакты. Лучше всего будет спросить об их опыте, услышать их «историю». Как они попали в эту сферу бизнеса? Какой интересный опыт у них есть? Какой совет они могут дать тому, кто пытается войти в эту профессиональную область?

Завершите встречу, спрашивая имена других людей, с которыми они порекомендуют связаться. Напишите благодарственное письмо и, если необходимо, попросите держать вас в курсе открытых вакансий и, если это будет воспринято не грубо, приложите ссылку на ваше резюме.

10. Напомни о себе.

Если вы не напоминаете о себе, вы теряете ваши с таким трудом полученные контакты. Общепризнанное мнение: вы должны написать по электронной почте, SMS, через соцсети или позвонить в течение 48 часов после первой встречи. Но как не навязываться, а быть полезным?

Лучший способ преодолеть неловкость последующего контакта — сделать его настолько естественным, насколько это возможно. Если вы хороший слушатель и уделяли максимум своего внимания собеседнику, у вас не будет никаких проблем с дальнейшим общением, ведь вы помните, что X интересуется книгами по развитию личности, Y занимается самостоятельной сборкой промышленных роботов на Arduino, а Z ищет приложение для медитаций. Если у вас проблемы с памятью, делайте пометки на визитных карточках собеседников после разговора.

Если вы действительно хотите построить отношения, не отправляйте безличное «приятно познакомиться» по электронной почте. Найдите то, что будет полезно для людей: рецензию на недавно вышедшую книгу по развитию личности, редкую коллекцию сенсоров для Arduino на eBay или ссылку на нужную программу с описанием, как вы используете её максимально эффективно. Тогда ваше письмо будет не саморекламой, а действительно ценным сообщением, и вы произведёте хорошее впечатление. Если вы получите ответ, и собеседник вас реально интересуется, предложите на неделе встретиться в кафе.

Задание 3

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

СЕКРЕТЫ НЕТВОРКИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Если вас попросят назвать марку стирального порошка, чая или мобильного телефона, те названия, которые всплывут у вас в голове в первую очередь, скорее всего, будут именно теми марками, которые вы приобретёте, когда вам понадобится порошок, чай или мобильный телефон. Также происходит и с людьми. Допустим, у вас своя школа английского языка. Встречаясь с людьми, вы говорите об этом. И даже если сейчас вашему собеседнику это не важно, завтра его друг может спросить, не знает ли он какую-нибудь школу английского языка, ваш собеседник вспомнит вас и порекомендует именно вашу школу. Так как у него в голове сформируется связь между вами и преподаванием английского языка. Чтобы эта связь работала, необходимо регулярно напоминать о себе другим людям — на встречах, через популярные сейчас мессенджеры: WhatsApp-чаты или Telegram-каналы. Ваш контент будет ассоциироваться с вами и напоминать о вас. Вспомните про личный брендинг, который мы разбирали на прошлых уроках: все ваши взаимодействия с другими людьми будут работать на ваш личный брендинг.

В первую очередь вам нужно максимально заполнить свой профиль в социальных сетях. Потому что когда человек полностью открыт, то к нему возникает больше доверия. Заполните полностью все данные, где работали, что любите, ваши контакты, чем больше будет информации, тем лучше!

Сделайте хорошую качественную фотографию в студии у фотографа. Это очень важно. Нормальный человек с вами не встретится, если у вас ужасная фотография. Фотографий должно быть много, чем больше, тем лучше. И желательно в разных местах. Если проанализировать, то можно увидеть закономерность: люди, которые не ладят с социумом, имеют мало фотографий или их вообще нет.

Вы должны быть участником деловых пабликов или каких-то профессиональных тематических групп. Должна быть нормальная музыка и видео: добавьте какие-нибудь бизнес-выступления и семинары.

Самое главное — это стена. На стене нужно написать, чем вы занимаетесь, какие услуги оказываете и что продаёте, чем вы можете быть полезным другим.

С ЧЕГО НАЧАТЬ НЕТВОРКИНГ

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

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

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

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

Освободите место в своём графике дня на то, что вы считаете неудобным. Это могут быть два часа в неделю на развитие навыка, который не вписывается в ваш текущий карьерный путь. Помните, что именно во время учёбы в колледже Стив Джобс посещал урок каллиграфии, который впоследствии вдохновил типографику Apple. Вы можете попросить пятерых друзей каждый месяц знакомить вас с людьми из их круга.

Задание 4

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

Задание 5

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



Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

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

Задание 1

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

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

Знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнёрами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнёров, направлять поведение деловых партнёров к желательному результату, — всё это включает в себя **коммуникативная культура**. В основе коммуникативной культуры лежат общепринятые требования к общению: вежливость, корректность, тактичность, скромность, точность, предупредительность.

Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству, проявляющееся в приветствиях и пожеланиях, в интонации голоса, мимике и жестах. Антипод вежливости — грубость.

Корректность — умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных. Особенно важно корректное поведение в спорах, когда появляются новые конструктивные идеи, проверяются мнения и убеждения.

Тактичность — также одно из важных составляющих коммуникативной культуры. Чувство такта — это, прежде всего, чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение. Бестактными могут быть замечания по поводу внешнего вида или поступка, сочувствие, выраженное в присутствии других по поводу интимной стороны жизни человека, и т. д.

Скромность в общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей. Антиподами скромности являются высокомерие, развязность, позёрство.

Точность также имеет большое значение для успеха деловых отношений. Без точного выполнения данных обещаний и взятых обязательств в любой форме жизнедеятельности дела вести трудно. Неточность нередко граничит с аморальным поведением — обманом, ложью.

Предупредительность — это стремление первым оказать любезность, избавить другого человека от неудобств и неприятностей.

Задание 2

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

Таблица 1. Определение качеств, необходимых для построения эффективной коммуникации

ФИО _____ (оцениваемого)

| № | Вежливость | Тактичность | Корректность | Скромность | Точность | Предупредительность |
|---|------------|-------------|--------------|------------|----------|---------------------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |

ЧЕЛОВЕК С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЛАДАЕТ:

- эмпатией — умением видеть мир глазами других, понимать его так же, как они;
- доброжелательностью — уважением, симпатией, умением понимать людей, не одобряя их поступки, готовностью поддерживать других;
- аутентичностью — способностью быть самим собой в контактах с другими людьми;

Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

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

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

Показателями культуры речи в деловом общении являются:

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
- словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает);
- произношение;
- грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики);
- стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Корпоративное общение — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Цель корпоративного общения — постановка определённых целей и конкретных задач. Этим оно отличается от общения в широком смысле слова.

В деловом корпоративном общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнёром (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). Значительную

часть делового общения занимает служебное общение, т. е. взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время, в стенах организации.

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

Деловая беседа — передача или обмен информацией и мнениями по определённым вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно.

Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

Деловые переговоры — основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.

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

Деловое совещание — способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

Публичное выступление — передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.

Деловая переписка — обобщённое название различных по содержанию деловых документов.

Задание 3

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

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

После упражнения ответьте на вопросы: что позволило победителям так быстро справиться с заданием? Какую тактику вы использовали во время торга (активный поиск, ожидание, активный обмен, попытка обве-

Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров (сти партнёров вокруг пальца, попытка выйти сразу на всю аудиторию и др.)? Какие выводы вы можете сделать?

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕНИЕМ

Заражение — это бессознательное, стихийное принятие личностью определённого психологического состояния.

Внушение — это активное воздействие одного субъекта на другого. Внушение происходит при условиях авторитетности источника внушения, доверия к источнику внушения, отсутствия сопротивления внушающему воздействию.

Подражание — это воспроизводство одним человеком определённых образцов поведения, манеры говорить и т. п. другого человека.

Убеждение — это целенаправленное воздействие, оказываемое с целью трансформировать взгляды одного человека в систему воззрений другого, является главным методом воздействия на сознательную сферу личности. Его цель — активизировать мышление личности при усвоении информации, формировать у неё убеждённость.

Убеждение редко применяется как отдельный метод воздействия на людей. Оно постоянно взаимодействует с подражанием и внушением. Отличие между этими понятиями состоит в том, что убеждение предполагает сознательное понимание людьми адресуемой им информации, а подражание и внушение рассчитаны на неосмысленное восприятие ими этой информации в силу авторитета выступающего, настроения аудитории, под давлением общественного мнения, личной ценностной ориентации.

Подобный психологический эффект воздействия можно наблюдать при прослушивании лекций, проведении массовых театральных, спортивных мероприятий. Ярким примером результативности подражания и внушения являются такие явления, как мода и слухи.

Применение метода подражания основывается на склонности людей к групповым психологическим состояниям. Ещё Аристотель говорил, что люди отличаются от других живых существ тем, что в высшей степени склонны к подражанию, и первые познания человек приобретает посредством подражания. Подражание как сознательная или бессознательная имитация чьих-то дей-



Рис. 1. Психологические методы управления общением

ствий, манеры поведения и мышления широко распространено в жизни, в том числе и деловой практике.

Более сложным является метод внушения. Это приведение путём слова или каким-то другим способом в определённое психологическое состояние (настроение, впечатление, действия) другого лица при отвлечении его волевого внимания и сосредоточения.

Отличие внушения от подражания состоит в том, что при подражании цель достигается наглядной выразительностью источника информации или повышенной привлекательностью исходящей от него информации. Здесь эффект образа — основа восприятия информации. А при внушении достижение цели определяется непосредственным эмоциональным воздействием, главный заряд которого несёт слово.

Принуждение по сравнению с предыдущими методами — это наиболее насильственный метод воздействия на людей, так как предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям. В основе принуждения лежит страх перед наказанием и другими нежелательными для индивида последствиями. Этически принуждение может быть оправдано в исключительных случаях, в частности, если дело доходит до нарушения правопорядка или установленных в обществе моральных норм.

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

Задание 4

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



Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

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

Мы продолжаем разбирать принципы делового общения предпринимателя.

В общении имеется ряд таких положений, следуя которым, можно в значительной степени облегчить деловое общение, повысить его эффективность и избежать промахов в процессе взаимодействия с другими в бизнесе. Эти правила применимы к отдельным видам делового общения: «сверху-вниз» (руководитель-подчинённый), «снизу-вверх» (подчинённый-руководитель) и «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник).

ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ «СВЕРХУ-ВНИЗ»

Искусство и успех делового общения во многом определяются теми нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчинённым: какое поведение на службе приемлемо, а какое — нет.

Без соблюдения этики делового общения между руководителем и подчинённым большинство людей чувствуют себя в коллективе дискомфортно, нравственно незащищёнными.

- Если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провёл вас. Более того, если руководитель не сделал подчинённому соответствующего замечания, то он просто не выполняет своих обязанностей.
- Критикуйте действия и поступки, а не личность человека.
- Никогда не советуйте подчинённому, как поступать в личных делах. Если совет поможет, вас, скорее всего, не поблагодарят. Если не поможет — на вас придётся вся ответственность.
- Никогда не давайте сотрудникам возможности заметить, что вы не владеете ситуацией, если вы хотите сохранить их уважение.
- Соблюдайте принцип распределительной справедливости: чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.

- Поощряйте свой коллектив даже в том случае, если успех достигнут главным образом благодаря успехам самого руководителя.
- Укрепляйте у подчинённого чувство собственного достоинства. Хорошо выполненная работа заслуживает не только материального, но и морального поощрения. Не ленитесь лишней раз похвалить сотрудника.
- Защищайте своих подчинённых и будьте им преданным.
- Выбирайте правильную форму распоряжения, учитывая, прежде всего, два фактора: (1) ситуацию, наличие времени для нюансов, (2) личность подчинённого — кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник или человек, которого нужно подталкивать на каждом шагу. В зависимости от этого следует выбирать этически наиболее приемлемые нормы поведения и формы распоряжения.

Задание 1

Разделитесь на 9 групп. Каждая группа должна выбрать одно из вышеназванных правил и составить фразу по отношению к подчинённому, которая бы отвечала данному правилу. Каждая команда зачитывает фразу или предложение, а затем весь класс обсуждает, насколько точно она составлена, и предлагает свои варианты корректировки.

Правила делового общения «СНИЗУ-ВВЕРХ»

Знать, как следует обращаться и относиться к своему руководителю, не менее важно. Используя те или иные нормы, можно привлечь руководителя на свою сторону, сделать своим союзником, но можно и настроить его против себя, сделать своим недоброжелателем.

Вот несколько необходимых этических норм и принципов, которые можно использовать в деловом общении с руководителем:

- Старайтесь помогать руководителю в создании в коллективе доброжелательной нравственной атмосферы, упрочении справедливых отношений.
- Не пытайтесь навязывать руководителю свою точку зрения или командовать им. Высказывайте ваши предложения или замечания тактично и вежливо. Вы не можете ему прямо что-то приказать, но можете сказать: «Как вы отнесётесь к тому, если бы...?» и т. д.
- Не разговаривайте с начальником категорическим тоном, не говорите всегда только «да» или только «нет». Вечно поддакивающий сотрудник надоедает и производит впечатление льстеца. Человек, который всегда говорит «нет», служит постоянным раздражителем.

Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

- Будьте преданны и надёжны, но не будьте подхалимом. Имейте свой характер и принципы. На человека, который не имеет устойчивого характера и твёрдых принципов, нельзя положиться, его поступки нельзя предвидеть.
- Не стоит обращаться за помощью, советом, предложением и т. д. «через голову», сразу к руководителю вашего руководителя, за исключением экстренных случаев. В противном случае ваше поведение может быть расценено как неуважение или пренебрежение к мнению начальника или как сомнение в его компетентности.
- Если вас наделили ответственностью, деликатно поднимите вопрос и о ваших правах. Помните, что ответственность не может быть реализована без соответствующей степени свободы действий.

Задание 2

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

ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ «ПО ГОРИЗОНТАЛИ»

Найти верный тон и приемлемые нормы делового общения с равными по статусу сотрудниками — дело весьма непростое, так как они нередко являются соперниками в борьбе за успех и продвижение по службе. В то же самое время это люди, которые вместе с вами принадлежат к команде общего управляющего. Участники делового общения должны чувствовать себя равными по отношению друг к другу.

Вот несколько принципов этики делового общения между коллегами:

- Попытайтесь достичь чёткого разделения прав и ответственности в выполнении общей работы.
- Если круг ваших обязанностей пересекается с кругом обязанностей ваших коллег, это весьма опасная ситуация. Если управляющий не разграничивает ваши обязанности и ответственность от других, попытайтесь сделать это сами.
- Не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Не преувеличивайте свои значимость и деловые возможности. Если они не оправдаются, вам будет неудобно, даже если на это были объективные причины.
- Не лезьте человеку в душу. На работе не принято спрашивать о личных делах, а тем более проблемах.
- Не старайтесь показаться лучше, умнее, интереснее, чем вы есть на самом деле. Рано или поздно всё равно всё выплывет наружу и встанет на свои места.

- Рассматривайте вашего коллегу как личность, которую следует уважать саму по себе, а не как средство для достижения ваших собственных целей.

Задание 3

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

Стиль общения определяет результат

Вы можете быть мастером телефонных переговоров и виртуозом деловой переписки, однако ничто не оказывает на человека такого влияния, как личная встреча. Недаром большинство крупных контрактов заключаются именно при личных встречах, которые могут проходить как в деловой обстановке, так и в более непринужденных условиях. Учитывая эту особенность человеческого восприятия, необходимо использовать специальную методику переговоров.

В деловом общении действует достаточно простое правило — нам нравятся те, кому мы нравимся. Поэтому профессиональному переговорщику необходимо усвоить ряд рекомендаций и правил, наиболее важными из которых являются следующие:

- Не прерывайте и не перебивайте собеседника. Дайте человеку закончить свою мысль. К тому же тишина стимулирует людей продолжать говорить. Выслушивайте клиента, и он будет стараться заполнить тишину, продолжая отвечать на заданный вами вопрос.
- Не смотрите на часы. Если вам очень надо посмотреть на часы, сделайте это незаметно. В противном случае клиент интерпретирует этот жест как отсутствие интереса к нему и как желание поскорее от него избавиться.
- Не заканчивайте предложение за собеседника. Прервав человека словами «Это я уже слышал», вы отбиваете у него всякое желание продолжать общаться с вами.
- Задав вопрос, дождитесь ответа. Очень многие задают вопрос и сами же на него отвечают, говоря при этом, что это происходит из-за возникающей паузы. Но пауза — это хорошо, значит, клиент обдумывает ваш вопрос, он ведь не должен выдавать ответ моментально.
- Примите соответствующую позу. Не разваливайтесь на стуле, говоря тем самым клиенту: «Ну, рассказывай, я тебя слушаю». Сидите прямо, наклонитесь слегка вперёд. Наклон вперёд свидетельствует о заинтересованности человека.

Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

Задание 4

Две компании являются претендентами на выполнение большого проекта по строительству. Каждая компания хочет забрать проект себе, однако у первой компании нет достаточного количества сваебойных установок, которые она собирается арендовать у конкурента (другие варианты дороже на 30 %). Вторая компания также не может самостоятельно выполнить проект, так как не имеет путей подхода к территории заказчика. Единственная дорога к территории заказчика, через которую можно подвезти технику — это развёрнутый понтонный мост для тяжёлой техники, который принадлежит первой компании. Развёртывать другой мост невыгодно, это «съедает» 50 % маржи.

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

НАВЫКИ ВЕДЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ДЕЛОВОГО РАЗГОВОРА ПО ТЕЛЕФОНУ

1. Тщательно подготовьтесь к разговору. Не следует действовать импульсивно, как только возникает мысль позвонить. Следует чётко определить цель разговора, выделить в нём главное и продумать содержание беседы.

Для подготовки к деловому разговору по телефону можно подготовить бланк, в котором будущий разговор записывается с учётом прогнозируемых ответов. Например, такой:

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

Рис. 1. Бланк для записи телефонного разговора

2. Всегда следует держать в памяти имена, фамилии, даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору.

3. Говорите кратко. Разговор продолжительностью более 4-5 мин. — скорее исключение, чем правило. Для экономии своего и чужого времени придерживайтесь рациональной композиции делового разговора, которую легко запомнить как «Семь П»: 1) приветствие; 2) представление; 3) причина звонка; 4) проблема; 5) подведение итогов; 6) признательность; 7) прощание.

Продумайте свои слова и возможную реакцию партнёра на каждом этапе разговора. В телефонном общении хорошо использовать так называемые «закрытые вопросы», предполагающие односложные («да», «нет», «не знаю») ответы собеседника. Подобными ответами также рекомендуется заканчивать разговор по каждой обсуждаемой теме.

4. Замените нейтральные приветствия на информативные: начинайте разговор с представления себя и своей организации. Люди любят знать, с кем они разговаривают.

5. Помните о правилах ведения беседы. Всегда старайтесь говорить ровно, сдерживайте свои эмоции, выслушивайте собеседника, не перебивая его. В то же время подтверждайте своё участие в беседе краткими репликами. Иначе ваш собеседник может подумать, что вы отвлеклись от разговора и не слушаете его или же прервалась связь.

6. При возникновении разногласий старайтесь разрешать их тактично. Не давайте волю эмоциям.

7. Помните об интонации, тоне и тембре голоса: они несут до 40 % информации в разговоре.

8. Инициатива окончания разговора принадлежит либо звонившему, либо старшему из говорящих по социальному статусу или по возрасту. Очень важно вежливо закончить разговор. В случае необходимости срочно завершить разговор лучше воспользоваться максимально вежливыми фразами: например, «Простите, что я вас прерываю, но я боюсь опоздать на заседание». Предложения типа «Спасибо за звонок», «Приятно было с вами побеседовать» и т. п. помогут вежливо завершить беседу.

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В WHATSAPP

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

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

2. Не отправляйте несколько сообщений, когда можно ограничиться одним. Не нужно писать в разных сообщениях: 1. «Здравствуйте». 2 «Меня зовут ...». 3. «Я хотел бы...». И т. д. У человека пять-шесть сообщений, и это вводит в некоторое замешательство и раздражает.

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

Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров

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

5. Звонить можно один раз, выждав 4-5 гудка, если трубка не поднимается обратной стороной, то необходимо подождать 2 часа, пока вам перезвонят.

6. Перед видеозвонком необходимо заблаговременно позвонить или написать, уточнить: «Уместно ли будет набрать сейчас?» Если нет, то нужно договориться о времени видеосвязи. Набирать видеозвонок без предупреждения — плохой тон.

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

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

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

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

Задание 5

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



Урок 50. Эмоциональный интеллект

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

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

Эмоциональный интеллект (ЭИ) — способность перерабатывать информацию, содержащуюся в эмоциях. Зная и понимая эмоции, вы можете управлять ими. Другой аспект управления эмоциями — способность воспроизводить эмоциональные состояния, приводящие к успеху¹.

Задание 1

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

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

Концепция ЭИ получила широкое распространение благодаря книге «Emotional Intelligence» американского психолога Дэниела Гоулмана, профессо-

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

ра Чикагского университета, ставшей мировым бестселлером.

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

Эмпатия является ключевой эмоциональной способностью. Переживать эмпатические реакции означает идентифицировать себя с чувствами другого человека и таким образом сопереживать или сочувствовать ему. Вы изучали это понятие подробно на уроках по дизайн-мышлению в 10-м классе.

Осведомлённость. Чтобы поддерживать эмоциональное равновесие, или, говоря обычным языком, чувствовать себя счастливым, нужно быть компетентным в собственных чувствах. Для этого необходимо уметь отличать их оттенки и нюансы, различать продуктивные и непродуктивные чувства — всё это следует делать в «реальном формате», т. е. именно тогда, когда они переживаются. В ходе индивидуального развития человек формирует собственный «словарь» эмоциональных состояний, учится выражать не только переживания, но и их интенсивность, овладевает пониманием своих переживаний и эмоциональных состояний других людей.

Равновесие. Опыт эмоциональной жизни человека сохраняется в его мозге, который анализирует и оценивает ситуации, определяет возможность риска или получения награды. Основной принцип теории ЭИ состоит в том, что люди с высоким эмоциональным интеллектом способны уравнивать функционирование двух областей мозга, взаимодействующих между собой.

Ответственность. Человек с высоким уровнем ЭИ отвечает за собственное благополучие. Эмоции побуждают его к определённому выбору, который влечёт за собой те или иные действия, то или иное поведение. Принятие решения — это ответственность за свои действия. Индивид действует ответственно, если он не приносит вреда ни себе, ни другим, контролирует собственные оценки, мысли, регулирует эмоции, принимает ответственность за возможность счастья и не винит других в своих несчастьях, устанавливает безопасные для себя границы совместного существования, распознаёт свои эмоции и эмоции других, а также честно и открыто взаимодействует со своими чувствами.

Задание 2

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

- 1 — отсутствует;
- 2 — проявляется в незначительной степени;
- 3 — проявляется в средней степени;
- 4 — проявляется в значительной степени;
- 5 — присутствует постоянно.

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

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

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

РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Как вы знаете, для достижения успеха одним из важнейших компонентов является мотив. Он даёт стартовый импульс и обеспечивает энергией для движе-

ния на всём пути к цели. Если же мотива нет, то вы ничего делать не будете. А если мотив слабый, то ваше движение будет медленным.

Поэтому для повышения вашей личной успешности важно научиться мотивировать себя, создавая максимальный мотив и получая от него много энергии, сил для быстрого движения, преодоления препятствий, достижения целей и, в конечном итоге, самореализации.

Исследования мировых психологов показали, что все мотивы базируются на эмоциях. Именно они лежат в основе любой деятельности, позволяют развиваться, улучшать свою жизнь и самореализовываться.

Особенностью эмоций является то, что вы можете сознательно управлять ими. Это делает их мощным инструментом для успешного достижения любой цели. Для этого вам нужно как можно раньше осознать свои эмоции, развить свою врождённую способность управлять ими, накопить эмоциональный опыт и начать сознательно использовать их в своей деятельности.

Принципы развития эмоционального интеллекта

Обучение. В любом возрасте, в любой области, в любое время важно продолжать своё обучение и самообучение. При этом в первую очередь желательно изучать общие науки, чтобы лучше знать мир и своё место в нём, в том числе, получая знания об эмоциональных процессах. А после осознания себя, своего таланта и предназначения, выбирать узкую область развития, свою профессию, соответствующую призванию, и становиться признанным экспертом именно в ней.

Чтение качественной литературы. Для развития в любой сфере крайне важно как можно больше читать: книги, практические руководства, журналы, статьи. Но ещё важнее — анализировать и применять на практике информацию из них. Книги и пособия, написанные профессионалами, признанными экспертами, оказывают особый эффект: они сообщают важную, проверенную информацию, позволяют сформировать личные принципы, поведение, цели, расширить парадигму, но главное — мотивируют начать действовать. Поэтому для развития ЭИ важно выбрать качественные книги.

Ведение дневника. Самоанализ — одна из главных способностей ЭИ. А материализация мыслей при самоанализе своих и чужих эмоций делает этот процесс наиболее эффективным. В дневник можно записывать любые ситуации, вызвавшие эмоции, описывать свои ощущения, идентифицировать и классифицировать эмоции, делать выводы, как можно было бы отреагировать в подобной ситуации в следующий раз.

Развитие качеств. Можно улучшать отдельные компоненты ЭИ — качества, описанные в моделях ЭИ, такие как самосознание, саморегуляция, эмпатия и т. п.

Путешествия. Это наиболее эффективный способ расширения зоны комфорта, т. к. вы попадаете в совершенно новую среду, которую даже не представляли себе. И это может дать наиболее сильные, яркие, новые эмоции, о которых вы раньше и не слышали. Ими можно научиться управлять и использовать в прежних, знакомых условиях, что даст дополнительную мотивацию, энергию для выполнения обычных дел и достижения новых целей. Путешествия также могут привести к изменению системы ценностей, что также меняет эмоции и их влияние на деятельность. Например, побывав в бедных странах, можно начать больше ценить привычные вещи: еду, воду, электричество, технику, получать больше удовольствия от их использования, начать рациональнее, экономнее ими пользоваться.

Гибкость. При принятии решений можно использовать не только свой опыт, свою точку зрения, но и учитывать мнение тех, на кого это решение может повлиять, искать компромиссы. Это позволит избежать возникновения негативных эмоций. Противоположность этому подходу называется ригидностью, когда человек действует только на основании своего опыта. Тогда высока вероятность того, что решение будет неэкологичным и нанесёт непредсказуемый вред.

Общение. Очень часто эмоции возникают при обычном общении. Общаясь с новыми знакомыми или со старыми друзьями на новые темы, можно испытывать и новые эмоции. Оценивая и управляя ими при разговоре, можно существенно изменить его результаты. Например, при переговорах, если вспылить, то можно потерять потенциальных клиентов или партнёров. А если у собеседника вызвать сильные позитивные эмоции, то можно от него получить гораздо больше ресурсов, чем ожидалось, например, больше денег от спонсора.

Творчество. Создание чего-то нового, уникального гарантирует позитивные эмоции. А создание шедевров, чего-то, что будет пользоваться интересом, спросом, за что другие будут благодарить — это, пожалуй, главный источник самых сильных, позитивных эмоций, которые человек может испытать в своей жизни. Чем более грандиозное творение вы создаёте, тем более новые и сильные эмоции возникают.

Победы, награды, успех. Новые эмоции часто возникают при достижении целей, участии в соревнованиях, тренировках перед ними или даже в обычных спорах. А момент победы и получения награды всегда возбуждает сильные позитивные эмоции. И чем важнее победа, чем труднее её было достичь, чем боль-

ше ресурсов на это потрачено и чем больше вознаграждение, тем более сильные эмоции возникают.

Все эти методы создают эмоциональный опыт, являющийся фундаментом для управления эмоциями. Без этого опыта невозможно сознательно возбуждать или тормозить эмоции. Он создаёт ясную картину того, какие эмоции могут возникнуть в ответ на определённые изменения, как они могут повлиять на состояние и деятельность, и что можно предпринять, чтобы избавиться от вредных и возбудить полезные эмоции.

Задание 3

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

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

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



Задание 4

Сыграйте в игру: вытяните карточку с названием эмоции («гнев», «радость», «грусть», «интерес», «растерянность», «задумчивость», «решительность», «неуверенность», «обескураженность» и т. д.). Каждый ученик по очереди вытягивает карточку и изображает эмоцию. Другие ученики

должны угадать её. Это простой и эффективный способ «отработать» своё эмоциональное выражение. При этом ваша эффективность как переговорщика повышается в несколько раз.

Задание 5

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



Урок 51. Тайм-менеджмент

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

ЧТО ТАКОЕ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

Прямой перевод данного термина «time management» с английского — «управление временем». Ясно, что в прямом смысле управлять временем невозможно: реальная функция тайм-менеджмента — использовать время своей жизни с максимальной эффективностью¹.

Наиболее точное определение тайм-менеджмента звучит так: *тайм-менеджмент — это учёт, распределение и оперативное планирование собственных ресурсов времени*. Девиз профессионального тайм-менеджера: «Работай меньше, успевай больше!»

Люди, которые умеют продуктивно распоряжаться собственными запасами времени, живут более насыщенной и полной жизнью, делают свою работу с минимальными временными затратами.

Управляя своим временем, мы имеем больше жизненного пространства: становится более реальной возможность заниматься тем, что нам действительно нравится. Тайм-менеджмент позволяет упорядочить рабочее и личное время в течение дня (недели, месяца), чтобы успевать делать все важные и нужные дела, не отвлекаясь на второстепенные или посторонние вопросы и проблемы.

Эффективное планирование позволяет высвобождать для насыщенной и полноценной жизни колоссальные ресурсы времени. По мнению профессионалов, размеры таких ресурсов исчисляются годами и десятилетиями.

МИФЫ ОБ УПРАВЛЕНИИ ВРЕМЕНЕМ

Существует ряд стереотипов и заблуждений относительно управления временем.

Некоторые считают, что тайм-менеджмент нужен исключительно для работы, что жизнь строго по плану превращает человека в робота и лишает его свободы воли.

Миф 1. Никто не может управлять временем

Управлять временем действительно невозможно (если, конечно, вы не изобретатель машины времени). Никто не способен замедлить его объективный ход, уско-

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

речь или остановить даже на мгновение.

Зато человек может делать следующее: управлять собой, своими решениями и действиями во времени, а также заниматься определением приоритетов. Именно об этом и рассуждают практики тайм-менеджмента — об управлении собственной жизнью.

Разумный и прагматичный подход к своим действиям и есть управление временем: вы будете удивлены, сколько минут и часов высвобождается, как только вы начинаете действовать более обдуманно и осознанно.

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

Работать много и уставать, пренебрегая отдыхом — прямой путь к переутомлению и депрессии. Необходимо постоянно стремиться к снижению объёма работы при увеличении результативности. Как это сделать? Если говорить коротко — то действовать строго по плану и уметь отделять второстепенное от главного.

Эффективно использовать методы тайм-менеджмента — не значит делать больше или увеличивать производительность за счёт скорости выполнения работ.

Речь идёт о повышении личной результативности через исключение ненужных задач и устранения так называемых «пожирателей времени» или «хронофагов».

К разряду хронофагов относятся сотни бессмысленных и мелких дел, которые мы делаем в течение дня, даже не задумываясь об их целесообразности: частая проверка почты, общение и просмотр новостей в соцсетях, лишённые смысловой нагрузки разговоры с коллегами.

Приверженность человека к отвлечённым от основной задачи делам отчасти объясняется прокрастинацией — желанием отложить «до лучших времён» важные и нужные мероприятия.

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

Люди боятся превратиться в роботов, но на деле уже являются ими, а также рабами собственных психоэмоциональных привычек и шаблонов поведения. Управление временем не ограничивает нашу свободу, а наоборот — создаёт её.

Планирование и распределение ресурсов помогает быстрее достичь важных целей и высвободить время на отдых, восстановление сил, общение с друзьями и близкими. Тайм-контроль позволяет достигать результата быстрее и с меньшими затратами.

Задание 1

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

МЕНЕДЖМЕНТ ЖИЗНИ

Остановитесь на несколько секунд. Что только что произошло? Стрелки на часах вашей жизни продвинулись на два деления вперёд — неозвратно! Это плохо? Что бы вы об этом ни думали, что бы ни ощущали — вы не можете на это повлиять. Мы можем лишь, глядя в будущее, формировать наше обращение со временем в соответствии с нашими представлениями или, по меньшей мере, пытаться делать это.

Быть независимым в управлении временем значит формировать своё время и тем самым — свою жизнь в соответствии с собственными представлениями и желаниями. Тайм-менеджмент как инструмент проходит через всю нашу жизнь и становится частью менеджмента жизни.

Представьте себе, что перед вами на землю падают купюры одна в 10 000 тенге и множество по 500 тенге. К какой бы вы бросились в первую очередь, если бы и другие прохожие могли схватить деньги? Естественно, к более крупной. Это было бы «эффективно», и точно так же поступил бы всякий. Но чем вы занимались на прошлой неделе, день за днём? Уделяли ли вы внимание «большим вещам», крупным купюрам — например, подготовке к поступлению в университет, — или же разрывались между множеством мелких второстепенных частностей?

Задача целостного управления временем и своей жизнью — не только найти время для всех важных сфер жизни (работа или учёба, семья, здоровье, смысл), но также привести эти четыре сферы в равновесие и сохранять его.

Таблица 1. Сферы управления жизнью

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

Отдельные жизненные сферы зависят друг от друга. Так, следствием перегрузки на учёбе станет невнимание к самочувствию, здоровью, а также ослабление личных контактов и отношений; без опоры на ясные представления о ценностях и смысле быстро и надолго снизятся личная мотивация и способность добиваться успеха.

Уделяя слишком много времени и сил достижению успеха, человек неизбежно пренебрегает другими жизненными сферами, а это, в свою очередь, негативно сказывается на его достижениях, и в результате «больше означает меньше».

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

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

Сколько процентов вы отдаете сфере «тело и здоровье»?

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

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

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

Как выглядит ваш нынешний баланс времени? На «достижения и учёбу» часто приходится 50, 60 или 70 %, иногда и больше; вопросам о смысле отводят, как правило, пять, десять или 15 % (если вообще отводят). В нашей культуре принято ориентироваться не столько на смысл, сколько на успех. Такое исключительно количественное неравенство сначала представляется вполне естественным и нормальным. Но проблему равновесия нельзя решить простым подсчётом, например, по формуле 100 разделить на число жизненных сфер — получим четыре равных части по 25 % на каждую.

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

С точки зрения четырёх жизненных сфер индивидуальный баланс удовлетворения воспринимается совершенно по-разному, а именно в соответствии с субъективно определяемым качеством времени. Час, пролетевший на вечернем концерте и доставивший исключительное удовольствие, обычно переживается по-иному, более интенсивно, чем выполнение уроков, отнимающее десять часов выходного дня.

Если одна или две жизненные сферы вышли из равновесия, это сказывается и на остальных.

Например, перегрузки в сфере «достижения и работа» плохо влияют на здоровье, приводя к более или менее серьёзным психосоматическим нарушениям, провоцируют конфликты с родственниками или друзьями и могут привести к кризису индивидуальных ценностей.

Однобокое увлечение здоровьем и развитием тела проявляется у всемирно известных «лучших ракеток мира» — и мужчин, и женщин, истощённых тренировками. Они живут от одной травмы до другой, у них мало друзей, и однажды наступает момент, когда они больше не видят смысла в своей несвободной и однообразной деятельности.

К такому же итогу приходит тот, кто занимается только поисками смысла, постоянно расширяя своё сознание, — его ждёт мрачный тупик.

Ключ к успеху — в равновесии всех четырёх жизненных сфер.

В течение дня в вашем распоряжении определённое количество часов. Поэтому любое расширение одной из сфер потребует ограничить другую, и в лучшем случае, разумнее использовать ваш драгоценный капитал — время. Целостный тайм-менеджмент поможет вам лучше использовать своё время и поддерживать вашу жизнь в равновесии.

Задание 2

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

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

Задание 3

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

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



Урок 52. Тайм-менеджмент

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

КАК УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ

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

Принцип 1. Планируйте свои действия

Планирование дел на ближайший день (или ближайшую неделю) имеет практическое значение в любой работе. Неважно, сидите ли вы в школе или подрабатываете курьером в свободное от учёбы время — чёткий план действий всегда принесёт реальную пользу в виде повышения результативности.

Помните, что все успешные люди планируют свою жизнь.

Запомните несколько важнейших аксиом тайм-менеджмента:

- Фиксируйте цели письменно. Если на бумаге (или в электронном ежедневнике) не обозначена ваша цель, значит, её не существует.
- Планируйте свой день. Заранее составленный список заданий и действий увеличивает продуктивность любого вида деятельности на 25 %.
- Дробите большие задачи. Объёмные по времени выполнения дела нужно всегда разделять на несколько мелких подзадач — не хватайтесь за масштабный проект, не продумав заранее последовательность действий.
- Необходимо, чтобы планирование стало вашей второй натурой: возьмите за правило составлять план действий на завтрашний день перед сном. Утром вы уже будете точно знать, с чего начинать, чем продолжить и как закончить.
- Всегда оставляйте определённый резерв времени на «форс-мажор» — непредвиденные обстоятельства.
- Помните, что те несколько минут, что вы затратите на составление плана, с лихвой окупятся в будущем: результаты грамотного планирования вы оцените уже на первой неделе внедрения в жизнь.

Задание 1

Узнайте у своего соседа по парте о его заботах и делах на следующую неделю. Составьте для него план, чтобы он отвечал всем требованиям. Затем поменяйтесь ролями. Важно рассказать обо всех делах, даже незначительных, а также о сложных задачах, с которыми вы не справитесь сразу. Попробуйте прожить следующую неделю по данному плану.

Принцип 2. Формулируйте желаемый результат в конкретные цели и задачи

Стратегическое и эффективное планирование невозможно без грамотного целеполагания. Если говорить более простым языком, вы должны уметь чётко формулировать основную цель и уметь разбивать её на более конкретные и локальные задачи.

В теории менеджмента этот навык именуется «декомпозиция целей». Основной способ воплотить данное понятие на практике — это переход от общего к частному.

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

Существует профессиональный инструмент (или принцип) для формулировки и постановки локальных задач в тайм-менеджменте и целеполагании. Он называется **принцип SMART**.

Согласно данному принципу цель должна быть:

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

Даже самые великие творцы не создавали свои произведения сразу целиком — сначала они составляли план, а затем выполняли его по пунктам. Один из секретов успешного управления временем — в умении сосредоточиться на текущих задачах, не теряя общего направления.

Задание 2

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

Принцип 3. Фиксируйте ваш план действий

О необходимости обязательно фиксировать план действий уже было сказано выше. Здесь же рассмотрим, каким образом это лучше всего сделать. Существует несколько рабочих и действенных инструментов, позволяющих сделать свои планы и задачи более наглядными и конкретными.

Один из таких методов называется «**Диаграмма Ганта**»¹.

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

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

Диаграмма ГАНТА

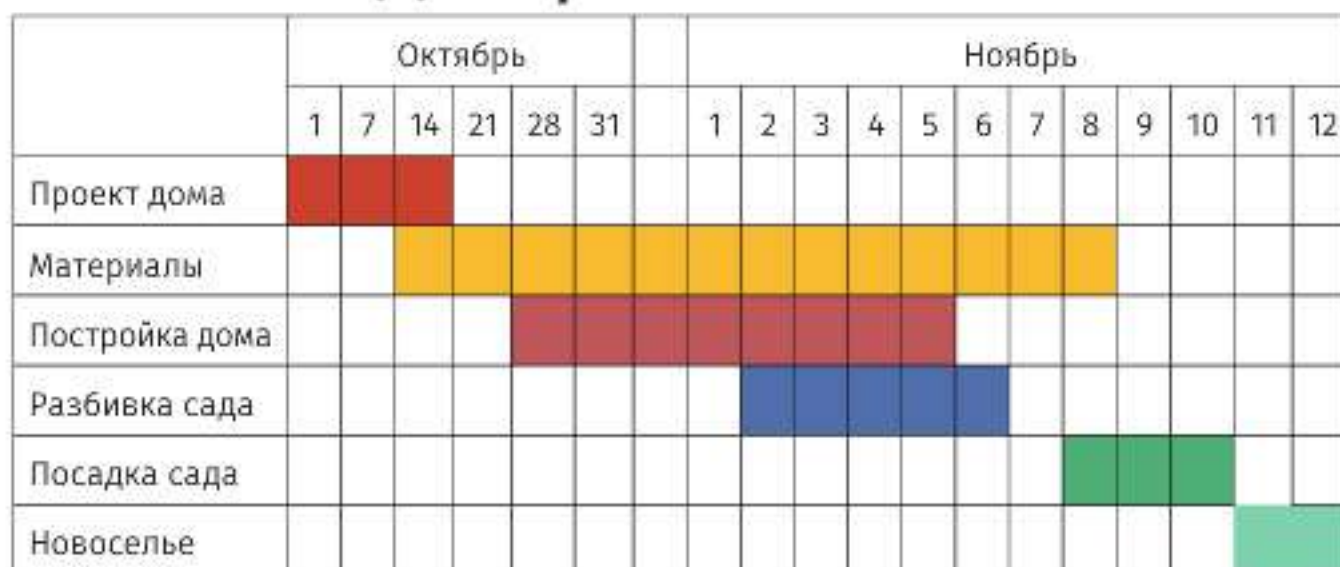


Рис. 1. Диаграмма Ганта

Задание 3

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

Принцип 4. Расставляйте приоритеты

Своевременно и чётко определить главную цель — это необходимо и правильно. Но главная задача — это двигаться к достижению данной цели, последовательно выполняя текущие задачи разной степени трудности.

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

Для расстановки приоритетов в ежедневном планировании подойдёт простой способ, который называется «Способ АБВГД».

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

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

Специалист по практическому тайм-менеджменту Брайан Трейси советует решать данный вопрос жёстко и однозначно. Его метод называется «Съесть лягушку на завтрак»¹. «Лягушка» — это самое сложное и неприятное дело текущего дня. Вы постоянно переносите его на «послеобед», на вечер, а то и на завтра.

Но суть в том, что тем самым создаётся постоянное эмоциональное напряжение, которое мешает вам продуктивно выполнять все остальные дела. Трейси говорит, что начинать день следует с самого трудного, тогда все остальные дела будут выполняться практически сами собой.

Логическим продолжением метода Брайна Трейси здесь является закон или принцип Парето².

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

Принцип 5. Фокусируйтесь на главном

Умение фокусироваться на главном, не отвлекаясь на постороннее, — важнейший практический навык, овладев которым, вы решите самые приоритетные задачи продуктивного тайм-менеджмента.

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

Чтобы второстепенные дела не сказывались на вашей личной результативности, необходимо овладеть конкретными техниками управления времени.

Одна из самых действенных техник высвобождения времени — делегирование. Точнее будет сказать, делегирование — это составляющая классического менеджмента.

Делегирование — это способ поручить часть наших дел другим людям.

Самые элементарные примеры: свою машину можно помыть не самостоятельно, а отдать в автомойку, или ещё: потёкший кран в ванной можно починить са-

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

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

мостоятельно или вызвать профессионального сантехника.

Любые задачи, которые целесообразнее (с точки зрения финансов и затрат времени) предоставить другим, нужно предоставлять другим.

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

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

Не подумайте, что отказывать нужно всем без разбора. Умение сказать «нет» относится в первую очередь к тем людям и делам, которые лишают вас ваших энергетических и временных ресурсов, не давая ничего взамен.

Говорите «нет» болтливой соседке, чтению бульварной прессы, интернет-серфингу по соцсетям и развлекательным ресурсам, просмотру ТВ. Помните, что даже небольшой незапланированный перерыв, когда кто-то или что-то вас отвлекло от дела, может стать причиной срыва планов.

Принцип 6. Контролируйте время

Рассчитывайте и ограничивайте время для работы и отдыха. Ставьте дедлайны. Планируйте окончание каждой задачи: дело А будет завершено к восьми вечера четверга, дело Б — к трём дня пятницы и так далее. Чёткие рамки не дадут затягивать работу.

Оставляйте запас времени. Если по расчётам на выполнение задачи А нужно три часа, заложите четыре. Запас времени избавит от стресса и пригодится в случае форс-мажоров.

Заканчивайте задачу раньше срока. Если вы намерены решить задачу к сроку, у вас два исхода: либо успеете точно в срок, либо опоздаете. Старайтесь завершить дело раньше запланированного — тогда проект будет готов досрочно или вовремя.

Используйте метод «Помидор». Этот метод был назван в честь кухонного таймера в виде помидора.

Запланируйте задачу. Поставьте таймер на 25 минут. Работайте, не прерываясь и не отвлекаясь, до звонка. После раунда сделайте перерыв в 3-5 минут. После каждого четвёртого раунда отдохните 15-30 минут. Запишите, что отвлекло или мешало. Это ваши «пожиратели времени».



Принцип 7. Анализируйте свой опыт и создавайте свои правила тайм-менеджмента

Периодически стоит оглядываться назад и делать прагматичные выводы из своего опыта управления временем. Изучайте свои ошибки и обязательно принимайте меры по их исправлению.

Обязательно анализируйте ситуации, в которых вы особенно интенсивно теряли личные ресурсы. Всегда следует оставаться осознанными и со стороны смотреть, что именно происходит с вашей жизнью — в каком направлении и с какой скоростью она движется.

Если вы почувствовали, что утратили контроль и слишком углубились в решение задачи, не думая о затратах времени, самое время остановиться, сделать перерыв и попытаться оптимизировать собственные действия.

Задание 4

Проанализируйте, эффективно ли вы распределяли время в течение третьей четверти курса «Основы предпринимательства и бизнеса»? Какие ошибки вы допустили? Как вы можете их исправить в четвёртой четверти?

Принцип 8. Планируйте отдых

В погоне за успехом и личной результативностью никогда не пренебрегайте отдыхом, более того — планируйте отдых, так же как и ваши задачи! Для управления временем полноценный отдых — важнейший элемент успеха.

Известный российский бизнес-тренер и оратор Радислав Гандапас, как он рассказывал на одном из своих тренингов, планирует в своём рабочем расписании дни на посещение гольф-клуба. Это важное хобби в его жизни. Эти дни он выделяет красным как мероприятия высшей степени важности, которые не подлежат переносу. В противном случае, говорит Радислав, ему не удаётся поиграть в гольф в принципе, так как всегда находятся дела поважнее.

Нельзя экономить на сне, собственных выходных и общении с близкими — это такие же важные факторы эффективного тайм-менеджмента, как планирование и постановка целей.

На этом третья четверть курса «Основы предпринимательства и бизнеса» окончена! Поздравляем вас с началом каникул! Не забудьте хорошо распланировать свой отдых!

РАЗДЕЛ 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ



Раздел «Стратегия развития» обращает внимание на прогнозы развития рынка. Прививает навыки целеполагания, знакомство с масштабированием бизнеса, международным бизнесом, личной стратегией. Формирует собственное видение стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки. Данный раздел познакомит с комплексом мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей и предпринимателей.



Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка

- Понимать сущность масштабирования бизнеса.
- Анализировать прогнозы развития рынка.

В 1-й и 2-й четвертях вы учились строить собственный бизнес; 3-я четверть была посвящена личной эффективности. В этой четверти мы посмотрим, как сделать более эффективным ваш бизнес.

- Представим, что у вас уже есть действующий бизнес: операционная деятельность отлажена, появились постоянные клиенты, все работники знают свои обязанности, ваши расходы и доходы стабильны. В этот момент владелец бизнеса задаёт себе вопрос: «А что же дальше? Как ещё я могу развиваться?»

Очевидно, что не все бизнесмены задумываются о масштабировании. Кому-то нравится заниматься и маленьким бизнесом — например, самостоятельно печь хлеб в своей пекарне. Но есть бизнесмены, которым интересно развивать своё дело, чтобы постепенно выходить за пределы своего села в город, затем в область, страну и, может быть, всё СНГ или даже мир.

ЧТО ТАКОЕ МАСШТАБИРОВАНИЕ БИЗНЕСА И ЗАЧЕМ ОНО НУЖНО

Под термином «масштабирование» понимают расширение предприятия. Есть два основных варианта: или вы расширяете уже имеющуюся единицу бизнеса, или создаёте новые по тому же принципу.

К примеру, вы приобрели небольшой продуктовый магазин. Когда он начал приносить прибыль, стоит задуматься о том, чтобы увеличить площадь этой торговой точки. Другой вариант — открыть ещё одну.

Важно понимать, что расширению подвергается система, но не люди. То есть бизнес в виде кондитерской, где владелец сам готовит выпечку по авторским рецептам, расширить невозможно. А вот если речь идёт, например, о туристическом агентстве, в котором руководитель занимается лишь организационными вопросами и управлением, то масштабирование будет вполне уместным. Владелец может создать целую сеть агентств, работающих по единой схеме и под одним брендом, и тем самым существенно увеличить свой доход.

В этом и заключается смысл масштабирования: поскольку капитализация сети выше, чем отдельно взятого офиса или точки продаж, расширение делает бизнес более прибыльным.

КАК ПОНЯТЬ, ЧТО БИЗНЕСУ ТРЕБУЕТСЯ МАСШТАБИРОВАНИЕ

Стоит задуматься о масштабировании, если вы замечаете стабильное увеличение количества клиентов. Если у вас собственная школа английского языка, в которой учатся примерно 50 студентов в месяц, и вы замечаете, что каждый месяц у вас становится на 5-10 учеников больше, можно подумать о том, чтобы открыть аналогичные школы в вашем городе, а может быть, и в других городах Казахстана.

Если в такой ситуации не расширить бизнес, то в скором времени вы столкнётесь с рядом проблем:

- Недостаток запасов. Продукцию будут покупать быстрее, чем она производится или доставляется, из-за чего сформируется ситуация дефицита.
- Нехватка сотрудников. Поскольку количество заказов возрастает, постепенно будут возникать сложности с их приёмом и оформлением, обусловленные занятостью специалистов. К тому же постоянная работа в режиме многозадачности может спровоцировать возникновение ошибок.
- Задержка доставки. Нередки ситуации, когда существующая инфраструктура не выдерживает увеличенного потока грузов. Следствие этой проблемы — длительное ожидание доставки и недовольство покупателей.

ВАРИАНТЫ МАСШТАБИРОВАНИЯ БИЗНЕСА

Если вы решаете масштабировать бизнес, вы должны выбрать одну из моделей масштабирования — горизонтальную или вертикальную. Представим, что у вас есть свой завод. При горизонтальном расширении вы бы смотрели на сам завод — расширяли ассортимент продукции, приобретали новые станки, нанимали новых работников и т. д. При вертикальном расширении вы бы смотрели на всё то, что приходит на ваш завод извне или выходит из него. Например, обнаружив, что закуп алюминия для производства алюминиевых заготовок является слишком затратным, вы решили бы купить собственный завод и производить алюминий самостоятельно.

Горизонтальное масштабирование предполагает увеличение количества. Например:

- открытие филиалов. Если у вас школа английского языка, то при таком масштабировании вы будете просто открывать аналогичные школы под тем же брендом в других районах города или других городах Казахстана. Схему масштабирования бизнеса за счёт открытия филиалов использует множество казахстанских бизнесов. Так, сеть кофеен «Мадлен» работает в четырёх городах — Алматы, Нур-Султане, Таразе и Шымкенте. Всего в сети 17 заведений;

Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка

- увеличение ассортимента. В таком случае вы будете увеличивать количество вариантов продукта, который вы предлагаете своим клиентам. Если в вашей школе есть курсы «Разговорный английский» и «Бизнес-английский», примером такого расширения будет открытие курса «Английский для детей»;
- поиск новых партнёров. Если раньше вы преподавали только в стенах собственной школы, теперь вы можете расширить сеть партнёров и, например, договориться с крупными компаниями о том, что вы будете проводить занятия по английскому языку для их сотрудников в офисе компании;
- развитие франшизы. В данном случае вы будете продавать саму модель работы своей школы английского языка (франшизу) другим владельцам (франчайзи). Затем они будут сами открывать школы под вашим брендом в разных городах страны, пользуясь готовой схемой, которую вы разработали: как искать помещение для школы и каким оно должно быть, как искать учителей, какую методику преподавания использовать, как оформлять помещение, по каким учебникам заниматься и т. д. За возможность пользоваться вашим именем и наработками франчайзи будет платить вам роялти — плату за использование бизнес-модели, которая производится разово или регулярно (раз в месяц, квартал или год). По сути, это финансовое вознаграждение за право пользоваться плодами вашего интеллектуального труда и тем имиджем, который уже успела наработать ваша школа.

Вертикальное масштабирование предполагает совершенствование самой модели бизнеса. Например:

- улучшение самого продукта. Допустим, у вас несколько коров, и вы продаёте молоко соседям. Если раньше вы продавали молоко на розлив, просто обходя соседей с тележкой, вы можете закупить тару и продавать молоко в упаковке не только соседям, но и сдавать его в магазины вашего района;
- улучшение уровня сервиса. Если у вас своё кафе, где вы продаёте манты, вы можете ввести доставку мانت. Теперь ваши клиенты смогут не только есть манты в вашем кафе, но и заказывать их на обед или ужин домой или в офис;
- увеличение среднего чека. Существует несколько вариантов увеличения среднего чека, и повышение цен на продукт — не единственный из них. Если у вас свой книжный магазин, вы можете начать продавать закладки или обложки для книг, можете объявить о снижении цены на 20 % на каждую вторую книгу, можете предлагать небольшую дополнительную плату за праздничную упаковку книги в подарок, увидев, какую книгу выбрал клиент, предложить ему посмотреть книги схожей тематики и т. д.
- обучение персонала. Чем более компетентный и дружелюбно настроенный у вас персонал, тем вероятнее, что клиент будет выбирать вас снова и снова. Предположим, у вас свой магазин косметики. Обычная продавщица будет отпускать товар, брать деньги, давать сдачу. Продавец-консультант сможет

рассказать, какая именно косметика подойдёт для типа кожи конкретной покупательницы, проконсультирует, как та или иная косметика изменит её внешний вид, сможет составить комплекты для комплексного ухода и т. д.

Таблица 1. Способы горизонтального и вертикального масштабирования бизнеса

| Горизонтальное масштабирование | Вертикальное масштабирование |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - открытие филиалов - увеличение ассортимента - поиск новых партнёров - развитие франшизы | <ul style="list-style-type: none"> - улучшение продукта - улучшение уровня сервиса - увеличение среднего чека - обучение персонала |

Какой бы вариант масштабирования вы ни выбрали, его суть сводится к тому, что вы увеличиваете либо количество клиентов, либо сумму чека у имеющихся клиентов. В любом случае происходит увеличение вашей прибыли.

Задание 1

Вспомните стартап-проекты, над которыми вы работали в 1-й и 2-й четвертях. Предположите, как бы вы могли увеличить прибыль вашего бизнеса с помощью:

- 1) горизонтального масштабирования: а) открытия филиалов; б) увеличения ассортимента; в) поиска новых партнёров; г) развития франшизы;
- 2) вертикального масштабирования: а) улучшения продукта; б) улучшения уровня сервиса; в) увеличения среднего чека; г) обучения персонала.

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Для масштабирования бизнеса необходимо чётко понимать, в каком состоянии находится рынок и в каком направлении идёт его развитие. Текущим состоянием рынка определяется максимальная прибыль, которую может извлечь предприниматель, и возможные пути её получения. Поэтому важно фиксировать результаты, достигнутые ранее, и наблюдать за тенденциями, чтобы иметь фактический материал для того, чтобы выработать прогноз развития рынка.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОГНОЗА РАЗВИТИЯ РЫНКА

Ключевая цель любых мероприятий по анализу рынка — выявление закономерностей его развития в будущем. Отрасли бизнеса, которые специализируются на производстве товаров или торговле ими, интересуются в первую очередь

Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка

потребностями людей, определяющими динамику покупательского спроса. Кроме того, компаниям необходимо как можно более трезво оценивать собственные возможности, чтобы находить способы завоевания конкурентных преимуществ, оптимально использовать ресурсы, намечать пути своего дальнейшего развития и целесообразность инвестиций.

Для построения прогноза следует учитывать ряд объективных факторов, прежде всего:

- производственные: планы, нормы и текущие задачи;
- рыночные: ожидаемый товарооборот, цены, показатели прибыльности и рентабельности, объём, структуру и динамику товарного предложения;
- планируемые инвестиции, расширение производства и торговых сетей;
- социально-демографические: ожидаемую структуру, численность, состав покупателей, их миграции и потребности (материальные, информационные и любые другие).

КАК СОБРАТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ЧТОБЫ СОСТАВИТЬ ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Ситуация на рынке формируется под воздействием различных факторов, в первую очередь социальных, экономических, политических, технических, научных и информационных. Проводя анализ того или иного рынка, исследователь должен определить, насколько значим каждый из них и какова специфика их влияния на развитие рынка, и разработать прогноз.

Предприниматель может и самостоятельно предугадывать дальнейшее развитие рынка, общаясь с покупателями. Именно поэтому так важно лично взаимодействовать с клиентами — чтобы своевременно определить тенденции изменения рынка. Если у вас своя кофейня, но ваши посетители регулярно спрашивают, нет ли у вас в меню чая, вы можете догадаться, что эта позиция будет пользоваться популярностью и ввести её в меню.

Конъюнктурой рынка называется фактическое соотношение между предложением и спросом на тот или иной вид товаров и уровень цен на него.

Исследование рыночной конъюнктуры призвано найти ответы на вопросы:



- какова степень влияния на состояние рынка тех или иных производителей;
- каким может быть развитие данного рынка в скором и отдалённом будущем (прогнозы и предположения);
- как наиболее полно удовлетворить потребности и запросы покупателей;
- есть ли способы оптимизировать производственные мощности компаний и использовать их более разумно и т. д.

МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РЫНКА

Существуют разные методы построения прогнозов развития рынка.

Экстраполяция — самый популярный и простой способ создания прогнозов рыночных процессов, лучше всего подходит для построения краткосрочного прогнозирования. Он заключается в распространении трендов, актуальных в настоящий момент, на ближайший отрезок будущего.

Например, сейчас среди городской молодёжи популярна одежда в стиле оверсайз (одного большого размера). Поэтому можно предположить, что магазины, торгующие подобной одеждой, будут популярны в течение, как минимум, ближайшего года.

Аналоговая модель построения прогноза развития рынка довольно проста и очевидна: выбираем рынки, существующие в условиях, сходных с нашими, отслеживаем их состояние и создаём прогноз их развития. Эти рынки могут различаться по географическим, демографическим, социальным, структурным признакам, но исходные условия должны совпадать с условиями анализируемого бизнеса.

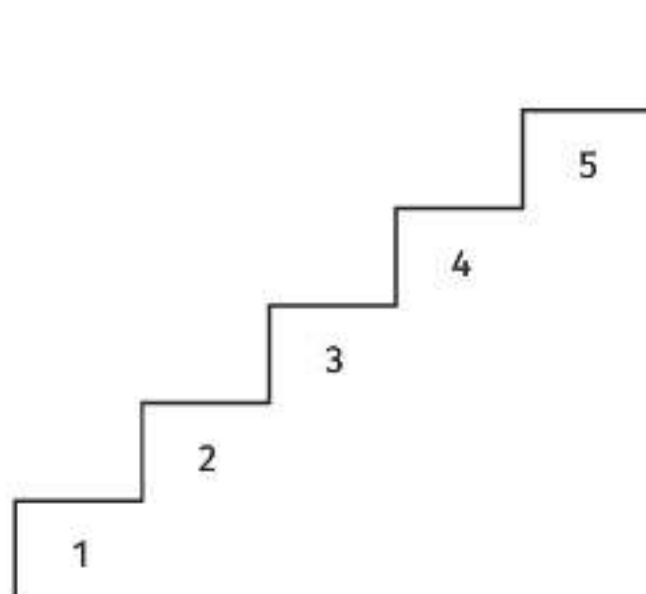
Например, на Западе в последнее время становится всё более популярной экологичная культура потребления. Можно предположить, что скоро эти тенденции будут иметь аналогичное значение и в городах Казахстана, и начать предлагать пользователям экологичную упаковку, возможность сдать тару после пользования продуктом, более натуральные ингредиенты и т. д.

Имитационная модель построения рыночных прогнозов основывается на точном измерении соотношений параметров рынка и нахождении взаимосвязей между ними и внешними факторами, определяющими динамику спроса и предложения.

Например, можно посчитать, сколько в вашем районе сейчас детей дошкольного возраста. Через год-два они станут школьниками, и их родители будут обеспокоены их подготовкой к школе. Затем можно посмотреть, сколько подобных организаций уже работают в вашем районе. Если окажется, что они не в состоянии покрыть запросы всех родителей, можно задуматься об открытии центра подготовки к школе в вашем районе.

Задание 2

Продолжите лесенку, нарисованную ниже, дополнив её следующими пятью ступенями. Как вы поняли, что следующие ступени будут расположены именно так, а не по-другому? Какую модель прогнозирования вы использовали?



Задание 3

Вспомните стартап-проекты, над которыми вы работали в 1-й и 2-й четвертях. Спрогнозируйте развитие рынка вашего стартапа на основе:

- 1) экстраполяции;
- 2) аналоговой модели;
- 3) имитационной модели.



Урок 54. Способы и виды развития бизнеса

- Понимать сущность базовых стратегий развития.
- Понимать сущность экономического роста, ВВП, ВНП.
- Различать интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса.

На прошлом уроке мы разобрали основные способы масштабирования бизнеса. Сегодня мы поговорим о стратегиях развития бизнеса.

Каждый раз, когда речь идёт о развитии бизнеса, на самом деле речь идёт о развитии одного из пяти элементов бизнеса: продукта — что именно вы предлагаете своим клиентам; рынка — на каком рынке вы предлагаете свой продукт; положении вашей компании на рынке — какую часть рынка вы занимаете, как вас воспринимают потребители относительно ваших конкурентов; или технологии — как именно вы производите или продаёте свой продукт.

Все существующие стратегии развития бизнеса работают с одним из указанных элементов. Вы можете изменить сам продукт, который вы производите; можете решить, что вы продаёте свой продукт не на том рынке и не для той аудитории и изменить их; можете поработать над своим положением на этом рынке, чтобы создать себе другой, более выгодный, имидж; или изменить технологию производства своих товаров или услуг. При этом стратегии развития рынка можно будет разделить на четыре группы, с которыми мы сегодня познакомимся подробнее:

1. концентрированного роста;
2. интегрированного роста;
3. диверсифицированного роста;
4. сокращения.

На прошлом уроке вы разбирали горизонтальное и вертикальное расширение бизнеса. На этом уроке мы рассмотрим конкретные стратегии развития на основании этих моделей расширения.

СТРАТЕГИИ КОНЦЕНТРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегии концентрированного роста подразумевают расширение компании при помощи добавления новых структур. Компания может расширяться или с помощью приобретения собственности, или расширяться изнутри.

Урок 54. Способы и виды развития бизнеса

Для этого вы можете **усиливать позиции на рынке**. То есть использовать все маркетинговые стратегии, которые вы изучали в первой четверти, чтобы повысить лояльность ваших клиентов и приобрести новых.

Допустим, у вас свой магазин спортивных товаров. У вас множество конкурентов, и сейчас вы — лишь один из них. Вам нужно добиться того, чтобы название вашего магазина всплывало в умах людей в первую очередь, когда они думают о том, где бы им купить новый велосипед. Для этого вы можете использовать множество различных механизмов: улучшить свой веб-сайт, нанять SMM-специалиста для ведения социальных сетей, предложить значимую скидку на ваш товар известным блогерам взамен на материалы о вашем магазине в их аккаунтах, запустить рекламу и т. д.

Вы также можете поискать **новые рынки**, на которых вы сможете развиваться. Если раньше ваш магазин был ориентирован на взрослых людей, вы можете начать продавать товары для детского спорта.

Третьим вариантом станет выход **нового продукта на старый рынок**. Допустим, вы можете открыть при вашем магазине ремонтную мастерскую, чтобы ваши клиенты, которые и так покупают у вас велосипеды, теперь ещё приходили к вам, чтобы их чинить.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегии интегрированного роста реализуются, когда компания уже не может развиваться с существующим продуктом на этом рынке, то есть фирма уже достигла предела на рынке с продуктом.

В этом случае вы можете создать **дополнительные структуры** в своей компании, чтобы избавиться от необходимости пользоваться услугами поставщиков. Например, собственный завод по производству различных мячей. Таким образом, вы сможете сократить издержки на закупку готовых мячей у производителей, а кроме того, сможете продавать мячи своего производства другим спортивным магазинам.

Вы также можете начать **контролировать структуры, которые стоят между вами и конечным потребителем**. Если вы производите молоко и сдаёте его в магазины вашего района, вы можете открыть свои магазины фермерской продукции и реализовывать там свой товар самостоятельно без помощи посредников.



СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОГО РОСТА

Стратегии диверсифицированного роста используются, если в экономике происходят значительные изменения, или если компании хотят повысить свою эффективность за счёт изменения самой технологии производства.

Тогда компании могут начать производить **новый продукт, для которого им потребуются новые технологии**. Например, раньше вы просто сдавали велосипеды в прокат в нескольких точках вашего города. Теперь же вы решили установить автоматизированные точки проката велосипедов в разных местах города, чтобы вашим клиентам не нужно было каждый раз приезжать в ваш офис, чтобы взять или сдать велосипед. Тогда вам понадобится разработать систему автоматизированного проката.

Если вам удастся разработать подобную автоматизированную систему, вы сможете продавать не только услугу проката велосипедов, но и автоматизированные системы работы с клиентами. Так, у вас появится новый рынок, на котором сможет работать ваш бизнес.

СТРАТЕГИИ СОКРАЩЕНИЯ

Стратегии сокращения, наоборот, подразумевают **сокращения активов компании**, если она понимает, что налаживать работу слишком многих подразделений менее выгодно, чем сфокусироваться на одной более прибыльной деятельности.

Если у вас собственное производство мебели и при этом свой собственный мебельный салон, но, смотря на месячные показатели, вы понимаете, что заказы через Интернет составляют 80 % ваших доходов, в то время как на содержание салона приходится 50 % ваших расходов, выгоднее будет закрыть салон и сфокусироваться на развитии продаж через Интернет.

И, наконец, вы можете **сократить свои издержки**. Если вы проанализируете работу сотрудников и поймёте, что загрузка вашего колл-центра такова, что каждый из двух работников отвечает на звонки только 3 часа в день, станет понятно, что вы можете оставить только одного сотрудника, подняв ему зарплату в полтора раза. Это будет выгоднее, чем держать двух работников за полную зарплату.

Таблица 1. Стратегии развития бизнеса

| Концентрированный рост | Интегрированный рост | Диверсифицированный рост | Сокращение |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - усиление позиций на рынке; - поиск новых рынков; - вывод нового продукта на старый рынок. | <ul style="list-style-type: none"> - создание дополнительных структур в компании, чтобы избавиться от поставщиков; - контроль структур, которые стоят между вами и потребителем. | <ul style="list-style-type: none"> - разработка новых технологий. | <ul style="list-style-type: none"> - сокращение активов компании; - сокращение издержек. |

Стратегии роста напоминают лестницу, где ступеньки поменьше представляют собой меньший риск, но и меньшее развитие. Начинающие предприниматели должны преодолеть самые нижние ступеньки, чтобы постепенно переходить на новые уровни развития.

Для начала предприниматель пытается продать больше своего продукта на существующем рынке, рассказывая о нём в социальных сетях, рекламируя его через Интернет и т. д. Затем, когда существующий рынок освоен, он переходит на новую ступеньку — начинает продавать свой продукт на похожих рынках в других городах, а затем и странах. Потом начинается поиск новых каналов продаж. Если раньше вы продавали свой продукт через Интернет, то теперь вы начинаете обращаться напрямую к крупным компаниям, участвовать в тендерах и т. д. В процессе вы замечаете, что вам следует создавать новые продукты для новых клиентов. Например, вы продаёте санки. Но в этом году снега не было и не прогнозируется. Вам нужно придумать что-то новое, предложить что-то актуальное для ваших клиентов. Так, вы начинаете производить самокаты. Такую стратегию использовал Apple, когда представил на рынке iPod. Кроме того, они продавались независимо от компьютеров Apple.

Если вы решаете использовать стратегию интенсивного роста, то вам нужно сначала выбирать какую-то одну ступеньку. И постепенно вы можете внедрять новые технологии продвижения и расширения. Помните, что каждый шаг приносит риск. Иногда у вас не остаётся другого выхода, кроме как рисковать с новой силой.

КАК НАЧАТЬ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Чтобы понять, как именно вашей компании стоит развиваться, вы должны ответить на те же вопросы, которые вы задавали себе при построении канвы бизнес-модели:

1. Что отличает вас от конкурентов? Почему клиенты приходят к вам за товаром или услугой? Что в вашем предложении вызывает доверие? — вспомните УТП, о котором мы говорили в рамках стартап-акселератора.

2. Кто ваш идеальный клиент? Вы пришли на рынок, чтобы предложить решение вопроса для определённой категории людей. Кто они? Эта аудитория — ваши



идеальные клиенты? Если нет, то каких клиентов вы хотите видеть? Определите, на кого направлено ваше предложение и отталкивайтесь в своей стратегии от этих знаний.

3. Какие основные показатели влияют на ваш бизнес? Изменения должны быть измеримыми. Если вы не можете измерить эти изменения, то не поймёте, что приносит пользу, а от чего лучше отказаться. Определите, какие основные показатели влияют на рост вашего бизнеса, а затем направьте время и ресурсы на эти области.

4. Каковы ваши источники дохода? Откуда вы получаете прибыль? Какие потоки можете добавить, чтобы сделать бизнес более прибыльным?

5. Кто ваши конкуренты? Посмотрите на компании, которые делают похожие вещи. Как они сформировали свою стратегию роста? Спросите себя, почему ваши конкуренты выбрали эту стратегию? Можете ли вы применить это у себя?

6. В чём ваши сильные стороны? Сосредоточьтесь на своих сильных сторонах. Не пытайтесь бороться со слабыми.

7. Как вы можете помочь вашим сотрудникам улучшить их знания и навыки? Ваши сотрудники непосредственно общаются с клиентами. Вам нужно нанимать людей, которых вдохновляют и мотивируют ценности вашей компании.

Задание 1

Вспомните канву бизнес-модели вашего стартапа, которую вы составили в 1-й и 2-й четвертях. Отталкиваясь от неё, выберите стратегию развития для вашей компании и обоснуйте своё решение.

Задание 2

Подумайте, какие могут возникнуть сложности при масштабировании бизнеса. Аргументируйте свой ответ.



Урок 55. Способы и виды развития бизнеса

- Понимать сущность базовых стратегий развития.
- Понимать сущность экономического роста, ВВП, ВНП.
- Различать интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса.

Когда мы говорим про развитие компании, оно происходит на фоне развития всей экономики государства. Невозможно думать о развитии бизнеса, если в стране экономический или политический кризис. На бизнес напрямую влияет рост рынка, на котором он функционирует. Если в стране наблюдается рост экономики, растёт покупательская способность населения: люди чувствуют себя в безопасности, у них появляются дополнительные средства, которые они готовы тратить на приобретение различных товаров или услуг, помимо товаров первой необходимости. Экономика Казахстана сейчас развивается, поэтому в нашей стране созданы все условия для развития бизнеса.

Поскольку мы сказали, что развитие бизнеса напрямую связано с развитием экономики, давайте разберём более подробно, что такое экономический рост, и по каким показателям можно судить об экономическом росте страны.

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И ЕГО ИЗМЕРЕНИЕ

Экономический рост — это опережающий рост национального продукта по сравнению с ростом населения.

Достигается экономический рост двумя основными способами: во-первых, за счёт увеличения производственных возможностей; во-вторых, за счёт наиболее эффективного использования имеющихся производственных возможностей.

Рассматривая экономический рост с точки зрения интересов всего общества, можно выделить две его основные цели: повышение материального благосостояния населения и поддержание национальной безопасности.

На макроэкономическом уровне ведущими показателями динамики экономического роста являются:

1. Рост объема ВВП, ВНП или валового национального дохода:

Валовой внутренний продукт (англ. Gross Domestic Product), общепринятое сокращение — ВВП (англ. GDP) — макроэкономический показатель, отражающий рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть

предназначенных для непосредственного употребления, использования или применения), произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления.

В отличие от ВВП, отражающего совокупную стоимость всех конечных товаров и услуг, созданных на территории страны, **валовой национальный продукт (ВНП)** отражает совокупную стоимость благ, созданных только её резидентами, вне зависимости от их географического положения.

Валовой национальный доход (ВНД) — это совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведённых в течение года на территории государства (то есть ВВП), плюс доходы, полученные гражданами страны из-за рубежа, минус доходы, вывезенные из страны иностранцами.

2. Темпы роста ВВП, ВНП или национального дохода в расчёте на душу населения.

3. Темпы прироста промышленного производства в целом, по основным отраслям и на душу населения.

Для измерения экономического роста, особенно при сопоставлении на международном уровне, широко используется темп прироста на душу населения. Этот показатель обычно используется для характеристики уровня жизни и динамики благосостояния населения страны. Если общий ВНП даёт представление о размерах и состоянии экономики страны, то ВНП на душу населения позволяет судить о его жизненном уровне и об уровне развития экономики. При одинаковом объёме реального национального продукта его величина, приходящаяся на душу населения, будет зависеть от численности населения данной страны. Повышение среднего уровня жизни вызывает лишь такое увеличение объёма производства (ВНП), которое превышает рост населения.

Существует большое количество явлений, отражающих различные качественные аспекты экономического развития — продолжительность жизни, уровень образования, дифференциация доходов, скорость распространения инноваций, уровень энергоёмкости экономики, экологические характеристики, отраслевая структура экономики и др.

Задание 1

Марк Твен однажды сказал: «Есть три вида лжи: ложь, наглая ложь и статистика».

1) Объясните смысл высказывания Марка Твена.

2) Разделитесь на группы по 5 человек, обсудите, какие проблемы могут возникнуть при расчёте ВВП.

Для всесторонней характеристики уровня развития экономики государства используют термин «экономическое развитие». Наиболее удобным является определение развития экономики как процесса накопления и реализации её потенциала.

В экономическом росте заинтересовано не только общество в целом, но и каждый из его основных экономических субъектов в отдельности: как предприниматели, так и домохозяйства. Этот вывод становится очевидным при позитивном подходе к вопросу о целях экономического роста.

Позитивный подход предполагает анализ мотивов поведения предпринимателей и домохозяйств. Основным побудительным мотивом деятельности предпринимателей является получение прибыли. Экономический рост связан с расширением спроса на продукцию фирм. Он даёт возможность фирмам получать экономическую прибыль в долгосрочной перспективе. Для достижения этой цели предприниматели осуществляют инвестиционные расходы, внедряют в производство более прогрессивные технологии, совершенствуют методы управления производством и формы его организации. Домашние хозяйства стремятся к повышению своего благосостояния. Ради достижения своих интересов они, во-первых, осуществляют сбережение части получаемого дохода, во-вторых, инвестируют часть дохода в повышение качества находящихся в их распоряжении факторов производства.

С одной стороны, экономический рост ведёт к увеличению материальных благ, расширяет перспективы инвестиционного и потребительского характера, даёт возможность преодолеть ресурсные ограничения, а, следовательно, раздвигает рамки национального производства. В определённом смысле показатель экономического роста, т. е. темп роста реального объёма производства, рассматривается как показатель экономического благосостояния страны.

С другой стороны, отрицательные стороны экономического роста также следует учитывать: загрязнение окружающей среды, промышленный шум и выбросы, транспортные заторы.

Но, несмотря на то, что существуют аргументы против роста, в целом это положительное явление, которое позволяет обществу более полно реализовать поставленные цели, осуществлять новые широкомасштабные программы.

ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Принято различать экстенсивный и интенсивный тип экономического роста.

При экстенсивном способе увеличение продукта происходит за счёт количественного увеличения факторов производства: вовлечение в производство дополнительных ресурсов труда, капитала (средств производства), земли. При этом технологическая база производства остаётся неизменной.

Например, у вас своя пекарня. Не меняя техники, вы нанимаете больше рабочих, которые начинают выпекать больше хлеба. Ваши продажи и прибыль растут. При этом каждый рабочий как выпекал, например, 100 булок хлеба в день, так и выпекает. Просто количество рабочих увеличилось, а значит, увеличилось и количество выпускаемой продукции.

При экстенсивном типе количественное увеличение выпуска продукции не сопровождается технико-экономическим прогрессом. Но технический прогресс является важным двигателем экономического роста. Он включает в себя не только совершенно новые методы производства, но также и новые формы управления и организации производства. Вообще говоря, под техническим прогрессом подразумевается открытие новых знаний, позволяющих по-новому комбинировать данные ресурсы с целью увеличения конечного выпуска продукции.

На практике технический прогресс и капиталовложения тесно взаимосвязаны: технический прогресс часто влечёт за собой инвестиции в новые машины и оборудование.

Экстенсивный тип экономического роста позволяет быстро осваивать природные ресурсы. Но вследствие того, что использование этих ресурсов при экстенсивном типе идёт нерационально, происходит быстрое истощение рудников, пахотного слоя земли, полезных ископаемых.

При интенсивном типе развития главное — повышение производственной эффективности, рост отдачи от использования всех факторов производства, хотя количество применяемого труда, капитала и др. может оставаться неизменным. Главное здесь — совершенствование технологии производства, повышение качества основных факторов производства.

Так, если бы вы развивали свою пекарню интенсивным способом развития, то не стали бы нанимать новых рабочих, а купили новое оборудование, позволяющее выпекать хлеб быстрее или в больших количествах за раз. То есть каждый ваш пекарь стал бы выпекать не 100 булок ежедневно, а, например, 150. Что также привело бы к увеличению количества товара и прибыли.

Важнейший фактор интенсивного экономического роста — повышение производительности труда. Этот показатель можно представить в виде дроби:

$$ПТ = П / Т,$$

где:

ПТ — производительность труда,

П — созданный продукт в натуральном или денежном выражении,

Т — затраты единицы труда (например, человеко-час).

Интенсивный тип экономического роста характеризуется увеличением масштабов выпуска продукции, которое основывается на широком использовании более эффективных и совершенных факторов производства. Рост масштабов производства, как правило, обеспечивается за счёт применения более совершенной техники, передовых технологий, достижений науки, более экономических ресурсов, повышения квалификации работников.

Мировая экономическая история не знает интенсивного или экстенсивного типа экономического роста в чистом виде.

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Выделяют три основных вида интенсификации экономического роста.

Трудосберегающая интенсификация — новая техника вытесняет из производства рабочую силу. То есть весь прирост производства достигается частично или полностью за счёт повышения производительности труда.

Например, автоматизировав процесс, владелец компании может отказаться от работы некоторых сотрудников. Теперь ему достаточно платить зарплату одному работнику, который контролирует машины.

Капитало- и материалосберегающая интенсификация осуществляется за счёт применения более совершенных машин и оборудования, более эффективного использования материалов, энергоносителей и т. д.

Например, применение более качественных и современных материалов может привести к тому, что продукция компании будет служить дольше. Стоимость товара можно будет поднять.

Всесторонняя интенсификация благодаря рациональному комплексному использованию экономических, трудовых и вещественных условий производства обеспечивает антизатратный экономический рост.

Например, компания VI Group, занимающая строительством, в том числе жилых домов, смогла увеличить время работы строителей зимой. Из-за того, что зимой темнеет раньше, рабочий день сокращается на несколько часов. Просто снабдив всех рабочих налобными фонариками, компания смогла продлить их рабочий день на несколько часов и сдавать объекты без задержек. Кажется, что несколько часов в день — это незначительный успех. Но в месяце 30 дней, то есть за месяц компания сократила расходы на 60 часов. Если вы посчитаете, сколько человек работает на строительном объекте, подумаете, сколько стоит час работы каждого сотрудника, и умножите получившуюся цифру на 60, вы поймёте, что рациональное использование ресурсов помогло сэкономить VI Group значительные средства.



Рис. 1. Поиск путей экономического роста

Задание 2

Разделитесь на группы по 5 человек. Попробуйте взглянуть на любой процесс в вашей школе (передвижение между кабинетами на переменах, очереди в столовой или гардеробе, парковочные места перед школой и т. д.) через призму интенсификации экономического роста. Подумайте, как бы вы могли улучшить состояние дел в школе. Выработайте рекомендации с описанием результатов, которые могут быть достигнуты.

Задание 3

Как мы уже сказали, существует два основных способа экономического роста: интенсивный и экстенсивный. При экстенсивном типе количество продукции увеличивается за счет количественного увеличения ресурсов. При этом технологическая база производства остается неизменной. При интенсивном росте количество ресурсов остается неизменным, но используются более совершенные технологии.

Один цех из пяти швей обеспечивает валовый оборот в 200 000 тнг/мес. при расходах в 150 000 тнг, его прибыль составляет 50 000 тнг. Вы решаете произвести масштабирование и добавляете 10 цехов по 5 швей в каждом. Ваш валовый оборот увеличится до 2 000 000 тнг, расходы — до 1 500 000 тнг, а доход составит 500 000 тнг.

Определите, какой тип экономического роста применён в данном случае (интенсивный или экстенсивный). Какие плюсы и минусы при данном типе масштабирования вы можете назвать? Покажите, как можно было бы провести масштабирование, используя второй тип.



Урок 56. Управление качеством

- Понимать сущность и состав управления качеством.
- Описывать принцип Кайдзен.

Мы с вами уже говорили про важность построения отношений с клиентами, в результате которых формируется лояльное отношение к бренду и компании. При этом немаловажным фактором формирования лояльности к компании является качество товаров и услуг. Мы все как потребители хотим покупать качественный товар.

Задание 1

Что для вас означает качество товара? Какими качествами должен обладать товар, чтобы вы могли назвать его качественным?

ПОНЯТИЕ КАЧЕСТВА

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество — комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности:

- разработка стратегии;
- организация производства;
- маркетинг и др.

Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции. Международная организация по стандартизации определяет качество (стандарт ИСО-8402) как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

У каждого из нас существует своё представление о качестве. Для кого-то это прочность и надёжность в использовании, для кого-то — эстетичный внешний вид, а для кого-то — это вежливый продавец, который сможет грамотно проинструктировать обо всех особенностях товара. Именно из-за разного подхода к понятию качества у разных людей и возникла необходимость выработки единого международного стандарта качества — ИСО серии 9000.

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Иными словами, стандарты ИСО — жёсткая ориентация на потребителя. Качество можно представить в виде пирамиды.

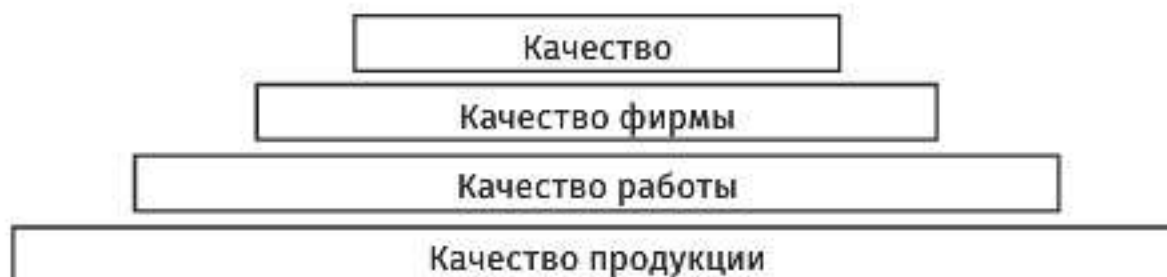


Рис. 1. Понятие качества

Всеобщий менеджмент качества пронизывает всю пирамиду насквозь — от качества менеджмента компании до качества работы её служащих на всех этапах производства и продажи продукции и до качества самой готовой продукции. Именно поэтому ответ на вопрос «Как же мне добиться качества моих товаров или услуг?» так прост: «Просто следите за качеством вашей работы на каждом этапе: от закупки сырья, работы с поставщиками, производства, до продажи, рекламы, послепродажного обслуживания и т. д.».

TQM (Total quality management) — всеобщий менеджмент качества, который предполагает непрерывное улучшение качества в различных сферах деятельности — производстве, закупках, сбыте, организации работы и пр.

Прежде всего, это работа, связанная с обеспечением высокого организационно-технического уровня производства, надлежащих условий труда. Качество работы включает обоснованность принимаемых управленческих решений, систему планирования. Особое значение имеет качество работы, непосредственно связанной с выпуском продукции (контроль качества технологических процессов, своевременное выявление брака). Качество продукции является составляющей и следствием качества работы. Здесь непосредственно оценивается качество годной продукции, мнение потребителя, анализируются рекламации.

Для правильного понимания проблем качества необходимо учитывать следующие положения:

- качество должно быть ориентировано на потребителя;
- обеспечение качества — не только техническая функция, реализуемая каким-то одним подразделением, а систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру предприятия или организации;
- вопросы качества актуальны не только в рамках производственного процесса, но и в сфере разработки продукции, маркетинга, послепродажного обслуживания и пр.;
- повышение качества продукции неразрывно связано с обновлением технологии;
- общее повышение качества достигается только с помощью экономически заинтересованного участия всех, кто задействован в создании продукции (услуги) и пр.

Для обеспечения конкурентоспособности продукция должна отвечать требованиям заказчика или запросам покупателей. Для того чтобы произвести ту или иную продукцию, выполнить работу, оказать услугу, необходимо осуществить целый ряд операций, подготовительных работ. Конечное качество зависит от качества работы на каждом этапе.

Формирование качества продукции начинается на стадии её проектирования. Так, в фазе исследования разрабатывают технические и экономические принципы, создают функциональные образцы (модели). После этого создают основу производственной документации и опытный образец. На стадии конструктивно-технологических работ подготавливают внедрение изделия в производство.

Качество работы, как уже отмечалось, непосредственно связано с обеспечением функционирования фирмы. Это — качество руководства и управления (планирование, анализ, контроль). От качества планирования (разработки стратегии, системы планов т. п.) зависит достижение поставленных целей и качество фирмы.

Качество у производителя и потребителя — понятия взаимосвязанные. Производитель должен проявлять заботу о качестве в течение всего периода потребления продукта. Кроме того, он должен обеспечить необходимое послепродажное обслуживание. Качество изделия может проявляться в процессе потребления.

Разнообразные физические свойства, важные для оценки качества, сконцентрированы в потребительской стоимости. Важными свойствами для оценки качества являются:

- технический уровень, который отражает материализацию в продукции научно-технических достижений (функциональная точность, надёжность, длительность срока службы);
- эстетический уровень, который характеризуется комплексом свойств, связанных с эстетическими ощущениями и взглядами;
- эксплуатационный уровень, связанный с технической стороной использования продукции (уход за изделием, ремонт и т. п.).

Задание 2

Выберите какой-либо продукт, например, торт, и опишите, какими техническими, эстетическими и эксплуатационными характеристиками он должен обладать, чтобы вы могли назвать его качественным.

ЗНАЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА

В теории и практике управления качеством выделены две проблемы: качество продукции и менеджмент качества.

Качество является важным инструментом в борьбе за рынки сбыта. Именно качество обеспечивает конкурентоспособность товара. Безусловно, повышение

качества сопряжено с затратами. Однако они окупятся благодаря полученной прибыли. Занятие лидирующего положения на рынке невозможно без разработки и освоения новых товаров (модифицированных, улучшенных).

Если не уделять серьёзного внимания качеству, потребуются значительные средства на исправление дефектов. Гораздо больший эффект будет достигнут путём разработки долгосрочных программ по предотвращению дефектов. Исследования, проведённые в ряде стран, показали, что в компаниях, мало уделяющих внимания качеству, до 60 % времени может уходить на исправление брака.

КАЙДЗЕН¹

Кайдзен (с японского «изменение» и «хорошо») — это японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни. Простыми словами, это постоянное улучшение качества.

Сама концепция стала очень популярной в Японии в 1950-х годах. А позже благодаря работам Масааки Имаи кайдзен приобрёл популярность во всём мире.

Главная суть подхода — постоянное совершенствование процесса производства. Ниже вы сможете познакомиться с принципами кайдзен подробнее.

Улучшать каждый процесс постепенно

Бизнес состоит из разных процессов: производство, бухгалтерия, сервис, отношения с поставщиками. Если не уделять каким-то сферам должного внимания оптимального производственного цикла, успеха вы не достигните, так как постоянно будете сталкиваться с проблемами, издержками и убытками в разных областях своего дела. В бизнесе нет мелочей, поэтому улучшать необходимо всё.

Для того чтобы улучшить процесс, для начала нужно понять, из скольких этапов он состоит. Затем необходимо проанализировать каждый из них и выявить те, которые можно убрать.

Например, вы анализируете один процесс, который состоит из трёх этапов: этап А длится 5 минут, этап Б длится 8 минут, этап В длится 10 минут. В сумме это даёт 23 минуты. Можно ли что-то объединить или от чего-то избавиться? Помните, что производство стоит денег, а лишняя минута на вес золота.

Открыто обсуждать проблемы

Проблемы есть всегда, поэтому необходимо не скрывать их, а выносить на обсуждение. Улучшения невозможны без поиска решений.

Избавляться от лишних трат

Под тратами понимается:

- Движение: на заводе рабочие делают лишние движения, а материал находится слишком далеко.

¹ Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 274 с.

- **Время:** каждый процесс на производстве требует времени. Тот, кто сможет его существенно сократить, получит преимущества.
- **Дефекты:** чем больше дефектов будет выявлено на ранних стадиях, тем больше времени и денег можно будет сэкономить.
- **Перепроизводство:** если вы произведёте больше товара, чем нужно, он будет лежать на складах, что приведёт к дополнительным тратам.

Принимать идеи от сотрудников

Сотрудники — самая большая ценность. В холдинге «BI Group» каждый работник может вносить предложения по усовершенствованию своего рабочего процесса в WhatsApp-чате по кайдзен своего подразделения с видео «до» и «после» усовершенствования. Затем эти изменения транслируются в других чатах и внедряются во всех подразделениях компании.

Поэтому в компании так важно создать такую систему, при которой каждый сможет предложить улучшение, даже самое маленькое. Причём не просто предложить, но и получить возможность его реализовать и распространить по всей компании. И получить за это вознаграждение.

Исправлять то, что не работает

Если подумать, то вы сами наверняка знаете такие случаи, когда что-то не работает или работает не так, но никому нет до этого никакого дела. В результате время идёт, компания учится жить с недостатками, но не устранять их.

Три основных правила, следующих из этого принципа:

1. Если вы можете вести бизнес без сломанной вещи, выбросьте её.
2. Если не можете — почините.
3. Если вещь может работать лучше — усовершенствуйте её.

Быть экономным

Ошибочно полагать, что быть экономным значит экономить на зарплатах своих работников. Это самый неверный способ снизить издержки, который всячески отвергается в кайдзен. Достигается же экономия мелкими улучшениями во всех сферах.

Фокусироваться на клиентах

Легко забыть о клиентах, когда так много работы и проблем. Но без фокуса на клиенте, повышения качества, снижения цены бизнес будет обречён.

Создавать рабочие команды

Каждый работник должен быть членом рабочей команды и кружка качества. Такой подход помогает создать ощущение принадлежности к чему-то большему. Но главное — у работников не будет возникать сомнений относительно того, нужно ли придерживаться высокого качества. Они будут воспринимать это по умолчанию.

Стандартизировать

Нужно создавать стандарты качества и придерживаться их. Решения возможных проблем должны быть описаны в специальном документе, чтобы к нему

мог обратиться любой желающий. Так вы сможете закрепить достигнутый успех и всегда соответствовать своим стандартам.

Поэтому, когда компания «Samsung» разработала новые стандарты качества, они были распространены между всеми её работниками. Если же работник не умел читать, он получал копию в виде комикса.

ГЕМБА КАЙДЗЕН

Гемба — это японский термин, буквально означающий «реальное место». В бизнесе это может быть строительная площадка или этаж, на котором происходит производство или где поставщик услуг напрямую взаимодействует с клиентом.

Суть гемба кайдзен заключается в том, чтобы сделать улучшения в гемба (то есть в месте, где происходит реальная работа). Эти усовершенствования окажут большое влияние на организацию.

Пять золотых правил гемба кайдзена:

- Когда возникает проблема, вы должны сначала отправиться на гемба. Это даст чёткое представление о проблеме и поможет найти подходящее решение.
- Проверьте объекты и найдите возможную причину проблемы. Причины могут быть классифицированы по 5 принципам: человек, машина, материал, методы и измерения.
- Вы должны принять временные меры на месте, чтобы избежать дальнейшего ухудшения.
- Найдите основную причину.
- Чтобы проблема не возникла снова, зафиксируйте её в стандартах и инструкциях.

Внедрение принципов гемба кайдзен на рабочем месте имеет множество преимуществ для компаний. Это не только экономит деньги, но и создаёт деловую атмосферу, где нет места стрессу и отрицательным эмоциям. Проблема решается очень быстро, что также помогает выиграть время.

Задание 3

Вспомните задание из предыдущего урока, когда вы пытались разработать рекомендации для улучшения дел в школе.

Теперь вам нужно определить место, которое наиболее подходит в качестве гемба кайдзен. Если вы считаете, что проблема — в очередях в гардеробе, значит, ваша гемба — именно гардероб.

Выйдите на гемба и опишите проблему. Выработайте рекомендации по её разрешению.



Урок 57. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Теперь, когда вы знаете о методах масштабирования и стратегиях развития бизнеса, мы поговорим о международном бизнесе. Расширяясь, компании стараются захватить всё больший рынок: сначала своего села, потом близлежащего города, области, страны. Если расширение продолжается, компания может выйти и за пределы Казахстана. Тогда речь пойдёт о международном бизнесе. Точно так же компании других стран могут начать продавать свою продукцию в Казахстане, если рынок им покажется интересным и перспективным.

Когда вы выходите за рамки своего села и начинаете торговать в соседнем селе, ваш бизнес не претерпевает многочисленных изменений. Но если вы выходите на рынок другой страны, в ней другой язык, законы, налоги, пошлины, ментальность, стандарты, ценности и т. д., и поэтому для эффективного ведения международного бизнеса нужно понимать его сущность.

Современные каналы коммуникации сделали выход на международный рынок гораздо более простым, чем ещё несколько десятилетий назад. С помощью интернет-технологий вы можете легко закупать товар у иностранных поставщиков, следить за логистикой и т. д.

При этом стоит помнить, что международный бизнес не только даёт вам возможность работать в любой стране мира, но и предпринимателям всего мира работать на территории Казахстана. Теперь вашими конкурентами являются не только ваши соотечественники, но и любой предприниматель из любой страны мира, который решит выйти на рынок Казахстана.

СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Международный бизнес подразумевает осуществление деловых операций партнёрами из более чем одной страны. В качестве примера можно привести такие операции, как:

- закупка сырья и материалов в одной стране и их перевозка на территорию другой страны для дальнейшей обработки или сборки (например, закупка

детских площадок в разобранном виде у российской стороны, а затем их сборка в Казахстане местными компаниями);

- транспортировка готовой продукции из одной страны в другую с целью продажи в системе розничной торговли (например, многочисленные российские бренды продуктов питания на полках казахстанских магазинов — «Домик в деревне», «Простоквашино» и т. д.);
- сооружение заводов в зарубежных странах с целью получения доходов на базе использования более дешёвой рабочей силы (например, перенос производств множества международных компаний в Китай, где рабочая сила стоит дешевле: именно поэтому, когда вы покупаете одежду европейского бренда, вы можете найти на этикетке надпись «Сделано в Китае»);
- получение кредита в банке одной страны для финансирования операций в другой стране.

Стороны, участвующие в таких сделках, могут быть представлены физическими лицами, отдельными компаниями, группами компаний и/или государственными организациями.

Если говорить кратко, внутреннее предпринимательство сводится к выполнению деловых операций, не выходящих за границы одного государства, в то время как международные деловые операции пересекают эти границы. Международный бизнес может отличаться от внутреннего по ряду других признаков, среди которых можно перечислить следующие:

- в разных странах, вовлечённых в международный бизнес, могут использоваться разные валюты, что приводит к необходимости конвертирования валюты, по меньшей мере, одной из сторон;
- существует вероятность наличия расхождений между правовыми системами разных стран, что вынуждает одну сторону или более вносить коррективы в свои действия, чтобы привести их в соответствие с местным законодательством. В некоторых случаях законодательные нормы разных стран могут оказаться несовместимыми, что является самой трудноразрешимой проблемой для международных менеджеров;
- между культурами разных стран также существуют различия, вынуждающие каждую из сторон формировать стратегию своего поведения таким образом, чтобы привести её в соответствие с ожиданиями другой стороны;
- для каждой страны характерен определённый состав и объём доступных ресурсов. Одна страна может иметь в своём распоряжении большие запасы природных ресурсов, но не иметь квалифицированной рабочей силы, тогда как другая страна обладает производительной, высококвалифицированной рабочей силой и в то же время испытывает недостаток природных ресурсов. Таким образом, способы производства продукции и типы

выпускаемых продуктов могут различаться в зависимости от конкретных условий той или иной страны.

Задание 1

Предположите, с какими ещё трудностями могут столкнуться предприниматели, занимающиеся международным бизнесом.

В большинстве случаев базовые навыки и знания, необходимые для успешной работы менеджера в сфере международного бизнеса и внутренних деловых операций, не отличаются по своей сути. Например, менеджеры по маркетингу должны осуществлять анализ нужд и пожеланий целевых потребителей независимо от того, заняты ли они в сфере международного или национального бизнеса. Тем не менее, несмотря на тождественность общего подхода к ведению бизнеса, не подлежит сомнению тот факт, что степень сложности работы менеджера, занятого в сфере международного бизнеса, намного выше по сравнению с аналогичной работой, выполняемой в рамках одной страны. Специалисты, занимающиеся международным бизнесом, должны быть хорошо осведомлёнными в вопросах культурных, законодательных, политических и социальных различий между странами. В круг обязанностей таких специалистов входит правильный выбор стран, где будет продаваться продукция компании, и стран, где будут приобретаться необходимые ресурсы.

ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Исторически сложилось так, что первой формой международного бизнеса стали экспорт и импорт. Однако в сложных условиях современного мира широкое распространение получили и другие формы международного бизнеса.

Экспорт — это продажа продукции, произведённой в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран.

Импорт — это закупка продукции, произведённой в других странах, с дальнейшей целью использования или перепродажи на территории своей страны.

Все экспортно-импортные операции подразделяются на две группы. Первая группа — это **торговля товарами** (материальными продуктами), такими как предметы одежды, компьютеры, а также сырьё. Вторая группа экспортно-импортных операций — это **торговля услугами** (нематериальными продуктами), такими как банковские, транспортные и бухгалтерские услуги.

Вторая форма международной предпринимательской деятельности, имеющая такое же значение, как экспорт и импорт, — это **зарубежные инвестиции**, или передача капитала резидентами одной страны для дальнейшего его использования резидентами другой страны.

Самое крупное шельфовое нефтегазовое месторождение Казахстана, расположенное в 80 км от города Атырау, — Кашаган — является ярким примером международного бизнеса в Казахстане. Месторождение разрабатывается совместной операционной компанией North Caspian Operating Company (NCOC), в которую входят: KMG Kashagan B.V. — 16,877 % (Казахстан), AgipCaspian Sea B.V. — 16,807 % (Италия), Total EP Kazakhstan — 16,807 % (Франция), ExxonMobil Kazakhstan Inc. — 16,807 % (США), Shell Kazakhstan Development B.V. — 16,807 % (Англия и Нидерланды), CNPC — 8,333 % (Китай) и Inpex — 7,563 % (Япония). Благодаря такому большому консорциуму международных партнёров становится возможной добыча нефти на таком сложном месторождении.

Задание 2

Приведите по два примера экспорта и импорта известных вам брендов.

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Международный бизнес в современных условиях определяется следующими характерными чертами:

1. Доступность и всеобщность.

Хотя международный бизнес и регулируется соответствующими законодательствами стран, он всё больше и больше превращается в своего рода неотъемлемую возможность практически для любой фирмы почти каждой страны, принципиально изменяя стратегические и тактические перспективы фирм и открывая перед ними невиданные ранее потенциальные поля деловой активности.

Так, например, талантливому парню-программисту из любого казахстанского города ничего не помешает разработать мобильное приложение, которое затем попадёт в Google Play или App Store, где его купит житель США или Индии.

2. Ступенчатость развития

Речь идёт о том, что вхождение фирмы в международный бизнес, по существу и как правило, начинается с простейших форм обычной зарубежной торговли и по мере развития достигает высшей формы мультинациональной корпорации. Само вхождение в международный бизнес и дальнейшие достижения в нём будут заставлять фирму преодолевать своего рода пороги: если на начальном этапе это, как минимум, порог, например, качественного уровня товаров фирмы и рациональности её издержек, позволяющий более или менее нормально продавать товары за границей, то по мере её развития это и вопросы грамотного развития дистрибьюции, эффективного использования международных рынков капиталов и рабочей силы, грамотной работы с международными транспортными сетями и т. д.

Как правило, начинается зарубежный бизнес в Казахстане с закупки товаров в Китае (благодаря их невысокой стоимости и минимальным затратам на транспортиров-

ку, так как Казахстан граничит с Китаем). Затем компания может перейти только на закупку комплектующих, а саму продукцию производить в Казахстане. Следующим шагом может стать налаживание поставок уже готового товара в страны СНГ и т. д. На каждом этапе компании придётся совершенствовать свою систему логистики, менеджмента и т. д.

3. Технологическая глобализация

Возможности компьютеризации, информатизации и телекоммуникаций принципиально изменили характер международного бизнеса, который в современных условиях приобрёл три принципиально новые черты:

- он может эффективно осуществляться из офиса;
- он может осуществляться в режиме реального времени;
- он может с помощью телекоммуникаций охватывать все интересующие бизнес рынки товаров, капиталов, рабочей силы, информации и т. д.

Чтобы закупать продукцию для реализации в Китае, вам не нужно, как раньше, ехать с сумками на границу, искать там товар и вести его обратно. Сегодня вы можете найти весь товар в Интернете, пользуясь услугами онлайн-переводчиков, связаться с продавцом, сделать заказ, тут же перевести оплату товара на банковскую карту поставщика и т. д.

4. Сложное взаимодействие национального и интернационального

Возможно, ни по одному вопросу международного бизнеса не возникало столько споров, как по вопросу о влиянии на деловую жизнь планеты конвергентных и дивергентных процессов в сфере национальных культур.

Конвергенция (от лат. *convergo* «сближаю») — процесс сближения, схождения (в разном смысле), компромиссов; противоположна **дивергенции** (от лат. *divergere* — обнаруживать расхождение).

С одной стороны, глобализация явно ведёт к чисто конвергентным процессам: начиная от джинсов, телевизоров и гамбургеров до формирования некоей мультинациональной деловой культуры, определённые принципы и правила которой разделяются практически большинством бизнесменов мира. Но, с другой стороны, нарастает национальная и культурная дифференциация, которая в крайних формах национализма и/или религиозной нетерпимости проявляется в тяжёлых конфликтных формах; очевидно совершенно естественное стремление народов и этнических общностей сохранить свои культурные и национальные ценности, установки, стереотипы поведения, защитить их от размывающего влияния некоей усреднённой массовой культуры. Зачастую это стремление принимает формы разного рода ограничений и запретов именно на международную экономическую деятельность в той или иной стране.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

У компаний, работающих с международными партнёрами, появляется ряд преимуществ по сравнению с компаниями, действующими только в своей стране.

Повышение эффективности за счёт глобализации. Международные компании могут воспользоваться экономией размещения за счёт оптимального расположения производственных мощностей в разных странах мира, обеспечивающего либо низкий уровень издержек производства и сбыта продукции, либо возможность повышения качества обслуживания потребителей. Например, производство спортивной обуви является очень трудоёмким, поэтому компания Nike, так же как и многие её конкуренты, сосредоточивает выпуск своей продукции в странах, в которых не требуется больших затрат на рабочую силу.

Международные компании имеют также возможность **сокращать издержки производства посредством экономии от масштаба**, полученной за счёт строительства предприятий, которые обслуживают рынки нескольких стран. Например, вместо размещения производства нового спортивного автомобиля на нескольких предприятиях в компании Mercedes-Benz было принято решение осуществлять сборку автомобилей этой модели на одном предприятии, расположенном в штате Алабама (такая организация производственного процесса позволяет получить экономию от масштабов производства).

И, наконец, расширяя набор продуктовых линий в каждой стране, где они ведут операции, международные компании используют **экономия от диверсификации деятельности**, снижая производственные и маркетинговые издержки и увеличивая суммарные результаты деятельности. Например, меню McDonald's немного различается в разных странах: в Канаде в нём есть национальное квебекское блюдо путин: картофель фри и рассольный сыр под сладким соусом, в Бразилии — круассаны с ветчиной, в Мексике — буррито, в Испании — гаспачо, в Италии — пирожки панцеротти, в Египте — фалафель и т. д.

Диверсификация деятельности — переход от односторонней, часто базирующейся лишь на одном продукте производственной структуры, к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции.

Когда компания Nissan начала продавать свои автомобили в Соединённых Штатах Америки, она предложила потребителям только одну модель и осуществляла сбыт автомобилей через агентства, принадлежащие другим компаниям. Затраты на сбыт автомобилей одной модели таким способом были достаточно высокими. Однако с течением времени, по мере дальнейшего укрепления репутации своей торговой марки, компания Nissan постепенно внедряла в производство новые модели. В настоящее время Nissan владеет собственной сетью сбыта и распределения продукции, через которую компания продаёт большой ассортимент легковых и грузовых автомобилей в странах Северной Америки. В результате издержки на распределение продукции в расчёте на одну модель существенно снизились по сравнению с соответствующим показателем на момент проникновения компании на рынок США.

Многонациональная гибкость. Существует множество различий между политическими, экономическими, правовыми и культурными условиями ведения бизнеса в разных странах мира. Более того, происходит постоянное изменение этих условий:

принимаются новые законы, избираются новые правительства, вносятся изменения в экономическую политику, новые конкуренты проникают на национальный рынок (или покидают его) и т. д. Следовательно, международные компании неизбежно сталкиваются с проблемой адаптации к многочисленным изменениям условий ведения бизнеса. Отечественные компании функционируют в контексте единой внутренней экономической среды, поэтому им приходится реагировать на изменения, происходящие только в этой среде. Напротив, адаптация международных компаний к изменениям условий ведения бизнеса в одной стране может происходить за счёт мер, предпринятых на рынках других стран.

Например, компания по переработке куриного мяса Tyson Foods выгодно воспользовалась повышением спроса на куриные грудки среди американских потребителей, заботящихся о своём здоровье. Однако производство большего количества куриных грудок сопровождалось увеличением количества куриных окороков, которые не пользуются большим спросом на рынке США. В качестве выхода из сложившейся ситуации руководством компании Tyson было принято решение экспортировать куриные окорока на российский рынок, где потребители отдают предпочтение тёмному мясу, и в Китай, где они считаются деликатесом. Объём экспорта куриных окороков компании Tyson в Россию и Китай составляет более \$250 млн.

Задание 3

Разделитесь на две команды и устройте дебаты на тему «Плюсы и минусы международного бизнеса». Аргументируйте свои точки зрения.



Урок 58. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Как мы уже говорили, международный бизнес во многом схож с национальным бизнесом, однако имеются и существенные различия. Главная проблема — преодоление различий национальных культур, которые проявляются в особенностях ведения дела. В качестве примера можно вспомнить тот факт, что во многих восточных компаниях сильно развита семейственность ведения бизнеса.

Всем известно отношение немцев к работе — их аккуратность и точность. При этом также известно лёгкое отношение к своим обязательствам у итальянцев. Если не учитывать эти особенности менталитета, строить бизнес в этих странах будет очень сложно.

Международный бизнес работает в разных культурах, поэтому одни и те же формальные параметры начала бизнеса (объём привлечённого капитала, численность служащих, производственные фонды, методы стимулирования производительности труда и т. п.) могут в разной культурной среде давать различные результаты.

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ: МЕТОДИКА ХОФСТЕДЕ¹

Множество деловых организаций действуют в разных странах мира, сильно отличающихся друг от друга уровнем экономического развития, политическим устройством, культурой, историческим опытом, природно-климатическими условиями и т. д. Это стимулирует поиски ответа на вопрос о том, как эти факты отражаются на особенностях культур организаций и, следовательно, на поведении людей.

Типология организационных культур Хофстеде была разработана в начале 1980-х годов исходя из результатов масштабного исследования расположенных на разных континентах и в разных странах подразделений известной транснациональной корпорации IBM (опрошено 116 тыс. служащих в 40 странах).

¹ Hofstede G. Culture's Consequences. – SAGE Publications, 1980. – 475 p.

Для изучения национальной культуры как базового фактора организационного поведения Хофстеде предложил использовать следующие параметры:

- индивидуализм — коллективизм;
- дистанция власти (степень участия в принятии решений, касающихся всех);
- приемлемость неопределённости;
- мужественность — женственность;
- временной горизонт ориентации на будущее (короткий — длинный);
- потворство своим желаниям — сдержанность.

Индивидуализм — коллективизм

Характеризует степень, с которой граждане данной страны или сотрудники организации предпочитают действовать самостоятельно, а не как члены той или иной группы.

Крайние значения этой шкалы: абсолютизация своих личных интересов и полное подчинение интересам группы или общества. Таким образом, определив значение данного параметра, можно определить тесноту социально-психологической связи между членами общества или сотрудниками организации.

Таблица 1. Различия стран с высоким и низким значением коллективизма по типологии Хофстеде

| Страны с высокими значениями коллективизма | Страны с высокими значениями индивидуализма |
|---|---|
| Приоритет подготовки работника со стороны компании (тренинг, физическое состояние и т. д.) | Приоритет личной жизни работника (по затратам свободного времени) |
| Эмоциональная зависимость от компании | Эмоциональная независимость от компании |
| Стремление работать в крупных компаниях | Стремление работать в небольших компаниях |
| Преобладают моральные обязательства в отношениях с компанией | Преобладает трезвый расчёт в отношениях с компанией |
| Студенты считают социально менее приемлемым преследовать собственные цели, не заботясь о других | Студенты считают социально приемлемым преследовать собственные цели, не заботясь об остальных |
| Менеджеры стремятся к послушанию и порядку | Менеджеры стремятся к лидерству и разнообразию |
| Менеджеры оценивают своё положение, ставя на первое место уверенность и стабильность | Менеджеры оценивают своё положение, ставя на первое место свою самостоятельность |

| Страны с высокими значениями коллективизма | Страны с высокими значениями индивидуализма |
|---|--|
| Менеджеры придерживаются традиционных взглядов, не одобряя инициативы работников или групповой активности | Менеджеры придерживаются современных взглядов на стимулирование инициативы работников или групповой активности |
| Групповые решения более привлекательны, чем индивидуальные | Индивидуальные решения более привлекательны, чем групповые |
| Студенты ориентируются в жизни на веление долга | Студенты ориентируются на радости жизни |
| Менеджеры в качестве главных целей в жизни называют долг, опыт и престиж | Менеджеры в качестве главных целей в жизни называют удовольствия, влечения и безопасность |
| Индивидуальная инициатива осуждается обществом: фатализм | Индивидуальная инициатива поощряется обществом |
| Большая уступчивость в ответ на вопрос о значимости | Меньшая уступчивость в ответ на вопрос о значимости |
| Люди рассуждают в терминах свой-чужой: партикуляризм | Люди рассуждают в общих терминах: универсализм |
| Социальные отношения определяются принадлежностью к своей или чужой группе | Люди испытывают потребность в личных дружеских отношениях |
| Более длительный период ученичества (время до повышения в должности) | Менее длительный период ученичества (время до повышения в должности) |
| Большое значение удельного показателя дорожно-транспортных происшествий | Меньшее значение удельного показателя дорожно-транспортных происшествий |
| Преобладание традиционных способов времяпрепровождения | Преобладание современных способов времяпрепровождения |

В ходе своего исследования Хофстеде изучал зависимость между уровнем благосостояния страны (показатель — размер валового национального продукта на душу населения) и её положением на шкале индивидуализма (коллективизма). Согласно полученным им данным, богатым странам (США и страны Западной Европы) соответствовал высокий индекс индивидуализма (соотношение значений индикаторов индивидуализма (коллективизма)). Страны же с низкими показателями благосостояния (Колумбия, Пакистан, Тайвань, Россия и др.) имели высокие показатели коллективизма.

Задание 1

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «индивидуализм — коллективизм»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Дистанция власти

Дистанция власти — признаваемая или допустимая степень неравенства между людьми с точки зрения влияния на принимаемые решения. Проще говоря, это фактическая доступность руководства для подчиненных.

В нашей культуре дистанция власти такова, что ученики очень уважительно относятся к своему преподавателю, не могут спорить с ним, обращаются к нему на «Вы». В западных странах эта дистанция другая — зачастую учитель и ученики выступают на равных, могут говорить друг другу «ты», открыто выступать против решений преподавателя.

Таблица 2. Различия стран с меньшей и большей дистанцией власти по типологии Хофстеде

| Страны с меньшей дистанцией власти | Страны с большей дистанцией власти |
|--|--|
| Родители придают меньшее значение послушанию детей | Родители придают большее значение послушанию детей |
| Студенты высоко ценят независимость | Студенты высоко ценят комфорт |
| Авторитарный подход среди студентов — следствие их личных особенностей | Студенты рассматривают авторитарный подход как социальную норму |
| Менеджеры склонны при принятии решений советоваться с подчинёнными | Менеджеры принимают решения на авторитарной и патерналистской основе |
| Постоянный надзор и контроль оцениваются подчинёнными негативно | Постоянный надзор и контроль оцениваются подчинёнными позитивно |
| Сильная производственная этика: не верят, что человек может не любить работать | Слабая производственная этика: скорее верят, чем не верят, что человек может не любить работать |
| Менеджерам больше нравится начальник, непосредственно участвующий в делах | Менеджерам больше нравится директивный и мотивирующий начальник |
| Предпочтения подчинённых в отношении стиля принятия решений менеджером явно направлены в сторону консультативного, компромиссного типа | Предпочтения подчинённых в отношении стиля принятия решений менеджером поляризованы между авторитарно-патерналистским стилем и правилом подчинения меньшинства большинству |

| Страны с меньшей дистанцией власти | Страны с большей дистанцией власти |
|--|--|
| Менеджеры предпочитают рассматривать самих себя как практичных и системных людей, признают необходимость поддержки | Менеджеры предпочитают считать себя великодушными людьми, берущими ответственность за принятие решений на себя |
| Работники в меньшей степени боятся выражать несогласие с начальством | Работники боятся выражать несогласие с начальством |
| Работники проявляют большую готовность к кооперации | Работники проявляют меньшую готовность к кооперации |
| Считается, что менеджеры более склонны к рассуждениям | Считается, что менеджеры менее склонны к рассуждениям |
| У студентов слова «власть» и «богатство» вызывают чаще позитивную реакцию | У студентов слова «власть» и «богатство» вызывают чаще негативную реакцию |
| Смешанные настроения по поводу участия подчинённых в управлении | Идеологическая поддержка участия подчинённых в процессе управления |
| Смешанные настроения среди менеджеров по поводу возможности распределения лидерских функций и инициативы | Идеологическая поддержка среди менеджеров возможности широкого распределения лидерских функций и инициативы |
| Возможен неформальный совет с работниками без их формального участия в процессе | Формальное участие работников в процессе возможно без неформального совета с ними |
| Высокообразованные работники в меньшей степени придерживаются авторитарных ценностей, чем малообразованные | Уровень образования не влияет на приверженность большинства авторитарным ценностям |
| Преобладание традиционных способов времяпрепровождения | Преобладание современных способов времяпрепровождения |

Общества и организации управляются настолько автократично, насколько позволяют члены этих обществ или организаций. Дистанция власти очень велика в таких странах, как Филиппины, Венесуэла, Индия, и довольно велика во Франции, Бельгии и Российской Федерации. В Дании, Израиле и Австрии этот показатель низок.

Можно видеть, что между дистанцией власти и рейтингом индивидуализма не существует корреляции: коллективизм страны всегда свидетельствует о большой дистанции власти, но индивидуализм не всегда означает малую дистанцию власти. Все остальные богатые страны Запада характеризуются малой дистанцией власти и высоким рейтингом индивидуализма. И наоборот: для всех бедных стран характерны коллективизм и большая дистанция власти.

Задание 2

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «дистанция власти»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Восприятие неопределённости

Стремление избегать неопределённости — степень, с которой люди предпочитают действовать самостоятельно, заботясь о себе и своих близких. Речь идёт о неопределённости будущего во всех значимых для повседневной жизни аспектах, причём не столько отдалённого, сколько ближайшего завтра (дней, недель, месяцев). В странах с разной культурой люди склонны и неопределённость воспринимать по-своему: в полярных случаях либо как совершенно нежелательное явление, либо почти нейтрально, как неустойчивость погоды.

Люди в обществах, где неопределённость считается естественным состоянием социальной среды, принимают каждый новый день таким, какой он есть. Они относительно легко принимают риски и не склонны работать слишком усердно.

Общества с противоположным отношением к неопределённости воспринимают её как безусловно негативное обстоятельство, пытаясь контролировать будущее. Как показывают исследования, к обществам с сильным неприятием неопределённости и большой дистанцией власти относятся все латиноамериканские и средиземноморские страны (страны бывшей Югославии, Греция и Турция), а также Япония и Южная Корея.

Таблица 3. Различия стран, принимающих и отвергающих неопределённость, по типологии Хофстеде

| Страны, принимающие неопределённость | Страны, отвергающие неопределённость |
|--|--|
| Пониженный уровень тревоги населения | Повышенный уровень тревоги населения |
| Большая готовность жить сегодняшним днём | Большая забота о будущем |
| Меньший уровень связанных с работой стрессов | Высокий уровень связанных с работой стрессов |
| Меньше эмоциональное сопротивление переменам | Больше эмоциональное сопротивление переменам |
| Лояльность по отношению к работодателю не считается добродетелью | Лояльность по отношению к работодателю рассматривается как добродетель |
| В качестве работодателей предпочитают небольшие организации | В качестве работодателей предпочитают крупные организации |
| Меньший разрыв между поколениями | Как правило, высокие посты занимают более пожилые люди: геронтократия |

| Страны, принимающие неопределённость | Страны, отвергающие неопределённость |
|---|--|
| Менеджеров отбирают по каким-то иным критериям, нежели возраст | Менеджеров отбирают на основе критерия старшинства |
| Более сильная мотивация на достижение | Менее сильная мотивация на достижение |
| Надежда на успех | Боязнь поражения |
| Большая склонность к риску | Меньшая склонность к риску |
| Более сильная ориентация на индивидуальные достижения | Менее сильная ориентация на индивидуальные достижения |
| Предпочтение карьеры менеджера карьере специалиста | Менеджер должен быть специалистом в той области, которой руководит |
| Иерархическими структурами организации можно пренебрегать из прагматических интересов | К иерархическим структурам организации необходимо относиться с уважением |
| Предпочтение отдаётся более широким директивам | Предпочтение отдаётся детализированным требованиям и инструкциям |
| Возможность нарушения установленных правил из прагматических соображений | Невозможность нарушения правил |
| Конфликт в организации — нормальное явление | Конфликт в организации нежелателен |
| Конкуренция между работниками должна быть честной | Конкуренция между работниками не одобряется на уровне личностного сознания |
| Большие симпатии отдаются индивидуальному и авторитарному решению | Идеологическое требование консенсуса и консультативного лидерства |
| Возможно полное делегирование полномочий подчинённым | Инициативу подчинённых следует контролировать |
| Высокая терпимость к неопределённости в восприятии других | Низкая терпимость к неопределённости в восприятии других |
| Высокая готовность к достижению компромисса с оппонентами | Низкая готовность к компромиссу с оппонентами |
| Иностранцы допускаются в качестве менеджеров | Подозрительное отношение к иностранцам в качестве менеджеров |

| Страны, принимающие неопределённость | Страны, отвергающие неопределённость |
|--|--|
| Большое количество людей готовы к жизни за границей | Лишь немногие готовы к жизни за границей |
| Более высокая толерантность к неясности в оценке собственной работы (низкий уровень удовлетворённости) | Низкая толерантность к неясности в оценке собственной работы (высокий уровень удовлетворённости) |
| Оптимизм по поводу возможности контролировать принятие решения политиками | Пессимизм по поводу возможности контролировать принятие решения политиками |
| Оптимизм работников по поводу мотивов деятельности компании | Пессимизм работников по поводу мотивов деятельности компании |
| Оптимизм в отношении инициативы, амбиций и лидерских способностей персонала | Пессимизм в отношении инициативы, амбиций и лидерских способностей персонала |

Задание 3

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «восприятие неопределённости»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Мужественность — женственность

Общества с жёстким традиционным разделением и закреплением социальных ролей и трудовых функций между мужчинами и женщинами Г. Хофстеде назвал маскулинными, а общества со слабым разделением ролей — фемининными. Согласно его исследованию, наиболее маскулинная страна — Япония, за ней следуют германоязычные страны — Германия, Австрия и Швейцария.

В некоторых обществах женщины в основном занимаются домашним хозяйством — воспитывают детей, готовят еду и т. д. Если же они выходят на работу, то эти работы также являются «женскими» — они шьют, работают в офисах, учат детей и т. д. В других культурах большой разницы между «женскими» и «мужскими» работами нет — там можно встретить мужчину-воспитателя в детском саду и женщину — водителя тяжёлой техники или промышленного альпиниста.

Среди стран с наиболее выраженными признаками феминности культуры — страны континентальной Северной Европы — Дания, Швеция, Норвегия, Нидерланды и Финляндия. Промежуточное положение занимают Аргентина, Чили, Перу, Парагвай, Бразилия, страны бывшей Югославии, Португалия, Греция, Испания, Италия, Франция, а также Российская Федерация. В обществах этих стран

распределение ролей между мужской и женской частью населения всё меньше регулируется традициями, характерными для XIX в. и более ранних эпох. Довольно много ролей выполняется как мужчинами, так и женщинами.

Задание 4

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «мужественность — женственность»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Временной горизонт ориентации на будущее

Это измерение описывает временной горизонт общества. Культуры, ориентированные на краткосрочный период, ценят традиционные методы, уделяют много времени развитию отношений и в целом рассматривают время как замкнутый круг. Это означает, что будущее и прошлое для них связано между собой, и то, что не может быть сделано сегодня, может быть сделано завтра. Противоположностью такого подхода является долгосрочная ориентация на будущее, при которой время рассматривается как вектор, а люди склонны смотреть в будущее больше, чем интересоваться настоящим или вспоминать прошлое. Такое общество ориентировано на достижение целей и высоко ценит результаты.

Задание 5

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «временной горизонт ориентации на будущее»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.

Потворство своим желаниям — сдержанность

Это измерение характеризует способность культуры удовлетворять сиюминутные потребности и личные желания членов общества. В обществах, где сдержанность является ценностью, преобладают строгие социальные правила и нормы, в рамках которых удовлетворение личных желаний сдерживается и не поощряется.

Задание 6

Как вы оцениваете Казахстан с точки зрения параметра «потворство своим желаниям — сдержанность»? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.



Урок 59. Международный бизнес

- Понимать сущность и значимость международного бизнеса.
- Синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки.

Как мы уже сказали, международный бизнес — это бизнес, в котором участвуют партнёры более чем из одной страны. Применительно к казахстанским бизнесменам это может означать, что:

1. компания закупает комплектующие или готовую продукцию за границей, а затем собирает конечный продукт или распространяет его на территории Казахстана; или
2. компания производит свой продукт в Казахстане, а затем реализует его на территории других стран.

Конечно, два подхода можно комбинировать: например, закупать комплектующие или готовую продукцию за границей (например, в Китае), а потом под своим брендом продавать в Казахстане и других странах мира. Давайте рассмотрим подробнее обе модели.

Для начинающих бизнесменов хорошим стартом может быть схема закупа готовой продукции в Китае, а затем её распространение в Казахстане через интернет-магазин, аккаунт в Instagram, собственные точки продажи, сеть дилеров и т. д.



Задание 1

Почему бизнес с Китаем может быть привлекательным? Аргументируйте свой ответ.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС, ОСНОВАННЫЙ НА ЗАКУПЕ ПРОДУКЦИИ ЗА ГРАНИЦЕЙ

Как же можно организовать вариант международного бизнеса, основанный на закупе продукции за границей?

Шаг 1. Выбор модели бизнеса

Существует несколько вариантов торговли иностранными товарами.

Дропшиппинг — модель бизнеса, при которой вы просто рекламируете чьи-то товары, преимущественно в Интернете, а клиент, заказав их через вас, получает товар непосредственно со склада поставщика. При этом вы даже не закупаете товар. Ваша прибыль формируется за счёт разницы в цене продажи, указанной у вас в рекламе, и стоимостью товара на складе поставщика.

Оптовые продажи. Здесь главное — найти надёжного поставщика и клиентов, которые приобретут у вас товар крупными партиями. Вы снова берёте на себя роль посредника, но на этот раз — для больших поставок.

Розничные продажи офлайн и онлайн. Способ для тех, у кого есть собственная точка продаж в сети или в реальности. Грамотный маркетинг, привлекательные цены, профессиональное оформление — вот основные слагаемые успеха.

Шаг 2. Поиск своей ниши (товара, который вы будете продавать)

Ниша — это товарное направление. Например, часы. Товар — это единица продукции в этой нише. Например, часы с GPS-трекером, часы CASIO G-SHOCK и т. д.

Стоит заранее определить спрос на категории выбранных вами товаров с помощью специальных интернет-сервисов, которые позволяют определить, сколько раз в месяц та или иная фраза (слово) была набрана пользователями в поисковой строке. Чем выше частотность запроса по конкретному товару, тем он востребованнее.

Шаг 3. Выбор товара

Есть два пути, по которым можно пойти, выбирая товары для продажи.

Первый — начать торговать популярными сейчас товарами, но не по одному, а сразу ассортиментом, запуская сразу несколько односторонних сайтов с разными товарами.

Для действующего предпринимателя больше подойдёт стратегия расширения ассортимента уже существующих товарных категорий и услуг. Например, если бизнес — подвесные потолки, можно продавать дополнительно светодиодные люстры с пультами управления.

Шаг 4. Поиск поставщика и его проверка на надёжность

Используя Интернет, можно найти контакты поставщика и связаться с ним, чтобы предложить ему сотрудничество. Если речь идёт о Китае, можно зарегистрироваться на одной из китайских торговых площадок, например, Taobao.com. Даже если вы не говорите на языке поставщика, вам может помочь онлайн-переводчик.

Вам нужно обговорить с поставщиком все нюансы: условия поставки, комплектацию, цвета, размеры и остальные параметры закупаемых товаров.

Шаг 5. Расчёт рентабельности

Рассчитать рентабельность вашего бизнеса можно по формуле: (прибыль / затраты) * 100 %, выраженная за период, например, за год.

Например, вы купили 100 наручных часов известной фирмы в Китае по 5 000 тенге за штуку, потратив на это 500 000 тенге. В течение года вы распродали весь объём товара по 15 000 тенге за штуку. Рентабельность вашего бизнеса в этом случае составит: $(1\,500\,000 / 500\,000) * 100 \% = 300 \%$ годовых или 25 % в месяц.

Шаг 6. Доставка

Для небольших партий товаров таможенного оформления и прочих манипуляций с документами не требуется. На рынке несложно будет найти компании, которые занимаются поставкой грузов с оплатой, начиная от 1500 тг за килограмм. Вопросы с таможней уже включены в эту стоимость.

Шаг 7. Поиск покупателей

Поиск покупателей для иностранного товара ничем не отличается от поиска покупателей для отечественного товара. Вам пригодятся все те же инструменты, которые мы уже обсуждали: веб-сайт, доски объявлений, например, OLX или Satu.kz, таргетированная реклама в социальных сетях, контекстная реклама в поисковиках.

Шаг 8. Закупка и тестирование товара

Прежде чем продавать купленный товар, стоит проверить его качество (вспомните, что мы говорили о качестве несколько уроков назад). Решающий момент — начало продаж: если вы провели предварительную работу и верно выбрали нишу, результат обязательно будет.

Задание 2

Поделитесь на группы. Подумайте, на каком продукте могла бы сконцентрироваться ваша группа, если бы вы решили заняться продажами заграничных товаров. Составьте краткую инструкцию по запуску бизнеса по продаже вашего товара с указанием всех 8 шагов, перечисленных выше.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС, ОСНОВАННЫЙ НА ПРОДАЖЕ КАЗАХСТАНСКОЙ ПРОДУКЦИИ ЗА ГРАНИЦЕЙ

Второй вариант международного бизнеса — это продажа казахстанских продуктов за границей. При этом «продукт» может быть любым. Так, например, казахстанская система электронного документооборота Documentolog работает с крупными корпоративными клиентами и малым и средним бизнесом в Китае и России; казахстанский производитель спортивной одежды «КазСПО-Н» с брендом «ZIBROO» вышел и закрепился на российском рынке; усть-каменогорская проектная компания «Казгипроцветмет» строит железные дороги в Словакии; а отечественная компания ТОО «AAEngineering» заключила контракт на строительство золотоизвлекательной фабрики на одном из крупнейших месторождений в Кыргызстане.

Выходя на международный рынок, стоит руководствоваться той же схемой, которую мы подробно рассматривали на уроках 1-й и 2-й четвертей, учитывая особенности потребителей и ведения бизнеса в том регионе, где вы планируете реализовывать свой товар.

Выход компании на международный рынок можно разбить на несколько этапов.

1. Исследование

На этом этапе вы решаете, какой рынок вам интересен, и собираете информацию о нём, учитывая методику Хофстеде, которую мы разбирали ранее: каков размер рынка, есть ли там конкуренты, в чём состоят особенности, подходит ли ваш продукт для этого рынка, как его нужно изменить с учётом особенностей региона.

2. Тестирование

Вы выходите на рынок с минимальной партией товара, чтобы посмотреть, работают ли там продажи, ищите партнёров на новом рынке. На этом этапе вы также проходите все стадии развития бизнеса, о которых мы говорили ранее:

- набираете команду специалистов: как будет организована наша компания? Разделение по рынкам или по функциям? Кто будет отвечать и за какие функции (маркетинг, продажи, продукт, поддержка, администрирование и т. д.) на каждом рынке?
- определяете своих ключевых пользователей, каналы общения с ними (как они узнают о вашем продукте): социальные сети, выставки, доски объявлений, контекстная реклама и т. д.;
- выбираете каналы продаж;
- продумываете логистику: как продукт дойдёт до покупателя? Откуда вы будете его отправлять? Будете ли вы хранить его в стране отправки и отправлять оттуда? Что вы будете делать с возвратами?

- налаживаете продажи: нужен ли вам отдел продаж? Кто будет заниматься продажами? Как они будут это делать?
- определяете варианты оплаты: как пользователи платят в нужной стране? Картами или наличными или как-то ещё? Какие методы оплаты им нужны? Как вам эти методы подключить? Если картами не платят, а платят курьеру наличными — влияет ли это на логистику?
- продумываете поддержку покупателей: кто будет поддерживать пользователей и покупателей? На каком языке? В каких каналах коммуникации?
- знакомитесь с налоговыми режимами страны: какие и где вы должны заплатить налоги и сборы? Какие варианты существуют в зависимости от схемы логистики и методов оплаты?
- обдумываете необходимость представительства и открытия собственного офиса: нужно ли вам представительство или юридическое лицо в данной стране? Или в какой стране нужно, чтобы работать с данной страной? Нужен ли вам офис? Для чего?
- определяете, нужны ли вам сертификаты и лицензии: надо ли сертифицировать ваш продукт или получать лицензии в данной стране? Как это сделать?

В конечном итоге вы понимаете, нужно ли что-то изменить в продукте для этого рынка. Например, состав, упаковку, ассортимент и т. д.

3. Усиление

Затем, если у вас начались первые продажи, и вы работаете с прибылью, вы можете усиливать позиции своей компании на новом рынке. Для этого вам нужно будет оценить, какие улучшения максимально увеличат продажи за промежуток времени, и составить чёткий план действий. Со временем вы сможете перевести различные процессы и операции с партнёров на себя там, где это будет экономически целесообразно. Например, на этапе тестирования вы можете пользоваться услугами логистических компаний для доставки товара. Если же ваш бизнес начнёт устойчиво развиваться, вы можете организовать собственную сеть доставки. Также на первом этапе вы можете нанять специалиста по маркетингу со стороны. Потом же вы можете также взять эти функции на себя.

Задание 3

Разбейтесь на команды по 4-5 человек в каждой. Каждой из команд нужно будет проанализировать один из регионов (стран), основываясь на методе Хофстеде, и разработать стратегию вывода казахстанского курта на указанный рынок.

1 команда: Россия; 2 команда: Китай; 3 команда: Италия, 4 команда: США; 5 команда: Турция.



Урок 60. Защита прав потребителя

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей.
- Различать организации защиты прав потребителей.
- Применять навыки защиты прав потребителей через учебно-игровые ситуации.

Мы с вами уже говорили о значении качества на каждом этапе бизнеса. Мы все являемся потребителями товаров, поэтому мы вправе требовать от производителей соблюдения всех международных стандартов качества на любом этапе взаимодействия компании с потребителями. Когда мы выступаем в роли предпринимателей, мы также должны понимать, что у наших клиентов есть право требовать соблюдения своих прав. Когда мы работаем с нашими партнёрами и покупаем у них что-то, например, комплектующие, из которых мы собираем наш конечный продукт, мы тоже становимся потребителями их услуг. О том, какими правами обладают потребители, и как они защищаются, мы и поговорим на сегодняшнем уроке.

***Защита прав потребителей (также консьюмеризм)** — комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем и субъектом предпринимательской деятельности — изготовителем, исполнителем, продавцом, и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.*

Задание 1

Вспомните случаи, когда вы или ваши близкие сталкивались с необходимостью защиты прав потребителей. Чем эти случаи закончились? Были ли вы или ваши близкие подготовлены к защите своих прав (знали ли вы соответствующие законы)?

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КАЗАХСТАНЕ¹

Большинство людей, ежедневно совершая покупки, а также пользуясь разными услугами, совершенно не задумывается о том, что в момент приобретения тех или иных товаров и услуг становятся одной из сторон сделок розничной купли-прода-

¹ Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV.

жи. Заключая договоры с организациями на выполнение работ и оказание услуг, всегда нужно помнить и о потребительских правах на случай непредвиденных споров с услугодателем. Потребитель имеет значительный арсенал возможностей для того, чтобы реализовать законные права и интересы.

Одним из существенных факторов развития экономики, как это ни парадоксально, является законодательная, т. е. административная, уголовная, гражданская защита прав потребителей. Защита прав потребителей преследует две основные цели: первая — информировать потребителей об имеющихся на рынке товарах и услугах с тем, чтобы правильный выбор способствовал успешному формированию потребительского рынка, вторая — защищать потребителя в том случае, если его положение как слабой стороны ущемляется.

Права и гарантии каждого потребителя на обеспечение качественными товарами, работами и услугами защищены от опасностей для жизни и здоровья в соответствии с Законом Республики Казахстан «О защите прав потребителей». Права потребителя на справедливую цену по услугам от предприятий-монополистов обеспечиваются Законом РК «Об естественных монополиях и защите конкуренции», в соответствии с которым цены на продукцию и услуги предприятий-монополистов утверждаются антимонопольным органом.

КАКИЕ ЗАКОННЫЕ ПРАВА ИМЕЮТ ПОТРЕБИТЕЛИ (ТО ЕСТЬ ВАШИ КЛИЕНТЫ)?

- свободное заключение договоров на приобретение товаров, выполнение работ и оказание услуг;
- доступ к информации в сфере защиты прав потребителей;
- получение информации о товаре, работе, услуге, а также о продавце, изготовителе, исполнителе;
- приобретение безопасного товара, работы, услуги;
- свободный выбор товара, работы, услуги;
- надлежащее качество товара, работы, услуги;
- обмен или возврат товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества;
- возмещение в полном объёме убытков, причиненных их жизни, здоровью и имуществу вследствие недостатков товара, работы, услуги;
- получение у продавца (изготовителя, исполнителя) документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги);
- создание общественных объединений потребителей;
- возмещение морального вреда.

Если вы продадите клиенту товар ненадлежащего качества, потребитель может по своему выбору потребовать:

- соразмерного уменьшения покупной цены;
- безвозмездного устранения недостатков товара;

- возмещения своих расходов на устранение недостатков товара;
- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчётом покупной цены;
- расторжения договора и возврата уплаченной за товар денежной суммы.

Вы как предприниматели обязаны обеспечить обмен или возврат товара, проданного с истекшим сроком годности, не соответствующего требованиям, установленным техническими регламентами, нормативными документами по продукции, в том числе выпущенного с нарушением прав интеллектуальной собственности в течение тридцати календарных дней со дня приобретения товара с возвратом потребителю денежной суммы за купленный товар. Обмен производится в соответствии со статьёй 30 настоящего Закона.

Согласно норме Закона не подлежат возврату:

1. лекарственные средства, изделия медицинского назначения;
2. нательное бельё;
3. чулочно-носочные изделия;
4. животные и растения;
5. метражные товары, а именно ткани, ленты, кружева, тесьма, провода, шнуры, кабели, линолеум, багет, плёнки, клеёнки.

Право потребителей на защиту прав и законных интересов

Защита прав и законных интересов потребителей осуществляется в пределах компетенции соответствующими государственными органами, судом и арбитражем.

Потребитель вправе обращаться к вам с претензией об устранении нарушений прав и законных интересов и возмещении потребителю причинённого этими нарушениями убытка (вреда) в добровольном порядке.

Если в течение десяти календарных дней вы не дадите ответа на претензию или откажетесь устранить нарушения и возместить в добровольном порядке причинённый убыток (вред), потребитель вправе обратиться в суд.

Ещё один пример нарушения права потребителя — ущемление его права на получение полной, достоверной и своевременной информации о товаре (работе, услуге), а также о продавце (изготовителе, исполнителе). Это не только прямое нарушение прав потребителя, но и неисполнение вами своих обязанностей.

Если вы отказываетесь вернуть/обменять товар, потребитель вправе:

- предъявить вам официальную досудебную претензию;
- обратиться в суд с исковым заявлением, если в течение 10 дней он не получил от вас ответа;
- обратиться в общественное объединение по защите прав потребителей по месту требования либо проконсультироваться по телефону горячей линии.

Такие горячие линии работают в отделах защиты прав потребителей департаментов Комитета по регулированию естественных монополий, защите конкурен-

ции и прав потребителей Министерства национальной экономики (КРЕМЗКиПП) во всех областях и крупных городах Казахстана.

Письменная претензия потребителя должна содержать:

- 1) Ф.И.О. и адрес заявителя;
- 2) наименование и фактическое местонахождение продавца (исполнителя); обстоятельства, являющиеся основанием для предъявления претензии в свободной форме; основания отношений адресантов претензии: договор, гарантийное письмо; нарушенные права потребителя;
- 3) условия обязательств, нарушение которых вызвало претензионное требование; обоснованная сумма материальных требований с расчётом;
- 4) предупреждение о последующем обращении за защитой прав в суд в случае неудовлетворения претензии или нерассмотрения её в установленном порядке.

Необходимо приложить копии документов, обосновывающих требования. Заявление необходимо отправить письмом с уведомлением. В течение 10 дней вы обязаны дать ответ на заявление.

Задание 2

Составьте письменную претензию потребителя для одного из случаев, указанных вами в задании 1.

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Читая данные рекомендации, вы должны помнить, что вы сами можете выступать как в роли потребителя (если речь идёт о ваших взаимоотношениях с партнёрами), так и в роли продавца, который обслуживает своих клиентов.

Первое. Будьте внимательны и неторопливы при выборе товара.

Второе. Не поддавайтесь на уловки продавцов (торговцев), помните — вы приобретаете товар за свои деньги, а не получаете его бесплатно.

Третье. Будьте сами взыскательными и щепетильными: добивайтесь максимума информации о товаре, об изготовителе, об основных потребительских свойствах товара, наличии гарантийного срока, всегда требуйте гарантийный талон. Узнайте место, сроки, способы, условия и механизм проверки (экспертизы) товара, в случае его поломки.

Четвёртое. Помните, что в рамках гарантийного срока услуги по ремонту и обслуживанию товара бесплатны, а время, потраченное на ремонт, продлевает действие гарантийного срока.

Пятое. Знайте, что продавец обязан довести до сведения потребителя своё наименование, местонахождение (адрес) и режим работы на казахском и русском языках (информация, данная на одном языке либо на иностранном языке, счита-

ется непредоставленной). И разместить эту информацию на вывеске. Также ему необходимо предоставить потребителю информацию о своих фамилии, имени, а также о госрегистрации и наименовании госоргана, осуществившего его регистрацию как ИП.

Шестое. Помните, что потребитель имеет право на получение товара надлежащего качества и поэтому имеет право на проверку качества, комплектности, веса, объёма, на проведение в его присутствии проверки свойств или демонстрации правильного и безопасного использования товара. Это особенно касается бытовой и электронной техники.

Седьмое. Покупатель вправе в течение 14 дней с момента приобретения недовольственного товара вернуть приобретённый товар надлежащего качества продавцу и получить уплаченную за него денежную сумму, либо обменять купленный товар в месте покупки на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки, комплектации, либо на другой товар по соглашению сторон, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчёт с продавцом.

Восьмое. В случае обнаружения покупателем недостатков товара и предъявления им требования о его замене, продавец (изготовитель) обязан заменить его незамедлительно. А при необходимости дополнительной проверки (экспертизы) качества товара продавцом (изготовителем) — в течение 30 календарных дней с момента предъявления соответствующего требования, покупатель вправе потребовать проведения экспертизы в его присутствии.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В КАЗАХСТАНЕ

Зарождение потребительского движения в Казахстане связано с обретением нашей Республикой в 1991 году независимости и переходом от плановой к рыночной экономике.

5 июня 1991 года был принят закон «О защите прав потребителей». Данный закон закрепил основополагающие права потребителей на информацию, на надлежащее качество продукции, полную и достоверную информацию о продукции, безопасность продукции, услуги, работы, возмещение причинённого вреда, на объединения в общества потребителей и обращение в суд, также были предусмотрены штрафы за нарушение прав потребителей.

В 1994 году был создан отдел по защите прав потребителей при Агентстве по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и поддержке малого бизнеса.

25 февраля 1993 года было принято Постановление Кабинета Министров №152 «Об усилении ответственности за нарушения правил торговли и ущемление прав потребителей» в целях повышения ответственности хозяйствующих субъектов и лиц, осуществляющих торговую деятельность, за реализацию товаров ненадлежащего качества и в соответствии с Законом Республики Казахстан «О защите прав

потребителей».

В соответствии с вышеуказанным постановлением было установлено, что продажа товаров в розничной торговой сети и предприятиях общественного питания на территории Республики Казахстан осуществляется только на основании свидетельств о государственной регистрации, выдаваемых в соответствии с действующим законодательством.

Впервые закреплялась равная ответственность как для частных предпринимателей, так и для государственных производителей в соответствии с государственными стандартами.

В целях обеспечения координации деятельности министерств и ведомств Республики по вопросам защиты прав потребителей 11 января 1995 года был создан Межведомственный совет по защите прав потребителей, в который вошли представители 20 министерств и ведомств Республики Казахстан.

Данный Совет был призван координировать действия министерств и ведомств Республики Казахстан по реализации Закона «О защите прав потребителей», анализировать практику применения Закона «О защите прав потребителей», других законодательных и иных нормативных актов, затрагивающих интересы потребителей, а также организацию независимой потребительской экспертизы.

Параллельно с государственными организациями развиваются некоммерческие общественные организации по защите прав потребителей. Например, республиканское общественное объединение «Национальная лига потребителей», общественное объединение «Помощь и щит» по защите прав потребителей, общественное объединение по защите прав потребителей «Адал», городские центры защиты прав потребителей.

Задание 3

Покупатель приобрёл видеокамеру и через 2 дня нашёл у неё недостаток — крышка объектива была треснута. Затем покупатель продолжал пользоваться камерой, а перед истечением срока гарантии возвратил товар продавцу. По закону продавец обязан вернуть покупателю сумму, которая указана в чеке. Однако товар с учётом выхода новой модели стоит уже в два раза дешевле. Если бы покупатель вернул товар сразу же, продавец смог бы его отремонтировать и продать. После того как вещью пользовались, сделать это уже невозможно.

Разделитесь на 2 группы, одна из которых будет на стороне потребителя, а вторая — на стороне продавца. Подготовьте всевозможные доводы и контраргументы, чтобы выиграть спор. В ходе подготовки можно использовать свидетелей, экспертов, сведения из законодательства, финансовые показатели экономики и т. д. В подготовке и обсуждении принимают участие все, но на сами переговоры выходят только 3 человека с каждой стороны. Учитель выступает в качестве мирового судьи, не допускающего оскорблений, дублирования доводов и т. д.



Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей.
- Различать организации защиты прав предпринимателей.
- Описывать институты поддержки бизнеса и предпринимательства.
- Понимать виды государственной поддержки МСБ.
- Применять навыки защиты прав предпринимательской деятельности через учебно-игровые ситуации.

На прошлом уроке мы рассмотрели защиту прав потребителей. Но в отношениях предприниматель-потребитель есть и вторая сторона, которая также обладает правами, которые могут быть нарушены. Как мы помним, развитие предпринимательства — ключевой аспект развития всей экономики страны. Именно поэтому институту защиты прав предпринимательства уделяется такое значение.

Бизнес — сложный процесс. И любой бизнесмен, от мелкого до крупного, сталкивается с налогами, таможней при транспортировке товаров, получением лицензий, контролем качества товаров и услуг. Всеми этими вопросами занимаются те или иные государственные органы. Правила и законы регулярно меняются, поэтому предприниматели должны знать о своих правах, чтобы не допускать злоупотребления своими полномочиями от представителей различных органов, контролирующей предпринимательскую деятельность.

Государственная поддержка и гарантии предпринимательской деятельности выражаются в законодательных запретах ограничивать свободу предпринимательства и в судебной защите прав и законных интересов предпринимателей от всяких нарушений со стороны государственных органов или должностных лиц, партнёров по хозяйственным договорам или посторонних субъектов. Государство гарантирует свободу предпринимательской деятельности и обеспечивает её защиту и поддержку¹.

Права предпринимателей, осуществляющих деятельность, не запрещённую законодательством, защищаются:

- 1) возможностью осуществления предпринимательской деятельности без получения чьих-либо разрешений, кроме лицензируемых видов деятельности;
- 2) максимально простым явочным порядком регистрации всех видов предпринимательства во всех сферах экономики в одном регистрирующем органе;
- 3) ограничением законодательными актами проверок предпринимательской деятельности, осуществляемых государственными органами;

¹ Здесь и далее: Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.

Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- 4) принудительным прекращением предпринимательской деятельности только по решению суда, вынесенному по основанию, предусмотренному законодательным актом;
- 5) установлением законодательными актами перечня работ, видов товаров и услуг, которые запрещены для частного предпринимательства, запрещены или ограничены для экспорта или импорта;
- 6) привлечением государственных органов, должностных лиц, а также иных лиц и организаций к установленной законодательством имущественной ответственности перед предпринимателями за неправомерное воспрепятствование их деятельности.

Задание 1

Бывает, что покупатель много раз обменивает и возвращает товар, злоупотребляя статьёй 25 «Закона о защите прав потребителей» (право потребителя на обмен товара надлежащего качества). Раздражённые продавцы отказывают в обмене или возврате. Тогда потребитель смело обращается в суд и выигрывает дело. Подготовьте комплекс мероприятий, которые можно использовать в качестве обеспечения доказательств о неправомерном использовании ситуации покупателем и защиты от потребительского экстремизма.

Развитие предпринимательства является необходимым условием функционирования стабильной, активной и эффективной рыночной экономики. Статья 26 Конституции РК устанавливает: «Каждый имеет право на свободу предпринимательской деятельности».

Указом о государственной регистрации юридических лиц установлен общий порядок регистрации юридических лиц, в том числе занимающихся предпринимательской деятельностью. Чтобы предприниматель мог воспользоваться государственными мерами по защите своих прав, бизнес должен быть зарегистрирован.

При регистрации проверяется законность занятия предпринимательской деятельностью. Запрещается отказ в регистрации со ссылкой на нецелесообразность её в данных условиях (нет спроса на товары и услуги, большая конкуренция и т. п.). Для регистрации предприниматель-заявитель должен обратиться только в один регистрирующий орган. Если все требуемые Указом о государственной регистрации юридических лиц документы составлены в надлежащей форме, регистрирующий орган не имеет права отказать в регистрации либо требовать от заявителя предоставления каких-либо дополнительных виз, согласований, разрешений и т. п.

Так как предпринимательство — это сложный процесс, существуют бизнесы, чья деятельность может принести урон государству или его жителям. Поэтому некоторые виды деятельности требуют лицензирования. Законодательной основой предпринимательского лицензирования служит Указ о лицензировании.

Лицензирование — это процедура, которая предполагает выдачу государством разрешения компаниям или частным лицам на ведение определённого вида деятельности.

Лицензирования требуют следующие сферы деятельности: культура, образование, коммуникация, строительство, промышленность, энергоснабжение, атомная энергетика, сельское хозяйство (для зерновых и хлопковых культур), транспорт (перевозки автобусами, микроавтобусами и по железной дороге), медицина и фармакология, ветеринария, оперативно-розыскная деятельность, судебная экспертиза, вооружение и производство взрывчатых веществ, изготовление национальных символов Казахстана, производство и реализация алкогольной продукции и табачных изделий, торговые биржи, экспорт и импорт товаров, банковская сфера, игорный бизнес, туризм.

По тем видам лицензируемой деятельности, осуществление которых содействует развитию конкуренции на рынке и повышению удовлетворения спроса потребителей, но не нуждается в специальном государственном ограничении, лицензии должны выдаваться без препятствий всем лицам, отвечающим установленным требованиям. В тех же случаях, когда государственные интересы требуют ограничить круг предпринимателей, возникает необходимость выбрать из общего числа претендентов лишь тех возможных лицензиатов, какие могут принести больше пользы Республике. Для подобных случаев представляется более целесообразной выдача лицензий путём их продажи на аукционе либо путём конкурсного отбора среди претендентов.

Важной мерой защиты интересов предпринимателей служит законодательное обеспечение **сохранения их коммерческой тайны**. Согласно ст. 21 Закона о защите и поддержке частного предпринимательства под коммерческой тайной понимаются не являющиеся государственными секретами сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением финансами и другой деятельностью хозяйствующего субъекта, разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб его интересам. Лица, которые имеют доступ к коммерческой тайне в силу выполняемых ими государственных контрольных функций, следственных или судебных действий, служебного положения и т. п., обязаны не разглашать её другим лицам. Ответственность за разглашение коммерческой тайны предусмотрена ст. 28 Закона о защите и поддержке частного предпринимательства.

Но закон не допускает злоупотребления коммерческой тайной для недобросовестного нарушения чужих интересов, введения хозяйственных партнёров в заблуждение, уклонения от ответственности и т. п. Поэтому Закон о защите и поддержке частного предпринимательства содержит специальную статью 23 «Сведения, не составляющие коммерческую тайну». Запрещено, в частности, делать секретными итоги годовой предпринимательской деятельности, в том числе сальдо счёта прибылей и убытков, сумму уставного капитала, сводные суммы кредиторской и дебиторской задолженности и т. п.

В РК действует ряд нормативных правовых актов, направленных на развитие предпринимательства. Самым основным является Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года (№ 375-V Закон РК). Предприниматель-

Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

ский кодекс определяет правовые, экономические и социальные условия и гарантии, обеспечивающие свободу предпринимательства в Республике Казахстан, регулирует общественные отношения, возникающие в связи с взаимодействием субъектов предпринимательства и государства, в том числе государственным регулированием и поддержкой предпринимательства.

Государство понимает, что предпринимательство очень важно для развития экономики и поэтому оказывает ему всестороннюю поддержку от обучения основам предпринимательства до консультаций по юридическим и другим вопросам ведения бизнеса. Государственная поддержка частного предпринимательства осуществляется путём:

- оказания финансовой помощи;
- организации сети центров поддержки малого предпринимательства;
- организации деятельности бизнес-инкубаторов.

Кроме этого, для защиты интересов бизнеса Генеральной прокуратурой Республики Казахстан с Национальной палатой предпринимателей заключён Меморандум о сотрудничестве и подписан совместный план мероприятий.

В частности планом предусмотрено:

- создание рабочих групп по выработке единого подхода для разрешения системных проблем предпринимателей по их обращениям;
- разработка карты проблем предпринимателей и др. мероприятия.

Теперь каждый предприниматель вне зависимости от региона ведения бизнеса имеет возможность обратиться с вопросом правового характера посредством видеоконференции к руководителям прокуратур областей и Генеральной прокуратуры Республики Казахстан.

МИССИЯ И ИСТОРИЯ НПП «АТАМЕКЕН»

Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен» — это некоммерческая организация, созданная для усиления переговорной силы бизнеса с Правительством РК и государственными органами.

С одной стороны, есть государство, задачей которого является развитие экономики страны; с другой стороны, есть бизнес, который нацелен на получение прибыли. Когда бизнесмены идут в акиматы и министерства, чтобы получить помощь или консультацию по тому или иному вопросу, они вряд ли найдут там единомышленников, так как государственные органы занимаются более глобальными вопросами экономики и не могут решать частные проблемы отдельных предпринимателей. Именно поэтому возникла необходимость создания органа, который, с одной стороны, поддерживал бы предпринимателей и решал их индивидуальные проблемы, а, с другой стороны, понимал и учитывал при этом интересы государства. Таким органом и стала НПП «Атамекен».

Палата предпринимателей представляет интересы малого, среднего и крупного

бизнеса, охватывая своей деятельностью все сферы предпринимательства, включая внутреннюю и внешнюю торговлю. Главная задача «Атамекена» — защита прав и интересов бизнеса и обеспечение широкого охвата и вовлечённости всех предпринимателей в процесс формирования законодательных и иных нормативных правил работы бизнеса.

Деятельность направлена на улучшение делового, инвестиционного климата, стабильности, развития условий ведения бизнеса в стране, как для национальных, так и иностранных инвесторов.

Основные функции:

- представительство и защита прав и законных интересов предпринимателей;
- проведение общественного мониторинга предпринимательской активности, условий предпринимательской деятельности в регионах;
- участие в государственных программах поддержки и развития предпринимательства;
- поддержка отечественного производства и повышение доли местного содержания в закупках организаций;
- подготовка, переподготовка, повышение квалификации, сертификация и аттестация кадров, развитие технического и профессионального образования;
- стимулирование внешнеэкономической деятельности субъектов предпринимательства;
- привлечение инвестиций и диверсификация экономики.

Более того, Нацпалата выступает за активное вовлечение казахстанского бизнеса в реализацию государственных программ. Защищает интересы деловых кругов в органах государственной власти и местного самоуправления, расширяет и укрепляет связи с бизнес-сообществом зарубежных стран, а также выступает в поддержку казахстанского бизнеса в рамках интеграционных процессов.



ИСТОРИЯ ПАЛАТЫ

Национальная палата предпринимателей РК создана 9 сентября 2013 года совместным решением Правительства РК и Национальная экономическая палата Казахстана «Союз «Атамекен». При создании Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен» за основу бралась континентальная модель организации бизнес-сообществ. На всеобщем членстве предпринимателей основана континентальная (европейская) модель палаты. Эта модель была разработана во Франции и Германии и на сегодня успешно применяется во многих европейских странах. Сегодня 15,5 миллионов из 19 миллионов предприятий Европейского Союза работают в бизнес-среде всеобщего членства.

В структуре «Атамекена» созданы представительные и исполнительные органы: Съезд, Президиум, Правление, Ревизионная комиссия, региональные палаты и советы предпринимателей.

Членами Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен» являются:

- коммерческие юридические лица (хозяйственные товарищества, акционерные общества, производственные кооперативы), зарегистрированные в Казахстане;
- индивидуальные предприниматели;
- крестьянские (фермерские) хозяйства.

Членство в Национальной палате предпринимателей РК «Атамекен» не распространяется на:

- филиалы и представительства иностранных организаций;
- субъекты предпринимательства, осуществляющие аудиторскую и оценочную деятельность;
- государственные предприятия;
- некоммерческие юридические лица.

8 октября 2013 года в 14 областных центрах страны и городах Астана, Алматы были созданы региональные палаты предпринимателей (РПП).

Задачами РПП являются рост и развитие предпринимательского сектора в каждом регионе страны, обеспечение институциональных условий для учёта интересов бизнесменов при выработке и реализации государственной политики в сфере предпринимательства, совершенствование механизмов взаимодействия бизнеса и администрации соответствующего региона.

РПП представляют интересы предпринимателей по всему Казахстану. Своя РПП есть в каждой области — в районных центрах и крупных городах. Это позволяет НПП «Атамекен» тесно сотрудничать с предпринимателями в каждом регионе.

Инициатива введения в школьную программу предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» также принадлежала НПП «Атамекен». Есть у НПП и другие инициативы, направленные на развитие предпринимательского образования в нашей стране, например, современная платформа для обучения предпринимательству Atameken Academy. На платформе представлены короткие видеолекции с действующими

щими предпринимателями в качестве спикеров. В каждом курсе вы сможете найти видеоуроки и сопроводительные статьи с интересными фактами из сферы бизнеса и предпринимательства, т. е. всё, что поможет вам лучше усвоить тему урока. Если вы заинтересуетесь какой-то определённой тематикой, вы можете зайти в раздел «Дополнительные материалы» и найти для себя много полезного и интересного. За каждое действие на сайте вам присваиваются баллы, из которых формируется рейтинг всех пользователей. Также среди пользователей проводятся конкурсы с денежными призами и не только.

В «Атамекене» также действуют Совет по защите прав предпринимателей и противодействию коррупции, куда входят депутаты, представители Генеральной прокуратуры и Агентства по делам госслужбы и противодействию коррупции, юристы-практики, общественные деятели, а также представители СМИ.

Совет создан с целью оперативного и системного решения задач по противодействию коррупции и теневой экономике в РК, а также публичного освещения проблемных вопросов по противодействию коррупции и теневой экономике.

Существует и Экспертный совет по экономике Республики Казахстан, который является совещательным органом и создан в целях выработки рекомендаций и предложений по вопросам развития экономики.

При Национальной палате предпринимателей РК «Атамекен» создан Совет деловых женщин. Основной идеей создания Совета является усиление активизации женщин регионов в деловой среде.

Задание 2

Найдите в Интернете контакты РПП вашего села или города. В рамках данного курса мы не можем раскрыть все вопросы, касающиеся предпринимательской деятельности, так как они могут различаться в зависимости от того, в каком регионе страны вы живёте. Представители РПП понимают все региональные особенности и специфику ведения бизнеса в каждом регионе.

Подготовьте список вопросов, которые бы вы в первую очередь задали руководителю вашего локального подразделения «Атамекен». Вопросы должны отличаться актуальностью, злободневностью, преследовать ваш личный интерес и касаться региона, в котором вы живёте. Обратитесь в местное подразделение «Атамекен», обобщив вопросы всего класса в одном документе: по электронной почте, через веб-сайт, форум, соцсети или лично задайте их в локальном представительстве «Атамекена» (выберите трёх человек, которые будут говорить от имени вашего класса). Подготовьте презентацию, иллюстрирующую ваши вопросы, полученные ответы и выводы, которые вам удалось сделать.



Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- Знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей.
- Различать организации защиты прав предпринимателей.
- Описывать институты поддержки бизнеса и предпринимательства.
- Понимать виды государственной поддержки МСБ.
- Применять навыки защиты прав предпринимательской деятельности через учебно-игровые ситуации.

На прошлом уроке мы разобрали организации и способы защиты прав предпринимателей. Вы также нашли контакты РПП «Атамекен», куда вы можете обращаться по любым возникшим у вас вопросам. На этом уроке мы посмотрим, какие организации и каким образом оказывают поддержку предпринимателям в нашей стране.

СТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Инфраструктура поддержки предпринимательства представляет собой комплекс организаций, обеспечивающих благоприятные условия создания, функционирования и развития частной предпринимательской деятельности.

В Республике Казахстан к подобным организациям можно отнести:

- государственные и созданные по инициативе государства организации;
- неправительственные организации;
- коммерческие организации.

В зависимости от функциональной направленности структура институтов инфраструктуры определяется следующим образом:

- государственная поддержка и содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса;
- финансовая поддержка;
- информационно-аналитическая поддержка;
- поддержка в области образования и повышения квалификации кадров;
- материально-техническая поддержка.

Задание 1

Объясните, почему для государства важно развитие предпринимательства. Почему бы государству вообще не вмешиваться в дела предпринимательства и пустить всё на «самотёк»? Аргументируйте ваши доводы.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ И ОРГАНИЗАЦИИ

Высший государственный орган, реализующий политику и ответственный за развитие частного предпринимательства — Министерство национальной экономики Республики Казахстан (МНЭ). Министерство относится к центральным исполнительным органам и подотчётно Правительству и Президенту страны.

Организационно в структуру МНЭ входит Департамент развития предпринимательства, осуществляющий функции по формированию государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития и поддержки предпринимательства.

Следующим уровнем государственной структуры поддержки предпринимательства в Республике являются местные исполнительные органы в лице аппаратов акимов областей и городов Алматы, Шымкента и Нур-Султана. Для реализации государственной политики в области развития и поддержки предпринимательства при акиматах созданы департаменты (управления) предпринимательства и промышленности, в состав которых входят отделы предпринимательства.

Окончательным звеном в цепочке по реализации государственной политики в области предпринимательства являются территориальные исполнительные органы, представленные аппаратами акимов городов и районов Республики, в составе которых проблемами предпринимательства обязаны заниматься отделы экономики и бюджетного планирования или отделы экономики и финансов. На территориальные исполнительные органы возлагаются функции по непосредственной реализации принятой государственной политики и осуществлению мероприятий и программ, запланированных и финансируемых из местных бюджетов.

В целях создания благоприятных условий для реализации инициатив предпринимательской среды и реализации поставленных Президентом задач при аппаратах акимов были созданы комиссии по делам предпринимательства, в функции которых вошло:

- изучение проблем, препятствующих развитию малого и среднего бизнеса;
- разработка предложений и рекомендаций для местных и территориальных органов исполнительной власти.

Выход на комиссию по делам предпринимательства каждый предприниматель может получить, обратившись в любое общественное объединение или объединение юридических лиц в своей области. Как правило, несколько областных ассоциаций или объединений имеют места в комиссии.

Для организации подобной «обратной связи» с предпринимателями на уровне центральных исполнительных органов создан Совет предпринимателей при Президенте Республики Казахстан. Основными задачами Совета является:

Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

- выработка предложений, направленных на поддержку и развитие предпринимательства;
- создание условий, стимулирующих развитие рыночной экономики;
- консолидация деловых кругов, предпринимательских ассоциаций и союзов, действующих в Республике Казахстан;
- подготовка рекомендаций для решения важных государственных проблем в области предпринимательства.

Кроме задач по формированию и реализации государственной политики в области предпринимательства государством выполняются функции по обеспечению финансовой, информационно-аналитической и материально-технической поддержки предпринимательства. Все эти формы поддержки реализуются государством как через исполнительные органы с помощью различных программ, принимаемых на местном и территориальном уровнях, так и с помощью специально созданных для этого с участием государственного капитала организаций.

Каждое из указанных ниже АО специализируется на оказании поддержки в каком-то одном, достаточно узком, направлении. Так, если вы занимаетесь новыми технологиями, вам нужно будет обратиться за помощью в АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий», если экспортными операциями (вывозом казахстанской продукции на иностранные рынки) — в АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «Kaznec» и т. д.

К организациям, выполняющим перечисленные функции, относятся следующие государственные компании:

- АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий». Основная цель Центра состоит в повышении конкурентоспособности отраслей реального сектора экономики Казахстана путём организации трансферта новых технологий, а также активизации инновационной деятельности в Республике;
- АО «Корпорация по развитию и продвижению экспорта «Kaznec» оказывает информационно-аналитическую поддержку Правительству в области формирования государственной политики, в том числе и по развитию предпринимательства;
- АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» — содействие качественному развитию малого и среднего бизнеса, а также микрофинансовых организаций Казахстана в роли интегратора и оператора предоставления финансовых, консалтинговых услуг;
- АО «Национальный инновационный фонд» оказывает финансовую поддержку инновационных предпринимательских инициатив путём привлечения инвестиций и финансирования проектов;
- АО «Инвестиционный фонд Казахстана» — финансовая поддержка путём инвестирования в уставный капитал предприятий, производящих углубленную переработку сырья и материалов с использованием современных и передовых технологий;

- АО «Банк Развития Казахстана» — финансовая поддержка;
- Технопарки, бизнес-инкубаторы, промышленные зоны — материально-техническая поддержка предпринимательства на этапе его становления и развития.



Рис.1. Фонд развития предпринимательства «Даму» и Банк развития Казахстана

Задание 2

Представьте, что вы стали главой государства и озадачились вопросом развития и поддержки предпринимательства. Перед вами стоят две задачи:

- 1) определить, какие проблемы препятствуют развитию малого и среднего бизнеса;
- 2) определить, какие проекты можно осуществить для развития малого и среднего бизнеса.

Какие бы вы приняли три первых указа по задаче 1 и задаче 2? Аргументируйте ваш ответ.

Кроме указанных выше институтов развития в настоящее время в Казахстане получило широкое распространение движение по созданию и развитию технопарков, бизнес-инкубаторов и промышленных зон. Все указанные структуры призваны эффективно решать точечные проблемы. Например, СЭЗ «Национальный индустриальный нефтехимический технопарк» занимается развитием химического производства, СЭЗ «Сарыарка» — развитием металлургии и т. д.

ТЕХНОПАРКИ

Технопарки — это структуры, создаваемые в основном на базе высших учебных заведений или на базе научно-исследовательских институтов с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий.

Целью создания технопарков является организация субъектов инновационной деятельности, обеспечивающих эффективное использование результатов научных исследований и разработок.

Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

Среди поставленных государством перед технопарками задач:

- внедрение в производство передовых достижений отечественного и мирового научно-технического прогресса;
- инвестирование научно-технических исследований и инновационных производств;
- оказание материально-технической помощи в создании и развитии инновационного предпринимательства.

Среди казахстанских технопарков можно отметить следующие: технопарк «Са-ры-Арка» (г. Караганды), технопарк «Алгоритм» (г. Уральск), технопарк «Алтай» (г. Усть-Каменогорск), Региональный технопарк в Южно-Казахстанской области (г. Шымкент), Технопарк КазНТУ им. К. И. Сатпаева (г. Алматы), Региональный технопарк города Нур-Султана (г. Нур-Султан), технопарк «Алатау» (г. Алматы).

БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ

Бизнес-инкубаторы — это программы помощи бизнесу, которые обеспечивают предпринимателей необходимыми консультациями и поддержкой. Обычно бизнес-инкубаторы располагаются в специальных помещениях, где размещается несколько начинающих фирм. Они не только совместно используют помещение и оборудование, но и в равной степени имеют доступ ко всем услугам, оказываемым бизнес-инкубатором, включая консультации по различным направлениям бизнеса. Стоимость некоторых видов услуг может быть включена в стоимость аренды, другие виды предоставляемых услуг имеют достаточно низкие расценки.

Цель, преследуемая созданием бизнес-инкубаторов — создание благоприятных условий для начинающих предпринимателей, где вновь создаваемые предприятия набираются опыта и получают помощь для дальнейшего роста, укрепления своих позиций на рынке. После достижения определённого уровня развития, обычно после третьего года, фирма покидает бизнес-инкубатор и начинает самостоятельное существование, но уже имея значительный опыт и потенциал, которые позволяют ей не только избежать банкротства, очень частого на первых этапах, но и расти дальше. А на освободившееся место приходят новые фирмы, начинающие бизнес с нуля.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЗОНЫ

Промышленная зона представляет собой объект, в котором множество малых обособленных предприятий размещено и функционирует на единой производственной территории.

Основная цель промышленных зон — это активизация развития малого предпринимательства и отечественного товаропроизводителя, поддержка и оказание помощи предпринимателям, особенно на начальном этапе их деятельности.

На территории промышленной зоны размещаются обособленные малые предприятия, каждое из которых занимает отдельное помещение и организует в нём своё производство. Единственным условием для размещения множества различных малых предприятий в одну промышленную зону является их отраслевая и технологическая совместимость. Нормальное функционирование всего комплекса промышленной зоны обеспечивается специальным органом — управляющей компанией, которая помимо предоставления в аренду помещений может предоставлять и другие услуги, связанные с администрированием и ведением бизнеса.

В Казахстане действуют 12 специальных экономических зон (СЭЗ):

- **СЭЗ «Астана — новый город»** (ускоренное строительство нового административно-делового центра столицы; открытие новых производств в Индустриальном парке);
- **СЭЗ «Сарыарка»** (развитие металлургической промышленности и отрасли металлообработки, в частности производства готовых изделий путём привлечения производителей мировых торговых марок);
- **СЭЗ «Национальный индустриальный нефтехимический технопарк»** (разработка и реализация прорывных инвестиционных проектов по созданию и развитию нефтехимических производств мирового уровня по глубокой переработке углеводородного сырья и выпуску широкой конкурентоспособной нефтехимической промышленности с высокой добавленной стоимостью);
- **СЭЗ «Морпорт Актау»** (создание благоприятного инвестиционного климата и привлечение отечественных и зарубежных инвестиций для реализации инвестиционных проектов с экспортной ориентацией; ускоренное развитие современных производств и инновационных технологий в отрасли экономики региона для импортозамещения; создание новых рабочих мест и повышение уровня квалификации местных кадров);
- **СЭЗ «Оңтүстік»** (развитие предприятий хлопкоперерабатывающего производства, текстильной и швейной промышленности Республики Казахстан; привлечение производителей мировых торговых марок для производства текстильной продукции; создание высокотехнологичных производств, улучшение качества и расширение ассортимента производимой текстильной продукции);
- **СЭЗ «Химический парк Тараз»** (создание благоприятного инвестиционного климата, привлечение отечественных и зарубежных инвестиций для реализации инвестиционных проектов с экспортной ориентацией; ускоренное развитие современных производств и инновационных технологий в отрасли экономики региона для импортозамещения; создание новых рабочих мест и повышение уровня квалификации местных кадров);
- **СЭЗ «Хоргос — Восточные ворота»** (стратегический объект для создания логистического хаба, соединяющего Китай, Центральную Азию и Средний Восток);
- **СЭЗ «Парк инновационных технологий»** (технологическое развитие информационных технологий, технологий в сфере телекоммуникаций и связи, электро-

Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса

ники и приборостроения, возобновляемых источников энергии, ресурсосбережения и эффективного природопользования; технологии в сфере создания и применения материалов различного назначения, технологии в сфере добычи, транспортировки и переработки нефти и газа, создание высокоэффективных, в том числе высокотехнологичных и конкурентоспособных, производств, освоение выпуска новых видов продукции, привлечение инвестиций);

- СЭЗ «Павлодар» (технологическое развитие информационных технологий, технологий в сфере развития химической, нефтехимической отраслей, в частности производства экспортоориентированной продукции с высокой добавленной стоимостью с применением современных технологий);
- СЭЗ «Астана — Технополис» (инновационное развитие города Нур-Султана путём привлечения инвестиций и использования имеющихся и привлечённых передовых технологий, ноу-хау, создание современной инфраструктуры);
- СЭЗ «Turkistan» (ускоренное развитие города Туркестан; повышение туристского потенциала города Туркестана и дальнейшего становления как духовной столицы тюркского мира и развитие высокоэффективной, конкурентоспособной туристской инфраструктуры, способной обеспечить и удовлетворить потребности прибывающих казахстанских и зарубежных туристов; создание единой информационной базы для обслуживания туристов);
- СЭЗ «МЦПС «Хоргос» (развитие приграничного торгово-экономического сотрудничества; развитие экспортоориентированных отраслей; активизация предпринимательской и инвестиционной среды; развитие транспортной инфраструктуры, туризма и культурного взаимодействия).

Задание 3

Поищите в Интернете названия и контакты бизнес-акселераторов и инкубаторов в вашем городе или регионе. Чем они могут быть вам полезны? Узнайте, как вы можете туда попасть с вашим проектом.



Рис.2. Специальная экономическая зона



Урок 63. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая)

- Различать экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды ответственности предпринимателя.

Мы поговорили с вами о защите прав предпринимателей. На следующих двух уроках мы разберём, какая ответственность существует у предпринимателей.

Задание 1

Прежде чем мы начнём разбирать, какие типы ответственности предпринимателя существуют, подумайте и назовите, перед кем и за что могут быть ответственны предприниматели.

ПЕРЕД КЕМ ОТВЕТСТВЕННЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ

Ответственность — это обязанность исполнять договорённости и соблюдать права всех, с кем взаимодействует бизнес — других компаний, клиентов, работников своей компании, государства и общества в целом.

Предприниматели должны ответственно подходить к выполнению своих различных обязательств перед:

1. другими компаниями¹. Если бизнесмен заключает договор и обязуется поставить товар в указанный срок, он должен выполнить все условия: товар должен быть именно такого качества, количества, и другая сторона должна получить его именно тогда, когда нужно. Он не должен раскрывать конфиденциальную информацию другой компании третьим лицам и т. д. Обобщая, можно сказать, что предприниматель должен соблюдать все договорённости с другими компаниями, которые обычно излагаются в договорах. В этом случае все участники договора могут заниматься своей деятельностью без риска получить не тот товар, не в тот срок (что скажется на клиентах, которые не смогут выку-

¹ Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК.

Урок 63. Ответственность предпринимателя

пить тот товар, который им нужен в определённое время), не на тех условиях и т. д. Это поможет всем компаниям на рынке работать максимально эффективно и выстраивать свою деятельность без риска понести убытки, вызванные неисполнением своих обязательств другими сторонами.

Например, вы продаёте одежду. И ваш партнёр — владелец швейной фабрики — обещал вам сшить определённую коллекцию одежды к какому-то сроку. Вы выкупили место на выставке, которая должна была проходить в это время. Но партнёр не выполнил своих обязательств и не сшил одежду к этому сроку. Вы понесёте убытки: вы уже заплатили за место, наняли продавца, кроме того, вы потеряете прибыль, которую получили бы, продав вашу продукцию. Если компании соблюдают ответственность перед друг другом, вести бизнес всем становится гораздо легче, эффективнее и прибыльнее.

2. потребителями. Платя за товары и услуги, потребители должны получать качественные продукты и сервисы. И ответственность предпринимателя — убедиться в этом. Поэтому он не должен использовать некачественные материалы, должен следить за сроком годности продуктов, за качеством работы своих служащих, чтобы любое взаимодействие с компанией — начиная от телефонного звонка, заканчивая гарантийным обслуживанием после продажи, приносило положительные эмоции клиентам. Все мы выступаем в роли потребителей различных благ и услуг. Согласитесь, что купить новый продукт и обнаружить, что он неисправен или плохо собран — не очень приятно. Также неприятно позвонить в компанию и получить грубый ответ от менеджера или прийти в фирму, где вы купили бракованный товар, чтобы его вернуть и поменять на другой, и получить отказ. С такими фирмами рано или поздно клиенты перестанут взаимодействовать. Поэтому соблюдение обязательств бизнеса перед клиентами — взаимовыгодный процесс для обоих. Чем лучше исполняет предприниматель свои обязанности, тем лучше становится бизнес во всей стране (ведь конкурентам приходится ориентироваться на лучшие бизнесы в отрасли, чтобы не потерять своих клиентов), и тем более удовлетворены потребители.

3. своими работниками¹. Любой бизнес развалится, если никто не захочет на него работать. Чем более работники счастливы и горды работать на тот или иной бизнес, тем лучше становится его продукция, бизнес-процессы, тем старательнее и аккуратнее работает персонал, и тем меньше несёт убытков предприниматель. Поэтому в его интересах соблюдать свои обязанности перед работниками: вовремя платить честную зарплату, оформлять все необходимые отчисления (пенсионные, медицинские и т. д.), предоставлять отпуск, больничный, обеспечивать достойные условия труда (в чистом большом помещении с чистым воздухом и т. д.).

¹ Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V ЗРК; Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-XIII.

4. государством. Налоги, которые платят бизнесмены, составляют основную часть государственного бюджета. Именно на эти деньги потом строятся дороги, школы, больницы, платятся зарплаты учителям и врачам, развиваются наука и технологии. Чем добросовестнее предприниматели исполняют свои обязанности перед государством, тем лучшие условия жизни для всех людей в нём становятся. Ведь предприниматели, как и все остальные граждане страны, пользуются всеми благами, которые предоставляет государство: живут в чистых городах, засаженных парками, ездят по отремонтированным дорогам, отправляют своих детей в школы, оснащённые компьютерами, и т. д.

5. обществом¹. Заводы, чтобы они могли работать, жгут достаточно много топлива, которое загрязняет воздух, которым дышат потом все жители этой местности. Поэтому владелец такого завода должен не только платить соответствующие налоги, но и придумывать и внедрять такие способы производства, которые приносят меньший вред окружающей среде — например, частично использовать солнечные батареи, не просто выкидывать мусор, а перерабатывать его и т. д. Если компания работает в каком-то регионе, то жители этого региона становятся основной рабочей силой компании. Поэтому компании выгодно, чтобы условия их жизни становились лучше — в итоге они будут лучше работать. Именно поэтому крупные компании строят в местах своей деятельности детские сады или школы, которые напрямую и не соотносятся с деятельностью таких компаний, но улучшают жизнь их работников, что приводит к выгоде компании в перспективе.

Примером такой ответственности может быть проект «Дом мамы». По инициативе Айдына Рахимбаева (главы холдинга VI Group) была создана сеть кризисных центров для женщин, находящихся на поздних сроках беременности и с новорожденными детьми, которые оказались в сложной жизненной ситуации. В «Домах мамы» у женщин, первоначально решивших отказаться от своего ребёнка и совершить тем самым огромную ошибку в жизни, есть время и возможность всё взвесить и обдумать, прочувствовать счастье материнства в атмосфере понимания. Идея социального проекта «Дома мамы» вызвала широкий общественный резонанс и к ней присоединились многие казахстанские бизнесмены. Они стали меценатами проекта.

Также работники холдинга VI Group открыли благотворительный корпоративный фонд «VI-Жулдызай» — реабилитационные центры, которые оказывают нужную медико-социальную помощь детям с особыми потребностями. Около 4000 работников холдинга выступают благотворителями данного проекта.

Но ответственность бизнеса перед обществом может проявляться не только через создание общественных фондов или перечисление средств на строительство, ремонт или открытие каких-либо объектов. Даже самые маленькие компании могут продемонстрировать свою ответственность перед обществом

¹ Экологический кодекс Республики Казахстан от 9 января 2007 года № 212.

Урок 63. Ответственность предпринимателя

и внести вклад в его развитие. Они могут предоставлять скидки особой группе потребителей (пенсионерам, многодетным семьям и т. д.), могут проводить для них бесплатные консультации, просто раз в год отдавать часть своей продукции бесплатно для детских домов или малоимущих семей, брать на работу инвалидов.

Очень важно — не скрывать подобные действия, а смело рассказывать о них в соцсетях и на корпоративных сайтах компаний. Во-первых, потребители, узнав, что часть прибыли компании уходит на добрые дела, будут с большей готовностью покупать продукцию именно этой компании, а не конкурентов. Повысится имидж компании в обществе. А во-вторых, другие компании будут следовать её примеру. Таким образом, со временем в Казахстане сформируется социально ответственный бизнес и общество, признающее заслуги бизнесменов.

Даже если у бизнеса нет времени открывать фонды или искать группы населения, нуждающиеся в помощи, они могут обратиться к сайтам, консолидирующим информацию о тех, кому можно помочь. Сайт ОО «Менің Атамекенім» (Atamekenim.kz) публикует заявки людей, нуждающихся в помощи, с подробным описанием ситуации и фотографиями. Предприниматели могут сами выбрать, кому они хотят помочь и какую сумму готовы на это выделить. В результате на сайте публикуется информация о компаниях, оказавших помощь, затем эта информация появляется и на других информационных ресурсах и в социальных сетях Казнета. Так, компания «Iron Plast Group» в рамках проекта «Менің Атамекенім» подарила 4-комнатный дом многодетной матери-одиночке с шестью детьми. Многие бизнесмены оказали помощь мелким компаниям, пострадавшим вследствие чрезвычайной ситуации, произошедшей в г. Арыс Туркестанской области 24 июня 2019 года.

Задание 2

Разбейтесь на команды по 5 человек в каждой. Каждая команда должна придумать как минимум 10 вариантов того, как выбранный ими бизнес может помочь обществу, в котором живёт.

СПОСОБЫ КОНТРОЛЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ

Иногда всё же предприниматели не соблюдают свои обязанности. Чтобы следить за этим и устранять последствия, вызванные несоблюдением таких обязательств, существуют различные способы контроля, предусмотренные законом¹.

1 Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V ЗРК.

Неустойка (штраф, пеня) — это определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения своих обязательств. В результате ему придётся возместить убытки, заплатив штраф.

Убытки — это те расходы, которые понесёт ваш партнёр, если вы нарушите договор, а также те доходы, которые ваш партнёр мог бы получить, но не получит из-за нарушения договора.

Залог — это один из способов обеспечения исполнения обязательств. Чтобы быть уверенным, что они не понесут убытки в случае неисполнения вами обязательств, партнёр, банк или государство могут потребовать у вас внести залог, который покроет убытки, если они возникнут. Например, вы берёте кредит в банке на строительство небольшого завода. А вдруг вы разоритесь? Тогда банк потеряет все свои средства, которые он вам предоставил. Чтобы обезопасить себя, банк берёт в залог вашу квартиру — если вы не вернёте деньги, взятые в кредит, к определённому сроку, ваша собственность перейдёт во владение банка, и так он покроет свои убытки.

Поручительство — способ обеспечения исполнения обязательства, в соответствии с которым поручитель (третье лицо) обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение перед ним его обязательства полностью или в части. Например, вы также хотите построить новый завод, но банк сомневается в том, что вы вернёте деньги. Тогда вашим поручителем может выступить ваш партнёр — другая фирма с положительной кредитной историей (которая уже брала кредит и возвращала его в срок, следовательно, банк ей

доверяет). Такой поручитель обязуется выполнить ваши обязательства за вас, если вы с ними не справитесь самостоятельно.

Банковская гарантия — письменное обязательство, в силу которого банк, иная кредитная или страховая организация (гарант) должны уплатить кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по предоставлении бенефициаром письменного требования об её уплате. Например, вы хотите купить товар, но у вас не хватает на это денег. Банк может выступить гарантом и пообещать партнёру, что он уплатит ваши долги, если вы не сможете сделать это сами после реализации купленного в кредит товара. При



этом вы должны будете выплатить банку вознаграждение за то, что он выступает вашим гарантом.

Задатком признаётся денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счёт причитающихся с неё по договору платежей другой стороне в доказательство заключения договора и в обеспечении его исполнения. Например, вы отдали документы на перевод в переводческое агентство. Вы хотите быть уверенными, что, заплатив за услуги, вы получите свой перевод в оговорённый срок. Но и агентство хочет быть уверенным, что получит деньги за перевод, который сделает. Поэтому вы оплачиваете агентству не всю стоимость перевода, а только часть — оставляете задаток. Так агентство будет уверено, что вы не уйдёте к конкурентам и оплатите всю работу, когда она будет сделана, а вы можете быть уверены в том, что она действительно будет сделана, так как агентство захочет получить оставшуюся сумму.

С правовыми нормами, ограничивающими ответственность предпринимателей Республики Казахстан, можно познакомиться в Гражданском кодексе РК, Предпринимательском кодексе РК, Налоговом кодексе РК, Кодексе РК об административных правонарушениях, Уголовном кодексе РК. Со всеми указанными документами вы можете ознакомиться на веб-сайте Online.zakon.kz.

СТАДИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА¹

На протяжении истории бизнес проходил разные варианты своего развития. Пропустив первые четыре стадии, с которыми вы можете познакомиться в книге **Фредерика Лалу «Открывая организации будущего»**, давайте посмотрим на то, как бизнес развивается последние несколько веков.

Конкурентная, или «оранжевая» стадия. «Оранжевые организации» зародились в эпоху Возрождения, стали набирать силу два века назад, а после Второй мировой войны доминировали в западном мире. С «оранжевой» точки зрения, каждый человек имеет право добиваться любых целей: уборщик может стать генеральным директором, нищий — миллионером. Главное — победить в конкурентной борьбе: как внутренней между сотрудниками, так и внешней. Цель компании — прибыль. В структуре — чёткая иерархия. Планирование и реализация планов разделены: обдумывание происходит наверху, исполнение — внизу. Решения принимает руководитель, передаёт вниз на другой уровень, и в итоге задание доходит до исполнителя низшего звена. В компании есть свод внутренних правил. При жёсткой структуре на этой стадии приветствуется новаторство, поощряется личная ответственность и движение по карьерной лестнице. Мерило успеха — материальное благосостояние. Большинство крупных международных компаний до сих пор устроены по «оранжевому» принципу.

¹ Лалу Ф. Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 610 с.

Плюралистическая, или «зелёная» стадия. «Зелёные организации» впервые заявили о себе на рубеже XIX и XX веков. Тогда люди пытались бороться с неравенством, возникшим после промышленной революции, а в 1960-х годах строили коммуны. В «зелёных организациях» внимательно относятся к чувствам и уважают разные точки зрения. Люди стремятся к справедливости, равенству, гармонии, добрососедству и консенсусу. Для «зелёных организаций» личные отношения внутри группы ценнее результата, а польза для планеты и человечества важнее личной выгоды. «Зелёные компании» претендовали на место компаний будущего. Но провалились — в чистом виде такие организации существовать не могут. Личные отношения внутри коллектива стали выше целей компании — победить конкурентов. Так появились первые «бирюзовые (изумрудные) организации».

«Бирюзовые (изумрудные) организации» взяли лучшее от «оранжевых» и «зелёных». От «оранжевых» досталось желание конкурировать с внешними компаниями, от «зелёных» — стремление быть командой. Главный признак организации будущего — самоуправление. Но не в извращённом понятии, когда работники «стоят на головах». Это самоуправление контролируемое. В самоуправляющихся командах руководитель — не цербер, а наставник. Он не контролирует работу, а обучает и даёт рекомендации. Вместо планирования и бюджетирования «бирюзовые (изумрудные)» команды практикуют внутреннее консультирование, в котором принимает участие вся команда.

На первом этапе, когда компания только организовалась, она думает о том, как помочь самой себе. Но по мере её роста растёт и её ответственность перед другими сторонами ведения бизнеса. Когда вы станете самостоятельными бизнесменами, вы сможете сами выбрать, какую компанию организовать. Очевидно одно — чем более ответственно относится бизнес к своим обязательствам перед партнёрами, клиентами, работниками, государством и обществом, тем более успешным он является. Компании будущего основаны на принципах сотрудничества и эмпатии (сопереживания другим), которые, в конечном счёте, приводят к тому, что бизнес становится более выгодным (ведь всем участникам процесса гораздо приятнее и поэтому предпочтительнее вести дела на принципах честности и равенства), а общество — более развитым.

Задание 3

Разбейтесь на пять групп. Каждая группа должна описать, привести примеры и пользу ответственности бизнеса: 1 группа — перед партнёрами; 2 группа — перед потребителями; 3 группа — перед работниками; 4 группа — перед государством; 5 группа — перед обществом.



Урок 64. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая)

- Различать экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды ответственности предпринимателя.

На прошлом уроке мы уже упоминали об ответственности бизнеса перед обществом. На сегодняшнем уроке мы остановимся на этом подробнее и обсудим эту тему через призму корпоративной социальной ответственности (КСО). Хотя в основном КСО относится к большим компаниям, её философию и методы должна использовать любая мелкая и средняя компания, которая стремится к успеху и созданию положительного образа среди жителей страны.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Проблема корпоративной социальной ответственности (КСО) всё чаще находит своё отражение в средствах массовой информации и научных работах выдающихся учёных. Ведь сегодня ни одна компания в мире не может производить свои операции, не принимая её во внимание. Необходимо понимать, что социальная ответственность бизнеса намного шире, чем принято считать. Согласно **Т. Форану**, КСО представляет собой совокупность поведенческих действий предприятия в отношении своих сотрудников, органов власти, окружающей среды и общества в целом. Принимая решения, компании не должны руководствоваться исключительно чувством собственной выгоды, а обязаны учитывать возможные последствия своих действий на благосостояние всех заинтересованных сторон.

По мнению американского учёного **Арчи Кэрролла**, социальная ответственность бизнеса определяется наличием четырёх её компонентов: экономической, правовой, этической и филантропической ответственности, — которые представляют собой так называемую «пирамиду КСО». Экономическая ответственность в «пирамиде» является базовой и включает в себя способность компании зарабатывать достаточную прибыль, создавать новые рабочие места и производить то-

вары и услуги, востребованные обществом. При этом А. Кэрролл утверждает, что предприятия, не способные получать прибыль, не могут исполнять другие обязательства. Необходимо помнить, что прибыль должна быть достигнута законным путём в соответствии с требованиями, установленными государством, что, в свою очередь, является правовой ответственностью бизнеса. Этическая ответственность подразумевает моральное поведение организации по отношению ко всем заинтересованным сторонам и, в первую очередь, к обществу. Этическое поведение хоть и не установлено рамками закона, но многие компании самостоятельно разрабатывают «кодексы этики», основанные на стандартах справедливости и равенства, для того чтобы их сотрудники могли различать этическое и аморальное поведение. Филантропические обязательства представляют собой исключительно добровольную деятельность организаций, способствующую улучшению качества жизни общества, например, такую, как благотворительность, пожертвования, спонсорская помощь, безвозмездное финансирование социальных проектов.

Согласно **Закону РК «О частном предпринимательстве»**, «социальная ответственность бизнеса — добровольный вклад субъектов частного предпринимательства в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах». Государственный стандарт Республики Казахстан «СТРК ИСО 26000-2011» трактует КСО как «ответственность организации за воздействие своих решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: 1) способствует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; 2) учитывает ожидания заинтересованных сторон; 3) соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; 4) интегрировано в деятельность всей организации и применяется в её взаимоотношениях».

Стандарт ИСО 2600 рекомендует рассматривать 7 основных вопросов КСО: 1) корпоративное управление (или управление организацией); 2) соблюдение прав человека; 3) трудовые практики; 4) охрана окружающей среды; 5) добросовестные деловые практики; 6) интересы потребителей; 7) участие в жизни сообществ и их развитие.

Компания в зависимости от своих целей и бизнес-задач определяет для себя собственные приоритеты в области корпоративной социальной ответственности. Априори, вся КСО-деятельность должна вносить вклад в укрепление позиции компании, а также повышение её конкурентоспособности. Например, для крупной промышленной компании приоритетами в области КСО могут стать поддержка окружающей среды и развитие сообществ, а для компаний среднего уровня — это ответственные отношения с клиентами и поставщиками. К примеру, ИТ-компания принимает решение поддерживать проекты в области компьютерной грамотности в учебных заведениях различного уровня или же инициировать различные программы и стипендии в ИТ-сфере. Наметив уровни и задачи, ком-

Урок 64. Ответственность предпринимателя

пания сформирует свои приоритеты в области КСО, соответственно получит развитие именно в этих областях.

КСО — это выбор бизнеса или конкретного лидера. Перед тем как начинать реализовывать стандарты КСО, в первую очередь, необходимо отдавать себе отчёт, зачем ей развивать социальное направление. Порой даже менеджеры, отвечающие за социальное направление, не в полной мере могут чётко просчитать результат реализации социального проекта. В данном вопросе необходимо подойти со стороны цифр и конкретных результатов. Всё-таки основная задача бизнеса — приумножать капитал.

В последние годы развитие КСО набирает обороты. Насчитывается всё больше и больше организаций, которые публикуют годовые отчёты о своей социальной ответственности. Например, такие отчёты доступны на сайтах многих банков, телекоммуникационных компаний, нефтяных, горнодобывающих и металлургических предприятий. Однако зачастую это крупные организации, которые открыто говорят о своей социальной ответственности. Большинство предприятий малого и среднего бизнеса (далее — МСБ) предпочитают об этом умалчивать, не придавая КСО большого значения. В то же время некоторые крупные компании, понимая социальную ответственность исключительно как филантропию, не афишируют свою добродетель под страхом нападок от благотворительных организаций. Тем не менее, осознание необходимости развития социальной ответственности бизнеса растёт с каждым годом.

Задание 1

Приведите примеры реализации КСО в вашем регионе. Возможно, это новые спортивные или детские площадки, облагороженные парки, шефство над больницами или школами и т. д. Подготовьте информацию из открытых источников и сделайте краткий обзор.

Модели КСО

Вспомните методологию Хофстеде, которую мы обсуждали ранее. Очевидно, что в разных культурах существуют разные нормы КСО, обусловленные различными культурными, социальными и историческими факторами. Принято выделять три основные модели КСО: американскую, европейскую и японскую (азиатскую).

Европейская модель подразделяется на ряд подмоделей, данная концепция характеризуется активной ролью государства как некоего регулятора. Например, модель «бизнес-государство» характерна для скандинавских стран: высокие налоги и контроль со стороны государства, которое эффективно распределяет средства.

Американская модель, главным образом, представлена филантропизмом, вмешательство государства в дела частного бизнеса минимально, системное финансирование различных фондов и некоммерческих организаций, волонтерское участие сотрудников в проектах и программах фондов.

В **японской (азиатской) модели** важны традиции и само государство. Практически вся жизнь сотрудника связана с компанией — институт «пожизненного найма», а отношение сотрудника к компании — как к своей «производственной семье». Подобная связь прослеживается и на уровне индустриальных групп, которые продвигают КСО в стране.

Африканская модель представляет механизм финансовой помощи компаниями на проекты борьбы с бедностью или иные проекты, с учётом мнения местного общества, что в некоторых странах закреплено на законодательном уровне.

Для **латиноамериканской модели** характерна высокая осведомлённость общественности о КСО благодаря активности СМИ, университетов и неправительственных организаций.

Задание 2

Пользуясь теми знаниями, что у вас есть (в том числе о различии культур по методологии Хофстеде), сформулируйте, какая модель КСО подойдёт для Казахстана, учитывая культурные, исторические и социальные особенности нашей страны.

КСО в КАЗАХСТАНЕ

Первые предпосылки для развития социальной ответственности в независимом Казахстане появились ещё в середине 1990-х годов с приходом на рынок иностранных компаний, которые уже тогда демонстрировали свою социальную ответственность. Однако, несмотря на это, ещё буквально пять лет назад понятие КСО считалось относительно новым в Казахстане. Сегодня же осведомлённость населения и отечественных компаний об основных принципах социальной ответственности растёт быстрыми темпами. Тем не менее, единого понимания концепции КСО в Казахстане пока ещё не сформировалось.

Согласно результатам опроса, проведённого Центром исследований САНДЖ в 2013 году, только 63 % представителей бизнеса РК осведомлены о КСО, из них крупные компании — на 100 %, а вот малый бизнес — лишь на 47 %. Значительные пробелы с пониманием КСО отмечены у государственных служащих и представителей гражданской общественности. И те, и другие рассматривают социальную ответственность бизнеса исключительно как благотворительность.

Среди казахстанских компаний только 57 % считают, что бизнес должен быть социально ответственным. Более того, большинство респондентов полагают, что

КСО — это прерогатива крупного бизнеса, а также компаний, наносящих вред окружающей среде и здоровью населения, например, таких как нефтегазовые и горнодобывающие предприятия. Малый бизнес, в отличие от среднего и крупного, на сегодняшний день не готов активно вовлекаться в КСО.

Задание 3

Перечислите причины, по которым, по вашему мнению, малый бизнес не готов реализовывать КСО.

В Казахстане правительство оказывает существенную поддержку развитию КСО в стране, всячески поддерживая и поощряя данную инициативу. В 2008 году Президент РК учредил специальную премию в области КСО — «Парыз», гран-при этого конкурса присуждается компаниям-лидерам в области внедрения КСО. Также имеется ряд государственных стандартов в целях продвижения корпоративной социальной ответственности среди компаний.

В Послании Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира» отмечалось, что реалии нашего времени требуют консолидации усилий и конструктивного взаимодействия государства и предпринимателей, частного сектора и всего казахстанского общества. Сегодня в предпринимательской среде всё большее значение начинает приобретать фактор ответственности перед обществом. Казахстанская модель КСО ещё не оформилась, но есть четыре конструктивные модели взаимодействия власти и бизнеса. Первая модель, «добровольно-принудительная благотворительность», заключается в следовании бизнеса директивам власти, желающей сохранить существующую социальную инфраструктуру. Например, поддержка убыточных объектов социально-культурной сферы. Вторую модель можно назвать «торг», в которой ни власть, ни предприниматели не могут навязать другой стороне основные правила игры. И те, и другие обвиняют друг друга в излишних запросах. Третья, так называемая «город-комбинат или моногород», модель присуща моногородам, где нет других предприятий и производств, кроме градостроительного предприятия; и, наконец, четвёртая модель — «социальное партнёрство», является наиболее прогрессивной, так как идёт взаимодействие власти с предпринимательскими структурами и населением.

К особенностям казахстанской модели КСО можно отнести следующее:

Во-первых, цель бизнеса — прибыль и выполнение обязательств, прежде всего, перед непосредственными участниками бизнес-процесса. После достижения этих задач возникает ответственность перед обществом. Простыми словами, само существование компании — это уже плюс, она обеспечивает население ра-

бочими местами и платит налоги, просто так компания не может себе позволить тратить активы.

Во-вторых, социальная ответственность имеет место в компаниях, имеющих долгосрочные планы развития и активно работающих на конкурентном рынке, а также исправно платящих налоги.

В-третьих, имеется перекокс в последовательности «власть — бизнес — общество» между отношением к собственному персоналу и внешним атрибутам социальной ответственности. Под внешними атрибутами понимается проявление социальной ответственности в виде акций, благотворительных мероприятий и т. д. Отношение к собственному персоналу проявляется в виде поощрительных и компенсационных мер по различным мотивам и исходя из конкретной ситуации. Например, помощь семье работника ввиду его временной болезни.

В-четвёртых, нет универсальной формулы в цепочке «власть — бизнес — общество». Есть свои плюсы и минусы, остаётся лишь взвешенно подойти к выполнению обязательств. Правительство не может ввести единый стандарт для всех компаний, без учёта специфики региона и структуры компании. То, что для национальной компании хорошо, не совсем подходит для частных. Также и с международными компаниями, уровень развития и возможности которых намного больше локальных предприятий.

В-пятых, может сложиться впечатление, будто государство переложило ряд своих функций на общество и бизнес, скорее, это следствие расширения института гражданской ответственности. В целом данный механизм является саморегулирующимся, если же все стороны ведут конструктивный диалог и находят точки соприкосновения, то это позитивно для всей системы.

В-шестых, нет доступной единой базы данных с реальными отчислениями компаний на развитие социальных проектов, если нет показателей, трудно оценить ситуацию и делать выводы.

В-седьмых, не следует думать, что философия КСО одобрительно принимается всем бизнес-сообществом. Также немало фактов, когда компания создаёт лишь иллюзию активности.

В-восьмых, проявление социальной ответственности по силам лишь крупным и транснациональным компаниям, как правило, от малого и среднего бизнеса никто и не требует соблюдения принципа социальной ответственности. Хотя практика показывает, что МСБ эффективно решает проблемы местного сообщества ввиду информированности о тех или иных проблемах.

В-девятых, есть различные факторы, которые обязывают и тяготят производство, заставляя, по сути, содержать местное сообщество, так происходит в монопроизводственных городах. Ярким примером служит город Жанаозен, где градообразующим производством является добыча нефти. В этом случае производству приходится тщательно подходить к решению социальных и производственных вопросов. Именно поэтому было решено расширить присутствие различ-

Урок 64. Ответственность предпринимателя

ных производств. Так, вводятся в эксплуатацию цеха по ремонту оборудования нефтяного назначения, цикл производства шин, сооружения сельскохозяйственного назначения и т. д.

В-десятых, важно не перегнуть палку между отстаиванием интересов общества, с одной стороны, и соблюдением прав бизнеса на саморазвитие и определения вектора развития – с другой.



Рис.1. Памятник первой нефтяной вышке в Жанаозене

Задание 4

Казахстанский бизнес разделился на два лагеря относительно отношения к социальной ответственности бизнеса перед обществом. Часть бизнесменов считает, что бизнес должен быть социальным, всячески поддерживать общество, выделять средства на его нужды и т. д., ведь это справедливо! Те, кто имеют больше возможностей, должны нести и больше ответственности!

Есть другая точка зрения, исходя из которой, социальная ответственность является прерогативой государства: бизнес платит налоги, и государство само должно распределять их на удовлетворение социальных нужд населения.

Разделитесь на две группы внутри класса и проведите дебаты за и против КСО. Аргументируйте свои доводы. Выиграет та сторона, которая сможет представить больше убедительных доводов.



Урок 65. Целеполагание

- Понимать сущность целеполагания.
- Применять инструменты целеполагания для эффективной постановки целей.

Приветствуем вас на последних уроках по основам бизнеса и предпринимательства! Вы уже изучили основы маркетинга, каналы прибыли, бизнес-ресурсы, умеете управлять своими личными финансами и т. д. Теперь вы можете примерить на себя костюм будущего предпринимателя! Но в самом начале любой деятельности стоит цель, то есть вопросы «Зачем я это делаю? Чего я хочу достичь?». Без ответов на эти вопросы вы не сможете правильно поставить перед собой цель, а значит, и совершать эффективные действия для её достижения. На следующих двух уроках мы посмотрим, что представляет из себя целеполагание и как научиться ставить перед собой цели и достигать их¹.

Мы не сможем ответить на все вопросы в рамках этого урока — они слишком сложны и многочисленны. Поэтому, оказавшись дома в спокойной обстановке, подумайте над всем, о чём мы будем говорить сегодня, ещё раз.

Человеческие цели далеко не всегда масштабны. В течение одного дня множество целей сменяют одна другую: вовремя прийти в школу, закончить порученное дело, произвести хорошее впечатление. Непрерывно меняется ситуация, в которой приходится осуществлять цель; постоянно меняется восприятие ситуации человеком. Ясные и обоснованные цели становятся как бы маяком в этом море непрерывных изменений.

Целеполагание задаёт основу деятельности, формирует целевую перспективу. В процессе же целеобразования выстраивается последовательность достижения целей; определяется их иерархия: какая цель является основной, какие — второстепенными.

Целеполагание — это процесс выбора субъектом целей; но нередко альтернативы, из которых необходимо сделать выбор, не даны непосредственно. Их нужно сначала выявить, осознать, сформулировать. Поэтому целеполагание тесно связано с ответственностью человека и с его свободой выбирать алгоритмы и пути решения задачи. Приходится выбирать и средства достижения целей.

Целеполагание — это перевод с языка желаний и смыслов (что данная цель значит именно для меня, в моей ситуации) на язык объективной реальности, то есть средств для достижения цели. В результате, например, цель «быть актрисой» конкретизируется в средства её достижения: «стану посещать театральный кружок», «буду заниматься

¹ Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Целевая жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. — М.: Эксмо, 2018. — 352 с.

гимнастикой», «стану брать уроки вокала», «узнаю программу вступительных экзаменов и буду готовиться».

Цели могут быть как осознанными, так и неосознаваемыми. Часто только длительный процесс самоанализа позволяет человеку разобраться, к чему он стремился и каких целей добивался. Выявление целей, таким образом, может представлять собой особую внутреннюю работу. Человек может в процессе целеполагания игнорировать свои реальные возможности, но первая же попытка осуществления недостижимых целей быстро расставит всё на свои места. Поэтому человеку приходится учитывать свои ресурсы: временные, материальные, психологические и социальные.

Порой сложности связаны с выстраиванием приоритетов в целях. У вас множество краткосрочных целей каждый день: сделать уроки, помочь маме, сделать уборку, сходить куда-то с друзьями. Если вы будете фокусироваться только на них, у вас никогда не останется времени на самую главную цель — например, поступление в вуз на грант. Если же вы будете держать главную цель в голове, вы сможете отказаться от более мелких ежедневных целей и, например, отменить поход в кино с друзьями.

По-настоящему великие люди или люди, добившиеся успеха, отличаются именно этим: умением определить для себя главную цель и отказаться от всех мелких целей, которые не ведут к достижению главной цели.

Конечно, достичь главной цели сразу сложно. Поэтому вы можете разбить её на множество более мелких целей. Главное, чтобы они в итоге вели вас к главной цели. Так, если ваша цель — собственный бизнес, который приносит вам необходимый доход, даёт вам независимость, а также помогает людям в вашем городе или даже стране, вы можете разбить её на более мелкие цели. Например, поступить в университет, читать новую книгу по бизнесу каждые три месяца, эффективно планировать время, чтобы вы успевали учиться, читать, отдыхать и помогать своей семье, открыть небольшой бизнес, чтобы на нём пробовать всё, что вы узнали из книг, и набираться опыта, перестать просить деньги у родителей и попробовать зарабатывать на свои нужды самостоятельно и т. д.

Постановка множества взаимосвязанных и объединённых единой логикой целей делает вашу жизнь осмысленной, разнообразной, не похожей ни на какую другую.

Задание 1

Сформулируйте вашу главную жизненную цель. Разбейте её на мелкие цели, которые приведут вас к вашей главной цели.

Жизненные планы и программы

В каждом обществе, в каждой социальной группе существуют свои общепринятые образцы жизненных стратегий. Стандарты существуют практически для

любой области деятельности — ведь только тогда результат может быть оценён. Сравнение с результатами других людей и определение своего места американским психологом Л. Фестингером обозначалось как «социальная относительная норма».

Жизненные планы на различных этапах жизненного пути имеют свои качественные особенности. В юношеском возрасте планы зачастую нереалистичны. Социальными психологами описан феномен «нереалистического оптимизма»: человек склонен существенно занижать вероятность того, что неприятные события могут случиться с ним, и завышать свои шансы добиться чего-то в жизни. К 35 годам (так называемый «кризис середины жизни») реализация целей сама по себе перестаёт приносить удовлетворение, всё более настоятельным становится вопрос о смысле жизни. К середине пятого десятилетия, когда реализация жизненных целей в основном завершена, перед человеком встаёт и другой вопрос — та ли единственная программа осуществлена им, та ли миссия исполнена, те ли цели достигнуты.

Временное измерение жизненных планов личности опирается на «жизненное расписание», или «тайминг» — стандартные для той или иной культуры возрасты получения образования, вступления в брак и т. п.

Жизненных планов можно придумать множество. Гораздо труднее их объединить в единый жизненный путь. Один из критериев личностной зрелости — способность к осознанному формулированию жизненной программы, к преодолению жизненных обстоятельств, мешающих её осуществлению. Если вы знаете, чего хотите достичь, вас не остановят препятствия и трудности: имея перед собой цель, вы найдёте способ их преодоления.

Известный исследователь Арктики Отто Юльевич Шмидт в четырнадцатилетнем возрасте составил подробный список всего того, что нужно сделать для будущего успеха в изучении Севера — какие науки изучить, какими языками овладеть, какие исследования провести. Когда будущий ученый попытался прикинуть срок для осуществления программы, оказалось, что он составляет свыше 500 лет! С немалым трудом программа была «ужата» до 160 лет. Когда же в возрасте 70 лет О. Ю. Шмидт обнаружил в архиве этот юношеский план, он с удивлением обнаружил, что к тому времени намеченная 160-летняя программа была практически по всем позициям не только выполнена, но и перевыполнена.

Задание 2

Возьмите листок бумаги и напишите свою будущую автобиографию на 15 лет вперёд, где интервал между событиями будет составлять полгода. События должны отвечать вашей глобальной цели, указанной в задании 1.

УМЕНИЕ ДОБИВАТЬСЯ СВОЕГО

Даже если у вас есть цель, вы должны уметь грамотно составлять план действий для её достижения. Вспомните методологию SMART, о которой мы говорили на уроке по тайм-менеджменту.

Ваш план должен быть:

- конкретным («я стану успешным бизнесменом»);
- выраженным в цифрах («я открою свой бизнес через 5 лет»);
- реально достижимым («я стану успешным бизнесменом, а не президентом»);
- учитывающим всех, кто будет участвовать в его реализации («я стану успешным бизнесменом через 5 лет, а не через 2 года, так как мне будет нужно уделять время, чтобы помогать родителям»);
- имеющим чёткие критерии успешности его выполнения («успешный бизнесмен» — значит, что я полностью обеспечиваю себя сам, являюсь владельцем своего бизнеса, который демонстрирует постоянный рост»);
- согласованным с другими принятыми планами («я стану успешным бизнесменом, поэтому я не буду тратить следующие два года на учёбу в музыкальной школе»);
- учитывающим личностный и профессиональный рост («я стану успешным бизнесменом, поэтому мне нужно изучить основы маркетинга, продаж и ведения переговоров»).

Иногда вы понимаете, что для достижения цели вам придётся столкнуться с трудностями. Например, вы учитесь и одновременно работаете над своим бизнесом: вам приходится отказываться от частых встреч с друзьями, вы не можете поехать в отпуск несколько лет, вы спите по 7 часов в день. Чтобы добиться цели, приходится прилагать волевое усилие, чтобы продолжить идти к ней. Если же вы не чувствуете достаточной мотивации, вы, скорее всего, будете давать себе слабину: больше спать, больше развлекаться, и не сможете достигнуть своей цели. Значит, вам нужно научиться мотивировать себя или найти другую цель, которая будет вас мотивировать на преодоление трудностей.

ПРИНЦИПЫ, КОТОРЫХ СЛЕДУЕТ ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ПРИ ЦЕЛЕПОЛАГАНИИ

- Краткосрочные цели — самые важные, при их постановке нужно быть более чем реалистичным.
- Цели устанавливаются для самого себя, а не для других.
- Следует чётко разграничивать свои цели и цели других людей.

- Различайте желания и цели. Цель — нечто внешнее по отношению к человеку, то состояние, которого он сознательно стремится добиться. Цель подчиняет и формирует желания.
- Ставьте большую цель, не распыляйтесь на маленькие. В идеале в каждый период жизни у человека должна быть одна цель.
- Представьте, какие плюсы принесёт достижение цели. Если вы решите, что плюсов больше, чем минусов, то перестаньте обращать внимание на негатив. Это необходимая плата за успех.



Согласитесь, что имидж человека, знающего, чего он хочет, и идущего к своей цели, несмотря ни на какие трудности и проблемы, сам по себе может помочь и в жизни, и в профессиональной деятельности. Так вот, умение ставить, корректировать и изменять свои цели способствует становлению такого имиджа. Итак, в процессе решения любой задачи, особенно если она, на ваш взгляд, является важной и существенной, задавайте себе вопрос: «Приближает ли меня то, что я делаю сейчас, к достижению моей цели?» Если ответ будет положительный, значит, задача именно та, которую вам необходимо решать. Если ответ отрицательный, спросите себя: «Что я должен сделать, чтобы, решая поставленную задачу, хоть на немного приблизиться к достижению поставленной цели?» Оба вопроса помогут вам найти наиболее целесообразный способ действий.

Ежедневно и как можно чаще говорите себе: «Я буду работать не над тем, что сегодня важно, а над тем, чего хочу достичь». Это поможет избавиться от массы дел, которые кажутся важными в данный момент, а завтра, через неделю или год окажутся совершенно лишними и ненужными.

Задание 3

Оформите вашу глобальную и промежуточные цели из задания 1 так, чтобы они были: 1) конкретными, 2) выраженными в цифрах, 3) реально достижимыми, 4) учитывающими всех, кто будет участвовать в их реализации, 5) имеющими чёткие критерии успешности их выполнения, 6) согласованными с другими принятыми планами, 7) учитывающими ваш личный и профессиональный рост.



Урок 66. Целеполагание

- Понимать сущность целеполагания.
- Применять инструменты целеполагания для эффективной постановки целей.

На прошлом уроке мы поговорили о том, почему важно заниматься целеполаганием. На этом уроке мы разберём конкретные рекомендации по постановке ваших целей.

На этом уроке вы также вряд ли успеете сделать все задания. Даже если вы не сможете выполнить их в классе, вернитесь к ним и выполните их самостоятельно дома — это поможет вам эффективно поставить ваши цели и двигаться к ним в будущем уже за рамками школы.

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В ДВЕНАДЦАТИ ШАГАХ

Жизнь коротка, а ресурсы всегда ограничены, поэтому нужно распоряжаться временем и силами разумно. Следует равномерно распределять свои ресурсы (силы, время, средства и т. д.) на продуманные цели. Для этого полезен системный подход.

Шаг 1. Вызовите желание

Сенека говорил: «Когда человек не знает, к какой пристани он держит путь, для него ни один ветер не будет попутным».

Мы редко хотим чего-то по-настоящему, всем сердцем и душой. Подлинное желание — это сильнейшая мотивационная сила, позволяющая преодолевать страх и инерцию. Величайшее препятствие к чёткому определению целей — это страх всевозможных видов.

Страх — это та причина, по которой вы предпочитаете не рисковать — например, вместо того, чтобы стать бизнесменом и открыть собственное дело, пойти работать в фирму на стабильную зарплату.

Закон концентрации утверждает, что всё, о чём вы размышляете, увеличивается в размерах. Когда вы размышляете о собственных желаниях, говорите о них, записываете, постоянно составляете планы их осуществления, то, в конце концов, желания становятся настолько сильными, что заглушают и отодвигают в сторону ваши страхи. Сильное, мощное желание достичь определённой цели позволяет подняться над страхами и двигаться вперёд, преодолевая любые препятствия.

Задавая себе цели, в особенности главную цель, следует их предельно чётко осознавать и представлять. Именно потому это должна быть ваша собственная цель. Никто кроме вас не знает всех деталей и подробностей. Необходимо абсолютно ясно осознавать, что вы хотите иметь, делать, кем стать.

Задание 1

Отождествляясь (идентифицируясь) с кем-то, можно ускорить мотивационные превращения своей личности. Когда мы отождествляемся с героем, это имеет определённое влияние на нашу личность. Напишите имена трёх людей (реальных или вымышленных), с которыми вы бы хотели себя отождествить. С какими именно их качествами? Почему?

Шаг 2. Выработайте убеждение

Вы должны быть абсолютно уверены в возможности достижения ваших целей. Необходима твёрдая уверенность в том, что вы заслуживаете этой цели, и она осуществится, когда вы будете к этому готовы. Необходимо укреплять свою уверенность и убеждённость до тех пор, пока они не сложатся в полную веру в достижимость вашей цели.

Вера — это катализатор, активизирующий ваш мыслительный потенциал. Поэтому очень важно ставить реалистичные цели. Имея целью повышение заработка, следует ставить задачу увеличения заработка на 10, 20 или 30 процентов в течение ближайших 12 месяцев. Это — цели, в которые можно поверить, цели, доступные вашему уму. Они реалистичны и поэтому могут стать источником вашей мотивации.

Желая похудеть, не стоит ставить цель сбросить 10, 15 или 20 килограммов. Вместо этого лучше поставить цель потерять 2 килограмма за ближайшие 30-60 дней. Потеряв первые 2 килограмма, можно поставить новую цель — потерять ещё 2 и так далее, пока вы не достигнете идеального веса. В потерю 2 килограммов веса вполне можно поверить, в то время как потеря 10 килограммов существенно превышает ваши сегодняшние представления о своих возможностях. Ваше подсознание просто не примет вашу цель всерьёз.

Достижение больших целей требует значительных усилий. Иногда необходимы недели, месяцы и даже годы упорного труда. Многие люди ставят цели, далеко превосходящие их возможности, работают над ними какое-то время, а затем бросают, разочаровываясь и впадая в уныние. Они теряют присутствие духа и заключают, что определение целей не имеет смысла.

Шаг 3. Запишите это

Не изложенные в письменном виде цели — это просто желания или фантазии. Желание — это цель, не заряженная энергией и не направленная в конкретное

русло. Записывая цель, вы придаёте своему желанию чёткую форму. Вы превращаете её во что-то понятное и осязаемое — что можно взять в руки, рассмотреть, поддержать, прикоснуться и почувствовать.

Шаг 4. Составьте список всех преимуществ, вытекающих из достижения вашей цели

Ваша мотивация зависит, прежде всего, от причин, побуждающих вас к действию. Чем больше у вас причин, тем выше ваша мотивация. Ницше писал: «Человек может выдержать любое «что», если у него есть достаточно большое «зачем». Ваше «зачем» должно поднимать дух и воодушевлять. Оно должно быть достаточно большим, чтобы вести вас вперёд.

Составьте список всех осязаемых и неосязаемых преимуществ, которые можно получить в результате достижения вашей цели. Чем длиннее список, тем сильнее ваша мотивация и решительность. Если у вас есть лишь одна-две причины достижения цели, то уровень вашей мотивации будет средним. Вам легко потерять присутствие духа, если дело не пойдёт. Имея 20—30 причин достижения цели, вы преодолеете все препятствия. Ничто не отпугнёт и не уведёт вас в сторону от ваших усилий до тех пор, пока не будет осуществлено задуманное вами.

Задание 2

Составьте список, как минимум, из 10 преимуществ, вытекающих из достижения вашей цели.

Шаг 5. Определите свою начальную позицию, своё исходное положение

Решив сбросить вес, первым делом нужно взвеситься. Желая заработать капитал, первым делом составьте личный финансовый отчёт о том, чем вы располагаете сегодня. Определяя свои навыки коммуникации, запишите все свои успехи и неудачи в общении за последний месяц.

Определение исходного положения является вашей точкой отсчёта, от которой вы начинаете измерять достигаемый прогресс. Чем яснее ваше представление об исходном положении и необходимом направлении движения, тем с большей вероятностью вы дойдёте туда, куда хотите.

Задание 3

Определите свою начальную позицию. Начальная позиция должна быть описана через призму цели: например, если вы ставите целью высокий заработок, то изначальное положение должно описывать ваш заработок на сегодня; если вы ставите целью получение определённого опыта, вы должны описать частоту и интенсивность взаимодействия с подобным

опытом на сегодня («пролетел в качестве пилота 0 часов 0 минут, в то время когда цель — стать профессиональным лётчиком, налетавшим 300 лётных часов к 1 мая 2030 года»).

Шаг 6. Установите предельный срок

Установите предельный срок для всех измеримых целей. Задавая предельный срок осязаемой цели, вы программируете её достижение в своём сознании и активизируете вашу подсознательную систему ускорения.

Что случится, если вы установите цель, её предельный срок, но не сможете достичь её к этому сроку? Все просто — установите другой предельный срок. Это означает, что вы ещё не готовы. Ваша оценка была неправильной. Вы были слишком оптимистичны. Не достигнув своей цели к новому предельному сроку, установите ещё один — и так до тех пор, пока цель не будет достигнута.

Установив для осуществления своей главной цели предельный срок в 2-3 года или 5 лет, разбейте свою цель на подцели, каждой из которых отведите по 90 дней. Затем разбейте 90-дневные цели на 30-дневные. Представив долгосрочную цель в образе вершины горы, вы с большей лёгкостью определите реалистичные краткосрочные и среднесрочные цели, позволяющие вам день за днём продвигаться вперёд.

Задание 4

Проставьте сроки для всех своих промежуточных целей в формате «месяц, год».

Шаг 7. Составьте список всех препятствий, стоящих между вами и достижением вашей цели

Всюду, где есть возможность величайшего успеха, существуют и величайшие препятствия. В действительности препятствия — это обратная сторона успеха. Если между вами и вашей целью нет препятствий, то это, скорее, не цель, а просто несложное занятие.

Перечислив все препятствия, которые приходят вам на ум, рассортируйте этот список в порядке важности. Какое наибольшее препятствие стоит между вами и вашей целью? Именно на его устранении и следует сосредоточиться вначале.

Ваше главное препятствие может быть внешним или внутренним. Если оно внутреннее, то вам недостаёт какого-то навыка, способности или качества для достижения цели. Спросите себя честно: «Есть ли что-то во мне, что необходимо изменить? Что мне нужно развить для достижения моей цели?» Возможно, вы поймёте, что для достижения вашей цели необходимо начать всё сначала, делать что-то другое.

Задание 5

Составьте список всех препятствий, стоящих между вами и достижением вашей цели.

Шаг 8. Определите, какая дополнительная информация вам потребуется для достижения цели

Одна из ваших задач — понять, какая информация вам необходима для того, чтобы совершить задуманное. Если вы не располагаете знаниями или информацией, где бы вы могли их получить? Может быть, это ключевой навык или способность, которую нужно выработать в результате учёбы и практики? Может быть, необходимо проконсультироваться у специалиста, владеющего этими знаниями? Пройти соответствующие курсы?

Задание 6

Составьте список информации, талантов, навыков, способностей и опыта, которые вам необходимы. Выработайте план освоения или заимствования этой информации или навыка так быстро, как только возможно. Определите, какая именно важная информация отсутствует.

Шаг 9. Составьте список людей, чья помощь и сотрудничество вам необходимы

Этот список может состоять из членов вашей семьи, ваших друзей и даже неприятелей. Для совершения чего-то стоящего вам потребуется помощь и сотрудничество многих людей. Распределите имена в списке в порядке приоритетности. Чья помощь могла бы быть важнее и конструктивнее всего? Чья помощь и сотрудничество стоят на втором месте по значению?



Задание 7

Составьте список людей, чья помощь и сотрудничество вам необходимы.

Шаг 10. Составьте план

Запишите во всех подробностях, чего вы хотите, когда и почему вы этого хотите и откуда вы начинаете движение. Составьте список препятствий, которые следует преодолеть, список требуемой информации и людей, в чьей помощи вы нуждаетесь. Прделав шаги с первого по девятый, вы будете располагать всеми составляющими полного личного универсального плана достижения любой цели.

План — это список действий, составленный в порядке приоритетности и хронологии. Хороший список — это дорога, по которой можно двигаться. Составив подробный план, начинайте действовать.

Задание 8

Составьте план достижения своей цели.

Шаг 11. Пользуйтесь визуализацией

Создайте ясную мысленную картину своей цели так, как будто она уже достигнута. Проигрывайте эту картину в уме снова и снова. Каждый раз при визуализации вашей цели как уже достигнутой вы усиливаете своё желание и укрепляете веру в её достижимость.

Шаг 12. Заранее примите решение о том, что не отступите

Подкрепите свои цели и планы настойчивостью и решительностью. Не разрешайте себе даже прикидывать сдачу позиций. Примите решение держаться, что бы ни случилось. Раз вы отказываетесь сдаваться, то придёте, в конце концов, к успеху.

Задание 9

Напишите рядом с вашим планом ответ на вопрос: «Почему я никогда не сдамся и не откажусь от реализации своего плана, даже если мне будет трудно выполнять его?»



Урок 67. Личная стратегия жизни

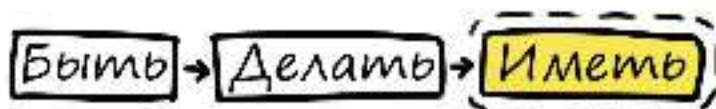
- Формировать личную стратегию карьеры через постановку правильных целей.
- Применять презентации личной стратегии жизни через навыки ораторского мастерства.

Вы уже знакомы с целеполаганием. Когда вы занимались целеполаганием, вы определили вашу глобальную цель жизни. Теперь, когда вы понимаете, чего вы хотите, вы можете сформировать свою личную стратегию жизни.

Личная стратегия успеха — это жизненная стратегия, позволяющая определить главные цели своей жизни и планомерно их достигать. Вы можете жить, изо дня в день выполняя какие-то действия по заведённому порядку и полагаясь на случай, а можете осознавать, куда вы хотите прийти, чтобы не действовать по инерции, а самостоятельно формировать вашу реальность.

В этом уроке также много заданий, а значит, вам потребуется ещё раз подумать обо всём сказанном самостоятельно после урока. Упражнения, которые мы вам предлагаем — это не домашнее задание, которое вы можете выполнить и забыть. Это то, к чему вы должны самостоятельно возвращаться время от времени, чтобы не сбиться с курса и прийти к своей цели.

Быть — действовать — иметь



В зависимости от того, каких целей мы хотим достичь, мы совершаем те или иные действия. А все наши действия — это проявления нас как личностей. Выстраивается следующая цепочка: быть — значит делать, а делать — значит иметь.

Если у человека не получается иметь то, что он хочет, значит, он фокусируется только на действиях, забывая, что действия происходят из того, кто он есть, каким человеком он является, какими качествами обладает.

Даже если вы знаете, что пошагово делать, пока ваши личностные качества не соответствуют цели, каждое ваше действие будет похоже на попытку подняться по спускающемуся эскалатору.

Если вы хотите иметь что-то, чего у вас сейчас нет, нужно задать себе вопрос не «Что делать?», а «Каким быть?».



Задание 1

Возьмите листок и ручку и сделайте небольшое упражнение: 1) напишите свою точку А (что-то, что у вас есть сейчас); 2) напишите свою точку Б (что-то, чего вы хотите достичь); 3) представьте человека, который уже этого достиг; 4) ответьте на вопрос: «Знает ли он, как достичь точку Б, и почему?»; 5) ответьте на вопрос: «Как мне стать человеком, который принимает решения, соответствующие уровню моей точки Б?»

СВОБОДА ВЫБОРА

В нашей жизни происходят миллионы событий. На любое событие мы выдаём какую-то реакцию, чаще автоматическую и неосознанную. Наши действия — и есть реакции на эти события. Они обусловлены нашими человеческими качествами, нашим бытием. Получается следующая схема: событие вызывает реакцию, которая обусловлена тем, кем мы являемся — реакция приводит к каким-то действиям — в результате этих действий мы что-то имеем.

Чтобы совершать действия, которые ведут к цели, нужно выдавать целесообразную реакцию. А чтобы её выдавать, нужно изменить своё «быть». Возможно ли сделать это самостоятельно?

Мы в силах осознанно выбирать реакцию на события. Об этом говорил ещё психолог Виктор Франкл, который прошёл концлагерь и выжил. У него отняли всё: семью, его труды, одежду, еду, физическую свободу. Но не смогли отнять единственное —

свободу выбора реакции. Он выбрал относиться к своей судьбе как к великому испытанию, благодаря которому он смог внести огромный вклад в науку.

Овладев этой свободой, человек становится вольным выбирать, каким ему быть. А пока не изменится «быть», не изменится и «делать». Как овладеть этой свободой выбора реакции?

Нужно ответить себе на 2 вопроса: «Каким мне быть?» и «Что я хочу?»



Задание 2

Представьте себя на своём юбилее, где вам исполняется 50 лет. На него пришли множество гостей и 4 человека говорят тост: партнёр или коллега по бизнесу, друг, муж или жена и ваш ребёнок. Каждый из них говорит поздравительную речь, состоящую из 2-х блоков: 1) какой вы человек, какие человеческие качества имеете; 2) чего вы добились.

Что бы вы хотели услышать от каждого? В первом блоке перечислите человеческие качества и дайте каждому определение. Например, «целеустремлённость — умение совершать в каждом моменте действие, которое ведёт к цели, и отсекай действия, которые не ведут к цели». Во втором блоке перечислите цели, которых вы добились во всех сферах жизни: здоровье, семье, бизнесе/карьере.

ЛИЧНАЯ МИССИЯ

То, что вы перечислили в первом и втором блоках — ваша личная миссия. Это прямой ответ на вопрос: «Каким мне нужно быть, чтобы выдавать реакцию и соответственно действия, которые приведут меня к моим целям и мечтам?»

Ниже приведён список личностных качеств, которые могут помочь вам добиться успехов в карьере. Это проверенный на сотнях предпринимателях ответ на вопрос: «Каким нужно быть, чтобы достичь своей точки Б?»

1) Быть «на энергии»¹

Это состояние, в котором вы живёте и совершаете действия. Ваше эмоциональное состояние — степень, в которую возводится всё, что вы делаете. Даже если вы будете совершать правильные действия, но в неправильном состоянии — вы не получите результат.

Правильное состояние — наполненность энергией. Вопрос энергии — базовый и фундаментальный. Без энергии нет смысла даже двигаться куда-то, потому что отрицательное состояние обнуляет всё. С грустным лицом миллионов не заработаешь.

Задание 3

Вспомните, как выглядит человек, полный жизненной энергии? Опишите его детально по четырём категориям: 1) внешность — как он выглядит? 2) действия — что он делает? 3) эмоции — какие чувства он ощущает? 4) ум — какие мысли у него возникают?

Если у человека не хватает энергии, он может её черпать из четырёх источников:

1. Физический источник. Прежде всего, человек получает жизненные силы через тело. Состояние вашего здоровья — это фундамент энергии и то, над чем стоит рабо-

1 Элрод Х. Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 200 с.

тать в первую очередь. Для этого лучше засыпать не позже 11 вечера, а просыпаться в 6-7 утра. Нужно пить достаточно воды в день и перестать употреблять вредную еду. Также нужно заниматься любым спортом, который вам нравится, и следить за осанкой.

2. *Эмоциональный источник.* Начните управлять своими эмоциями: перестаньте давать оценки людям и обижаться, исключите злость и раздражение, ведь никто ни в чём не виноват: хозяин вашей жизни — только вы.

3. *Умственный источник.* Перестаньте заикливаться на одной мысли, не употребляйте ненормативных слов, займитесь творчеством (музыка, рисование и т. д.), не смотрите телевизор и не тратьте много времени на соцсети.

4. *Духовный источник.* Стройте качественные отношения с другими людьми, делайте добрые дела, выражайте благодарность.

Задание 4

Опишите ваши источники энергии всех четырёх типов. Что вас заряжает энергией на физическом, эмоциональном, умственном и духовном уровне? Какие изменения вы ощущаете после совершения этих действий?

2) *Быть с уровнем игры «90+»*

Что значит «уровень игры»? Это уровень вашего намерения достичь цели. Если нарисовать шкалу уровня игры от 0 до 100, то в ней будет 4 уровня: 1) 0-60 — не играть: нет почти никакого намерения, желания и смысла достигать цели. Человек не готов выходить из зоны комфорта ради достижения результата; 2) 60-75 — играть, чтобы просто играть: человек идёт к цели из-за моды, популярности или навязывания желания, но реально он не намерен её достигать; 3) 75-90 — играть, чтобы не проиграть: человек уже твёрдо намерен достичь своей цели, но не больше. Он не готов совершать прорыв, лишней раз входить в стресс. Он готов делать самое минимальное для того, чтобы прийти к поставленному результату; 4) 90+ — играть, чтобы выиграть.

В этом состоянии человек рвётся не просто к победе, но к разгрому. Мы можем увидеть разницу между желанием играть, чтобы не проиграть, и чтобы выиграть, на примере футбола. Кто ведёт в счете 1-0 и удерживает его, считая минуты до конца матча, чтобы победить — играет, чтобы не проиграть. А команда, которая, ведя в счете 3-0, рвётся забить ещё парочку голов и показать всему миру, на что она способна — играет на 90+.

Задание 5

Опишите случаи из вашей жизни, когда вы чувствовали себя на 90+? Что вы испытывали? Что может побудить вас испытать это вновь?

3) Быть действующим

Действия — ключ к результату. Каждый день совершайте действия, которые, как вам кажется, должны привести к результату. Не знаете, что делать — делайте что-нибудь. Лучше делать что-то, чем не делать ничего, бесконечно перебирая варианты в голове.

4) Быть целеустремлённым

Целеустремлённый — человек, который в мыслях, словах и поведении полностью сфокусирован на цели и отсекает всё, что не ведёт к ней. Каждое ваше действие должно приближать вас к цели хотя бы на шаг.

**Задание 6**

Сделайте анализ ваших действий для каждого дня прошлой недели. Что вы сделали, чтобы приблизиться к собственной цели? Напишите, что вы можете делать каждый день этой недели, чтобы приблизиться к цели.

5) Быть настойчивым

Если вы никогда не сдаётесь, то рано или поздно и так или иначе вы придёте к цели. Примите однажды решение, что вы не успокоитесь, пока не получите нужный результат.

Настойчивым нужно быть не только относительно цели, но и относительно любой задачи. Старайтесь каждую вашу задачу довести до конца и получить нужный вам результат.

6) Держать слово

Если человек не держит слова, ему не доверяют, с ним не хочется работать. Если вы прямо сейчас примете решение держать каждое своё следующее слово и будете по-настоящему следовать этому, во что бы то ни стало, — вы удивитесь тому, как жизнь изменится. Только представьте себе: стоит вам сказать что-то и тем самым взять обязательство перед собой или другими — и у вас уже нет выбора: вы должны сдерживать слово.

Задание 7

Запустите листок бумаги по классу со своим именем и фамилией и вопросом: «Держу ли я своё слово?» Создайте 3 колонки: «да», «нет», «не было случая проверить». Пусть каждый поставит галочку в одной из колонок. Когда вы

получите листок обратно, вы узнаете анонимные оценки своей ответственности. Сделайте соответствующие выводы.

7) Быть дисциплинированным

Результат в спорте можно получить только с помощью регулярных и непрерывных тренировок. Если каждый день двигаться к своей цели даже мелкими шажками, результат будет гораздо более эффективным.

Дисциплина — это умение строго и точно выполнять правила, принятые человеком. Чтобы на регулярной основе ставить цели и достигать их, нужна дисциплина. Вы можете совершить «рывок» и заработать необходимую сумму за короткий срок, но в результате вы можете перенапрячься или даже получить проблемы со здоровьем.

8) Быть открытым новому

Развитие всегда находится за гранью того, что мы уже знаем и понимаем. Поэтому на пути к цели мы должны обрести новые знания и опыт, которые помогут в достижении цели. Для этого нужно быть открытым к новому.

Никто не может знать всего. Поэтому умение признавать ограниченность своего знания и желание постоянно учиться являются лучшими помощниками на пути к цели.

9) Выглядеть хорошо

Наш внешний вид оказывает влияние на то, как воспринимают нас окружающие, и даже на то, как мы воспринимаем сами себя. Если следить за собой и своим внешним видом, даже если никто вас не видит, растёт внутренняя уверенность в своих силах.

Задание 8

Закон бумеранга гласит, что, как вы ведёте себя с людьми, так и люди ведут себя с вами. Это обусловлено тем, что человек обычно реагирует на внешние раздражители в соответствии с внутренними подсознательными установками. Например, вы считаете себя достаточно дружелюбными людьми, но в вашей жизни периодически появляются люди, которые вас раздражают своим высокомерием. Обратив на это внимание, вы можете сделать вывод о том, что на самом деле вы сами неосознанно тоже проявляете высокомерие. Как только вы начинаете контролировать своё поведение, слова, формулировки, внутренние реакции, и перестаёте проявлять высокомерие, люди, раздражающие вас, тоже исчезают.

Напишите список того, что вас раздражает в вашем окружении. Предположите, что, если эти черты раздражают вас, значит, они присутствуют также и в вас самих. Подумайте, как можно исправить это. Попробуйте контролировать своё поведение, слова и мысли на протяжении ближайшей недели.



Урок 68. Личная стратегия жизни

- Формировать личную стратегию карьеры через постановку правильных целей.
- Применять презентации личной стратегии жизни через навыки ораторского мастерства.

Сегодня — последний урок предмета «Основы предпринимательства и бизнеса». Вы научились строить собственный стартап с нуля, поняли, как вы можете эффективно работать над собой и развивать собственный бизнес. Давайте вернёмся к первому уроку первой четверти и вспомним, что такое ораторское мастерство и самопрезентация.

Существует такой художественный приём — кольцевая композиция: на первом уроке вы делали презентацию своего бизнес-проекта перед потенциальным инвестором, сегодня вам предстоит презентовать себя и свои планы на жизнь. Эта задача — гораздо более масштабная и потребует от вас умения пользоваться всеми полученными на уроках навыками.

Темы, которые мы затрагиваем на этих уроках, выходят за рамки образовательного процесса в школе. Эти вопросы определяют вашу жизнь, поэтому мы рекомендуем возвращаться к ним самостоятельно снова и снова.

Презентация — это представление своих способностей, своего продукта или своей компании партнёрам, заказчикам, инвесторам или потребителям с целью добиться от них нужного решения (действия).

Важно, что презентация — это не просто «показ себя», но показ с целью воздействовать на аудиторию. Ответственность за успех презентации всегда лежит на выступающем и никогда — на аудитории. Аудитория никому ничего не обязана; самое большее, что она должна делать по законам жанра — присутствовать. Всё остальное — забота презентатора¹.

ЧЕТЫРЕ РЕАКЦИИ ПРЕЗЕНТАТОРА

Презентатор должен вызвать в аудитории последовательно четыре реакции:

- внимание;
- интерес;
- решение;
- действие.

Многие внешне яркие презентации останавливаются на втором состоянии аудитории — вызывают интерес. Тогда как единственной целью презентации явля-

¹ Дуарте Н. Resonate. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 264 с.



ется подведение аудитории к принятию решения и осуществлению действий. Презентация — это не показ, а воздействие. Невозможно воздействовать, не привлекая внимания, не вызывая интерес. Поэтому презентация — это такое воздействие, которое осуществляется на основании впечатления и убеждения. Самые простые реакции аудитории — внимание и интерес — обеспечиваются ярким впечатлением от презентатора. В свою очередь, впечатление создаётся личными качествами презентатора, формальными приёмами его презентации.

Более сложные и самые важные с точки зрения целей презентации реакции аудитории — решения и действия — подготавливаются убеждением. Убеждение же осуществляется с помощью содержательных приёмов презентации, экспертных знаний и рациональных аргументов.

Для того чтобы аудитория приняла решения и совершила действия, необходимо убедить её в выгоде таких решений и действий. Иными словами, добиться впечатления можно яркостью презентации. Добиться убеждения можно с помощью аргументов выгоды.

ЧЕТЫРЕ ЭТАПА ПОДГОТОВКИ К ПРЕЗЕНТАЦИИ

Подготовка презентации сводится к осуществлению четырёх действий. Необходимо:

- знать цели;
- иметь план;
- владеть темой;
- контролировать время.

При подготовке презентации презентатор должен выступить сначала как автор сценария и затем — как режиссёр-постановщик.

Формируя сценарий будущей презентации, необходимо, прежде всего, понять собственные цели. Какое именно действие должна совершить аудитория в результате презентации? Например, в результате презентации проекта инвестор должен выделить средства. В результате презентации нового продукта потребитель должен купить его. Вся подготовка презентации должна быть посвящена достижению этой цели.

Выступление на презентации должно содержать вступление, основную часть и заключение. Презентатор должен продумать не только содержание презентации, но и форму её подачи, то есть выступить в роли режиссёра-постановщика.

Необходимо прорепетировать выступление. Репетиция крайне важна с точки

зрения определения необходимого времени. Для этого в тексте выступления делаются специальные временные отметки, позволяющие контролировать время в ходе выступления. Если презентатор видит, что он не укладывается в отведённое время, то лучше пожертвовать каким-то фрагментом основной части, чем заключением.

Перед презентацией не помешает почитать текст выступления вслух. При этом надо засекаеть время. Только так можно реально оценить, сколько времени понадобится для устного произнесения заготовленного письменного текста.

Существует четыре основных способа подготовки текста выступления на презентации:



- Заучивание текста наизусть.
- Тезисный план.
- Цепочка ключевых образов.
- Речевые модули — карточки.

Заучивание текста наизусть — очень простой приём. Однако он ограничивает возможности презентатора свободно общаться с аудиторией. Заминка с текстом может смутить презентатора, и выступление будет испорчено.

Тезисный план — наиболее традиционная форма подготовки текста. При подготовке тезисного плана необходимо, помимо основных тезисов, записывать иллюстрации, статистические данные, необходимые для иллюстрирования тезисов.

Цепочка ключевых образов предполагает использование того же механизма, что и тезисный план, но уже на уровне образов, а не понятий. Это очень хороший способ для опытного презентатора, хорошо владеющего темой: он пишет себе речевую программу, состоящую не из цифр и фактов, а из образов и красочных иллюстраций. По этим образам выстраивается всё выступление. Оно получается живым и интересным, так как изначально упор сделан на яркие, запоминающиеся примеры-образы.

Наконец, специально подготовленными **речевыми модулями на карточках** пользуются даже лидеры многих государств. На карточке в особом порядке записывают речевой модуль — законченный смысловой фрагмент будущего выступления. Речевой модуль содержит два-три объединённых темой тезиса или образа, несколько примеров или деталей, стыковую фразу для перехода на следующую карточку. Иногда карточки-модули готовят таким образом, чтобы по ходу выступления можно было отказаться от некоторых из них, пропустить, если это необходимо. Таким образом, речь составляется из карточек, как из модулей — кирпичей.

НЕВЕРБАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА АУДИТОРИЮ

Важнейший фактор презентации — невербальное воздействие на аудиторию. Невербальное воздействие оратора на аудиторию осуществляется в четырёх сферах:

- Мимика.
- Пластика.
- Жесты.
- Вокал.

Мимика — это выражение лица. Оно должно быть открытым, приветливым, сосредоточенным, решительным. Необходимо использовать улыбку — в зависимости от потребностей контекста. Однако мимика должна быть адекватной теме презентации.

Пластика включает позы, положение тела, а также перемещение в пространстве. Если презентация ведётся стоя и не из-за трибуны, то допускается и даже рекомендуется перемещаться перед аудиторией. Необходимо наметить две-три точки удобного общения с аудиторией и попеременно занимать их. Уверенное движение презентатора перед аудиторией показывает, что он как лидер способен контролировать территорию, а не прятаться за трибуну. К тому же передвижение помогает удерживать внимание слушателей. При этом не должно быть суеты, слишком стремительных перемещений.

При демонстрации слайдов с экрана рекомендуется стоять слева от экрана (для аудитории). Тогда рефлекс чтения заставит аудиторию «читать» композицию слева направо, то есть с презентатора на экран. Если аудитория получила раздаточные материалы до презентации, то презентатору необходимо на точно таких же материалах ручкой указывать нужный график или тезис. Это хороший способ оторвать аудиторию от бумаг и заставить её взглянуть на презентатора, то есть удерживать, контролировать внимание аудитории.

Жесты — это движения руками. Руки доставляют немало проблем для начинающих лекторов и презентаторов. Не стоит сцеплять их или прижимать по швам. Скрещивание рук на груди, как считается, означает закрытость, настроенность на оборону. В карманах руки держать тоже не всегда прилично.

Все знакомы с этой проблемой: некуда девать руки. Значит, надо их использовать. Умелые жесты руками придают речи выразительность, задают ритм, помогают расставить акценты. Не рекомендуется вертеть в руках ручку или очки, мусолить текст выступления — слишком суетные движения выдают волнение, а лист бумаги хорошо передаёт дрожь. В то же время ручка, или очки, или текст выступления могут стать дирижёрской палочкой. Умеренное дирижирование своей речью и вниманием аудитории — наилучший способ занять руки, включить их в презентацию.

Вокал — это управление голосом. Вокал характеризуют такие факторы, как:

- громкость;
- тембр;
- дикция;
- интонация;
- темп.

Слишком громкая речь имеет скандальное звучание и раздражает. Слишком тихая усыпляет. Речь должна быть умеренно громкой; необходимо учитывать наличие-отсутствие микрофона. Полезно поинтересоваться у аудитории, хорошо ли слышно.

Тембр речи определён природными характеристиками человека. Следует говорить в своём тембре или чуть ниже. Обычно более низкая по тембру речь воспринимается как более солидная. Но если слишком изменять высоту своей речи, то это чревато перенапряжением связок, неестественным (иногда смешным) звучанием и срывом голоса.

Дикция является важным фактором с точки зрения восприятия речи. Важно чётко артикулировать слова, это придаст речи чёткость. Крайне важно избегать монотонности — не читать, «как по бумажке». Для этого надо интонировать речь. Правильная интонация будет достигнута в том случае, если презентатор начнёт чуть-чуть декламировать своё выступление. Для презентации декламация лучше, чем чтение по бумажке. Это сделает восприятие речи более простым.

Темп речи крайне важен как с точки зрения восприятия речи, так и с точки зрения восприятия статуса выступающего. Если оратор старается сказать как можно больше, то это создаст впечатление, что его редко слушают, вот он и торопится успеть высказать всё, пока есть возможность. Человек, не успевающий закончить выступление, проваливает его. Оптимальная скорость — 100-140 слов в минуту. Необходимо предусмотреть несколько пауз.

Часто люди сбиваются на быструю речь от волнения. Чтобы избежать этого, можно двигаться перед аудиторией, размеряя речь шагами. Замедлить речь до нужной скорости помогает специально акцентированная артикуляция, дирижирование ручкой, а также правильное интонирование.



Задание 1

Обобщите все рекомендации по подготовке к презентации в одной таблице.

Задание 2

Пользуясь полученными рекомендациями, составьте презентацию личной стратегии жизни. Укажите, по возможности, в ней: 1. планируемый уровень жизненной энергии и способы его приобретения; 2. планируемый «уровень иры»; 3. планируемые действия; 4. ваши цели; 5. способы их достижения; 6. личные качества, которые вы собираетесь развить; 7. опишите себя через 10 лет.

Выступите перед классом с презентацией вашей личной стратегии жизни (минимум — 1 минута, максимум — 3 минуты).

Дорогие одиннадцатиклассники!

Вот и закончился курс «Основы предпринимательства и бизнеса».

Мы поздравляем вас с окончанием курса! Вы проделали огромную работу, и неважно, если у кого-то из вас это получилось хуже, чем у других. Даже если не всё прошло гладко, неудачи и проблемы — это неизбежная составляющая жизни. Если вы занимаетесь спортом, вы знаете, что после тренировки у вас могут болеть мышцы. Значит ли это, что из-за боли вам стоит перестать заниматься? Конечно, нет! Со временем боль пройдёт, а вы станете сильным спортсменом!

Даже если какие-то задания или темы давались вам с трудом, это не значит, что вам не суждено стать бизнесменом. Вы учитесь, и чем больше ошибок вы сделаете сейчас, чем с большими трудностями столкнётесь, тем проще вам будет строить настоящий бизнес в реальном мире!

Помните, что мы говорили об ответственности и умении управлять своей жизнью? Вы не можете избежать ошибок и негативных моментов в жизни. Но вы можете выбрать, как на них реагировать. В этом и состоит ваша ответственность!

На страницах учебника вам встретилось много примеров успешных бизнесменов. Не стоит впадать в уныние, читая истории успеха, в которых подростки в возрасте 16 лет уже заработали свой первый миллион. Рост — это процесс, в котором мы движемся от чего-то неправильного к менее неправильному. Возьмите на себя ответственность выбрать ту реакцию, которая приведёт вас к качественным изменениям в вашей жизни!

Теперь вы знаете, с чем у вас возникают трудности при ведении бизнеса, значит, вы понимаете, какие «мышцы» вам нужно «прокачать», чтобы стать сильным и успешным. Посмотрите честно на свои результаты курса, чтобы ответить на вопросы: «Что я делал не так?», «Где я ошибался?», «Что мне нужно изменить, чтобы не делать этих ошибок в будущем?»

Сделав это, вы получите преимущество, которого нет у многих начинающих бизнесменов: опыт, который позволит вам совершить меньше ошибок в дальнейшем.

Мы надеемся, что курс «Основы предпринимательства и бизнеса» помог вам определиться с дальнейшими целями в вашей жизни и дал вам инструментарий, необходимый для того, чтобы этих целей добиться.

Вы все совершили мощный рывок вперёд, превратившись из школьников в стартаперов и примерив на себя костюм бизнесменов. Мы гордимся вами и вашими результатами, и верим, что именно благодаря вам, новому поколению бизнесменов, жизнь в нашей стране станет ещё лучше: общество более ответственным, услуги и товары более качественными.

Мы желаем вам дальнейших успехов на пути предпринимательства! Перед вами очень сложный, но и очень интересный путь, на котором есть место творчеству, экспериментам, новым открытиям и захватывающим идеям!

Авторы учебника «Основы предпринимательства и бизнеса»



Глоссарий

| | |
|---|---|
| <p>UP-SELL поднятие суммы продажи <i>сатылымның сомасын көтеру</i></p> | <p>Предполагает, что покупателю предлагается более дорогая модель того же продукта, а также дополнительные опции и услуги, в результате чего чек становится больше.</p> |
| <p>CROSS-SELL перекрёстные продажи <i>товыспалы сату</i></p> | <p>Тоже помогают повысить прибыль, но происходит это за счёт реализации сопутствующих товаров, которые не относятся напрямую к изначально выбранной покупателем категории.</p> |
| <p>TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) всеобщее управление качеством <i>сапаны жалпылай басқару</i></p> | <p>Всеобщий менеджмент качества, который предполагает непрерывное улучшение качества в различных сферах деятельности — производстве, закупках, сбыте, организации работы и пр.</p> |
| <p>SWOT-АНАЛИЗ swot analysis <i>SWOT талдау</i></p> | <p>SWOT-анализ позволяет в сжатом виде представить ситуацию — опасности и возможности, которые ожидают исследуемый субъект, а также его слабые и сильные характеристики, то есть потенциал.</p> |
| <p>SMART-ЦЕЛИ smart goals <i>smart мақсаттар</i></p> | <p>S — Specific — конкретная, M — Measurable — измеримая, A — Achievable — достижимая, R — Relevant — соответствующая, T — Time bound — чётко определена во времени.</p> |
| <p>АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ administrative responsibility of entrepreneur <i>кәсіпкерлердің әкімшілік жауаптылығы</i></p> | <p>Административная ответственность предпринимателей и должностных лиц предпринимательских организаций установлена за совершение ими административного правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности.</p> |
| <p>АКТИВЫ assets <i>активтер</i></p> | <p>Всё то, что приносит вам средства, то есть формируют ваши денежные потоки.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>АКЦИЯ stock акциялар</p> | <p>Право (на что-то), которое может быть отстояно в суде — ценная бумага, доля владения компанией, закрепляющая права её владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации, пропорционально количеству акций, находящихся в собственности у владельца.</p> |
| <p>АНАЛОГОВАЯ МОДЕЛЬ analog model балама модель</p> | <p>Модель построения прогноза развития рынка, довольно проста и очевидна: выбираем рынки, существующие в условиях, сходных с нашими, отслеживаем их состояние и создаём прогноз их развития.</p> |
| <p>АННУИТЕТНАЯ СХЕМА ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА loan repayment annuity scheme кредитті жабудың аннуитеттік сызбасы</p> | <p>Все платежи одинаковы. Проценты начисляются на остаток задолженности, но при этом доля выплачиваемого тела кредита в первых платежах будет минимальной — основную часть платежа будет составлять процент по кредиту.</p> |
| <p>АНТИСИПАТИВНАЯ (ИЛИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ) ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА antispative (or preliminary) interest rate антисипативті (немесе алдын ала) пайыздық мөлшерлеме</p> | <p>Здесь ситуация прямо противоположна предыдущему виду. Все проценты взимаются сразу в момент выдачи кредита, а их величина рассчитывается исходя из общей суммы долга.</p> |
| <p>АУКЦИОННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА auction interest rate аукциондық пайыздық мөлшерлеме</p> | <p>Ставки по кредитным соглашениям, которые были оформлены через тендер на торговой площадке. Следовательно, прямое влияние на их величину оказали аукционные процедуры.</p> |
| <p>БАНК bank банк</p> | <p>От итал. banco — скамья, лавка, стол, на которых менялы раскладывали монеты — финансово-кредитная организация, производящая разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающая финансовые услуги правительству, юридическим и физическим лицам.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>БАНКОВСКАЯ ГАРАНТИЯ bank guarantee <i>банк кепілдігі</i></p> | <p>Письменное обязательство, в силу которого банк, иная кредитная или страховая организация (гарант) должны уплатить кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по предоставлению бенефициаром письменного требования об её уплате.</p> |
| <p>БАНКОВСКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА bank interest rate <i>банктік пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Годовая процентная ставка по кредитам, которые выдаются прямым заёмщикам (компаниям и частным лицам). Устанавливается непосредственно финансовой организацией.</p> |
| <p>БАНКОВСКИЙ ВКЛАД (ИЛИ БАНКОВСКИЙ ДЕПОЗИТ) bank deposit <i>банктік депозит (немесе банктік салым)</i></p> | <p>Сумма денег, переданная лицом кредитному учреждению с целью получить доход в виде процентов, образующихся в ходе финансовых операций с вкладом.</p> |
| <p>БЕЗНАЛИЧНЫЕ РАСЧЁТЫ non-cash payment <i>қолма-қолсыз есеп айырысу</i></p> | <p>Платежи, осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачётов взаимных требований.</p> |
| <p>БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО lean production <i>үнемді өндіріс</i></p> | <p>Концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь.</p> |
| <p>БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ business incubator <i>бизнес-инкубаторлар</i></p> | <p>Программы помощи бизнесу, которые обеспечивают предпринимателей необходимыми консультациями и поддержкой.</p> |
| <p>БРОКЕР НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ securities market broker <i>багалы қағаздар нарығындағы брокер</i></p> | <p>Торговый представитель, юридическое лицо, профессиональный участник рынка ценных бумаг, имеющий право совершать операции с ценными бумагами по поручению клиента и за его счёт или от своего имени и за счёт клиента на основании возмездных договоров с клиентом.</p> |
| <p>БЮДЖЕТ budget <i>бюджет</i></p> | <p>Смета доходов и расходов государства, предприятия или отдельного лица на определённый срок.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) gross domestic product (GDP) <i>жалпы ішкі өнім (ЖІӨ)</i></p> | <p>общепринятое сокращение — ВВП (англ. GDP) — макроэкономический показатель, отражающий рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть предназначенных для непосредственного употребления, использования или применения), произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства.</p> |
| <p>ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД (ВНД) gross national income (gni) <i>жалпы ұлттық табыс</i></p> | <p>Совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведённых в течение года на территории государства (то есть ВВП), плюс доходы, полученные гражданами страны из-за рубежа, минус доходы, вывезенные из страны иностранцами.</p> |
| <p>ВАЛЮТА (от итал. valuta) currency <i>валюта</i></p> | <p>Национальные, иностранные и международные деньги, как в наличной форме (в виде банкнот, казначейских билетов, монет), так и безналичной (на банковских счетах и в банковских вкладах), являющиеся законным средством платежа.</p> |
| <p>ВАЛЮТНЫЙ ПАРИТЕТ currency parity <i>валюталық тепе-теңдік</i></p> | <p>Законодательно устанавливаемое соотношение между двумя валютами, являющееся основой валютного курса.</p> |
| <p>ВАЛЮТНЫЙ КУРС exchange rate <i>валюталық бағам</i></p> | <p>Соотношение между двумя валютами или цена одной валюты, выраженной через другую валюту. Цена иностранной валюты.</p> |
| <p>ВЕЖЛИВОСТЬ politeness <i>сыпайылық</i></p> | <p>Выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству, проявляющееся в приветствиях и пожеланиях, в интонации голоса, мимике и жестах.</p> |
| <p>ВЕКСЕЛЬ promissory note <i>вексель</i></p> | <p>от нем. Wechsel — ценная бумага, оформленная по строго установленной форме, дающая право лицу, которому вексель передан (векселедержателю), на получение от должника оговорённой в векселе суммы.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>ВКЛАД ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ demand deposit <i>талап етілгенге дейінгі депозит</i></p> | <p>Депозит без указания срока хранения, который возвращается по первому требованию вкладчика. Обычно по сберегательным вкладам начисляются проценты по ставкам ниже соответствующих для срочных депозитов. Депозитом до востребования могут по соглашению с банком или по законам отдельных государств являться средства на чековом счёте в банке.</p> |
| <p>ВСЕСТОРОННЯЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ comprehensive intensification <i>жан-жақты интенсификация</i></p> | <p>Благодаря рациональному комплексному использованию экономических, трудовых и вещественных условий производства обеспечивает антизатратную траекторию экономического роста.</p> |
| <p>ВТОРИЧНЫЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК secondary stock market <i>қайталама қор нарығы</i></p> | <p>Предполагает торговлю бумагами, которые ранее уже были выпущены и куплены на первичном рынке.</p> |
| <p>ГЕМБА КАЙДЗЕН gemba kaizen <i>гемба кайдзен</i></p> | <p>Гемба — японский термин, буквально означающий «реальное место». В бизнесе это может быть строительная площадка или этаж, на котором происходит производство или где поставщик услуг напрямую взаимодействует с клиентом. Суть гемба кайдзен заключается в том, чтобы сделать улучшения в гемба (то есть в месте, где происходит реальная работа). Эти усовершенствования окажут большое влияние на организацию.</p> |
| <p>ГОДОВАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (ГЭСВ) annual effective interest rate <i>жылдық тиімді пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Это номинальная ставка + сумма капитализации.</p> |
| <p>ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ civil liability of entrepreneurs <i>кәсіпкерлердің азаматтық жауаптылығы</i></p> | <p>Установленные гражданским законодательством юридические последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения предусмотренных обязанностей и обязательств. Гражданская ответственность проявляется в применении к правонарушителю в отношении другого лица (кредитора) либо государства установленных законом или договором мер воздействия, имеющих для правонарушителя отрицательные имущественные (финансовые) последствия в форме уплаты неустойки, возмещения убытков, ареста имущества, возмещения вреда.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ДЕКУРСИВНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА decursive interest rate <i>декурсивті пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Процентные платежи взыскиваются единовременно вместе с основной задолженностью в конце срока кредитования. То есть в случае потребительского кредитования используется именно этот вид годовой ставки.</p> |
| <p>ДЕЛЕГИРОВАНИЕ delegation <i>өкілеттіктерді табыстау (делигирлеу)</i></p> | <p>Это способ поручить часть наших дел другим людям.</p> |
| <p>ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА business conversation <i>іскерлік әңгімелесу</i></p> | <p>Передача или обмен информацией и мнениями по определённым вопросам или проблемам.</p> |
| <p>ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ business negotiations <i>іскерлік келіссөздер</i></p> | <p>Основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.</p> |
| <p>ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА business correspondence <i>іскерлік хат алмасу</i></p> | <p>Обобщённое название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.</p> |
| <p>ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ business meeting <i>іскерлік мәжіліс</i></p> | <p>Способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.</p> |
| <p>ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК («КЭШ-ФЛОУ») cash flow <i>ақша ағыны (кэш флоу)</i></p> | <p>Сумма поступлений и платежей за определённый период времени, который разбивается на отдельные интервалы.</p> |
| <p>ДЕПОЗИТНЫЙ СЕРТИФИКАТ certificate of deposit <i>депозиттік сертификат</i></p> | <p>Именная ценная бумага, выпущенная банком. Процентный доход по депозитному сертификату выше, чем по банковским вкладам: 14-15%. Сертификат выдаётся на сумму от 500 тысяч тенге на срок 12 и 24 месяца без права пополнять или частично снимать деньги.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>ДЕРИВАТИВ derivative дериватив</p> | <p>Договор (контракт), по которому стороны получают право или обязуются выполнить некоторые действия в отношении базового актива. Обычно предусматривается возможность купить, продать, предоставить, получить некоторый товар или ценные бумаги. В отличие от прямого договора купли-продажи, дериватив формален и стандартизирован, изначально предусматривает возможность минимум для одной из сторон свободно продавать данный контракт, то есть является одним из вариантов ценных бумаг.</p> |
| <p>ДЕТСКИЕ ДЕПОЗИТЫ children's deposit балаларға арналған депозиттер</p> | <p>Предложения по детским депозитам сейчас дают только два банка — Жилстройсбербанк и Банк РВК. Оформить такой вклад можно на детей младше 16 лет. ЖССБ даёт возможность сделать это прямо в роддоме. Вкладчикам предлагают вознаграждение банка в 2% и премию государства в размере 20% от суммы накоплений за год. Такой депозит может стать частью семейного пакета и даёт право на получение кредита по ставке 5% и ниже, когда вкладчику исполнится 18 лет.</p> |
| <p>ДЕФЛЯЦИЯ deflation дефляция</p> | <p>Снижение общего уровня цен (отрицательный рост).</p> |
| <p>ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ diversification of activities қызметті әртараптандыру</p> | <p>Переход от односторонней, часто базирующейся лишь на одном продукте производственной структуры, к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции.</p> |
| <p>ДИЛЕР dealer дилер</p> | <p>От англ. Dealer — «торговец» на рынке ценных бумаг — профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий операции с ценными бумагами от своего имени и за свой счёт.</p> |
| <p>ДИСТАНЦИЯ ВЛАСТИ power distance билік арақашықтығы</p> | <p>Признаваемая или допустимая степень неравенства между людьми с точки зрения влияния на принимаемые решения. Проще говоря, это фактическая доступность руководства для подчинённых.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>ДИФФЕРЕНЦИРОВАННАЯ СХЕМА ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА differentiated loan repayment scheme <i>дифференцияланған өтеу сызбасы</i></p> | <p>Тело кредита делится на равные части, в зависимости от предполагаемого количества выплат (это можно узнать из графика платежей). К каждой равнозначной части прибавляются начисленные на остаток задолженности проценты, которые будут максимальными в первый платёж и минимальными в самый последний. Таким образом, сумма оплаты будет уменьшаться с каждым месяцем.</p> |
| <p>ДРОПШИППИНГ dropshipping <i>дропшипинг</i></p> | <p>Модель бизнеса, при которой вы просто рекламируете чьи-то товары, преимущественно в Интернете, а клиент, заказав их через вас, получает товар непосредственно со склада поставщика.</p> |
| <p>ЗАДАТОК deposit <i>кепізат</i></p> | <p>Денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счёт причитающихся с неё по договору платежей другой стороне в доказательство заключения договора и в обеспечении его исполнения.</p> |
| <p>ЗАЛОГ pledge <i>кепіл</i></p> | <p>Один из способов обеспечения исполнения обязательств. В силу залога кредитор имеет право в случае неисполнения должником этого обязательства получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества преимущественно перед другими кредиторами лица, которому принадлежит это имущество (залогодателя), за изъятиями, установленными законом.</p> |
| <p>ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ТАКЖЕ КОНСЬЮМЕРИЗМ) consumer protection (consumerism) <i>тұтынушылар құқығын қорғау (консьюмеризм)</i></p> | <p>Комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем (физическим лицом, приобретающим товар или услугу для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью) и субъектом предпринимательской деятельности — изготовителем, исполнителем, продавцом, и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ИМИДЖ image имидж</p> | <p>Эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Но если взглянуть глубже, то это, скорее, внешняя сторона образа, в которой сосредотачиваются его наиболее существенные характеристики.</p> |
| <p>ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ simulation model имитациялық модель</p> | <p>Построение рыночных прогнозов, основывающееся на точном измерении соотношений параметров рынка и нахождении взаимосвязей между ними и внешними факторами, определяющими динамику спроса и предложения.</p> |
| <p>ИМПОРТ import импорт</p> | <p>Закупка продукции, произведённой в других странах, с дальнейшей целью использования или перепродажи на территории своей страны.</p> |
| <p>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ БАНКИ investment banks инвестициялық банктер</p> | <p>Банки, специализирующиеся на инвестициях, чаще всего в ценные бумаги.</p> |
| <p>ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПАЙ investment share инвестициялық пай</p> | <p>Именная ценная бумага, удостоверяющая долю её владельца в праве собственности на имущество, составляющее паевой инвестиционный фонд.</p> |
| <p>ИНДИВИДУАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ individual competence дара құзыреттілік</p> | <p>Целостное профессиональное самосознание, знание профессиограммы своей профессии; принятие себя как профессионала; постоянно углубляющийся процесс профессионального самоопределения; самопроектирование, самоэкспериментирование, построение собственной стратегии профессионального роста, построение и реализация сценария своей профессиональной жизни; согласованность между мотивационной и операциональной стороной деятельности.</p> |
| <p>ИНДИВИДУАЛИЗМ — КОЛЛЕКТИВИЗМ individualism — collectivism индивидуализм — коллективизм</p> | <p>Характеризует степень, с которой граждане данной страны или сотрудники организации предпочитают действовать самостоятельно, а не как члены той или иной группы. Крайние значения этой шкалы: абсолютизация своих личных интересов и полное подчинение интересам группы или общества. Таким образом, определив значение данного параметра, можно определить тесноту социально-психологической связи между членами общества или сотрудниками организации.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ИНФЛЯЦИЯ (лат. <i>inflatio</i> — «вздутие») inflation <i>инфляция (лат. «inflatio» — қампаю)</i></p> | <p>Повышение общего уровня цен на товары и услуги на длительный срок.</p> |
| <p>ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА enterprise support infrastructure <i>кәсіпкерлікті қолдау инфрақұрылымы</i></p> | <p>Комплекс организаций, обеспечивающих благоприятные условия создания, функционирования и развития частной предпринимательской деятельности.</p> |
| <p>КАЙДЗЕН kaizen <i>кайдзен</i></p> | <p>С японского «изменение» и «хорошо» — японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни. Простыми словами, это постоянное улучшение качества.</p> |
| <p>КАПИТАЛИЗАЦИЯ capitalization <i>капитализация</i></p> | <p>Начисление процентов на процент.</p> |
| <p>КАПИТАЛО- И МАТЕРИАЛОСБЕРЕГАЮЩАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ capital and material saving intensification <i>капитал және материал үнемдеуші интенсификация</i></p> | <p>Осуществляется за счёт применения более совершенных машин и оборудования, более эффективного использования материалов, энергоносителей и т. д.</p> |
| <p>КАЧЕСТВО quality <i>сапа</i></p> | <p>Комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др.</p> |
| <p>КВАЛИФИКАЦИЯ qualification <i>біліктілік</i></p> | <p>Уровень профессионального мастерства, степень и вид подготовленности для выполнения профессиональной деятельности.</p> |
| <p>КЕШБЭК cash back <i>кешбэк</i></p> | <p>От англ. Cashback или амер. Cash back — возврат наличных денег — термин, который используется в сферах интернет-торговли, банковского дела и игорного бизнеса в качестве обозначения разновидности бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>КЕШБЭК В РОЗНИЧНОЙ И ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ cashback in retail and e-commerce <i>бөлшек және интернет саудадағы кешбэк</i></p> | <p>Отсроченная скидка, возвращаемая клиенту по истечении периода, отведённого на обмен/возврат.</p> |
| <p>КЕШБЭК В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ cashback in the banking sector <i>банк саласындағы кешбэк</i></p> | <p>Программа лояльности, стимулирующая клиента осуществлять покупки посредством пластиковой карты.</p> |
| <p>КЛИРИНГ clearing <i>клиринг</i></p> | <p>От англ. Clearing — очистка — безналичные расчёты между странами, компаниями, предприятиями и банками за поставленные, проданные друг другу товары, ценные бумаги и оказанные услуги, осуществляемые путём взаимного зачёта, исходя из условий баланса платежей.</p> |
| <p>КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ commercial banks <i>коммерциялық банктер</i></p> | <p>Банки, осуществляющие расчётно-кассовое обслуживание, депозитные и кредитные операции.</p> |
| <p>КОМПЕТЕНЦИЯ competence <i>құзырет</i></p> | <p>Способность решать определённые задачи в конкретной предметной области.</p> |
| <p>КОМПЕТЕНТНОСТЬ competence <i>құзыреттілік</i></p> | <p>Наличие необходимых знаний, умений и навыков, опыта, личных качеств специалиста в той или иной области жизнедеятельности.</p> |
| <p>КОНЪЮНКТУРА РЫНКА market conditions <i>нарықтың конъюнктурасы</i></p> | <p>Фактическое соотношение между предложением и спросом на тот или иной вид товаров и уровень цен на него.</p> |
| <p>КОРПОРАТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ corporate communication <i>корпоративті қарым-қатынас</i></p> | <p>Процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом.</p> |
| <p>КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО) corporate social responsibility (csr) <i>корпоративті әлеуметтік жауаптылық (кәж)</i></p> | <p>Согласно Т. Форану, КСО представляет собой совокупность поведенческих действий предприятия в отношении своих сотрудников, органов власти, окружающей среды и общества в целом.</p> |
| <p>КОРРЕКТНОСТЬ correctness <i>өзін дұрыс ұстай білу</i></p> | <p>Умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>КРОСС-КУРС cross course <i>кросс-бағам</i></p> | <p>Соотношение между двумя валютами, которое вытекает из их курса по отношению к третьей валюте.</p> |
| <p>МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС international business <i>халықаралық бизнес</i></p> | <p>Подразумевает осуществление деловых операций партнёрами из более чем одной страны.</p> |
| <p>ЛЖЕПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО false business <i>жалған кәсіпкерлік</i></p> | <p>Создание субъекта частного предпринимательства либо приобретение акций (долей участия, паёв) других юридических лиц, предоставляющее право определять их решения, а равно руководство им, без намерения осуществлять предпринимательскую деятельность, при условии, если все совершённые сделки преследуют противоправные цели и причинили крупный ущерб гражданину, организации или государству.</p> |
| <p>ЛИЧНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН personal financial plan <i>жеке қаржылық жоспар</i></p> | <p>Документ, отражающий текущее положение ваших дел, ваши личные финансовые цели, а также реалистичный план их достижения, то есть накопления и инвестирования средств.</p> |
| <p>ЛИЧНОСТНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ personal competence <i>жеке құзыреттілік</i></p> | <p>Устойчивая профессиональная мотивация; творческая установка, обогащение профессии средствами своего творчества, — приспособление себя к профессии и профессии к себе, индивидуальность в профессиональном труде; удовлетворённость профессиональным трудом.</p> |
| <p>НАКОПИТЕЛЬНЫЙ ВКЛАД cumulative contribution <i>жеке құзыреттілік</i></p> | <p>Вклад с возможностью пополнения депозита в течение всего срока действия договора.</p> |
| <p>НЕКОНВЕРТИРУЕМАЯ (ЗАМКНУТАЯ) ВАЛЮТА (НКВ) non-convertible (closed) currency <i>айырбасталмайтын (жабық) валюта (АВ)</i></p> | <p>Национальная валюта, которая функционирует только в пределах данной страны и не обменивается на иностранные валюты.</p> |
| <p>НЕТВОРКИНГ networking <i>нетворкинг</i></p> | <p>Построение сети деловых связей, формирование вокруг себя круга людей, каждый из которых — профессионал в какой-то своей области: у вас всегда будет возможность обратиться к ним за помощью или просто за советом.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>НЕУСТОЙКА forfeit <i>тұрақсыздық айыбы</i></p> | <p>Определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, в частности в случае просрочки исполнения.</p> |
| <p>НОМИНАЛЬНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС nominal exchange rate <i>номиналды валюта бағамы</i></p> | <p>Фактическая цена одной валюты в единицах другой валюты.</p> |
| <p>НОМИНАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА nominal interest rate <i>номиналды пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Основана на текущем анализе активов банковского учреждения без учёта рыночных процессов.</p> |
| <p>НОМИНАЛЬНАЯ СТАВКА nominal rate <i>номиналды мөлшерлеме</i></p> | <p>Определяет ежемесячное вознаграждение.</p> |
| <p>ОБЛИГАЦИЯ obligation <i>облигация</i></p> | <p>От лат. Obligatio — обязательство; англ. Bond — долгосрочная, note — расписка — долговая ценная бумага, владелец которой имеет право получить от лица, её выпустившего (эмитента облигации), в оговорённый срок её номинальную стоимость деньгами или в виде иного имущественного эквивалента. Также облигация может предусматривать право владельца (держателя) на получение процента (купона) от её номинальной стоимости либо иные имущественные права.</p> |
| <p>ОПЦИОН option <i>опцион</i></p> | <p>От лат. Optio — выбор, желание, усмотрение — договор, по которому покупатель опциона (потенциальный покупатель или потенциальный продавец базового актива — товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени.</p> |
| <p>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ responsibility of entrepreneurs <i>кәсіпкерлердің жауапкершілігі</i></p> | <p>Обязанность, необходимость совершить определённые действия, направленные на восстановление неисполненных установленных (договорённых) обязанностей (обязательств), нарушений прав хозяйствующих субъектов, клиентов, работников, государства.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК negative cash flow <i>теріс ақша ағыны</i></p> | <p>Сумма выплат денежных средств по всем видам его операций (иногда пользуются термином «отток денежных средств»).</p> |
| <p>ОФФШОРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО offshore production <i>оффшорлық өндіріс</i></p> | <p>Оффшорное производство означает, что одна стадия производственного процесса размещается за рубежом для того, чтобы уменьшить затраты. Оффшорная фирма обычно размещается в стране с невысокой стоимостью рабочей силы, а конечный продукт продаётся на внутреннем рынке страны, в которой зарегистрирована корпорация.</p> |
| <p>ПАРИТЕТ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ purchasing power parity <i>сатып алу қабілетінің тепе-теңдігі</i></p> | <p>Соотношение между денежными единицами различных стран по их покупательной силе к определённому набору товаров и услуг — удостоверяет, что на мировом рынке один и тот же товар должен иметь во всех странах одинаковую цену, если она исчисляется в одной и той же валюте.</p> |
| <p>ПАССИВЫ liabilities <i>пассивтер</i></p> | <p>К пассивам следует отнести всё то, что у вас отнимает деньги.</p> |
| <p>ПЛАВАЮЩАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА floating interest rate <i>құбылмалы пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Подлежит периодическому пересмотру в связи с изменением ключевой ставки, уровня инфляции и прочих событий в экономике страны.</p> |
| <p>ПЛАВАЮЩИЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС floating exchange rate <i>құбылмалы валюта бағамы</i></p> | <p>Устанавливается на торгах на валютной бирже.</p> |
| <p>ПЕРВИЧНЫЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК primary stock market <i>алғашқы қор нарығы</i></p> | <p>Это рынок, на котором предлагаются новые, выпущенные впервые ценные бумаги.</p> |
| <p>ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА behavioral economics <i>мінез-құлық экономикасы</i></p> | <p>Направление экономических исследований, которое изучает влияние социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на экономическое поведение, принятие экономических решений отдельными лицами и учреждениями и последствия этого влияния на рыночные переменные (цены, прибыль, размещение ресурсов); описывает, как мы принимаем экономические решения.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК positive cash flow оң ақша ағыны</p> | <p>Сумма поступлений денежных средств от всех видов операций (иногда пользуются термином «приток денежных средств»).</p> |
| <p>ПОРУЧИТЕЛЬСТВО guarantee кепілгерлік</p> | <p>Способ обеспечения исполнения обязательства, в соответствии с которым поручитель (третье лицо) обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение перед ним его обязательства полностью или в части. Договор поручительства совершается в письменной форме.</p> |
| <p>ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНОСТЬ courtesy ескере білу</p> | <p>Стремление первым оказать любезность избавить другого человека от неудобств и неприятностей.</p> |
| <p>ПРЕЗЕНТАЦИЯ presentation презентация</p> | <p>Это представление своих способностей, своего продукта или своей компании партнёрам, заказчикам, инвесторам или потребителям с целью добиться от них нужного решения (действия).</p> |
| <p>ПРИНЦИПАЛ principal принципал</p> | <p>Должник, по просьбе которого гарант даёт письменное обязательство уплатить кредитору денежную сумму, не уплаченную должником. За выдачу банковской гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение.</p> |
| <p>ПРОМЫШЛЕННАЯ ЗОНА industrial zone өнеркәсіптік аймақ</p> | <p>Объект, в котором множество малых обособленных предприятий размещено и функционирует на единой производственной территории.</p> |
| <p>ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТ simple percentage interest rate қарапайым пайыз</p> | <p>Это когда процент по вкладу начисляется в конце срока.</p> |
| <p>ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА foreign direct investment пайыздық мөлшерлеме</p> | <p>Сумма, выраженная в процентном отношении к сумме выдаваемого кредита, которую платит заёмщик за использование заёмных денег в расчёте на определённый временной интервал (день, неделя, месяц, год и т. д.)</p> |
| <p>ПРЯМЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ foreign direct investment тікелей шетелдік инвестициялар</p> | <p>Вложение капитала с целью осуществления приобретения и реального контроля над объектами собственности, активами и целыми компаниями в других странах (страна, на территории которой находится штаб-квартира материнской компании, — это страна происхождения).</p> |

| | |
|--|--|
| <p>РАСЧЁТНЫЙ ВКЛАД (УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ВКЛАД) settlement contribution (universal contribution) <i>есеп айырысу депозиті</i> (<i>әмбебап депозит</i>)</p> | <p>Вклад с возможностью контроля депозита и проведения расходно-приходных операций.</p> |
| <p>РАСЧЁТНЫЙ ЧЕК settlement check <i>есеп айырысу чегі</i></p> | <p>Документ, в котором содержится приказ банку от чекодателя о переводе некоторой суммы денежных средств со своего счёта на счёт чекосодержателя.</p> |
| <p>РЕАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА real interest rate <i>нақты пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Номинальный размер ставки, скорректированный с учётом колебаний цен.</p> |
| <p>РЕГУЛИРУЕМАЯ И НЕРЕГУЛИРУЕМАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА regulated and unregulated interest rate <i>реттелетін және</i> <i>реттелмейтін пайыздық</i> <i>мөлшерлеме</i></p> | <p>Зависит от влияния государственных структур (в частности, национального банка) на размер годовой процентной ставки. Нерегулируемые виды чаще присутствуют в коммерческих банках.</p> |
| <p>РЕЗЮМЕ CV <i>түйіндеме</i></p> | <p>Это документ, составленный вами, который позволяет презентовать собственные умения и навыки, как в профессиональном, так и в личностном плане.</p> |
| <p>САМОПРОДВИЖЕНИЕ self promotion <i>өзін-өзі алға жылжыту</i></p> | <p>Открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оценённым по достоинству и благодаря этому получить преимущества в отборе кандидатов, назначении на должность и т. п.</p> |
| <p>САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ self-presentation <i>өзін-өзі таныстыру</i></p> | <p>Управление впечатлением, которое инициатор производит на целевую персону, с целью поддержания или усиления своего влияния на неё.</p> |
| <p>СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ БАНКИ saving banks <i>жинақ банкі</i></p> | <p>Банки, специализирующиеся на привлечении средств населения.</p> |
| <p>СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ ВКЛАД savings deposit <i>жинақ депозиті</i></p> | <p>Самый простой подвид срочного вклада, по условиям которого запрещены операции пополнения вклада и снятия любых сумм.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>СВОБОДНО КОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА (СКВ) <i>free convertible currency</i> <i>еркін айырбасталатын валюта (ЕАВ)</i></p> | <p>Валюта, свободно и без ограничений обмениваемая на другие иностранные валюты, т. е. СКВ обладает полной внешней и внутренней обратимостью.</p> |
| <p>СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ <i>customer relationship management)</i> <i>клиенттермен өзара қатынасты басқару жүйесі</i></p> | <p>Прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.</p> |
| <p>СКРОМНОСТЬ <i>modesty</i> <i>қарапайымдылық</i></p> | <p>В общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей.</p> |
| <p>СМЕШАННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ <i>mixed responsibility of entrepreneur</i> <i>кәсіпкердің аралас жауапкершілігі</i></p> | <p>Ответственность, возникающая при неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательства по вине обеих сторон.</p> |
| <p>СЛОЖНЫЙ ПРОЦЕНТ <i>compound interest</i> <i>күрделі пайыз</i></p> | <p>Это когда в течение срока вклада производится капитализация процентов внутри срока вклада (ежемесячно, ежеквартально).</p> |
| <p>СПОР <i>dispute</i> <i>пікірталас</i></p> | <p>Столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.</p> |
| <p>СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ БАНКИ <i>specialized banks</i> <i>мамандандырылған банктер</i></p> | <p>Банки, специализирующиеся на одной или нескольких банковских операциях.</p> |
| <p>СПЕЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ <i>special activity competency</i> <i>арнайы әрекеттік құзыреттілік</i></p> | <p>Овладение нормами профессиональной деятельности, высокая эффективность; стабильность результатов; профессиональное мастерство; оптимальная психологическая цена результата — отсутствие перегрузки.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>СОЛИДАРНАЯ ОБЯЗАННОСТЬ (ОТВЕТСТВЕННОСТЬ) ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ joint obligation (responsibility) of entrepreneurs <i>кәсіпкерлердің ортақ міндеті (жауапкершілігі)</i></p> | <p>Солидарная обязанность (ответственность), или солидарное требование возникает, если солидарность обязанности или требования предусмотрена договором или установлена законом, в частности при неделимости предмета обязательства.</p> |
| <p>СОЦИАЛЬНАЯ ОБЩЕНЧЕСКАЯ, КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ social community and communicative competence <i>әлеуметтік қауымдастық, коммуникативті құзыреттілік</i></p> | <p>Отнесение себя к профессиональной общности; овладение нормами профессионального общения, этическими нормами профессии; направленность профессиональных результатов на благо других людей, духовное обогащение людей средствами своей профессии; социальная ответственность за последствия своих поступков; умение сотрудничать, вступать в контакты, лёгкая совместимость; гибкая смена социальных ролей в профессии, готовность к изменениям; конкурентоспособность; соответствие профессионального должностного статуса (места среди других) индивидуально-личностным качествам.</p> |
| <p>СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА social responsibility of the business <i>бизнесінің әлеуметтік жауапкершілігі</i></p> | <p>Добровольный вклад субъектов частного предпринимательства в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах.</p> |
| <p>СРОЧНЫЙ ВКЛАД term deposit <i>мерзімді депозит</i></p> | <p>Депозит под проценты, внесённый на определённый срок и изымаемый полностью по истечении обусловленного срока. Срочные депозиты менее ликвидны, чем сберегательные вклады до востребования, но приносят более высокий процент дохода.</p> |
| <p>СТРАХОВАНИЕ ВКЛАДОВ deposit insurance <i>депозиттерді сақтандыру</i></p> | <p>Подразумевает, что при банкротстве банка физическое лицо полностью или частично получает вложенные в этот банк средства в максимально короткий срок. Выплаты производятся особыми фондами, создаваемыми за счёт банков и (или) государства.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>СУБСИДИАРНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ subsidiary liability of entrepreneurs кәсіпкерлердің субсидиарлық жауапкершілігі</p> | <p>Дополнительная ответственность лиц (сторон), которые наряду с должником отвечают перед кредиторами за надлежащее исполнение обязательства в случаях, предусмотренных законом или договором. Так, участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.</p> |
| <p>ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ time-management тайм-менеджмент</p> | <p>Это учёт, распределение и оперативное планирование собственных ресурсов времени. Прямой перевод данного термина «Time Management» с английского — «управление временем».</p> |
| <p>ТАКТИЧНОСТЬ tact адептілік</p> | <p>Также одно из важных составляющих коммуникативной культуры. Чувство такта — это прежде всего чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение.</p> |
| <p>ТЕКУЩАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА current interest rate ағымдағы пайыздық мөлшерлеме</p> | <p>Ставка, зафиксированная на определённую дату и действующая только для тех кредитов, которые выдаются в этот день. Через день, неделю, месяц будут действовать уже совершенно другие проценты годовых.</p> |
| <p>ТЕКУЩИЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС current exchange rate ағымдағы валюта бағамы</p> | <p>Курс наличной, т. е. кассовой сделки. По нему производятся расчёты в течение двух дней.</p> |
| <p>ТЕХНОПАРКИ technoparks технопарктер</p> | <p>Структуры, создаваемые в основном на базе высших учебных заведений или на базе научно-исследовательских институтов с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий.</p> |
| <p>ТРУДОСБЕРЕГАЮЩАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ labor-saving intensification еңбек үнемдеуші интенсификация</p> | <p>Новая техника вытесняет из производства рабочую силу. То есть весь прирост производства достигается частично или полностью за счёт повышения производительности труда.</p> |
| <p>ТРЕЙДЕР trader трейдер</p> | <p>Торговец, действующий по собственной инициативе и стремящийся извлечь прибыль непосредственно из процесса торговли.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>УБЫТКИ loss шығындар</p> | <p>Под убытками понимаются расходы, которые лицо, чьё право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрат или повреждения имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода). Если лицо, нарушившее право, получило вследствие этого доходы, лицо, право которого нарушено, вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере не менее, чем такие доходы.</p> |
| <p>УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ criminal liability of entrepreneurs кәсіпкерлердің қылмыстық жауаптылығы</p> | <p>Один из видов юридической ответственности предпринимателей, возникающей при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности. Основанием уголовной ответственности предпринимателей является совершение действия, содержащего все признаки состава преступления.</p> |
| <p>УНИВЕРСАЛЬНЫЕ БАНКИ universal banks әмбебап банктер</p> | <p>Банки, осуществляющие все основные виды банковских операций.</p> |
| <p>ФИКСИРОВАННЫЙ ВАЛЮТНЫЙ КУРС fixed exchange rate бекітілген валюта бағамы</p> | <p>Официальное соотношение между двумя валютами, устанавливаемое в законодательном порядке.</p> |
| <p>ФИКСИРОВАННАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА fixed interest rate тіркелген пайыздық мөлшерлеме</p> | <p>Постоянная величина процентов по кредиту, установленная договором, которая не меняется с течением времени и не зависит от ситуации в экономике и прочих критериев.</p> |
| <p>ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ financial literacy қаржылық сауаттылық</p> | <p>Уровень знаний в области финансов, личных сбережений и способов управления ими.</p> |
| <p>ФОНДОВЫЙ РЫНОК stock market қор нарығы</p> | <p>Механизм, обеспечивающий переход денежных средств из одного сектора экономики в другой.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ФОРВАРДНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА forward interest rate <i>форвардтық пайыздық мөлшерлеме</i></p> | <p>Она также фиксируется на определённую дату, но справедлива для всех обязательств, которые были оформлены после её установления. Действует такая ставка до того дня, когда будет зафиксировано её новое значение.</p> |
| <p>ФОРВАРДНЫЙ КУРС ИЛИ КУРС СРОЧНОЙ СДЕЛКИ forward or derivatives transaction rate <i>форвардтық немесе жедел мәміле бағамы</i></p> | <p>Курс для расчёта по валютному (форвардному) контракту через определённое время после заключения контракта.</p> |
| <p>ФЬЮЧЕРС futures <i>фьючерс</i></p> | <p>От англ. Futures contract или англ. Futures — фьючерсный контракт или фьючерсный договор — производный финансовый инструмент (договор) на бирже купли-продажи базового актива (товара, ценной бумаги и т. д.), при заключении которого стороны (продавец и покупатель) договариваются только об уровне цены и сроке поставки.</p> |
| <p>ЦЕННЫЕ БУМАГИ securities <i>бағалы қағаздар</i></p> | <p>Это документация, где все права отображены в имущественном и неимущественном выражении. То есть, могут быть: объектом для сделок; инструментом купли-продажи; источником, позволяющим получать регулярную или разовую прибыль.</p> |
| <p>ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ central banks <i>орталық банктер</i></p> | <p>Банки, осуществляющие государственное регулирование банковской сферы и денежную эмиссию.</p> |
| <p>ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ goal setting <i>мақсатты болжау</i></p> | <p>Процесс выбора субъектом целей; но нередко альтернативы, из которых необходимо сделать выбор, не даны непосредственно.</p> |
| <p>ЧАСТИЧНО КОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА (ЧКВ) partially convertible currency <i>ішінара айырбасталатын валюта</i></p> | <p>К таким валютам относятся национальные валюты тех стран, в которых применяются валютные ограничения для резидентов, а также по отдельным видам обменных операций. Например, частично конвертируемым является российский рубль.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ЧЕК check чек</p> | <p>От фр. Chèque, англ. Cheque/check — ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платёж указанной в нём суммы чекодержателю. Чекодателем является лицо, имеющее денежные средства в банке, которыми он вправе распоряжаться путём выписывания чеков, чекодержателем — лицо, в пользу которого выдан чек, плательщиком — банк, в котором находятся денежные средства чекодержателя.</p> |
| <p>ЧЕКОДАТЕЛЬ check giver чек беруші</p> | <p>Человек, имеющий денежные средства в определённом банке, которыми он имеет полное право распоряжаться.</p> |
| <p>ЧЕКОСОДЕРЖАТЕЛЬ check holder чек ұстаушы</p> | <p>Человек, который получил чек, а плательщик — это банк, в котором находятся денежные средства чекодателя.</p> |
| <p>ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ legal liability of entrepreneurs кәсіпкерлердің заңды жауаптылығы</p> | <p>Установленная правовыми нормами обязанность претерпевать неблагоприятные последствия при неисполнении ими установленных нормами права (законами) и договорами обязанностей и обязательств.</p> |
| <p>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦИКЛЫ economic cycles экономикалық циклдар</p> | <p>Регулярные колебания уровня деловой активности от экономического бума до экономического спада. В цикле деловой активности выделяются четыре чётко различимые фазы: пик, спад, дно, или низшая точка, и подъём.</p> |
| <p>ЭКСПОРТ export экспорт</p> | <p>Продажа продукции, произведённой в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран.</p> |
| <p>ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ extrapolation экстраполяция</p> | <p>Самый популярный и простой способ создания прогнозов рыночных процессов, лучше всего подходит для построения краткосрочного прогнозирования. Он заключается в распространении трендов, актуальных в настоящий момент, на ближайший отрезок будущего.</p> |
| <p>ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ (ЭИ) emotional intelligence (ei) эмоционалды интеллект (ЭИ)</p> | <p>Понимается как способность перерабатывать информацию, содержащуюся в эмоциях.</p> |

Список литературы

1. Архангельский Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 216 с.
2. Баффет У. Правила богатства. – М.: АВ Паблишинг Трейд, 2016. – 38 с.
3. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 544 с.
4. Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-ХІІІ.
5. Дуарте Н. Resonate. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 264 с.
6. Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-ІV.
7. Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 274 с.
8. Кейнс Дж.-М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2002 г. – 343 с.
9. Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. – М.: Попурри, 2009. – 223 с.
10. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК.
11. Коллинз Дж. From Good to Great. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 440 с.
12. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 246 с.
13. Кох Р. Принцип 80/20. – М.: Эксмо, 2014. – 336 с.
14. Кэнфилд Дж., Хансен М.-В., Хьюитт Л. Целевая жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей. – М.: Эксмо, 2018. – 352 с.
15. Лалу Ф. Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 610 с.
16. Милгрэм С. Подчинение авторитету. Научный взгляд на власть и мораль. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 250 с.
17. Питерс Т. Представьте себе. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 352 с.
18. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
19. Райнерт Эрик С. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. – М.: Высшая Школа Экономики, 2011. – 384 с.
20. Рассел Дж., Кон Р. Диаграмма Ганта. – М.: VSD, 2012.
21. Роббинс Э. Разбуди в себе исполина. – М.: Попурри, 1991. – 800 с.
22. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2016. – 1770 с.
23. Тиль П. От нуля к единице. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 240 с.
24. Трейси Б. Поцелуй лягушку! – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 160 с.
25. Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V ЗРК.

26. Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V ЗРК.
27. Фрайд Дж., Хенссон Х., Реворк Д. Бизнес без предрассудков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 208 с.
28. Хазин М. Чёрный лебедь мирового кризиса. – М.: Пальмира, 2017. – 450 с.
29. Хансен Э.-Х. Экономические циклы и национальный доход. – М.: Финансовая Академия, 2008. – 466 с.
30. Hofstede G. Culture's Consequences. – SAGE Publications, 1980. – 475 p.
31. Экологический кодекс Республики Казахстан от 9 января 2007 года № 212.
32. Элрод Х. Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 200 с.

Содержание

Раздел 3. Самопродвижение предпринимателя

| | |
|---|-----|
| Урок 33. Личные активы и пассивы..... | 4 |
| Урок 34. Личные активы и пассивы..... | 10 |
| Урок 35. Сбережения, кредиты и депозиты | 15 |
| Урок 36. Сбережения, кредиты и депозиты | 20 |
| Урок 37. Сбережения, кредиты и депозиты | 26 |
| Урок 38. Сбережения, кредиты и депозиты | 32 |
| Урок 39. Мировые денежные единицы, электронные деньги | 39 |
| Урок 40. Фондовые рынки..... | 46 |
| Урок 41. Фондовые рынки | 52 |
| Урок 42. Управление личным бюджетом..... | 58 |
| Урок 43. Управление личным бюджетом..... | 62 |
| Урок 44. Самопродвижение | 68 |
| Урок 45. Резюме и практика составления резюме..... | 75 |
| Урок 46. Резюме и практика составления резюме | 82 |
| Урок 47. Нетворкинг (профессиональные сети) | 87 |
| Урок 48. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров..... | 95 |
| Урок 49. Деловое общение предпринимателя — переговоры и практика переговоров | 101 |
| Урок 50. Эмоциональный интеллект..... | 108 |
| Урок 51. Тайм-менеджмент..... | 115 |
| Урок 52. Тайм-менеджмент..... | 120 |
| Раздел 4. Стратегия развития | |
| Урок 53. Масштабирование бизнеса — прогноз развития рынка..... | 127 |
| Урок 54. Способы и виды развития бизнеса | 134 |
| Урок 55. Способы и виды развития бизнеса..... | 139 |
| Урок 56. Управление качеством..... | 145 |
| Урок 57. Международный бизнес | 151 |
| Урок 58. Международный бизнес | 158 |
| Урок 59. Международный бизнес..... | 167 |
| Урок 60. Защита прав потребителя | 172 |

| | |
|--|-----|
| Урок 61. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса | 178 |
| Урок 62. Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса | 185 |
| Урок 63. Ответственность предпринимателя | 192 |
| Урок 64. Ответственность предпринимателя (экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая)..... | 199 |
| Урок 65. Целеполагание | 206 |
| Урок 66. Целеполагание..... | 211 |
| Урок 67. Личная стратегия жизни..... | 217 |
| Урок 68. Личная стратегия жизни | 223 |
| Глоссарий | 230 |
| Список литературы | 252 |