

А.С.Биханова, Н.Б.Кайсанова

**ДОНАЛЬД Ф.КУРАТКОНЫҢ «КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС,
ПРАКТИКА» ОҚУЛЫҒЫН ПАЙДАЛАНУҒА АРНАЛҒАН
ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ**

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

Д.СЕРІКБАЕВ АТЫНДАҒЫ ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТТІК
ТЕХНИКАЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

А.С.Биханова, Н.Б.Кайсанова

«Рухани жаңғыру бағдарламасы аясындағы: «Жаңа гуманитарлық білім: Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасы негізінде әзірленген Дональд Ф.Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» оқулығын Бизнес және кәсіпкерлік мектебінің 5В050600-Экономика, 5В050700 - Менеджмент, 5В050800 - Есеп және аудит, 5В050900 -Қаржы, 5В051100 - Маркетинг мамандықтарына пайдалануға арналған әдістемелік нұсқау

Өскемен
2018

Биханова А.С., Кайсанова Н.Б. Бизнес және кәсіпкерлік мектебінің 5B050600-Экономика, 5B050700- Менеджмент, 5B050800-Есеп және аудит, 5B050900-Қаржы, 5B051100-Маркетинг мамандықтарына «Рухани жаңғыру бағдарламасы аясындағы: «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасы негізінде әзірленген Дональд Ф.Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» оқулығын пайдалануға арналған әдістемелік нұсқау. 05.10.2018 ж. – Өскемен: ШҚМТУ, 2018. – 19 бет.

Әдістемелік нұсқауда Дональд Ф.Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» оқулығын пайдалануға арналған нұсқаулықтар берілген. Әрбір тарауға қысқаша түсіндірмелер беріліп, оқулықтың оқу үрдісіндегі орны, мақсаттары мен міндеттері айқындалған.

Әдістемелік нұсқаулар «Инженерлік кәсіпкерлік» кафедрасының әдістемелік семинарында қаралып, мақұлданды
16.10.2018 ж. №3 хаттама

КІРІСПЕ

Қазақстан республикасының Тұңғыш президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласының «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» бағыты бойынша қоғамның түрлі салаларына пайда әкелетін 100 кітапты шетел тілдерінен, яғни, түпнұсқадан қазақ тіліне тікелей аудару міндеттелген еді. Қазір міндеттелген 100 оқулықтың 18-і аударылып қолданысқа енсе, 30 оқулық аударылу үстінде.

Біз бұл мақаламызда кәсіпкерліктің қыр-сырымен, қалтарыс жатқан құпияларымен толық бөлісетін Дональд Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» атты оқулығын сарапқа салмақпыз. Кітаптың өне бойы тұнған ұсыныстар мен кәсіпті жүргізудің концепциялары.

Еліміздегі шағын және орта бизнесті дамыту қарқынды жүріп жатқан шақта бұл кітаптың қазақ тіліне тәржімалануы – бизнес саласына қосылған үлкен үлес, құйылған мол инвестиция. Кітаптың бизнес және оның жоғары мектебі деп аталатын жоғары оқ орындарындағы кафедраларда оқытыла бастаған. Демек, алдағы бес жылдықта кәсіпкерлікпен қалай болса солай емес, кәсіби түрде, білім алған маман ретінде айналысатын жастардың қатары артпақ. Бұл – ел экономикасының қарыштап дамуына қосылған зор үлес болар еді.

Бұл кітап ХХІ ғасырдағы экономикалық, қоғамдық және әлеуметтік дамудың басты қозғаушы күші болып саналатын кәсіпкерлік құбылысты теориялық және практикалық тұрғыдан зерделеуге арналған.

1 ОҚУЛЫҚТЫҢ СИПАТТАМАСЫ, ОНЫҢ ОҚУ ҮДЕРІСІНДЕГІ ОРНЫ

1.1 Зерделенетін оқулықтың қысқаша мазмұны

Дональд Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» атты еңбегін қазақ тіліне халықаралық менеджмент магистрі М. Сейітжаппарұлы, менеджмент магистрі Б. Сабденалиев, Ноттингем университетінің магистрі Н. Ынтайбекова және Г. Түсіпова, М. Қыстаубаева есімді мамандар аударған.

Алғаш рет баспадан 1994 жылы шыққан кітаптың соңғы шығарылымы 2016 жылы шыққан. Оқулық 465 беттен тұрады. Шет елдерде қомақты қаражатқа сатылатын кітап Елбасының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты бағдарламалық мақаласының «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» бағыты бойынша отандастарымызға су тегін аударылып ұсынылуда. Оқулық 4 бөлімнен тұрады: 1 бөлім: ХХІ ғасырдағы кәсіпкерлік ойлау жүйесі; 2 бөлім: кәсіпкерлік венчурды бастау; 3 бөлім: кәсіпкерлік жоспарын әзірлеу; 4 бөлім: кәсіпкерлік венчурдің өсу стратегиялары.

Ал автор кәсіпкерлік білім беру саласының үздігі болып саналады. Оның қаламынан бүгінге дейін дәл осы тақырып бойынша 30 кітап және 190-нан астам ғылыми мақалалар туған. Әлем назарын бүгінде өзіне аударып отырған өміршең тақырыпта ағылшын тілінде материалдар жазған оқу ісінің үздігі бүгінде аталған саладағы ең үздік ұстаздар қатарына енеді. Оның жазған еңбектерін әлемдік рейтингте көш басында тұрған жоғары оқу орындары өздерінің білім беру үдерістеріне енгізіп, сол бойынша жыл сайын мыңдаған шәкірт тәрбиелеп шығуда. Ал осы кітаптағы құнды дүниелерді терең игерген студенттер дипломдары қолдарына тиісімен өздері білім алған салада үздіктер қатарынан атану мақсатында еңбек етуде.

Оқулықта әлемдік тәжірибеде дәлелденіп қойған «Mind Tap» әдісі туралы толыққанды мағлұмат беріліп, оның қолданылу жолдарын түсіндіреді. Сондай-ақ, әлемдік бизнес аренасында танымал болған әдіс бойынша арнайы жағдаяттық тапсырмалар жазып, оқырманды сол тапсырманы мұқият орындауға итермелейді. Дональд Куратконың шығармасының өне бойы дәл осындай оқырманға арналған жағдаяттық тапсырма немесе өз алдына жеке бизнес-жоспар жасау жолдары сатылап көрсетілген. Яғни, оқуға да, түсінуге де оңай әрі жас үміткерлерді жігерлендіріп, кәсіпке деген көзқарастарын арттыра түспек.

1.2 Оқулықты зерделеу мақсаты мен міндеттері

Кітаптың мақсаты – оқырманды кәсіпкерліктің үздік тәжірибелерімен таныстырып, тәжірибелік және эксперименттік оқыту әдістері арқылы кәсіпкерлікке қажет дағдыларды сіңіру. Кітап бизнесі бар кәсіпкерлер мен болашақта кәсіпкер болғысы келетін жастарға, жоғары және кәсіби оқу орындарының студенттері мен оқытушыларына, кәсіпкерлікті зерттеп жүрген

қауымдастыққа, осы салаға қызығушылығы бар қалың оқырманға арналған. Сондай-ақ, қазақ тіліндегі MBA курсының оқулығы ретінде ұсынылады.

Еліміздегі шағын және орта бизнесті дамыту қарқынды жүріп жатқан шақта бұл кітаптың қазақ тіліне тәржімалануы – бизнес саласына қосылған үлкен үлес, құйылған мол инвестиция. Кітаптың бизнес және оның жоғары мектебі деп аталатын жоғары оқ орындарындағы кафедраларда оқытыла бастаған. Демек, алдағы бес жылдықта кәсіпкерлікпен қалай болса солай емес, кәсіби түрде, білім алған маман ретінде айналысатын жастардың қатары артпақ. Бұл – ел экономикасының қарыштап дамуына қосылған зор үлес болар еді.

1.3 Оқулықты зерделеу нәтижелері

Оқу нәтижелері тиісті білім беру деңгейіне сай жүргізіліп, бағаланады. Оқу нәтижесі келессілермен айкындалады:

Студент білу керек:

- Кәсіпкерлік ісін;
- Кәсіпкерліктің экономикадағы рөлін;
- Кәсіпкерлік мүмкіндіктерін бағалау;

Студенттің білім мен ұғымды қолдануы:

- Кәсіпкерлік капитал түрлерін;
- Кәсіпкерлікті ұйымдастыра, басқара білу;
- Кәсіпкерліктің құқықтық мәселелерін;

Студенттің алған дағдылары:

- Кәсіпкерлікке талдау жасау білу;
- Кәсіпкерлікті ұйымдастыра, тиімді басқара білу;
- Бизнес-жоспар құра білу.

2 ОҚУЛЫҚТЫҢ МАЗМҰНЫ

1 – ТАРАУ. Кәсіпкерлік: эволюциялық даму – революциялық әсер.

1 Дәріс. Кәсіпкерлер - жасампаз инноваторлар.

Бұл дәрісте динамикалық және дамып келе жатқан пәнді әрі қарай зерттеу үшін негіз болатын кәсіпкерлік эволюциясы зерттелді. Ерте экономикалық анықтамаларды зерттеп және қазіргі заманғыларын таңдап, кәсіпкерліктің қалай зерттелгені туралы тарихи көрініс ұсынылды.

Сонымен қатар осы жаңадан дамып келе жатқан зерттеу саласын қамтитын "фольклорды" жақсы түсіну үшін кәсіпкерлік туралы 10 миф талқыланды. Қазіргі заманғы зерттеулер кәсіпкерлікті зерделеудің көкжиегін кеңейтеді және осы ғылымның не үшін және қаншалықты қажет екеніне назар аударады.

Кәсіпкерлікке деген ұстанымдар үш тұрғыдан қатастырылды: зерттеу мектебі, процестер және құрылымдар.

Алты таңдаулы зерттеу мектебі қарастырылды, процесс ретінде қазіргі кәсіпкерлікті түсіндің екі тәсілі талқыланды және ғылымның аясын одан әрі кеңейте түсу үшін құрылымдардың құрылымы ұстанымы ұсынылды.

Бұл дәрісте сондай-ақ Америка Құрама Штаттарында және бүкіл әлемде орын алған Кәсіпкерлік революцияға кең ауқымды көзқарас қалыптастыруға ұмтылды, кәсіпкерлік экономикамызды қолдайтын маңызды статистиканы талқылады, газельдерді сипаттап және олардың экономикаға әсерін көрсеттік.

Дәріс соңында үш маңызды тұжырымдама: кәсіпкерлік, кәсіпкер мен кәсіпкерлік көшбасшылықтың анықтамасын бердік.

2-ТАРАУ. Жеке кәсіпкерлік ойлау жүйесі: таным және этика.

2 дәріс. Кәсіпкерлік ойлау жүйесі.

Бұл дәрісте жеке тұлғалардың кәсіпкерлік ойлау жүйесін түсіндіруге талпыныс жасалып, кәсіпкерлердің мүмкіндіктерді көру және шешім қабылдау жолдарын зерттеу үшін кәсіпкерлік таным мен метатаным тұжырымдамаларын пайдалану ұсынылды. Табысты кәсіпкерлердің жеке қасиеттері мен ерекшеліктерін анықтау үшін бірнеше зерттеу жүргізілді. Кәсіпкерге тән қасиеттердің кейбіреулері осы тарауда қарастырылды: табандылық пен қайсарлық; мақсатқа жетуге құлшыныс; мүмкіндіктерді бағдарлау; бақылаудың ішкі локусы; екіұдайылыққа төзімділік; есептелген тәуекелді қабылдау; жоғары энергетикалық деңгей; креатив және инновация; мұрат пен құштарлық.

Сәтсіздік пен уайымнан арылу процесі де қаралады. Кәсіпкер, венчур және процесс арасындағы байланыстарды зерттеу үшін кәсіпкерлік тәжірибе идеясы талқыланды. Кәсіпкерліктің "күнгірт тұсына", оның ішінде қатермен бетпе-бет келуден, стрестік проблемалардан және кәсіпкерлік эгодан туындайтын ерекше қасиеттерді қарастыруға арналған. Кәсіпкерлердің өз кәсіпорнына әсер етуіне бірегей мүмкіндіктері бар, барлық кәсіпкерлер үшін этикалық көшбасшылық ерекше қиындықтар тудырады.

Осы дәрісте дұрыс және оғаш мінез-құлықты түсіндіретін этикалық принциптер жиынтығы қарастырылған; этика да моральдық борыш пен міндеттемелерді анықтай алады. Этика терминін анықтау қиын болғандықтан,

этиканы статистикалық сипат ретінде емес, процесс ретінде қарастыруымыз керек. Кәсіпкерлер жаңа венчур құрудың алғашқы кезеңінде көптеген этикалық шешімдермен бетпе-бет келеді.

Кәсіпкерлер қиындықтарға қатысты этикаға жат шешім қабылдағанда көбінесе өздеріне тиімді таңдау жасайды. Бұл таңдау менеджерлердің "фирмаға қарсы" немесе "фирманың атынан" жасаған мораль тұрғысынан күмәнді әрекеттеріне негізделуі мүмкін. Басқарушылық рөлдердің төрт түрі бар: рөлдің сәтсіздігі, рөлге жат, рөлді бұрмалау және рөлдерді бекіту. Этикалық стратегия құру үшін кейбір кәсіпкерлер этикалық кодекс жасайды. Этикалық кодекс мінез-құлықтық практиканы немесе кәсіпорынның ұстанатын нұсқауларын білдіреді. Бүгінде ұйымдық кодекс кең тараған және оның қағидаларын жүзеге асырудың маңызы зор. Этикадағы айқындық пен бағдардың бұлдырлығына қарамастан, этика жаңа ғасырда кәсіпкерлер үшін басты мәселе болып қала береді.

Бұл дәрісте кәсіпкерліктің себептерін талқылаумен аяқталады. Кәсіпкерлік процеске психологиялық факторлардың қосқан үлесін айқындайтын зерттеулер қарастырылады. Жаңа венчур бастау мен дамыту үшін кәсіпкерлер мотивациясында күткен нәтижелердің маңызы зерделенді. Осы тұжырымдамаға қызығушылық артқанын аңдату үшін "кәсіпкерлікке деген табандылық" туралы соңғы зерттеулердің негізгі өзегімен таныстық.

3-ТАРАУ. Ұйымдық кәсіпкерлік ойлау жүйесі: корпоратив кәсіпкерлік.

3 дәріс. Ұйымдық кәсіпкерлік ойлау жүйесі.

Корпоратив кәсіпкерлік - ұйымның ішінде пайдасы бар инновацияларды қалыптастыру процесі. Көпшілік компаниялар мына сындарға жауап ретінде корпоратив кәсіпкерлікті дамыту қажет дейді: (1) жаңа және данагөй бәсекелестер санының қарқынды өсуі; (2) дәстүрлі корпоратив менеджментке деген сенімсіздік сезімі; (3) кейбір ең тамаша және ақылды қызметкерлердің кішігірім кәсіпкер болу үшін корпорациядан кетуі.

Компания дұрыс кәсіпкерлік ахуалын қалыптастыру үшін мынадай бес қасиетті дамытуы тиіс: (1) нақты мақсаттар; (2) кері байланыстар (фидбэк) және оң (позитив) қолдау жүйелері; (3) жеке жауапкершілікті атап көрсету; (4) инновацияшыл идеяны марапаттау; (5) сәтсіздікті жазаламау. Ұйымдарда корпоратив кәсіпкерлікті қалыптастырудың бірқатар жолы бар. Бірінші қадам - корпоратив кәсіпкерлік процесінде кедергілерді түсіну; әдетте олар дәстүрлі менеджменттің кері әсерінен негізделеді. Келесі қадам - инновациялық қағидаларды ұстануды енгізу, оның ішінде атмосфера мен мұрат, көпжақтылық ұстанымы, интерактив үйрену, "Скунс жұмыстар" бар.

Ерекше корпоратив кәсіпкерлік стратегиясын дамыту инновация мен алға қойған мақсатты дамытуға ұласады. Инновацияның екі типі бар: түбегейлі және қосымша. Инновацияны дамытуды үдету үшін корпорация топ-менеджмент қолдауы, уақыт, ресурстар және марапат сияқты негізгі факторларға назар аударуы керек.

I-топтар - жартылай автономиясы бар бірліктер, олардың жаңа идеяны қалыптастыруға ұжымдық қуаты бар. Кейде өзін-өзі басқаратын немесе

орындаушылығы жоғары топ деп қарастырылады. I-топтар инновациялық дамуды күшейту үшін құрылған жұмыс топтарының жаңа буыны.

Дәріс соңында біз корпоратив кәсіпкерлік процесін талқылап, орта буын менеджерлерінің кәсіпкерлік белсенділіктегі ролін анықтадық. Корпоратив кәсіпкерлікті қолдау стратегиясы тұжырымдамасымен таныстық.

4-ТАРАУ. Әлеуметтік кәсіпкерлік және кәсіпкерлердің жаһандық ортасы.

4 дәріс. Әлеуметтік кәсіпкерлік.

Осы ғасырда пайда болған әлеуметтік кәсіпкерлік көптеген өзгерістер әкелді. Әлеуметтік кәсіпорын бизнестің қоғам алдындағы жауапкершілігін білдіреді. Әлеуметтік кәсіпкерліктің қарқынды дамуы мен күрделі мәселелерді шешуі оның маңызын күшейтті. Зерттеулерге сүйенсек, көпшілік әлеуметтік кәсіпкерлікті өзіне борыш санайды, шағын фирма құрылымы кәсіпкерлік ұйымдарға ерекше жолмен ықпал жасауға рұқсат етеді. Әлеуметтік кәсіпкерлер - өзгеріс агенттері. Қалыптасқан ұғымды бұзатын идеялар арқылы үлкен өзгерістер жасап, әлеуметтік мәселені шешуде түпнегізін өзгертуден бастайды және жүйелі өзгерістер жасағысы келеді.

Осы тарауда айтылғандай, әлеуметтік кәсіпкерлікке қызығушылық күрт өсті. Бұл орайда, әлеуметтік кәсіпорын дегеніміз не, оған қандай кәсіпорындар жатпайды деген заңды сұрақ туындайды. Оның әлеуметтік себептері әртүрлі болады. Түсініспеушілікке жол бермеудің бір тәсілі - әлеуметтік кәсіпкерлікті континуум ретінде қабылдау керек сияқты. Оның бір жағында тек қана әлеуметтік мүдделерге жұмыс істейтін кәсіпкерлер бар, ал екінші жағында әлеуметтік мүдделер арқылы пайда табуды көздейтін кәсіпкерлер де бар.

Қазіргі тақырыптың ішіндегі ең маңыздысы - тұрақты даму. Ғалымдардың пайымдауынша, кәсіпкерлік іс-әрекет экожүйелерді сақтап, климаттың өзгеруіне қарсы тұра алады, қоршаған ортаның деградациясы мен ағаштардың азаюымен күреседі, ауылшаруашылық тәжірибесін желілдіріп, ауыз су мәселесін шешуге атсалысады, биоалуан-түрлілікті қамтамасыз етуге де үлес қоса алады. Тұрақты кәсіпкерлікке экокәсіпкерлік жатады (мысалы, қоршаған ортамен байланысты кәсіпкерлік), ол өз іс-әрекетімен қоршаған ортаны сақтауға септігін тигізеді.

Тарауда "ортақ құндылық" туралы сөз болды. Бұл ортақ құндылыққа айналатын экономикалық құндылық жасау дегенді білдіреді. Қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру және міселелерін шешу арқылы жүзеге асырылады әрі компанияның жетістігін әлеуметтік дамумен байланыстырады. Бұл "үш төменгі көрсеткіш" тұжырымымен байланысты (пайда, адамдар және планета). Осы үш категория ХХІ ғасырдағы компаниялар трансформациясына себеп болатын факторлар.

Бизнесті жаһандық тұрғыдан жүргізу жылдам түрде пайда беретін, танымал ететін бизнес түріне айналуға. NAFTA, ЕО және ДСҰ - жаһандық кәсіпкерлер мүмкіндіктерін арттыратын пәрменді экономикалық күштердің қатарында.

Бұл дәрісте кәсіпкердің неліктен халықаралық аренаға ұмтылатыны айтылды және халықаралы нарыққа шығудың бес түрлі жолы талқыланды. Олар: импорт, экспорт, бірлескен кәсіпорындар, тікелей шетелдік инвестиция және

лицензиялау. Шетел нарығын зерттеу, сонымен бірге осы жолдағы қауіп пен тәуекелдер де түсіндірілді.

Дәрістің соңғындахалықаралық нарыққа шығу кезінде жасалатын зерттеу жүргізу, техникалық-экономикалық негіздеме даярлау, адекват қаржыландыруды қамтамасыз ету, қажет құжаттарды дайындау және жоспар жасау мен оны жүзеге асыру секілді бес қадам талданды.

5-ТАРАУ. Инновация идеяларға шабыттана ұмтылу.

5 дәріс. Мүмкіндіктерге зер салу: жаңа идеялар іздеу.

Бұл дәрісте кәсіпкерлер үшін креатив ойлау мен инновацияның маңызы қарастырылды. Жақсы идеяларды тануда білім мен оқудың қажеттігі тұрғысынан мүмкіндіктерді тану талқыланды. Инновациялық идеялардың көздері анықталып, қарастырылды. Одан кейін креатив процесі сипатталып, креативті дамыту жолдары ұсынылды. Оқырманның креативін дамытуға көмек ретінде жаттығулар мен ұсыныстар берілді. Креатив ахуалының табиғаты да қарастырылды.

Инновацияның төрт негізгі типі - өнертабыс, кеңейту, қайталау және синтездеу - түсіндірілді. Тараудың соңғы тақырыбында инновация туралы негізгі қате ойларға шолу жасалып, инновацияның негізгі принциптері қарастырылды

6-ТАРАУ. Кәсіпкерлік мүмкіндіктерді бағалау.

6 дәріс. Жаңа венчур стартаптары.

Жаңа венчур стартап факторларының күрделілігі олардың әрқайсысын нақты бағалауды қиындатты. Сонымен қатар сәтсіздікке ұшыраған фирмалар жөнінде сенімді деректер алудың қиындығы бұл дилемманы еселей түседі. Жақсартулар енгізіліп жатыр, алайда жаңа венчурді бағалау процесі қиындауда.

Жаңа венчур таңдау барысында бірнеше кедергі пайда болуы мүмкін: венчурге объектив баға берілмеуі, нарық жөніндегі жақсы түсініктің аздығы, техникалық талаптарды дұрыс түсінбеу, қаржы түсінігінің жеткілікті болмауы, венчур бірегейлігінің болмауы және заң мәселесінен хабарсыз болу.

Жаңа венчурді бағалауда кәсіпкер бірнеше маңызды факторды ойлауы қажет: тауар немесе көрсетілетін қызметтің бірегейлігі, венчур бастауға қажет капиталдық инвестиция көлемі, сатылымның өсуі және өнімнің қолжетімдігі.

Жаңа венчурдің сәтсіздікке ұшырауының негізгі себептері: нарықты жеткілікті білмеу, өнім өндірісінде кемшіліктер болуы, маркетинг және сауда әрекетінің тиімсіздігі, бәсекелестік қысым жөнінде жеткілікті хабардар болмау, өнімнің жылдам тозуы, уақытты нашар жоспарлау және әлсіз капиталдану. Осы және өзге себептерді қоса отырып, соңғы зерттеулер сәтсіздіктің себептерін үш үлкен санатқа бөледі; өнім/нарық мәселелері, қаржылай қиындықтар және басқару/менеджмент мәселесі. Сондай-ақ кәсіпкерлер ішкі және сыртқы мәселеге де тап болады.

Кәсіпкердің өнім өндіруін немесе қызметін жүзеге асыруын бағалау үшін дұрыс сұрақтар қою, кәсіпорынға деңгейлік талдау және кешендік техникалық-экономикалық негіздеме жасау секілді әрекеттерді атқаруға болады.

7-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурге бастар жол.

7 дәріс. Жаңа кәсіпкерлік венчур құру.

Жаңа венчур бастаудың ең қарапайым және ең жақсы тәсілі - бірегей өнімді немесе қызметті жобалау. Кейде бұл жаңа-жаңа тәсіл деп аталады, яғни өнім немесе қызметке арналған мүлдем жаңа идеяның дамуы (Zynga және Google сияқты). Көп жағдайда кәсіпкер басқалардың идеясын алып, ескі-жаңа тәсілді қолданғаны дұрыс. Яғни бәсекелес ұсынып жатқан өнімді немесе қорсетілетін қызметті оған әлі қол жеткізе алмай отырған жерде ұсыну арқылы бизнесті дамыту.

Қаржы жағынан әлеуеті жоғары кәсіпкер/менеджер кәсіпорынның қаржылай жағдайын зерделеуі керек және бастапқы кезеңде пайда болатын операциялық шығындар мөлшерін белгілеп, осы мерзімге сәйкес кіріс көлемін анықтауы керек. Соңында әлеуетті кәсіпкер/менеджер ғимараттан, тауарлардан және тіркеуден өтуге, сақтандыруға, заңды, маркетингке және жеке мәселелерге қатысты мерзімдерге қажет басқа да жедел есептерді қайта қарау керек.

Тағы бір мүмкіндік - бірқатар артықшылықтары бар жұмыс істеп тұрған табысты фирманы сатып алу. Ең маңызды үш артықшылық: кәсіпорын болашақта табысты жұмыс істеуі, жаңа венчурді бастауға кететін уақыт пен күш-жігер шығындары болмауы және барынша тиімді бағамен сатып алу мүмкіндігі.

Алайда сатып алу туралы шешім қабылдас бұрын, әлеуетті кәсіпкер "дұрыс сұрақ" қоя білуі және оларға жауап беруі керек. Олар: Бизнес неліктен сатылады? Бизнестің физикалық жағдайы қандай? Компанияның басқа активтерінің жағдайы қандай? Қанша қызметкер қалады? Бизнес қандай бәсекелестікке тап болады? Фирманың қаржылық жағдайы қандай?

Барлық сұрақтарға қанағаттанарлық жауап алғаннан кейін сатып алғысы келетін кәсіпкер бизнес үшін келіссөз жүргізуі керек. Соңғы талдауда, әлеуетті иеленуші компанияның активтерін нарықтық құны бойынша сатып алуды көздеп, содан кейін гудвилл үшін қаржы төлеуі қажет.

8-ТАРАУ. Кәсіпкерлік капитал көздері.

8 дәріс. Капитал көздері және оны іздеу.

Осы тақырыпта кәсіпкерлер үшін капитал қалыптастырудың түрлі формалары: бастапқыда коммерциялық банктер, сауда несиесі, дебиторлық берешек, факторинг және қаржылық компаниялар арқылы қарыз алу және капитал үлеспұлдық қаржыландыру қарастырылды.

Меншік капитал көзі ретінде акцияларды жария ұсынудың артықшылықтары және кемшіліктері бар. Ірі ақша сомасын қысқа уақыт кезеңінде көтеру мүмкіндігіне қарсы, кәсіпкерлер бизнесі басқару мен иелігін бөлісуге дайын болуы керек. Сонымен қатар бағалы қағаздар жөнінде комиссия тарапынан қадағаланатын көптеген талаптар мен ережелер бар.

Жеке орналастыру жаңа венчурлер үшін меншік капитал тартудың балама түрі деп есептеледі. Қаражат тартудың осы көзі 500 000 доллардан төмен венчурлік капитал іздеген кәсіпкерлер үшін қолайлы, алайда ең көп 35 тіркелмеген сатып алушы арқылы 5 млн долларға дейін қаражат тартуға болады. Бағалы қағаздар жөніндегі комиссияның "D ережесінде" жеке орналастыруға

қатысты барлық ережелер мен еркіндіктер айқын түсіндірілген. Орналастырудың кәсіпкер үшін ең үлкен артықшылығы - шектеулі компания ашылуы және акционерлердің аз болуы.

Соңғы жылдары венчурлік капитал нарығы күрт өсіп келеді. Миллиардтаған қаражат жыл сайын жаңа кәсіпті бастау немесе жаңадан шыққан венчурді дамыту үшін жұмсалып жатыр. Осы қорларға интестичия жасайтын тұлғаларды "Венчур капиталистер" деп аталады. Олар туралы бірнеше мифті талқылып, жоққа шығардық.

Венчур капиталистер жаңа венчур ұсыныстарын бағалау үшін бірқатар түрлі кристерийлерді қолданады. Көбіне осы кристерийлер кәсіпорынның кәсіпкерлік және инвестициялық әлеуетін бағалайды. Бағалау процесі әдетте төрт сатыдан тұрады: бастапқы скрининг, бизнес-жоспарды бағалау, ауызекі презентация және қорытынды бағалау.

Соңғы жылдары бейресми тәуекелді капитал жаңа кәсіпорынды қаржыландыруда маңызды рөл атқаруда. Жаңа кәсіпорынға инвестиция жасауға ақшасы бар әр адам осы капитал түрінің көзі болып саналады. Кейбір зерттеулерге сүйенсек, бейресми тәуекелді капитал қоры 25 млрд доллардан асады. Банктер, жария немесе жеке акцияларды ұсыну арқылы қаржыландыру қамтамасыз ету мүмкіндігі болмаған кәсіпкерлер әдетте жаңа кәсіпорынға салым жасауға ақшасы бар достар, әріптестер және басқа да таныстар секілді бейресми тәуекелді капитал нарығына жүгінеді.

9-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурдің құқықтық мәселелері.

9 дәріс. Зияткерлік меншікті қорғау.

Патент - бірегей жаңалық ашудың нәтижесіне берілген зияткерлік меншік құқығы. Патент иелері басқалардың құқық бұзу әрекеттерінен қорғалады. Бұл қорғау дизайн патенті үшін - 14 жалға, басқа патент үшін 20 жылға созылады.

Патентті қорғау - мұқият жоспарлауды қажет ететін кешенді процесс. Патент алудағы кейбір тиімді әдістер осы тарауда қарастырылды.

Патент кейбір себептерге байланысты жарамсыз болып танылуы мүмкін: себепсіз ұзақ мерзім бойы патент құқығының тіркелмеуі, патенттің қолнанылмауы және патенттің сынақтардан өте алатынын дәлелдей алмауы. Басқаша қарағанда, егер патент жарамды болса, иесі басқаларға қолды болып кетуінен қорғай алады; патент құқығы бұзылса, иесі сотқа беріп, айппұл өндіріп ала алады.

Авторлық құқық шығармашылық адамына өзінің туындыларын қорғауға ерекше құқық береді. Бұл қорғау автордың өмірінің соңына дейін және қосымша тағы 70 жыл бойы жүреді. Құқық бұзылған жағдайда (кез келген авторлық құқыққа өтініш білдірсе) сотқа шағымдануы болады. Мұндай әрекет құқық бұзуды тоқтауымен, кейбір жағдайда қаржылай шығындар яғни өтемақы төлеуін білдіреді.

Сауда маркасы - өнімді анықтайтын ерекше атау, белгі, марка немесе лого. Ұйым сауда маркасын тіркетсе, бұл сауда маркасын қолдануға ерекше құқық береді. 1989 жылға дейін тіркелген марка 20 жыл қолданыста болады, бірақ 1989 жылдан кейін тіркелгендер 10 жылға жарамды және әр 10 жыл сайын

жаңартылып отыруы қажет. Құқық бұзу болған жағдайда марканың иесі сотқа шағымдана алады.

Бұл дәрісте жеке кәсіпкерлік, серіктестік және корпорация сында үш заңды ұйым түрі қарастырылды. Әрқайсысының артықшылықтары мен кемшіліктері сарапталып, салыстырылды. Сондай-ақ серіктестіктердің және корпорациялардың негізгі сипаттары мен салық төлеудегі ерекшеліктері салыстырылды.

Серіктестіктердің және корпорациялардың ерекше формалары қарастырылды. Атап айтқанда, шектеулі серіктестіктің, ЖШШС, S-корпорация, ЖШК, В-корпорация мен ТаЖШК талаптары мен тиімді тұстары атап көрсетілді.

Соңғы жиырма жылда біраз кәсіпорындар сәтсіздікке ұшырады. Банкроттық туралы заңның үш негізгі тауары кәсіпкерлер үшін өте қажет. 7-тарау тікелей банкроттық пен қарызды өтеу үшін негізгі активтерді ликвидация жасау мәселелерін қарастырады. 11-тарау қайта құруға арналған, бұл форматта бизнес жұмысын жалғастыра береді, бірақ қарызын қайтару жоспарын жасаумен қатар қарызды бөліп төлеу мүмкіндігін алады да, қалған қарызы тоқтатылады. 13-тарауда қарызды реттеу жолдары көрсетілетін, жоспар ұсынатын жеке борышкерлердің мәселесі қаралады. Бұл бизнеске жалғыз өзі иелік ететін жеке кәсіпкерлерге арналған. Бизнес банкроттары туралы 11-тарауда қалған екі тарауға қарағанда көбірек айтылған.

10-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурдің маркетинг мәселелері.

10 дәріс. Кәсіпкерлерге арналған маркетинг тұжырымдамасы

Жаңа маркетинг логикасы ескі ережелерді қайта қарастыруды талап етеді және қазіргі маркетинг - серпінді, шынайы, заманға сай, клиенттерді бақылауда ұстайтын маркетинг. Жаңа маркетинг кәсіпкерлердің нарық неден құралатынын және маркетинг зерттеулерін түсінуін, маркетинг жоспарын дайындауды және әлеуметтік медиа маркетингін түсінуін, баға белгілеу стратегиясына жаңа бағытпен келуін талап етеді.

Маркетингтік зерттеу - арнайы бір нарық туралы ақпарат жинау және оны сараптау. Маркетингтің зерттеу процесі (1) зерттеудің мақсаты мен міндеттерін анықтау, (2) туынды деректер жинау, (3) басты стратегиялар ғана маркетингтік зерттеулерге зәру деген түсінік және (4) деректер компания жұмыстарына сәйкес келмейді деген күмән-күдік. Әдетте олар маркетингтік зерттеулердің құндылығын дұрыс түсінбейді немесе шығынынан қорқады.

Әлеуметтік медиа маркетингіне әлеуметтік желілерді, онлайн қауымдастықтарды, блогтар, уикилер және басқа да біріккен онлайн маркетинг ұсыныстары кіреді. Бұл орайда Twitter, блогтар, LinkedIn, Facebook және Youtube-ны атап өтуге болады. Әлеуметтік медиа маркетингі жоспары венчурдің әлеуметтік медиа мақсаттарына қарай дайындалады. Мобайл құралдар - қазір әркім қол жеткізе алатын әлеуметтік ортамен тұрақты байланысты ұстап тұруды жеңілдететін құрылғылар. Мобайл әлеуметтік медиа маркетингі қарқынды дамып келеді, қазір көп компаниялар оны тиімді пайдалануда. Сонымен қатар мобайл әлеуметтік медиа қосымшалары клиентпен байланысты арттыратын стандарт стратегия ретінде қолданылады.

Жаңа стартаптардың ресурстары шектеулі, соған орай осы бөлім нарық зерттеулерін жүргізудің тиімді жаңашыл әдістерін ұсынды. Осы тұста маркетингтік тұжырымды әзірлеудің үш бөлімін қарастырдық. Бірінші бөлімінде маркетинг философиясын құруды талқыладық. Кейбір кәсіпкерлер өндіріске бағытталған философияның, өзгелері сатылымға бағытталған философияны, ал қалғандары клиенттерге бағытталған философияны таңдады. Кәсіпкерге құндылық пен нарық жағдайлары философияны анықтауға көмектеседі. Екінші бөлім - нарықта сегменттеу, клиенттерді бөлетін сипаттамалар тобын құру. Демографиялық және табыс айнымалылары осы процесте пайдаланылады. Үшінші бөлім клиенттің нарықтағы мінез-құлқы туралы баяндайды. Кәсіпкерлер клиенттің жеке тұлғалық және психологиялық ерекшеліктерін ескеру керек. Бұл жол - клиентке бағытталған стратегия. Тұтынушылар сараптамасы мынадай маңызды факторға назар аудартады: жалпы нарықтағы сатып алу трендтері, мақсатты клиенттердің сатып алу ерекшеліктері және өнім не қызмет түрлері мен формалары.

Маркетинг жоспары клиенттерді анықтауда өте маңызды. Ағымдағы маркетингтік зерттеулер, ағымдағы сатылым сараптамасы, маркетингтік ақпарат жүйесі, сатылым болжамы және бағалау деген жоспардағы бөлімдер де маңызды.

Маркетингтік зерттеулерге сүйене отырып, баға белгілеу стратегиялары ойластырылады. Баға белгілеу стратегиясы бәсекені, клиенттің сұранысын, өнімнің немесе қызметтің өмір сүру циклін, шығындарды және экономикалық жағдайлардың басымдықтарын ескеруі керек. Бүгінгі әлеуметтік медиа стартаптары ең төменгі сатысынан бастап түсім түсірудің бірегей жолдарын ұсынуда. Осы бөлімде фримиум, бөлімше, виртуал өнімдер, тіркелу және жарнама сияқты бес түсім түсіру модельдерін қарастырдық.

11-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурге қаржылай дайындық.

11 дәріс. Қаржылық ақпараттың кәсіпкерлер үшін маңызы.

Кәсіпкерлер үшін баланс есебі, кіріс есебі және ақша ағымдары есебі сияқты қаржылық есеп маңызды. Бюджет дайындау процесі қаржылық есептерді дайындауды жеңілдетеді. Кәсіпкер операциялық бюджет, ақша ағымдары бюджеті және капитал бюджетін дайындауы керек. Операциялық бюджет сатылым болжамынан басталып, операциялық шығындарды есептеуге жалғасады. Ақша ағымдары бюджеті белгілі бір кезеңде кіретін және шығатын ақша ағымын көрсетеді. Проформа қаржы есептері болашақ кезеңдегі (проформа кіріс есебі) немесе болашақтағы (проформа баланс есебі) фирманың жобалық қаржылай позициясын дайындайды. Операциялық және ақша ағымы бюджеттері проформа есептерін дайындағанда қолданылады. Капитал бюджеті кәсіпкерлерге инвестициялауға қатысты шешім қабылдарда көмек болады. Капитал бюджетін әзірлеудің жиі кездесетін үш әдісі бар: өтелімдік, NPV әдісі және IRR тәсілі.

Шешім қабылдарда қолданылатын тағы бірт әдіс - залалсыздықты талдау әдісі. Белгілі бір бағада фирма шығынсыз болуы үшін қанша дана өнім сатуы керек дегенге жауап іздейді. Айнымалы және тұрақты шығындар есептелгенде де осы әдісті қолдануға болады. Бөлімнің соңғы бөлігі кәсіпкерлер үшін тиімді

қатынастар сараптамасын сөз етті. Қатынастар қаржылай есептер арасындағы қарым-қатынасты көрсету үшін қолданылады.

12-ТАРАУ. Тиімді бизнес-жоспар құру.

12 дәріс. Венчур жоспарын жасау процесіндегі тұзақтар.

Бұл дәріс тиімді бизнес-жоспардың анықтамасын және құрылымын бағалауды көрсетті. Маңызды факторлар мен тұзақтардан қалай айналып өту керек екені талқыланды. Осы тұзақтардың негізгі өлшемдерді мен айналып өту жолдары көрсетілді.

Келесі кәсіпкерлер мен қаржы көздеріне пайдасы сөз болды. Жақсы құрылған жоспар аудиторияға бағытталуы тұрғысынан талқыланды. Бизнес-жоспарды оқудың алты қадамы кәсіпкерлерге бизнес-жоспарды қалай біріктіруге болатынын түсіндіру үшін көрсетілді. Венчур капиталындағы және жаңа-бизнес дамыту бойынша сарапшылардың кеңестерінен құрылған жоспарды дамытудың он бағыты ықшамдап берілді.

Аяқталған бизнес-жоспарға қойылатын басты сұрақтардың жауаптары бойынша құрылды. Бизнес-жоспар жасалды және әрбір бөліміне назар аударылып, түсіндірілді.

Бизнес-жоспарды дайындауға қатысты пайдалы кеңестер айтылды. Инвесторларға көрсетпес бұрын жоспарды мұқият сынайтын жеке анализ жасалды.

Соңында бизнес-жоспарды венчур капиталы аудиториясына қалай көрсетуге (презентация жасауға) болады деген сұраққа жауап берумен қорытындыланды. Жоспарды бағалайтындар не күтеді деген сауалды талқылай отырып, презентация жасаудың тиімді тәсілдердің және презентация көрсетудің қарапайым әдістерінің тізбегі келтірілді.

13-ТАРАУ. Кәсіпкерлік стратегиялық өсу.

13 дәріс. Стратегиялық жоспарлау және өсіп келе жатқан фирмалар.

Венчурде стратегиялық жоспарлаудың бірнеше түрі бар екеніне қарамастан, олардың бәріне ортақ бір нәрсе - кәсіпкердің мұрат нәтижесі, бизнес жөніндегі тұжырымы және оны жүзеге асыруы. Кәсіпкерлер уақыт тапшылығы, тәжірибе болмауы немесе өзгелерге сенім артпауы сияқты себептерге байланысты стратегиялық жоспарлауды қолданбауы мүмкін.

Стратегиялық жоспарлаудың бірнеше артықшылығы бар. Зерттеулер көрсеткендей, стратегиялық жоспарлауды қолданатын фирманың қаржылай көрсеткіштері жоғары болып шыққан. Тағы бір артықшылығы: стратегиялық жоспарлау - ресурстарды нәтижелі пайдалануға, компанияның, бәсекелестік жағдайын жақсартуға, қызметкерлердің моральдық рухын жоғары ұстауға және жылдам шешім қабылдауға көмектеседі.

Кәсіпкерлік өсуді басқаруда туындайтын қиындықтар біраз зерттелген. Венчурдің өмірлік циклі пайда болу, бастапқы іс-әрекеттер, өсу, тұрақтылық және инновация немесе төмендеу сияқты бес кезеңнен тұрады. Бұл тарауда өсу кезеңіне қажет шешім қабылдау кезіндегі кәсіпкерлік көңіл-күй мен бағытын сақтап қалудың жолдары қарастырылды. Сонымен қатар кәсіпкерлік және

менеджерлік тәсілдердің арасындағы теңгерім туралы айтылды. Бұл теңгерім стратегиялық бағдар, мүмкіндіктерді пайдалану ниеті, ресурстарды пайдалану ниеті, ресурстарды басқару және басқару құрылымы сынды бес негізгі фактор арқылы түсіндіріледі. Негізгі факторларды осылай жіктеу әкімшілік немесе белсенді кәсіпкерлікті талап ететін ұйым аспектілерін талдауға аса қажет.

Дәрісте қарастырылған тағы бір мәселе - венчур өсу кезеңінің маңызы. Кәсіпорында болатын түбегейлі өзгерістерге қарап, бақылау, жауапкершілік, сәтсіздіктерге төзімділік және өзгерістер сияқты төрт фактор талқыланады. Сонымен бірге парадокстар мен қарама-қайшылықтарды басқару мәселесі де айтылды.

Кәсіпкерлік фирманы құрудағы элементтер сөз болды. Қалаған кәсіпкерлік фирмасын құру үшін кәсіпкерлер (1) мүмкіндіктерді қабылдауды арттыру, (2) өзгерістерді кәсіпорынның мақсатына айналдыру, институттандыру; (3) инноватив болуды сіңіру сияқты үш маңызды міндет туралы ойлануы керек. Сонымен бірге өсіп келе жатқан венчурлерді басқаруда туындайтын ерекше қиындықтар талқыланды.

Соңында өсуге бағытталған кәсіпорынның өміршең келешегін қамтамасыз ететін өзгерістерді жүзеге асыру үшін қажет болашақты болжауға, икемділікті қолдауға, стратегиялық ойлауға және өзгелермен әріптестікте жұмыс істеуге құрылған кәсіпкерлік көсбасшылықтың тұжырымдамасы түсіндірілді.

14-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурді бағалау.

14 дәріс. Бизнес тұрғысынан бағалаудың маңызы.

Венчур сатып алу немесе сату үшін кәсіпкер бизнесті қалай бағалау керек екенін білгені жөн. Көп адам өз бизнесінің құнын білгісі келеді. Кейде бұл таза ақпарат алу мақсатымен, кейде сату үшін жаслады. Қандай жағдайда болмасын, кәсіпорынды бағалаудың бірнеше әдісі бар.

Бірінші қадам – фирманың күшті және әлсіз тұстарын жан-жақты түсінуге арналған бизнес операцияларын талдау ісі. Екінші қадам – фирманың құнын орнықтыру.

Материалдық активтердің түзетілген баланс құны әдісі бойынша бизнес құны активтерді қайта бағалаудан және жалпы сомандан міндеттемелерді алып тастау арқылы анықталады. Бұл – барынша қарапайым процесс. Б/К әдісі қарапайым акциялардың нарық бағасын акция басына түсетін пайдаға бөліп, одан шыққан нәтижені шығарғағ акция санына көбейту арқылы жүзеге асады. Мысалы, баға/кірісі 10 және 100 000 акцияға еселенетін компания 1млн долларға бағаланады.

Кірісті дисконттау әдісі алдын ала белгіленген жоспар бойынша түсетін қолма-қол ақша ағымын ескере отырып, сол соманы белгілі бір мөлшерлемен дисконттайды.

15-ТАРАУ. Кәсіпкерлік венчурдің жемісін көру.

15 дәріс. Венчурдің жемісін көру: келешекке көз тігу.

Бұл тарау венчурдің жемісін көру тақырыбына арналды. Менеджменттегі маңызды мәселелердің бірі болып саналатын сабақтастықтан бастап, осыған қатысты әсер ететін біраз дүниелер талқындалды.

Сабақтастық жоспарды ойластыруда мынадай маңызды контекстік аспектілер ескерулі қажет: уақыт, венчур типі, менеджер қабілеттері (мүмкіндіктері), кәсіпкер көзқарасы мен қоршаған орта факторы. Сонымен бірге жеделдететін оқиғалар да сабақтастық жоспарын тездетіп іске асыруды талап етуі мүмкін.

Дәріс соңында кәсіпкердің венчур сатуға шешім шығарғандағы мәселелері талқылады. Аталмыш процесс инвестициядан түскен "Жемісін көру" ретінде қарастырылды. Осыған орай сегіз негізгі қадам таныстырылды.

ҚОРЫТЫНДЫ

Дональд Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» атты еңбегін қазақ тіліне халықаралық менеджмент магистрі М. Сейітжаппарұлы, менеджмент магистрі Б. Сабденалиев, Ноттингем университетінің магистрі Н. Ынтайбекова және Г. Түсіпова, М. Қыстаубаева есімді мамандар аударған.

Ал автор кәсіпкерлік білім беру саласының үздігі болып саналады. Оның қаламынан бүгінге дейін дәл осы тақырып бойынша 30 кітап және 190-нан астам ғылыми мақалалар туған. Әлем назарын бүгінде өзіне аударып отырған өміршең тақырыпта ағылшын тілінде материалдар жазған оқу ісінің үздігі бүгінде аталған саладағы ең үздік ұстаздар қатарына енеді. Оның жазған еңбектерін әлемдік рейтингте көш басында тұрған жоғары оқу орындары өздерінің білім беру үдерістеріне енгізіп, сол бойынша жыл сайын мыңдаған шәкірт тәрбиелеп шығуда. Ал осы кітаптағы құнды дүниелерді терең игерген студенттер дипломдары қолдарына тиісімен өздері білім алған салада үздіктер қатарынан атану мақсатында еңбек етуде.

Мемлекет басшысы Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» бағдарламалық мақаласының «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» бағыты аясында аударылған еңбекке жауапты редактор болып, филология магистрі Н. Қожабек бекітілсе, ғылыми редакторы есебінде экономика ғылымдарының кандидаты Г. Күреңкеева, әдеби редактор ретінде Г. Бектасова бекітілген.

Оқулықта әлемдік тәжірибеде дәлелденіп қойған «Mind Tap» әдісі туралы толыққанды мағлұмат беріліп, оның қолданылу жолдарын түсіндіреді. Сондай-ақ, әлемдік бизнес аренасында танымал болған әдіс бойынша арнайы жағдаяттық тапсырмалар жазып, оқырманды сол тапсырманы мұқият орындауға итермелейді. Дональд Куратконың шығармасының өне бойы дәл осындай оқырманға арналған жағдаяттық тапсырма немесе өз алдына жеке бизнес-жоспар жасау жолдары сатылап көрсетілген. Яғни, оқуға да, түсінуге де оңай әрі жас үміткерлерді жігерлендіріп, кәсіпке деген көзқарастарын арттыра түспек.

Сондай-ақ, кітапта заманауи үлгіде қолданыста жүрген «Lean start up» және «Business Canvas» атты жобаны модельдеу жолдары жеңіл тілмен түсіндіріліп, кәсіпті осындай арнайы модкльдер арқылы жүргізуге кеңес беріледі. Сонымен қатар, кітаптағы қызықты әрі өте пайдалы тапсырмалар студенттер түгілі қарапайым халықтың да қызығушылығын тудыратыны анық. Өйткені, жағдаяттық тапсырмалардың барлығы жеке адамның кәсіби мамандығы бойынша білімін дамытуы үшін құрастырылған. Бұл жағдаяттарды шеше отырып, жас буын өкілдері өздерінің кәсіпкерлік саласын теориялық тұрғыдан қаншалықты білім жинағанын және алған білімін қаншалықты жүзеге асыра алатындығына баға бере алады. Бұл кәсіпкерлік қабілет дәрежесінің артып, студенттер бойында, жастар арасында

кәсіптің болашағын болжай алатын, бастаған талабының оң болуы үшін қандай қажеттіліктерге баса мән беру керектігі туралы ойлануға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. www.onruh.kz- Оңтүстік Қазақстан облысы әкімдігінің бірінші интернет - порталы
2. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі:- Алматы,2016
- 3.Жаңа гуманитарлық ғылым. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық. Дональд Ф.Куратко .,Кәсіпкерлік, теория, процесс, практика :- Астана, 2018 жыл
4. www.akorda.kz – ҚР Президентінің ресми сайты