

Зейнехан Күзекова

ҚАЗАҚ ТІЛІ

ІСКЕРИ ӘЛЕМ

ЖОҒАРҒЫ ДЕҢГЕЙ С1

Нұр-Сұлтан, 2020

УДК 811.512.122
ББК 81.2 Қаз
Қ 17

*Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі
Тіл саясаты комитетінің тапсырмасы бойынша
«Қазақстан Республикасында тіл саясатын іске асырудың 2020-2025 жылдарға
арналған мемлекеттік бағдарламасы» аясында шығарылды.*

Сарапшылар:

Э. Оразалиева - Назарбаев Университетінің қауымдастырылған профессоры, филология ғылымдарының докторы;

М. Жолшаева - Сүлейман Демирель атындағы университеттің профессоры, филология ғылымдарының докторы;

С. Әлісжан - Назарбаев Университетінің қауымдастырылған профессоры, филология ғылымдарының докторы.

Қ17 Қазақ тілі. Жоғары деңгей С1 оқулық / З.С. Күзекова, – Нұр-Сұлтан. «Шайсұлтан Шаяхметов атындағы «Тіл-Қазына» ұлттық ғылыми-практикалық орталығы» КеАҚ, 2020. – 153 бет.

ISBN 978-601-7822-45-3

Қазақ тілін оқытудың типтік бағдарламасының ажырамас компонентінің бірі – қазақ тілін арнайы мақсатта оқытуды регламенттейтін кәсіби модульдер. Бұл деңгейді меңгеру – студенттерге оқу саласында, оқу ғылыми салада және кәсіби салада сөйлеу мен тілдік құзіреттің жоғары деңгейін қамтамасыз етеді. Ұсынылып отырған оқу құралы тіл үйренушілерді іскери әлемге қатысты материалдармен таныстыра отырып, үлкен іспен айналысуға, әлемді өзгерте алуға көмектесетін іспен айналысуға мотивация береді. Оқулық экономистерге арналған қазақ тілі оқу құралының (1998, 1999, 2009, 2011), толықтырылған, өзгертілген, іскери әлемге арналған нұсқасы болып табылады. Ұсынылып отырған оқулық барлық мамандықтарға арналады.

**УДК 811.512.122
ББК 81.2 Қаз**

ISBN 978-601-7822-45-3

© З. Күзекова, 2020

© «Шайсұлтан Шаяхметов атындағы
«Тіл-Қазына» ұлттық ғылыми-
практикалық орталығы» КеАҚ, 2020

АЛҒЫСӨЗ

Ұсынылып отырған Іскери әлемге арналған қазақ тілі оқу құралы – көп жылғы ізденісіміздің жемісі. Қазақ тілін оқыту стандартының жоғары деңгейіне сәйкес, типтік бағдарламаның кәсіби деңгейі болашақ мамандардың кәсіби коммуникативтік құзіретін қалыптастыруды оңтайландыруға мүмкіндік береді. Білім беру стандартының негізінде білім беру бағдарламасы жасалады. Қазақ тілін оқытудың типтік бағдарламасының ажырамас компонентінің бірі – қазақ тілін арнайы мақсатта оқытуды регламенттейтін кәсіби модульдер. Осы құжаттарда әр деңгейдің негізгі талаптары студенттің кәсіби бағытын ескере отырып, кәсіби коммуникативтік құзыреттің мазмұны, жағдаяттар мен қатысым тақырыптары ұсынылған, тілдік құзыреттің мазмұны сипатталған. Бұл деңгейді меңгеру – студенттерге оқу саласында, оқу ғылыми салада және кәсіби салада, іскери әлемде сөйлеуді және тілдік компетенцияның жоғары деңгейімен қамтамасыз етеді.

Кәсіби тілді зерттеу мәселелері лингвистикалық жағынан да, әдістемелік жағынан да көптеген жылдардан бері қарастырылып келеді. Соған қарамастан ғылыми әдебиеттерде кәсіби бағыт тілі дегеніміз не; оны оқытудың қандай әдістемелік амалдары бар; оны үйрету барысында қандай сөйлеу әрекеті басым бағытта болады; кәсіби қазақ тілін қай деңгейден бастап оқыту керек деген сияқты бірқатар сұрақтар бар.

Әлемде көптеген университет кәсіпкерлік идеясын енгізген. Оқулық мақсаты – жаңаша ойлауға, жаңаша ізденіске ой тастау. Өз саласы бойынша кәсіпкерлік бағыттар мүмкіндігін іздеуге, дамытуға себепкер болу.

Ертеңгі маман үшін іскери әлем тілін меңгеру – маңызды мәселе. Қазақ тілі Қазақстанда оқып жатқан бүгінгі студенттер үшін мамандығын меңгерудің жұмыс тілі болуы тиіс. Ұсынылып отырған оқулық тіл үйренушілерді іскери әлемге қатысты материалдармен таныстыра отырып, үлкен іспен айналысуға, әлемді өзгерте алуға көмектесетін іспен айналысуға мотивация береді. Оқулық экономистерге, қаржы институттарына, іскери әлемге арналған қазақ тілі оқу құралының (1998, 1999, 2009, 2011), толықтырылған, өзгертілген, іскери әлемге арналған нұсқасы болып табылады. Оқулық барлық мамандықтарға арналады.

МАЗМҰНЫ

Бірінші сабақ. <i>Брендтер тарихы</i>	5
Екінші сабақ. <i>Қайырымдылық</i>	25
Үшінші сабақ. <i>Жарнама</i>	35
Төртінші сабақ. <i>Табыс туралы</i>	56
Бесінші сабақ. <i>Бизнес әлемінде</i>	63
Алтыншы сабақ. <i>Жолбарыс елдер</i>	90
Жетінші сабақ. <i>Ғаламдық мәселелер</i>	104
Сегізінші сабақ. <i>Танымал компаниялар</i>	118
Тоғызыншы сабақ. <i>10000 сағат ережесі</i>	131
Оныншы сабақ. <i>Өнертапқыштық</i>	147

БІРІНШІ САБАҚ

Брендтер туралы



1.1. БРЕНДТЕР ТАРИХЫ

Осы сабақта

- үшінші жақтан сөйлеу мен салыстыруды;
- есім предикаттардың берілуін;
- байланыстырушы, дәнекер сөздердің қолданысын;
- жағдаяттық тапсырмаларды;
- оқу біліктілігіне қатысты және жазу біліктілігіне қатысты дағдыларды білетін боламыз.



СӨЙЛЕСІМ

1. Мына сұрақтарды әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

- А) Қандай танымал брендтерді білесіз? Атаңыз.
- Б) Брендтердің ғаламдық экономикаға әсері бар ма? Оны қалай түсінесіз?



МӘТІНДІ ОҚЫҢЫЗ.

БРЕНДТЕР ТАРИХЫ

Danone компаниясының тарихы Исаак Карассоның ішек ауруларымен ауыратын балаларға көмектескісі келуінен басталды. Өзінің қайырымды армандарын тарату мақсатында 1919 жылы Барселонадан келген фармацевт йогурт өндірісін ашты.

Өткен ғасырдың басында Испанияда көптеген балалар және ересектер ішек аурулары мен дизбактериоздан зардап шекті. Исаак Карассо Балқанда дүниеге келген, сондықтан осындай зардаптармен күресе алатын йогурттың қасиеттерін жақсы білген. Өзінің күнделікті тәжірибесінен басқа Danone компаниясының негізін қалаушы Исаак Карассо орыс ғалымы Илья Ильич Мечниковтың еңбектерінен йогуртқа қатысты ақпараттарды пайдалана білді. Мечниковтың бұл ойлары яғни йогурттың пайдалылығы 1908 жылы Пастер институтында ғылыми дәлелденген болатын. Илья Мечников - Нобель сыйлығының лауреаты ұлы микробиолог, иммунолог. Оның бір пайымы – адамдардың уақытынан тым ерте қартаюуы организмнің өзін – өзі улауынан деп айтқан. Көптеген жылдар бойғы тәжірибесінен ол мынадай қорытындыға келеді: болгар сүт таяқшасы осы процеске қарсы тұратын қару болуға тиісті деп. Ол өзі йогуртты насихаттаған, өзі де оны көп жеген.

ҮЛКЕН ЖЕТІСТІК



Испанша Danone «кішкентай Даниель» дегенді білдіреді. Йогурт өндіру бойынша өзінің отбасылық бизнесінің негізін салған Исаак Карассо өзінің ұлын осылай атаған. Қазір бұл өнім барлық дүкендерде бар, ал бір кездері йогуртты тек қана Балқанда және Шығыста ғана білген еді.

Жиырмамыншы ғасырдың басында орыс биолог ғалымы Илья Мечников йогурт құрамындағы болгар таяқшасының пайдалы сипаттары туралы болжам айтқан еді. Болашақ Danone империясының негізін салушы Исаак Карасу Мечниковтың ғылыми еңбегімен рұхтанып, Батыс Европа үшін өнімдер сатумен айналысады.

Карасу Грецияда дүниеге келген. Ол бала кезінен қала базарындағы кәдімгі йогуртқа үйренген болатын. Балқан соғысы басталысымен Исаак басқа елге кетуге мәжбүр болды. Себебі оның ағасы жас түркілер партиясында болған еді. Исаак Испанияға келіп, Барселонаға тұрақтады. Фамилиясын Карасоо етіп өзгертті.

Жаңа келгендердің жолы болады

Оның осы Испанияда йогурт саудасымен айналысқысы келді. Ол йогурттың алғашқы негізін қалаушы, ашушы ретінде орасан табыс табатынын түсінді. Өзінің Испанияға мәжбүрлі иммиграциясынан кейін Исаак ұлының құрметіне, ұлының атымен өзінің компаниясын ашады. Бірақ осы ұлы идеяның да өзіндік кемшілігі болды. Себебі йогурт туралы ешкім білмейтін. Дәл осы жерде Исаак Карассоға медициналық білімі көмектесті. Ол йогуртты шығыс дәрілік препараты ретінде көрсетті. Ойлағанындай болды – йогурт дәріханаларда сатыла бастады.

Бизнес Испанияда дами береді. 1923 жылы Исаак Карассо өзінің он сегіз жасар баласы Даниельді Францияға жібереді. Онда Даниель Коммерция жоғары мектебінде Марселде оқиды. Бірақ ол диплом алғаннан кейін де оның білімі аяқталмайды, Исаак Даниельді бактериологияны оқуға Париждегі Пастер институтына оқуға жібереді.

Жас кәсіпкер екінші білім орнын табысты аяқтаған, әлі жиырма беске жете қоймаған жас жігіт Даниель Карассо Парижде компанияның филиалын ашады.

Компанияны басқаруға кіріскен кезде, Danone ұйымдағы маңызды реформаларға тап келеді. Фирманың Парижге көшуі Мечниковтың лабораториясымен жақын ынтымақтастықта болуына әкеледі. Өткен ғасырдың 30 – жылдары йогурт айтарлықтай танымал болды. Данонның бәсекелестері де пайда болды. Карассоға олардың компаниясының рынокта

бірінші болғаны көмектесті. Істері өрге баса бастады, алайда өнеркәсіптің тағдырына екінші дүние жүзілік соғыс араласты. Даниель Карассоның еврейлік тегі қауіп төндіруі мүмкін болатын, ол соғыс біткенше, Америкаға көшуіне тура келді.

Карассо компания атын жаңа рынокқа бейімдеді. Құрама Штатта да Dannon Milk Products Inc. Пайда болды. Америка тұрғындары да жаңа өнімді тез ұнатып кетті. Еуропада дағдарыс болып тұрғанда, американдық филиал іскерлікті белсенді жүргізді.

Елуінші жылдардың басында Даниель Карассо Еуропаға оралады, өнеркәсіптің қайта жандандыруға кіріседі. Осы кезде Danone филиалдары Мексикада, Бразилияда, Мароккода пайда болады. Соғыстан кейінгі экономикалық бум Danone – ге үлкен корпорацияға айналуына мүмкіндік береді. Еуропаға оралғаннан кейін, бірнеше жылдан кейін Даниель американдық компаниясын сатады.

1953 жылы жеміс қосылған алғашқы йогуртты жасап, рынокты таң қалдырады. Қазіргі уақытта бұл өнім таңқаларлық емес шығар, ал елу жыл бұрын бұл өзгеше жаңалық еді.

1967 жылы Danone ірімшік (сыр) өндіретін француз компаниясы Gervais пен бірігеді. Сонымен компания өзінің ассортиментін ұлғайтып, табыстарын еселейді. Бірігу – пайдалы болды. Стратегиялық тұрғыдан бірлескен тәжірибе рыноктағы көшбасшылық орнын сақтап қалуға мүмкіндік берді.

Бұл күндері Danone өндірісі әлемнің 120 елдерінде, бес континентте де қанатын жайған. 80 мыңға жуық адам компанияның 160 өнеркәсібінде жұмыс істейді. Олардың табысы 2008 жылы рекордты 15,22 миллиард евроны құрады.

Ақпараттар бойынша 2007 жылы Danone сүт өнімдері бойынша бірінші орынды иеленді, минералды су мен бала тағамдарын өндіру бойынша екінші орынды иеленді, клиникалық тағамдарын өндіру бойынша үшінші орынды иеленді. Медицина және тағам саласының әлемдегі жақсы мамандары мен ғалымдары денсаулыққа пайдалы өнімдер өндіру үшін Danoneмен жұмыс істейді. Парижде Даниель Карассо атындағы ғылыми зерттеу орталығы бар. Онда 300–ге жуық сарапшы жұмыс істейді. Danone өндірген сүт ең жоғары Еуропа стандарттарына сәйкес келеді. Ол сапасына жүз пайыздық кепілдеме беретін 12 органикалық параметр бойынша тексеруден өтеді.

Danonenің құрметті президенті 103 жасқа келіп қайтыс болды. Соңғы күндеріне дейін концерн өміріне белсенді араласты. Өзінің құрметіне аталған өнімдерді біздер дүкендерден ұзақ жылдарға дейін көретін болармыз. (“Busines Life” журналынан)

2. Төменде берілген сөйлемдерге сәйкес сөзді, ойларды мәтіннен табыңыз.

1. Исак Карассоның жұмысты бастауы
2. Исак Карассоның жаңалықтары
3. емдік сипаты бар өнім
4. білімділік табысқа жеткізеді
5. жаңа өнімнің жандануы
6. жаңа өнім және әлем
7. жаңа өнімнің жетістіктері
8. жаңа өнім және ғылым

3а. Мақалаға қатысты сұрақтарды оқыңыздар, жауап беріңіздер.

1. Danone компаниясының тарихы қашан басталды?
2. Өнімнің пайда болу себептері қандай?
3. Білімге, ғылымға қатысты Danone компаниясының негізін қалаушы Исак Карассоның көзқарасы қандай?
4. Danone компаниясының бүгінгі жетістіктері қандай?

5. «Гениальное просто» кітабынан (Москва: 2001; «Они потрясли мир») өз қалаған тақырыбыңыз бойынша баяндама жасаңыз.



ТЫҢДАЛЫМ

Зв. Мәтінді тыңдаңыз, тыңдалымнан соң, берілген тапсырмаларды орындаңыз.

(Оқытушы немесе бір студент дауыстап оқиды)



1895 жылғы жаздың бір күнінде таңертең айнаға қарап, өсіп кеткен сақал – мұртына көзі түсіп еліне, тіліне, мамандығына байланысты емес, барлық ер адамдардың айтатын ренішті сөзін бұл да айтып салды. Олардың бәрі де таңертеңгі қырыну процедурасын жаратпайды. Әсіресе, өтпес ұстара болса.

Әңгіме бөтелке тығынының (пробка) жаңа түрін сатушы Кинг Кемп Жилетт туралы. Оны жаңа жағалау шақыратын да тұратын. Ол бір нәрсе ойлап тапқысы келетін де тұратын. Қарапайым да, әдемі нәрсе.

Ол провинциялық шағын қалада туып, өсті. Бизнеспен айналысу үшін, баласына білім беру үшін Жилеттің әкесі отбасын Чикагоға көшірді: үлкен қалада үлкен мүмкіндік бар деп айтты ол. Онда әкесі тігін машинасын жөндейтін шеберхана ашқан болатын. Шеберхананың табысы да жаман емес еді. Бұл да оны үміттендіретін. 1871 жылғы Чикаго өртінен бәрі де күйреді. Шеберхана өртеніп кетті, сонымен бәрі де бітті. Әкесі ішіп кетті, отбасын асырау Кингке көшті.

Тұрмыстық ұсақ – түйек тіс тазалағыш пен сабынға дейін сататын компания жүзі жылы, қайратты жас жігітті сауда агенті қызметіне қабылдады. Кинг жақсы қызметкер ретінде тез танылды, бірақ бала күнгі жаңалық табу арманы ойынан бір сәтте де шықпады.

1891 жылы Жилетт Балтиморға келіп, штопор мен тығын (пробка) шығаратын Baltimore Seal company фирмасына жұмысқа тұрды. Ол штопорды және бөтелке ішіндегі тығынды, бөтелкенің латун қақпақшасын ойлап тапқан Уильям Пойнтермен жақын достасып кетті. Пойнтер бірде өзінің ойлап тапқан әдемі қақпақшасына қарай отырып, мынаны байқады:

- Кинг, сен осы сияқты бір нәрсе ойлап тапқың келеді ғой. Білесің бе, менің ойыма не келіп тұр? Менің пробкамның басты кереметі оның арзандығында және ұзақ уақыт пайдаланбайтындығында болуы мүмкін. Бөтелкені аштың, бір – екі рет оңға – солға бұрадың, болды, оны лақтырып тастадың. Ойлан! Бұл ой Кингке қатты ұнады. Шынымен де істелінген нәрсе қарапайым болу керек деп есептеді. Айтылды - жасалды. Жасалынды – пайдаланылды. Пайдаланылды – Тасталынды. Уақыттың талабына сай келіп тұр, **бірақ ғылыми жол керек.** Ал келесі таңда

20 жыл өткен соң, осы таңды былайша еске алады: « Айнаға қарап қырына бастадым, ұстараның соншалықты өтпестігін байқадым. Ол тек қана өтпейтін ғана емес, сенімсіз де еді. Ұстараға ренішпен қарап тұрғанымда, идея ойыма келді. Осы сәтте жилеттік ұстара дүниеге келді десе де болады. Мен оны тұтас көрдім, бір секунд ішінде өзіме ондаған сұрақ қоя отырып, жауап та бердім. Бәрі жылдам өтті. Түсімдегідей еді. Жаңалығым бір цент әкелуі үшін 11 жыл сынақ, қателіктерден өту, шыдам керек болды.» Алдағы сегіз жыл тәжіри-

беге және лезвияның арзан болуы үшін күреске ол 25 мың доллар жұмсады. Жұқа, арзан, мықты құрыш(сталь) керек болды. Мамандар Кингке бұл ойынан бас тартқаның жөн дегенді айтты. Ол бірақ шегінбеді.

1901 жылы өзінің бірнеше жолдастарын осы іске бастапқы капитал үшін қаржы салуға көндіреді. Бес мың доллар жинап, өзінің жаңалығына патент алып, **фирма ашады**. Алғашқы бір реттік (одноразовые) ұстаралар рынокта 1903 жылы пайда болды. Осы жылы 51 ұстара мен 168 лезвие сатылады, келесі жылы 91 мың ұстара, 123 мың лезвие сатылады. 1908 жылы сату көлемі 13 мың долларға көтеріледі. Бірінші дүние жүзілік соғыста ұстараға сұраныс күрт өседі. Жилеттің жұлдызды сәті туады. 1917 жылға қарай жыл сайын 1 млн. ұстара, 120 млн. лезвие сатылды.

1921 жыл келді. Бастапқы эксклюзивті патенттің мерзімі бітті. Бұл дегеніңіз – кез келген компания Жилетке бәсекелес бола алады деген сөз. Компания тағдыры жіп ұшында тұрды. (Судьба компании висела на волоске) Патенттің бітуіне алты ай мерзім қалғанда, Жилетт жаңа моделді дайындап, біреуін 1 доллар бағамен шығарды (алдыңғысы 5 доллар болатын). Сол жылы компанияның табысы рекордты болды.

Қайтыс болар алдында, 77 жасында бір реттіктің негізін салушы және жылдам сатушы: «Ұлы жаңалықтардың ішінде бір реттік ұстара ұсақ түйектердің ішіндегі кереметі болды», - деді қарапайым ғана. Оның өзінің отбасына қалдырған мұрасы Америкадағы ең мол мұраның бірі еді. (*«Мои деньги» газетінен, 2001, қаңтар*)

3. Қайта тыңдаңыз. Түсінікті тексеруге арналған тест тапсырмалары.

1. мәтін туралы

- A) табыс
- B) табыс тарихы
- C) өмірбаян
- D) түс туралы

2. Әңгімедегі Жилетт...

- A) жаңалық ойлап тапқысы келетін
- B) жаңалық туралы көп білетін
- C) жаңалықты жақсы көретін
- D) жаңалық оқитын

3. Асты сызылған сөзге сәйкесін табыңыз.

Бала күнгі жаңалық табу арманы ойынан бір сәтте де шықпады.

- A) ұмытпай жүрді
- B) ойланбады
- C) ойланатын
- D) ұмытып кетті

4. Асты сызылған сөзге сәйкесін табыңыз.

Жаңалығым бір цент әкелуі үшін 11 жыл сынақ, қателіктерден өту, шыдам керек болды.

- A) уақыт
- B) қаржы
- C) қаражат
- D) жыл

5. Асты сызылған сөзге сәйкесін табыңыз

Жилеттің жұлдызды сәті туады.

- A) жолы болды
- B) жұмысы көп
- C) идеялары көп
- D) жолы ұзақ

6. Асты сызылған сөзге сәйкесін табыңыз

Компания тағдыры жіп ұшында тұрды.

- A) қиын халде
- B) өрлеуде
- C) жақсы еді
- D) қиындай түсті

7. Мәтіндегі басты ақпарат:

- A) Жилеттің идеясы
- B) Кингтің өмірбаяны
- C) кездескен қиындықтар
- D) жұлдызды сәттері

8. Мәтінге қатысты тапсырмаларды орындаңыз:

- a. мәтіндегі басты ақпарат не?
- b. аса маңызды деп санаған ақпаратты атаңыз;
- c. мәтіндегі негізгі ақпаратқа сұрақ қойыңыз;
- d. мәтін мазмұнына өз пікір, көзқарасыңызды білдіріңіз.

9. Мәтінде берілген экономикалық терминдерді жазып алыңыз.

10. Сұрақтарға мәтінді пайдаланып, жауап беріңіз.

- Әңгіме кім туралы?
- Ол қайда туып, қайда өсті? Әкесі қай қалаға көшіп келді, не үшін?
- Кинг Жилетт қай жерлерде жұмыс істеді?
- Өнертапқыш Уильям Пойнтер Кингке не айтты?
- Уильям Пойнтердің ұсынысынан кейін Кингке қандай ойлар келді?
- Ол өзінің мақсатына қалай жетті?
- Жилеттің жұлдызды сәті қашан болды?
- Оның рекордты табысы қашан болды?
- Жилеттік ұстара дүниеге қалай келді?

11. Мәтінге қатысты мына тапсырмаларды орындаңыз:

- 5. Мәтіннің басында, ортасында, соңында берілген негізгі ойды табыңыз;
- 6. Оқыған мәтін бойынша қорытынды жазыңыз;
- 7. Мәтін мазмұнында берілген қызықтырақ мәселені атаңыз;
- 8. Мәтін мазмұны бойынша сызбалар(диаграмма, семантикалық карта) жасаңыз;

12. Мәтінге қатысты өздік жұмысты орындаңыз:

- аса маңызды деп санаған ақпаратты атаңыз;
- мәтіндегі негізгі ақпаратқа сұрақ қойыңыз;
- мәтін мазмұнына өз пікір, көзқарасыңызды білдіріңіз.
- әр абзацты бір тақырыпшамен атаңыз.
- Сіз бала кезіңізде жаңалық ойлап табуды армандадыңыз ба? Нені армандадыңыз?

13. Жилеттің ойлап тапқан жаңалығының басты ерекшелігі неде деп ойлайсыз? Өз пікіріңізді айтыңыз.

ГРАММАТИКА: Үшінші жақтан сөйлеу және салыстыру

14. Тапсырма: Әріптесіңізбен бірлесіп жұмыс істеңіз. Танымал бизнесмендер туралы мәтінді оқыңыз. Төменде берілген сұрақтарға жауап беріңіз. Өз жауаптарыңызды әріптесіңізбен бөлісіңіз.

1. Кинг Жилетт пен Даниель Карассоның қызметтік бағыты қандай болды?

2. Қалай бастады:

- а) сүт айран, ірімшік сатты ма?
- г) бір реттік ұстара сатты ма?
- в) неден бастады?

3. Кім:

- а) өз компаниясының атын ойлап табу үшін кім баласының есімін қойды?
- б) табанды, сабырлы болды?

4. Олар:

- а) қайда тұрды?
- б) АҚШ та тұрды ма?
- в) спортпен айналысты ма? Спорт оларға ұнады ма?
- д) кітап жазды ма?

5. Қайсысы:

- а) тамақ өнімін жасады?
- в) тұрмыстық зат жасады?
- с) қайсысының өнімін жиі пайдаланамыз?

6. Екі кәсіпкерді салыстырыңыз.

1.2. БРЕНД КҮШІ: БӘСЕКЕЛЕСТЕР ТОБЫНАН БӨЛІНІП ШЫҒЫП, РЫНОКҚА ЖЕТЕКШІЛІК ЕТУ



ОҚЫЛЫМ

1. Берілген мәтінді оқыңыз.

ӨЗ МҮМКІНДІКТЕРІҢІЗДІ АШЫҢЫЗ

Адам потенциалы біз білмейтін мұхитқа, жаңа континентке ұқсайды, ұлы, ізгілікті істерде көрінетін мүмкіндіктер әлеміне толы.

Брайан Трейси

Өмірде брендинг, бренд деген сөздерді жиі кездестіреміз. Шындығында брендинг дегеніміз – төңкеріс. Барлығы да идеядан, түйсінуден, сенімді сөзді таңдаудан басталады. Содан соң, осы сөздер бизнеске көшіп, материалды нәтижеге айналады.

Бренд сөзінің мағынасы

Брендинг – біздің өміріміздегі маңызды ұғымдардың бірі. Анықтама беріп көрелік. Бренд дегеніміз бұл – бірінші кезекте сіздің уәдеңіз. Сізде бренд болса, өзіңіз қарым қатынас жасауға тырысқыңыз келген адамға уәде бересіз. Бұл уәде – орындауға міндетті уәде. Гарвард мектебінің докторы Теодор Левит айтады: компанияның ең маңызды активі – клиенттеріңіздің сіздің компания туралы не айтатыны, рынокта басқа адамдардың сенің компанияң туралы не ойлайтындығы. Басқаша айтқанда сіздің репутацияңыз, сіздің брендіңіз, сіз туралы сөздер – сіздегі ең бағалы құндылық. Егер сіздің жеке брендіңіз болса, жақсы имиджіңіз бен репутацияңыз болса, адамдар сіздің тауарыңыз үшін көбірек төлеуге дайын, оларға сіздің тауарыңыз ұнайды, олар сіздің бағаңызды қабылдауға дайын. Егер сіздің күшті брендіңіз болса, бағасын сұрамай-ақ адамдар сізге жұмыс ұсынуға, немесе сізден бір нәрсе сатып алуға дайын.

Егер сіздің брендіңіз әлсіз болса, адамдар сізді тексереді – сіздің компетенттілігіңізді, сіздің жұмысыңыздың сапасын тексереді, олар сізбен баға туралы да дауласады.

IBM сапалы өнім өндіретін компания ретінде әлемге белгілі. 1920-жылдардың басында – ақ IBM өз алдына үш басты құндылықты қояды: *өнім сапасы; клиенттермен жұмыс; адамдар туралы қамқорлық.* Компания философиясы негізделген осы үш бағана арқылы өзгешелікке жетуге шешім қабылдады. Басында бұл компания өте аз табысы бар шағын биржалық Нью - Йорктегі контора болатын. Сол кезде өздеріне үлкен ат қойды: «International

Business Machines» деп атады да өз бизнестерін кеңейте бастады. Олар жаңаша жұмыс істей бастағанда өздерін халықаралық компания ретінде сезінді. Бірнеше жылдан кейін Канадада, содан соң Еуропада, содан соң Мексикада, Оңтүстік Америкада, ал қазір әлемнің барлық жерінде өкілдіктерін ашты. «International Business Machines» танымалдылығы сонша, өздерінің атауларын IBM деп қысқартуға да мүмкіндік алды. Олардың даусы барлық жерде шыға бастады: «IBM сапаны білдіреді, IBM клиентермен жұмыс істеуді білдіреді, IBM – айрықшалықты білдіреді»

Бренд әрқашан сізге ерекше қымбат құндылықтан басталады. (*«Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке», Брайан Трейси.*)

2. Төменде берілген сөйлемдерді мәтін мазмұнына қатысты толықтырыңыз.

1. Брендинг дегеніміз – _____.
2. Бренд дегеніміз бұл – бірінші кезекте сіздің _____.
3. Басқаша айтқанда сіздің репутацияңыз, сіздің брендіңіз, сіз туралы сөздер _____.
4. IBM өз алдына үш басты құндылықты қояды: _____.
5. «International Business Machines» танымалдылығы сонша, өздерінің атауларын IBM деп _____.
6. Бренд әрқашан сізге ерекше қымбат _____.

3. Құндылықтар қатарын толықтырыңыз:

Ең табысты, белгілі брендтер қандай құндылықтармен ассоциаланады?

1. сапа
2. айрықшалық
3. жауапкершілік
4. өз саласы бойынша көшбасшылық
5.
6.

3. Сұрақтарға жауап беріп көрелік:

1. Қуатты жеке брендіңізді қандай ұстанымға құрар едіңіз?
2. Ал сіздегі құндылықтар қатары қандай болар еді?
3. Қандай ұстанымыңыз бар?
4. Танымал болғыңыз келе ме?
5. Адамдар сіздің компанияңызды таныстарына қалай таныстырады?
6. Сіздің професияңыз, жетістігіңіз, өткеніңіз, туралы олар не айтады?
7. Олар өзара не айтады, сыртыңыздан не айтады?
8. Қандай сөз, қандай жалғыз сөз сізді жақсы сипаттай алады, және сіздің ісіңізге ең үлкен қызмет көрсете алады деп ойлайсыз?

4. Мына мысалға назар аударыңыз.

Federal Express өз ұстанымын былайша қалыптастырды: «Біз ылғи клиентімізге кез келген тапсырысты ертең таңертең жеткізуіміз керек. Бұл тура сағат 10.30 – да орындалады». Олар өз қызметін осы уәделерінің айналасына құрды. Компанияның есеп жүргізгендегі байқағаны: егер тапсырыстың 1 пайызын уақытында жеткізіп үлгермесе, онда 94 000 хат пен жіберілген заттар уақытында келмейді немесе адресаттарына жетпейді. Басқаша айтқанда, уәдені орындау деңгейінің 99% пайызы 94 мың клиенттің қанағаттанбағанына әкеледі. Сондықтан олар тапсырысты жүз пайызға қандай қиындық болса да орындауға ұмтылды. Сондықтан да компания әлемге танымал. Көптеген адамдардың іздеп жүріп оқитын кітаптарының бірі – Ларри Боссидидің «Искусство результативного управления» деген кітабы. Ол өз компаниясын бірнеше рет дағдарыстан алып шыққанымен белгілі. Одан: «Ларри, қандай құпияң бар?» - деп, үнемі сұрайтын. Ларри: «Орындау» - деп жауап беретін. Сапалы орындау – сіздің жеке брендіңіздің ірге тасы.

(«Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке», Брайан Трейси).



ТЫҢДАЛЫМ

5. Бренд репутациясы туралы теле жүргізуші мен қазіргі бизнес кеңесшісінің сұқбатын тыңдаңыз.



Ж: Бренд туралы көп естиміз. Жоғары репутацияға жетудің күрделі екендігін түсінеміз. Осыған бірер мысалдар айтсаңыз, жақсы болар еді.

К: Mercedes Bens компаниясы сапалы өнімді жеткізу мен сенімді инженерлік шешім репутациясына ие. Олар бұл репутация үшін жүз жылдан аса *еңбек етті*. Олар өз репутациялары үшін әлем бойынша күресті деуге болады. Немістер өз Mercedesтерін *мақтан етеді*. Әлемнің қай түкпірінен болса да адамдар «бұл нағыз Mercedes!» дегенді айтады. Бұл машина сапасы үшін *өте қымбат*. Mercedes Bens компаниясы үшін сапа деген нені білдіреді, осыны айтайын. Бірнеше жыл бұрын автомобильдің жаңа моделін шығарды. Ол аса үлкен емес, төменгі баға категориясымен сатылды. Бұл модель өтпеді, кейінірек оны «бұғы тестісі» деп атап кетті. Германияда бұл әжептеуір *шу болды*.

Mercedes Bens жаңа модельді көптеген елдерге сатты, Швеция да алды. Швецияда жолда жайылып жүретін жабайы бұғылар *көп болатын*. Біреу шоссемен келе жатқанда алдынан бұғы шыға келеді. Жүргізуші қанша тырысса да, электрониканың аздаған кінәсінен ол машинасын тоқтата алмады да, жануарды қағып кетті. Бұл оқиға барлық газетке берілді. Компания осы оқиғаға сонша алаңдаушылық білдірді, шығарылған машинаның бәрін кері қайтарып алды. Олар сапалы машиналар репутациясын сақтау үшін шығарылған модельді қайта жасады. Бұл олар үшін 800 млн. долларға түсті. Компанияда автомобильдің рульдік басқаруында қате бар екені айтылды.

Ж: Жақсы мысал айттыңыз. Тағы бір мысал айтсаңыз, артық болмас еді.



К: Federal Expressке қатысты аңызға айналған бір мысал айтайын. Бірде Деневрге жіберетін затты жеткізу керек болған, ал онда боранды қар жауып тұрды. Federal Expressтің қызметкері арнайы вертолет жалдап, 75 мың доллар төледі де, апаратын затты адресатқа тура сағат 10.30 да жеткізді. Мүмкін біреулер айтатын шығар, 15 долларлық жеткізілім үшін 75 мың долларлық қаржы төлеу – бұл барып тұрған ақылсыздық деп. Компания осылайша өз репутациясын қорғады. Бірақ дәл сол күннен бастап, Federal Express осы ұшуымен әлемге белгілі болды. Осы тікұшақты жалдау тарихы жақсы жарнама болды. Фирма жүздеген миллион табыс тапты.

Ж: Қызықты әңгімеңізге рахмет. Келесі жүздескенше. (*«Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке»*, Брайан Трейси).

5а. Тыңдалымға берілген сұқбатты қайта тыңдаңыз, сұрақтарға жауап беріңіз:

- а) Mercedes Bens компаниясының шешіміне сіздің көзқарасыңыз қандай?
- в) Federal Express фирмасының шешімі дұрыс болды ма, сіздің пікіріңіз қандай?

ГРАММАТИКА: қазақ тіліндегі есім предикаттардың берілуі

Баяндауыштың есімді бөлігінде зат есім, сын есім, сан есім, үстеу, есімдік қолданылады.

I. Баяндауыштың есім бөлігіндегі зат есім.

- Күрделі баяндауыштың есімді бөлігі атау тұлғада болады. *Әдебиеттің негізгі материалы – сөз. Ән – оның өмірі болатын. Бұл құрылым квалификацияны, сапалық бағалауды білдіреді. Әкем – домбырашы, әнші; Ол – аздап өркөкіректеу болатын. Менің көршім – әдебиет кафедрасының аспиранты.*

- Баяндауыштың есімді бөлігінде байланыстырушы болу етістігі жиі кездеседі: *Оның мамандығы суретші болатын, әкем дәрігер болатын. Ол – орыстанып кеткен немістің ұлы. Мұнда автор оның тегін түсіндіріп тұр: ол орыстанып кеткен немістің ұлы болғандығын ғана емес, нақ өзі екенін айтып тұр. Ол – өз Отанында оқытушы, кейін шет елде болғанында, тәрбиеші болды.*

- Сапалық белгіні білдіретін сөйлемдерде өткен шақта атау септігінде есім баяндауыштың есім бөлігі атау септігінде болады: *Ол бұрында да өркөкірек болған. Күрделі баяндауыштың есімді бөлігі зат есімнің басқа да септік формаларында болады. Олар белгінің бар, жоғын, уақыттың себебін де білдіреді.*

- Бір белгінің, заттың жоқтығы: *Компьютер принтерсіз екен. Құжат мөрсіз екен.*

- Белгінің, заттың бар екендігі: *Сейф құпиялы екен. Қайық моторлы екен.*

- Тұлғаның немесе материалдың қайдан екендігі немесе неден істелінгені былайша беріледі: *Әкеміз тектілерден болатын. Үй қызыл кірпіштен тұрғызылған болатын. Ағаштар күмістен жаралғандай.*

II. Күрделі баяндауыштың есім бөлігіндегі сын есімдер.

1. Күрделі баяндауыштың есім бөлігі «болу» байланыстырушысы арқылы мынадай

құрылыммен беріледі: Жастық шағымда **арманшыл болдым**. Көктемде орман **әдемі болады**. **Есеп қиын болды**.

2. Баяндауыштың есім бөлігі сын есім атау септігі арқылы беріледі: Осы жылы жаз **ыстық және құрғақ**. Қыста ауа райы **суық**.

3. Біздің ойлағанымыздан гөрі көл **тым терең болып шықты**. Досым бүгін **көңілсіздеу көрінді**. Досым үйге көңілді келді. Түн **суық болды**. Күн шуақты болды. Шешем әрқашан да **шыдамды, мейірімді**.

4. Бастауыш *бұл, сол, мұның барлығы* сияқты есімдіктерден болса, баяндауыштың есім бөлігі былайша беріледі: Мұның бәрі **қарапайым болатын**. Мынау **қызық екен**. Бұл **түсінікті**.

5. Сын есім қарсылықты бағыныңқылы сабақтастың бағыныңқы бөлігінде қолданылады: Әңгіме қанша **тартымды болса да**, кетуге мәжбүр болдық. Жұмыс шарты қанша **қиын болса да**, ешкім бас тартпады.

6. Сын есімдер сөйлеу этикеттерінде, қаратпада, тілек айтуда **болу** етістігі арқылы қолданылады: *Бақытты болыңыз, ұқыпты болыңыз, сақ болыңыз және т.б.*

III. Күрделі баяндауыш құрамындағы есімшенің қолданылуы:

Ол көп оқыған еді. Айжан әлдеқашан келген болатын. Қатты шөлден ерні қаталап кеткен.

IV. Күрделі баяндауыштың есім бөлігіндегі сан есімнің және үстеудің есімдіктің қолданылуы: Екі жердегі екі – төрт; үстеуден: Жұмыстың көбі әлі алда; есімдіктен: Бұл сөздік менікі.

5. Тыңдалымға берілген сұқпатты қайта тыңдап, есім предикаттарды жазып шығыңыз.



СӨЙЛЕСІМ

6. Брендинг тақырыбына әріптесіңізбен бірге әңгіме құрыңыз.

Мына ақпараттарды пайдаланыңыз, осы заңдылықтарға сіз қалай қарайсыз? Тағы қандай заң қосқыңыз келеді? **Фирмалық белгі** дегенді қалай түсінесіз?

• Брендинг табысы корпоративтік болсын, жеке болсын бірнеше бөліктен тұрады. Брендингтің негізгі бірнеше заңдары бар.

Бірінші заңы – мамандану заңы. Бұл өте маңызды. Сіз өзіңіздің брендіңізді бір жетістік саласына құруыңыз керек. Барлық салада сіз бірінші бола алмайсыз. Мысалы Майкл Джорданның баскетболда бренді бар. Ол өзінің брендин кеңейткісі келіп, бейсболмен айналысты. Бірақ бұл нәтиже бермеді. Келесі маусымда ол Чикагодағы өз клубына оралды. Әлем тарихында оны керемет баскетболшы ретінде еске алады. Өзіңіздің мамандану салаңызды нақты анықтап алыңыз. Бір нәрсені жақсы білуіңіз керек – сіздің жеке брендіңіз қандай болады, осыған аса мән беруіңіз керек.

• **Брендингтің екінші заңы – лидерлік заңы.** Сізді өз салаңыздың тәжірибелі, құрметті маманы ретінде білуі керек: «Қай салада мен жақсы болуым керек, Қай салада мен лидер боуым керек?» деген сияқты сұрақтар сізді мазалағаны дұрыс.

• **Келесі заң – өзгешелік, ерекшелік заңдылығы.** Өз брендіңізді құрған соң, сізге оны ерекше амалдармен білдіре алуыңыз керек.

Сіздің жеке брендіңізді елестетейік – өз салаңыздың маманданған жақсы, сүйікті адамы болғыңыз келеді. Сіздің өзгеден ерекшелейтін бір сипатыңыз болуы керек.



ЖАЗЫЛЫМ

7. Өзіңізге ұнайтын бір бренд туралы жазыңыз.

1.3. ТАБЫС ЗАҢДАРЫ



1. берілген мәтінді оқыңыз, өз пікіріңізді айтыңыз.

Табыс заңдары сабағының мақсаты сіздің таңдаған, жұмыс істеп жүрген салаңызда сіздің қалай қабілеттірек болуды түсінуіңізге мүмкіндік береді.

Ең үлкен табысқа жеткен адамдар табысқа жетпес бұрын өздерінің әлсіз тұстарын жеңуге тиісті. Адам мен табыс арасындағы ең көзге көрінетін әлсіздіктер: шыдамсыздық, ашкөздік, пайдакүнемдік, қызғаншақтық, күдік, кек, өзімшілдік, алдау, екпей жатып ору, алатын жалақыңнан да көп жұмсау әдеті.

Табыс дегеніміз – басқа адамдардың құқықтарын бұзбай, басты мақсатыңа жету деген сөз.

Сіз өзгелерге әсер етпейінше, үлкен табыстарға жете алмайсыз, ал егер де өзгелерге әсеріңіз жоқ болса, өзгелерге үндестік рухында оларға ынтымақтасуға әсер ете алмасаңыз, онда сіздің күшті тұлға болмағаныңыз.

Ал мына төменде берілген табыс заңдары осындай күшті тұлғаны дамытады:

- белгілі, басты мақсат
- өзіңе деген сенімділік
- үнемдеу дағдысы
- бастама және көшбасшылық
- энтузиазм
- өзін өзі бақылау
- еңбегіңе төлеген жалақыға қарамастан көп жұмыс істеу
- тартымдылық
- концентрация
- ынтымақтастық
- сәтсіз қадамдарды ескеру
- шыдамдылық
- алтын ережені қолдану

Әсер етудің екі түрі бар: бірі табиғат заңдарын қолдану арқылы, екіншісі – **БІЛІМІНДІ**

ұйымдастыру мен топтастыру жолымен дамиды. Жақсы ойлар, идеялар екі немесе бірнеше адамның ынтымақтасуы, бірігуі толық үндестік рухында арқылы дүниеге келеді. Толық үндестік болмаса, екі адамның ақылы немесе одан да көп адамның ақылы толық үндестік элементі жоқ болса, біріге, ынтымақтаса алмайды. Іскери немесе әлеуметтік әріптестіктің көптеген табыс құпиясы мен сәтсіздіктері осыған байланысты.

Осы ынтымақтастыққа жетудің әдістері көп. Әрбір лидердің қызметкерлердің ақылдарын үйлестіру жетістігі әр түрлі. Көп ақылды біртұтас идеяға ақылға айналдыру үшін біреулер күш қолданады, енді береулері сенім қалыптастырады. Біреулері жаза қолданумен қорқытады, енді бірі марапаттайтынын айтады.

Экономика саласында, бизнесте, кәсіби шеберлігімен танымал өте белгілі үш адамның тәжірибесіне сүйенейік: Генри Форд, Томас А. Эдисон, Харви С. Файерстоун.

Егер де экономикалық және қаржылық әсерін алатын болсақ, осы үшеуінің ішіндегі ең әсер етуші Форд десек болады. Жаңа автомобилі әлі дайын емес кезде, ол 375 машинаға алдын ала төленген тапсырыс алады. Бір машинаның құны орта есеппен 600 доллар болса, алғашқы машина дайындалғанға дейін 225 миллион қаржы алды. Фордтың қабілетіне сенім күші осындай болған.

Өздеріңізге белгілі мистер Эдисон философ, ғалым, ойлап тапқыш. Ол бәлкім, библияны оқитын ең ұқыпты оқушы болған шығар, бірақ ол адамдар дайындаған киелі библияны емес, табиғат библиясын оқиды. Эдисонның табиғат – ана библиясына терең бойлағаны соншалық – ол өз жаңалықтарына табиғат заңдарын көп пайдаланды. Нақ осы Эдисон найзағайды зерттеп, электрлік ламп арқылы адамзатқа қызмет етуге пайдаланды. Эдисон әлемге қазіргі киноаппаратты берді. Бұл оның жетістіктерінің бір – екеуі ғана. Оның «ғажайыптары» ғылым жарығының аясында орындалды.

Мистер Файерстоунды Огайо штатындағы «Файерстоун тайер» компаниясының жаны десе болады. Оның өнеркәсіптегі жетістіктері қай жерде автомобиль өндірісі бар барлық жерде белгілі, арнайы түсіндіруді керек етпейді.

Үшеуі де бастапқы капиталсыз-ақ, «білімсіз-ақ» өздерінің іскери кәсіби карьерасын бастады. Қазір үшеуі де жоғары білімді, ең бай адамдар қатарында. Үшеуінің де өзгеге әсері мол. Олардың байлық көздерімен өзгеге әсерін анықтап көрелік.

Үшеуі де жақын достар екені белгілі, олардың бұрындары мынадай әдеті болған, демалыс үшін, ойлану үшін, күштерін қалпына келтіру үшін жылына бір рет орманда кездесетін. Олардың арасында көп адам біле бермейтін, байқамайтын олардың ақыл ойларын ерекше күшке айналдыратын үндестік, үйлесім бар еді. Фордтың, Эдисонның, Файерстоунның ынтымақтастықтарынан туған ақылдың білім күшіне айналуы көпшілік үшін таныс емес еді. (Наполеон Хилл)



ТЫҢДАЛЫМ

Наполеон Хилл студенттер көмегімен белгілі бір колледжде қызығушылықпен сараптама жүргізді. Әрбір студент «**Генри Форд қалай бай болды? Неліктен бай болды?**» деген тақырыпта шығарма жазу керек болды.

Студенттер Фордтың байлығы неден тұратынын сипаттауы керек, сондай-ақ байлықтың қалай құралғанын жазуы керек болатын.

Студенттердің көпшілігі Фордтың қаржылық есебін пайдаланды, жеке мүліктерінің тізімін оның байлығының негізі деп есептеді. «Фордтың байлығының көздері» банктік салымдары, шикізат және дайын тауар қорлары, жылжымайтын мүліктері деп есептелінді.

Жүздеген студенттің ішіндегі бір ғана студент өзгешелеу жазды.

«Генри Фордтың байлығы екі бөліктен тұрады:

1) ағымдағы капитал және шикізаттар мен дайын өнімдер;

2) Генри Фордтың тәжірибесі арқылы алған білім, және басқа ұйымдармен ынтымақтастығы, осы алған білімдерін Фордтың көзқарасымен тиімді қолдана алуы. Осы екі мәселені доллармен немесе центпен есептеу мүмкін емес. Бірақ менің пікірімше, олардың салыстырмалы құны – ұйымдастырылған білім _____ 75 % шикізат пен дайын өнімдерді қоса алғанда және қолма - қол материалдық салымдар _____ 25%

Автор студенттің шығармадағы пайымын аналитикалық ақылдың көмегі деп болжады.

Генри Фордтың керемет жетістігі – ақылдан туғандығы талассыз.

Екінші орында оның жақын қызметкерлерінің ақылы, нақ осы жақын қызметкерлерінің көмегімен барлық материалдық байлық жинақталды.

Форд өмірінің ерте кезеңдерінде өзінің ең күшті қарсыластары – сауатсыздық пен надандықты жеңуге тура келді.

Аса қысқа уақыт ішінде Форд адамзаттың үш жауын жеңіп, өзінің табысының негізіне айналдырды. Үш жауға мыналарды жатқызды: надандық, сауатсыздық, кедейлік!

(Наполеон Хилл. Табыс заңдары)



ТЫҢДАЛЫМ

Білімнің маңыздылығы. Көптен бері «білім» дегенді дұрыс түсінбеушілік бар. Сөздіктер осы түсінбеушілікті жоюға көмектесе алмайды. Себебі білім дегенге білім алу деп қана түсіндіреді.

«Білім алу» - ағылшынша educate деген латынша educo дегенге сәйкес келеді. Бұл – дегеніңіз іштен даму деген сөз, бір нәрсені пайдалана отырып, өсу деген сөз. Табиғат әрекетсіздікті жаратпайды. **Күш дегеніміз ұйымдасқан білімнен шығады, оны қолдану мен пайдаланудан шығады.**

Адам энциклопедияға да айналуы мүмкін, бірақ ешқандай күші жоқ болуы да мүмкін. **Білім ұйымдастырылғанда ғана, әрекетке көшіргенде ғана күшке айналады. Әлем таңғандар адамдар өздерінің білімін қолдана алған.**



СӨЙЛЕСІМ

2. Берілген мәтінді оқып, басты мақсат туралы топпен талқылаңыздар

Өмірдегі табыстардың бәрі біліммен келеді. Өзіңізді танысаңыз, өзгені де тани аласыз. Өзгені тану үшін олардың

1) бой – сымбаты мен жүрісін;

2) даусының тонын, тембрін, қаттылығын, жоғары, төмендігін;

3) көзін, тура қарай ма, бұрыс қарай ма;

4) сөз таңдауын қараңыз, сөзінің сапасы мен табиғатына қараңыз.

Осы ашық есіктер арқылы сіз «адамның жан дүниесіне» кіре аласыз, шындығында, қандай адам екенін көре аласыз.

Егер де адамды бұдан да тереңірек танығыңыз келсе, тағы бір қадам жасаңыз:

- олар ашулы кезде, ғашық болған кезде;

- бизнеспен айналысқан кезде;

- тамақ ішкен кезде (жеке тамақ ішіп отырған кезде);

- жазып отырған кезде;
- жеңілген, жеңген кездерінде; қиын сәттерді бастарынан өткерген кездерінде; өзгердің сәтсіздігін айтқан кезде;
- өзгелердің сәттіліктері туралы тыңдаған кезде;
- спорттың бір түрлерінен немесе бір ойындардан жеңілген / жеңген кезде;
- жалғыз қалған сәттерінде;
- ойланған сәттерінде зерттеңіз.

Табыс дегеніміз – өзге адамдардың құқығын бұзбай, мақсатқа жету жолындағы күшті дамыту. Ал күш дегеніміз не? Күш дегеніміз – ұйымдасқан энергия. Карнеги айтқан екен: « Табыс дегеніміз ақша деп ойлайтын болсаңыз, осы ақшаға қалай жеткенімді айтайын: біздің ісімізде ақылдан тыс дүние бар. Осы ақылдан тыс дүние неден тұрады дейсіз ғой? Ол жиырма, отыз адамның, менің көмекшілерімнің, басқармашыларымның, бухгалтерлерімнің, химиктерімнің тағы басқа мамандарымның ақылынан тұрады. Осы адамдардың ешқайсысының мен айтып тұрған ақылдан тыс ештеңесі жоқ, бірақ нақ осы үйлестірілген, ұйымдастырылған белгілі бір мақсатқа үндестік рухында ынтымақтасып, бағытталған ақылдардың жиынтығы бар, маған ақша әкелген күш осылар. Топта бірдей екі ақылды жоқ, бірақ әрқайсысы міндетін біледі, және жақсы біледі, өзгелерге қарағанда, әлдеқайда жақсы істейді»



ЖАЗЫЛЫМ

Өз таныстарыңызды немесе достарыңызды (жолы болып жүрген немесе жолы болмай жүрген) **төменде берілген параметрлер бойынша бағалап, жазыңыз.**

1. белгілі басты мақсаты қандай?
2. өзіне сенімділігі қандай?
3. үнемдеу әдеті қандай?
4. бастамашылдығы қандай?
5. елестете алуы, болжай алуы қандай?
6. энтузиазмы қандай?
7. өзін – өзі бақылауы қандай?
8. өзіне төленетін жалақысының аз көптігіне қарамастан көп жұмыс істей ме?
9. тартымдылығы қандай?
10. нақты ойлауы қандай?
11. концентрациясы ше?
12. ынтымақтастығы қандай?
13. сәтсіздіктерден, қателіктерден сабақ алуы қандай?
14. шыдамдылығы қандай?
15. алтын ережені пайдалана алуы қандай?

3. Ричард Св. Джонның TED – те оқыған «Табыстың 8 құпиясы» лекциясынан үзінді тыңдаңыз. (интернеттен де тыңдауыңызға болады)
(https://www.ted.com/talks/richard_st_john_s_8_secrets_of_success?language=ru)

Біз бір нәрсеге үйренген кезімізді біз бұл біздің табысымызға көмектеседі деп ойлаймыз.

Кейбір ұстанымдар бар, бәрі де пайдалана алады.

Сонымен елдер қалай табысқа жетеді? Себебі олар ақылды ма, жолы болғыш па? Екеуі де емес. Мен сіздерге шындығында табысқа не жеткізеді, соны айтқым келеді.

1. Бірінші – ынтызарлық. Фримен Томас: «Мені қозғалтатын – ынтызарлық» деген екен. Бір нәрсемен ақша үшін емес, ынтызарлықпен айналысу керек. Кэрол Колетта ; « мен біреуге менің не істегенімді істесе соған төлер едім «дейді. Ең қызығы сол, егер өз ісінді махаббатпен жасасаң, ақша өзі келеді.

2. Жұмыс! Руперт Мердок айтты: «Бұл қиын жұмыс. Ештеңе өзі келмейді. Бірақ мен сонша рахаттанамын». Жұмыстан рахат табу, сіздің еңбекқор екеніңізді білдірмейді. Сіз жұмысты жақсы көресіз.

3. Концентрация. Норман Джуисон: Ең бастысы – ең маңыздысына мән беру, жинақталу.

4. Меңгеру, жеңіп шығу. Девида Галло: Өзіңді меңгеруің, жеңіп шығуың керек. Физикалық жағынан, моральдық жағынан жеңіп шығуың керек». Сіз өзіңіздің ұялшақтығыңызды, сенімсіздігіңізді жеңіп шығуыңыз керек. Голди Хоун айтады: « Мен ылғы өзіме сенімсіз болдым, күдіктендім. Мен соншалықты жақсы, ақылды емес едім. Менен бір нәрсе шығады деп ойламайтынмын».

5. Идеялар. Билл Гейтс: «Менің микрокомпьютерлер үшін бағдарлама өнімдерінің бірінші компаниясын жасау идеям болды» дейді. Мен бұл тамаша идея деп айтар едім. Идеяның қалай келетіні туралы ешқандай магия жоқ. Тек қана қарапайым істерді істеу керек. Мұны көптеген мысалдармен дәлелдей аламын. Идеяларды түрлендіру үшін сізге: тыңдау, байқау керек, әуестенуіңіз керек, сұрақ қоя білуіңіз керек, шешім қабылдап, байланыстар жасай білуіңіз керек.

6. Профессионализм. Алекс Гарден: «табысты болу үшін бір нәрсені таңдаңыз, осыда ең жақсы болыңыз» - дейді. Ешқандай ғажайып жоқ. Практика, практика, практика.

7. Қызмет ету. Шервинд Нуланд: Мен үшін дәрігер болып қызмет ету құрмет болатын дейд. Қазір көп бала миллионер болғысы келетінін көп айтады. Мен айтар едім, бірінші, «Өте жақсы. Сіз тек қана өзіңізге қызмет етпейсіз, сіз өзгеге бір құндылық беруіңіз керек деп. Себебі адамдар тек қана осылай ғана бай болады.

8. Табандылық, қайсарлық. Джо Краус: «Біздің байлығымыздың басты себебі - табандылық. Сіз сәтсіздіктерден де, сыннан да, шеттетуден де қысымнан... да өтуіңіз керек.

Сонымен басты сұрақ: «Қалай табысқа жетуге болады?» деген сұраққа жауап: Осы ұстанымдардың соңынан жүріңіз, маған сеніңіз, табысқа жеткізеді».

4. Осы сегіз факторды талдай отырып, өз пікіріңізді айтыңыз.

1.4. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

ОҚУ ДАҒДЫСЫ: МӘТІНІҢІЗДІ ТҮЗЕТУ

1. Сіздіңше қай сөйлем дұрыс

1. Мен өз жазба жұмыстарымды аяқтаған кезде, үнемі ұқыпты тексеремін.
2. Мен оқытушымның түзетуі мен түсіндірмесін оқыдым мұқият.
3. Мен өз қателерімді көремін, бірақ ешқашан сақтамаймын есіме.
4. Оқытушы менің жұмыстарымды тексеріп бергеннен кейін мен оны жақсырақ орындау үшін қайта көшіремін.

2. Қате түрлерін сөйлемдермен сәйкестендіріңіз.

Грамматикалық, сөзден, орфографиялық, тыныс белгіден, орын тәртібінен, сөздің қалып қоюы

1. Мынау қызық идея.

көтерілсе,

2. Егер туылу ~~көтерілу болса~~, ел жоғалмайды.

Грамматикалық

пайдаланғысы келеді

3. Қартаң адамдар роботты ~~келеді пайдаланғысы.~~

істейсің

4. Кешігіп келсең, не ?

үмітсіз емес

5. Мына ситуация жаман, бірақ ~~пайдасыз.~~

пайдалы

6. Оның кеңесі өте пайдалды.

3. Сөздердің орын тәртібі. Сөйлемді дұрыс оқу үшін әрбір сөйлемнен бір сөздің орнын өзгертіңіз.

Адамдардың көпшілігі болашақта ықтимал жалғыз тұруы.

Жанат болашақта мүмкіндіктер болады көп деп үміттенеді.

Менен басқаларының қап – қара көзі, менің көзім атама тартқан.

Ұшақ уақытында келмесе ұшып, не істейсіз?

3в. Сөйлемдерді дұрыс оқу үшін түсіп қалған сөздерді толтырыңыз.

1. Адамдар бұрынғыға қарағанда ұзағырақ ... сүреді.

2. Аналар уақытының ... көбірек үйде өткізсе, балалар үшін үлкен бақыт болар еді.

3. Жастардың университетке барады.

4. Егде адамдардың интернетте кездеседі.

4а. Студенттің жұмысын тексеріңіз, қатесін жөндеңіз, қандай қате түрі бар, тұсына жазып қойыңыз.

4в. Екеуара жұмыс, жазбаша берілген үй жұмысын тексеріңіз, қатесін көрсетіңіз.

Жазу дағдысы

Жазу біліктілігі

5а. Мына сұрақтарды әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

1. Сіз конкурсқа қатысып көрдіңіз бе? Конкурс үшін бір нәрселер жазып көрдіңіз бе?

2. Ұтқан кездеріңіз болды ма?

5б. Плакатты оқыңыз. Қанша адам сыйлық алады?

Ұлыбритания жастар кеңесінің конкурсы

Қазіргі қоғамда сіз нені мақтаныш ете аласыз?

Ұлыбритания Жастар кеңесі жастарға бүгінгі Британ қоғамында нені мақтаныш етуге болатынын жазуға (200 сөз көлемінде) конкурсқа шақырады. 20 жұмыс 250 еуро сыйлық алады, Кеңес веб сайтына жарияланады.

6. Төменде берілген конкурс материалын оқыңыз.

Эксперт неге назар аударды?

Өз қоғамыңызда нені мақтаныш етесіз?

Нені таңдауға болады? Бүгіндері өз қоғамымдағы мақтан етер тақырыптар көп. Мысалы біздің білім беру жүйесі, біздің өнердегі, ғылымдағы шығармашылығымыз. Алайда, өз қоғамымдағы екі нәрсені өзгеше мақтан етемін. Біріншіден, біздің ірі қалаларымыз көп ұлтты. Әртүрлі діндегілерді, әртүрлі расадағыларды, әртүрлі нәсілдерді көріп жүрсіздер ғой. Осы адамдардың бәрі араласып, құраласып, бірге де жұмыс істейді. Меніңше, адамдар бірлікте тұрып, бейбіт қоғам құра алатынына бұл жақсы мысал бола алады деп ойлаймын. Екіншіден, мен мыңдаған адамдардың өз еріктерімен қайырымдылық үшін жұмыс істеп жүргендерін көріп жүрмін, жиі байқаймын. Олар өзгеге көмектесу үшін өз уақыттарын аямайды. Олар жергілікті ауруханаға, қарт адамдарға көмектеседі. Ізгілікті істер үшін ақша жинайды. Осындай істеріне қарап мен өз қоғамымның жақсы болашағы бар екеніне көзім жетеді. Мен де өз қоғамыма өз үлесімді қосқым келеді. Өз өмірімде маған көптеген адамдар көмектесті, мен де жақсылыққа жақсылық жасау үшін бір нәрсе істегім келеді.

*Сильвия Хусейн
Бизнес мектебінің студенті*

7а. Конкурс жазбасының ұйымдастырылуын тағы бір қараңыз. Төрт тармаққа бөліңіз.

7в. Осы параграфтардың тақырыбы не?

2 – параграф

- а) үлкен қалалар
- б) адамдар араласып, құраласып өмір сүреді, жұмыс істейді
- в) көп ұлтты, көп мәдениетті қоғам

3 – параграф

- а) жергілікті мектеп пен аурухана
- б) қартаң адамдар
- в) ақысыз еңбек
- г) қарттар

8. Сөйлемдердің құрылымы. Сіздер мына сөйлемдерді бір сөйлемге біріктіре аласыздар.

Олар өздерінің жергілікті ауруханаларына көмектесті. Олар қарттарға қамқорлық жасады. Олар ізгілікті істерге ақша жинады.

Берілген сөйлемдерді бір сөйлемге айналдырыңыз.

1. Жұлдызай университетте бизнес мектебінде оқиды. Ол ата – анасымен бірге тұрады. Апта соңында ата – анасына көмектеседі.

2. Оның сіңілісі мектепте оқиды. Ол спортты жақсы көреді. Жаттығуларға жиі барады.

9. Силвияның мақаласынан сондай-ақ, сонымен қатар, осылайша, яғни, алайда, себебі, сондықтан, сонымен сияқты байланыстырушы сөздердің қолданысын оқыңыздар. Оны төменде берілген сөлемді толықтыруға пайдаланыңыздар.

Конкурсқа қатысқандар саны өте көп болды, оларды оқып шығу үшін уақыт та көбірек керек болды. , эксперттер үшін де жастардың тақырыптарды кең тұрғыда жаза алуы (мысалы, ВВС, ұлттық денсаулық сақтау жүйесі, танымал әндер) қызықтырды. Жазу стандарты да өте жоғары болды, жеңімпаздарды таңдау қиын болды. ұзақ талқылаудан кейін эксперттер жоғарыдағы 20 жұмысқа келісті.

Эксперттерге Сильвия Хусейннің мақаласы ұнады, көзқарасы, өзгелерге деген сезімі өзгешелеу жазылған еді. олар Силвияның мақаласындағы тармақтардың ұйымдастырылуына разы еместігін де білдірді.

10а. «Бүгіндері өз қоғамыңыздағы нені мақтан ете аласыз?» деген сұраққа сіз де өз жауабыңызды жазыңыз.

6. Тапсырмадағы модельді және төменде берілген пайдалы фразаларды қолданыңыз.

Менің қоғамымдағы мына мәселелерді мақтаныш етемін:

Біріншісі

Екіншісі

10б. Өз жұмысыңыздағы қателерді тексеріңіз (мысалы, грамматикалық, орфографиялық қателер. Әріптесіңіздің де қатесін тексеріңіз).

10в. Осы тақырыпқа - «Өз қоғамыңызда нені мақтаныш етесіз?» Сіздер де эссе жазып көріңіз.

ЕКІНШІ САБАҚ

Қайырымдылық

2.1 ҚАЙЫРЫЛЫМДЫЛЫҚ ЖҰЛДЫЗДАРЫ

Осы сабақта

- Грамматика: тілдегі байланыстырушы, дәнекерлеуші құралдар
- Дәнекерлеуші тілдік құралдардың мағыналық топтары
- Жазу біліктілігі мен дағдысы

«Өз істегенің өзіңе оралады»



Әлемге өзіңдегі бар жақсыны бер



СӨЙЛЕСІМ

Қайырымдылықты қалай түсінесіз?

Мына мәселелерді әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

- Қайырымдылық туралы қандай фильм, әңгімелерді білесіз?
- Өзіңіз қайырымдылық жасап көрдіңіз бе?



ОҚЫЛЫМ

2. Қайырымдылық туралы әңгімелерді оқыңыз. Осындағы ойлар шынайы ма, жалған ба?

Жиырманшы ғасырдың басында бір шотландиялық фермер үйіне келе жатып, батпақты жердің қасынан өтеді. Кенеттен ол көмекке шақырған шырылдаған бала дауысты

естиді. Фермер көмекке жүгіреді. Ұйықты батпақта лай суға шашалып, ұйыққа батып кетердей жанталасып жатқан баланы көреді. Бала батпақтан шығуға қанша әрекеттенсе де, түпсіз лай оны жұтып қоятындай. Бала қорыққанынан аласұрып, айғайлап жатты. Фермер жылдам жағадан жуандау бұтақ кесіп алды да, сақтықпен балаға жақындап, құтқарушы бұтақты созды. Сонымен бала қауіпсіз жерге жетті. Ол қорыққанынан әлі дірдек қағып тұр еді. Ұзаққа дейін көз жасын тоқтата алмады. Ең бастысы – ол құтқарылды.

- Жүр менің үйіме деп, фермер оны үйіне шақырды. – Саған қорқынышыңды басып, кептірініп, жылынуың керек.



- Жо - жоқ деп бала басын шайқады, – үйімде әкем күтіп отыр. Ол мүмкін уайымдап отырған шығар, мен әлі мұнда жүрмін. Өзінің құтқарушысына алғыспен көз тастап, бала жүгіре жөнелді... .

Таңертең фермер есігінің алдына текті жүйріктер желінген бай пәуеске (карета) келіп тоқтағанын көреді. Пәуескеден керемет жақсы киінген мырза шығып:

- Кеше менің ұлымды құтқарған сіз бе? – деп сұрайды.

- Иә, мен едім, - деп жауап береді фермер.

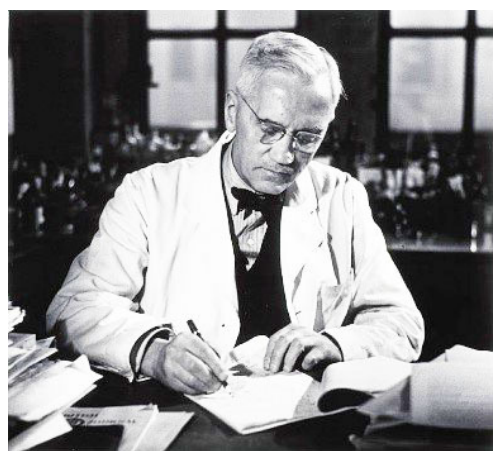
- Мен сізге қанша қарыздармын?

- Мені ренжітпеңіз, мырза. Сіз маған ештеңе де қарыз емессіз. Себебі мен кезкелген адам жасайтын тірлікті жасадым.

- Жоқ, мен мұны жай қалдыра алмаймын. Себебі менің балам мен үшін қымбаттың қымбаты. Кезкелген соманы атаңыз, – деп ол да айтқанынан қайтпай тұрып алады.

- Мен енді бұл тақырыпқа ештеңе айтпаймын. Сау болыңыз, – деп, фермер үй жайына бұрылды. Осы кезде есік алдына оның ұлы жүгіріп шыға келді.

- Мынау сіздің ұлыңыз ба? – деп сұрады бай қонақ.



- Иә, – деп баласының басынан сипап, мақтанышпен жауап берді фермер.

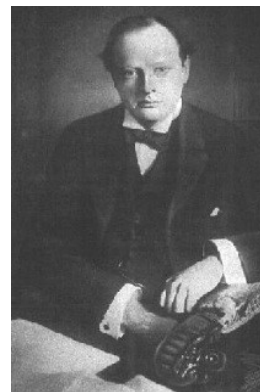
- Былай істейік. Мен сіздің ұлыңызды Лондонға өзіммен бірге ала кетейін. Оның оқуына да өзім төлейін.

Егер оның әкесі дәл осылайша риза болса, мен де, сізде бұл шешім туралы өкінбейміз. Бірнеше жыл өтті. Фермердің баласы мектепті бітірді. Содан соң, медициналық университетті бітірді. Көп ұзамай оның есімі **пенициллинді ашқан адам** ретінде әлемге белгілі болды. Оның есімі **Александр Флеминг** болатын.

Александр Флеминг бактерияны жойғышты тапты. Немесе «пенициллин» деп аталатын антибиотикті ашты.

Соғыс алдында Лондон больницасына өкпесіне қатты суық тиіп, баяғы сол бай мырзаның баласы түседі. Оның өмірін бұл жолы не құтқарды деп ойлайсыз? – Александр Флеминг ашқан **пенициллин** құтқарды.

Флемингке білім берген бай мырза Рандольф Черчилл болатын. Черчиллдің әкесі – лорд Рандольф Спенсер – Черчилль, Мальборо герцогының үшінші баласы болатын. Черчилл саясаткер, Палатаның депутаты болатын. Ал оның баласының есімі – Уинстон Черчилл еді. Кейін ол Англияның Премьер министрі болды. Уинстон Черчилл бірде айтқан екен: **«Өз істегенің өзіңе оралады»**, – деп. *(Интернеттен қысқартылып алынды)*



2.2. ЖАМАН АЙТПАЙ, ЖАҚСЫ ЖОҚ

1. Мына сұрақтарды топ болып талқылаңыздар.

1. Халықаралық көмек қай елдерден қай елдерге көбірек берілді?
2. Халықаралық көмектің (азық түлік, қаржы) қауіпті жақтары бар ма?
3. Халықаралық көмек әрқашан тиімді ме?
4. Тікелей берілген шет елдік инвестицияның тиімділігі қандай?
5. Немесе берілген көмектің басқарылуы туралы мәселелер бар ма?



ОҚЫЛЫМ

2. Мәтінді оқып, өз пікіріңізді айтыңыз.

«Алдыңдағы асыңды тауысып іш, Африкада қаншама бала аш» дегенді естіп, бірнеше ұрпақ өсті. Ал қара континенттегі жағдаят көп өзгерген жоқ. Халықаралық көмектің ең ауқымды ағыны соңғы 70 жылда 1 трлн. долларға жеткен. Осынша қаржы арқасында Африка өркендеудің орнына, аштық жағдайында? Мүмкін, себеп осы көмектің өзінде ме екен?...

Тұрғындары ашығып жатқан елдің көбісі Африкада, оңтүстік Сахараға қарай орналасқан елде. Global Hunger (GHI) Аштықтың ауқымды индексі мәліметі бойынша, әлем елдерінде жағдаят тұрақтанса, Африка елдерінде жағдай тек төмендеуде. Бүгіндері Бурунди мен Эритреиде тұрғындарына тамақ жетпейді. Бұл – әлемдегі ең жоғары көрсеткіш. Дүние жүзілік банктің экс консультанты Дамбис Мойо бұған кінәлі халықаралық көмек деп сенімді айтады. Өзінің шулы Dead Aid кітабында көп жыл бойы ақшаның ағылып келіп жатуы Африканың тізесін бүктірді деп дәлелдейді. Оңтүстік Сахарада орналасқан 47 елге 1970 – 2008 жылдары 300 млрд. доллар көмек берілді. 1970 пен 1998 жылдарында Африкаға деген ақша ағыны орасан көп болды, бірақ аймақтағы кедейлік деңгейі 11 пайыздан 66 пайызға өсті дейді Мойо ханым.

Халықаралық көмектің тиімділігі туралы айтыс көптен бері жүріп жатыр. Біреулер айтады, үшінші әлем елдерін қолдау туралы батыс саясаты, олардың экономикасын тұралатты десе, басқалары экономикасын көтерді деп те айтады. Сарапшылардың бірінші тобы Милтон Фридман, Питер Бауэр, Уильям Истерли мысал ретінде Конго Демократиялық Республикасын айтады.

1980 жылы онда адам басына Дамыту Мақсатындағы ресми Көмектен 16 доллар болатын, 2010 жылы – 54 долларға жуық болды дейді. Осы жылдары ІЖӨ (ВВП) 533 доллардан

199 ға дейін төмендеді дейді. Бұл әлемдегі ең төмен көрсеткіш. Сарапшылардың айтуынша ондағы азаматтық соғыстың, эпидемиялардың салдары да әсер етеді дегенді айтады. Ал бұл елдегі жағдай осындай болса, Сьерра - Леонның гүлденуіне не кедергі. Бұл табиғи ресурстарға бай ел, алмаз өндіруден ондыққа кіреді, боксит, темір, платина, рутил өндіреді. Алайда, тұрғындарының 70 пайызы кедейлікте. Себебі – халықаралық азық түлік жағынан қолдау дейді. Себебі жергілікті өнімдердің құны шет елдік өнімнен қымбат, ал шет елден келген азық түлік арзан. Халық соны алады. Ал күріш өсіретін, ауыл шаруашылығымен айналысатын адамдар жұмыссыз қалып жатыр, олардың өнімі өтпейді. Донор мемлекеттердің өз мақсаттары да бар.

Егерде қаржыға қатаң бақылау болмаса, жемқорлықты (коррупция) туғызады деп санайды дүние жүзілік банктің бұрынғы экономисі Джастин Лин. Transparency International 2012 индексі бойынша африкалық елдер ең соңғы орынды иеленеді: Конго – 160-шы орында, Сомали – 174-ші орында, Угандадағы жемқорлықтың жоғарылығы сонша, бастауыш мектепті қаржыландыруға жіберілген ақшаның әрбір долларының 20 центі ғана жеткен. Ал Заир республикасының президенті (Конго) өзінің басқарған жылдарында (1965 – 1997) швейцарлық банкке 5 млрд. доллар аударған, бұл мемлекеттің сыртқы қарызымен бірдей сома. Дамбис Мойоның мәліметі бойынша континенттен жыл сайын 10 млрд доллар сыртқа кетіп отырған.

Конгоның, Сомалидің мәселесі тек қана халықаралық көмектен де емес, коррупциядан да емес дейді Ховард Уайт. Қытай, Оңтүстік Корея, Ангола, Ботсвана, Экваторлық Гвинея алға шықты емес пе? Таңданбаңыз: Қытай 30 жыл бұрын ІЖӨ (ВВП) көлемі бойынша әрбір адамға шаққанда Малавиден, Бурундиден, Буркин-Фасодан қалып келген. Олар да шетелдік көмек алған, коррупцияның зардабын көрген. Ал бүгін әлемдегі екінші экономика. Құпиясы сол – ақша онда тікелей шетелдік инвестиция түрінде келді. (ПИИ) Соңғы нәтижесі экспорттың жылдам өсуіне әкелді. (Ольга Богданова (РБК Центральная Азия журналы 03 /2013) 14-18 бет.)



СӨЙЛЕСІМ

3. Топ болып, «Халықаралық көмектің пайдасы мен зияны» деген тақырыпта дебат өткізіңіз. Мына материалды пайдаланыңыз; «Это палата считает, что международная помощь вредит развивающимся странам» (ru.idebate.org (<http://ru.idebate.org>))

Мына тақырыптарды қамтыңыз:

- Құр қаржылық көмек дамушы елдердің тұрмысын түзей алмайды;
- Донордың алушы елдердің саясатына әсері;
- Экономикалық дамуға зиян;
- Дамушы елдердегі жемқорлықтың дамуына ықпал етеді.

4. Осы тақырыптар бойынша дәлелдеу дәйектері мен қарсы пікірді дайындаңыз.

ГРАММАТИКА: ТІЛДЕГІ БАЙЛАНЫС ҚҰРАЛДАРЫ

Назар аударыңыз!

Ойды бірізділікпен жеткізу амалдарын, ойдың реттілігін білдіретін, байланыстылығын білдіретін дәнекерлеуші тілдік құралдарды былайша топтастыруға болады:

Ақпарат бөліктері арасындағы себеп - салдарлық, шарт мәнді қатынастар	және, сондықтан, нәтижесінде, осымен байланысты, осындай жағдайда, осының ізінше т.б. ;
Ақпарат бөліктерінің мезгілдік сәйкестігі	басында, алғашқыда, бәрінен бұрын, енді, бірінші кезекте, алдын ала, қазір, бір мезгілде, тағы да, тағы, қайтадан, содан соң, кейінірек, әрі қарай, жоғарыда, төменде т.б. ;
Ақпарат бөліктерін салыстыру және қарама қарсы қою	бір жағынан, басқа жағынан, керісінше, бірақ, әйтседе, алайда, егер..., дәл солай, осы жолмен;
Берілген ақпаратты толықтыру, нақтылау	бұл ретте, қоса алғанда, қоса қарағанда, т.б. ;
Түсіндіру, көрнекілеу	мысалы, тек қана, тек, тіпті, әсіресе, басқа сөзбен айтқанда, басқаша айтқанда, нақтырақ айтқанда т.б.;
Санамалау тәртібі	біріншіден, екіншіден, үшіншіден, содан соң, әрі қарай т.б. ;
Қорытындылау, түйіндеу, алдыңғы ақпаратты қорытындылау	осылайша, сонымен, қысқасы, қысқаша айтқанда, жалпы, осыдан шығатын қорытынды т.б. ;
Алдыңғы, кейінгі ақпаратқа сілтеме	жоғарыда айтылғандай, айтпақшы, ... көрсетілген, қарастырылған, талданып отырған..., зерттеліп отырған..., жоғарыда келтірілген, ... сипатталған, аталған, берілген, осыған сәйкес, осыған ұқсас, осыдан айырмашылығы т.б.

2.3. ҚАЙЫРЫМДЫЛЫҚТЫҢ КІШКЕНТАЙ ҚАРЛЫҒАШТАРЫ

1. Мына фильмді («Өзгеге төле») интернеттен көріңіз. Жасөспірім баланың идеясына сіз қалай қарайсыз? Өз пікіріңізді жоғарыда берілген тілдік байланыс құралдарын пайдалана отырып, айтыңыз.

«Он жыл бұрын әлемді қалай өзгертуге болады дегенді ойлаған Тревор есімді бала туралы «Өзгеге төле» («Заплати другому») фильмін көрген едім. Оның идеясы таныс болсын, таныс болмасын үш адамға көмектесу болатын, ал сол үш адамның әрқайсысы тағы үш адамға көмектесе, яғни « жақсылықты әрі қарай жалғастырса, жақсылық геометриялық прогрессиямен өседі деп ойлаған еді. Фильм соңында бала қайтыс болады. Бірақ оның идеясы экраннан шығып, өмір сүре бастайды». <http://liwli.ru/world/peredayte-dobro-dalshe/>



СӨЙЛЕСІМ

2. Төменде берілген кішкене қыз Рейчельдің қайырымдылығы туралы оқыңыз. Өзіміз қайырымдылық жасай алдық па? Қайырымдылық дегенді сіз қалай түсінесіз, топта талқылаңыздар.

ҚАЙЫРЫМДЫЛЫҚ ЖҰЛДЫЗЫ



Қайырымды да мейірімді кішкене қыз Рейчель АҚШ-тың Сиэтл қаласында 2002 жылдың 12 маусымында дүниеге келген.

Рэйчел шашын екі рет өсіріп, оны қатерлі ісікпен ауратын балаларға парик жасату үшін қиған.

Бірде Сиэтл қаласына Қайырымдылық ұйымы «Charity water»-дің жетекшісі Скотт Харрисон келеді. Рейчель қатысқан лекциясында ол кедей елдердегі адамдарға ауыз су жетіспеушілігінің зардаптары туралы әңгімелейді. Шалшықты, батпақты жерлерден су ішіп ауырған адамдар туралы кадрлар оған қатты әсер етеді.

Ол ата-анасына туған күніне ешкімді шақырмауын өтінеді. Достарынан «Charity water» қорындағы өзінің парақшасына сыйлықтарын ақшалай аударуды өтінеді. Кір және таза-ланбаған судан күніне 4,5 мың ересек адамдар мен балалар қайтыс болатынын білгеннен кейін Рэйчел ата-анасы мен достарынан өз туған күнінде сыйлық ретінде ақшалай сыйлық сұраған. Ол онда ауыз су зардабын шеккен Африкалық тұрғындарға құдық құрылысы үшін қаржы жинайды. Ол барлығы 220\$ жинайды.

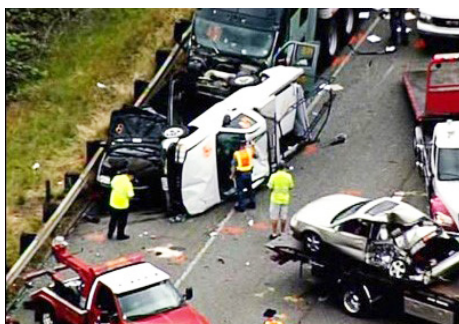
Қыздың мақсаты 300 доллар жинап, қордың есебі бойынша 15 адамға көмектесу еді. Бұрында да Рейчель қайырымдылықпен айналысқан болатын. Шашын екі рет өсіріп, екі рет қиып, онкологиялық аурудан шашы түсіп қалған балаларға парик үшін жіберген.

Қайырымдылық парақшасын ашқан соң, бір жарым айдан кейін қайғылы жағдай болды. Сиэтл шоссесінде 13 автомобиль қақтығысып, осы жол апатынан қайтыс болған жалғыз Рейчель болады.

Лекциясы Рейчельге қатты әсер қалдырған Скотт Харис мына қайғылы оқиғаны естіп, Интернетте оның парақшасын қайта ашты. Ол өзіне бірнеше сұрақтармен келіп, кезекте тұрған Сиэтлдегі қызбен кездесе алмады. Енді ол парақшаны күнде бақылап отырды. Рейчельдің соңғы тілегі бойынша күтпенеген нәрсе болды. Ақша өзендей ақты.

Жансақтау бөлімінде жанына шипа болатын аппаратқа қосылған Рейчель есін жинай алмады. Оны қолдау амалын іздестірген туыстары, достары, отбасының достары, таныстары «Charity water» қайырымдылық қорының сайтында ашылған Рейчельдің парақшасына ақша аудара бастады. Ақша көлемі қоғамның назарын өзіне аудара отырып, жылдам өсті. Рейчельдің осы қадамы және оның қайғылы тағдыры американдық қоғам арасында үлкен резонанс туғызды. 2011 жылы қазан айында жинау акциясы аяқталғанда, оған әлемнің барлық түкпірінен ондаған мың адамның қатысқаны анықталып, 1 183 783 доллар қаржы түсті. Жиналған қаржыға Африканың көптеген ауылдарында ауыз су құдығын салдырып, 60 000 жуық адамды құтқаруға болады.

Кішкентай қыздың өлімі адамзатты, шындығында, маңызды мәселеге назар аудартты.



0% 20% 40% 60% 80% 100%

\$300 CAMPAIGN GOAL	\$1,183,783 RAISED SO FAR	59,189 PEOPLE SERVED	30,200 DONATIONS	43 DAYS LEFT
-------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------

DONATE FOR MY 9TH BIRTHDAY

GIVE \$9 **GIVE \$90** **ANOTHER AMOUNT**

100% of your donation directly funds clean water projects in developing nations.

I want a page like this >

Like 26K >

Share on Twitter >

2011, 20 Шілде Charity: Water – 2006, Scott Harrison (<http://www.rachel-beckwith.org/ru/>)



ЖАЗЫЛЫМ

3. Әлемдегі қайырымдылық жұлдыздарының бірі туралы жазыңыз.

2.4. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

ОҚУДАҒЫ - БІЛІКТІЛІКТІ ДАМУ: УАҚЫТТЫ БАСҚАРУ

1. Уақытқа байланысты сөйлемдерге қараңыз. Адамдардың уақытқа байланысты мәселелері бар ма?

1. Уақыт аққан сумен бірдей. 2. Уақытты тоқтата алмайсың.

3. Уақыт өз қолымда. 4. Уақыт менің жағымда. 5. Уақыт алтыннан да қымбат.

3. Қай сөйлемді сипаттай аласыз? Уақыт туралы сіздің көзқарасыңыз қандай?

4. Өз уақытыңызды қалай пайдаланасыз? Төменде берілген уақытты пайдалану кестесіне қараңыз. Қайсысына күніне қанша уақыт жұмсайсыз? Бірнеше күн бойы есептеп көріңіз. Қазақ тіліне көбірек уақыт жұмсау үшін қайсысын өзгерте аласыз?

а) Топпен жұмыс. Үш немесе төрт студент. Кейбір студенттердің өз уақыттарын басқаруына қараңыз. Сіз қандай кеңес берер едіңіз?

1. Мен кездесулерге үнемі кешігемін.

2. Мен жазып алғандарымды іздеуге көп уақыт жұмсаймын. Ешқашан ештеңе таба алмаймын.

3. Мен ұзақ уақыт оқимын. Бірақ оқып отырғанымды сезбеймін. Ештеңе оқымаған сияқтымын. Материалдарды оқыдым, бірақ бір түйірі де есімде жоқ.

4. Сол күні орындауға тиісті жұмысты орындап үлгере алмаймын.

2а. Жоғарыда айтылған мәселелерді бірнеше студент пен оқытушының талқылауын тыңдаңыз. Сіздің ойларыңызға сәйкес тұстары бар ма?



ТЫҢДАЛЫМ МӘТІНІ:

Оқытушы және студенттер

О: Сіздердің кейбіріңіз үнемі кездесулерге кейде сабаққа да кешігіп жүреміз дедіңіздер. Уақытты дұрыс үнемдемейсіздер деп ойлаймын. Осы туралы әңгімелесейік.

1 - студент: күнделіктің болғаны дұрыс деп ойлаймын, онда кездесу уақыттарын да, сабақ кестесін де жазып қойғаның жақсы.

2 - студент: Бұл дұрыс, бірақ тек қана күнделігіңнің болуы жеткілікті емес. Оған үнемі таңертең, кешке қарап қоюың керек.

0: Шынымен де. Сіздер барлық үй тапсырмаларын жоғалып, түсіп қалатын қағазға емес, күнделіктеріңізге жазып отыруларыңыз керек. Келесі мәселе: Мен жазбаларымды ұзақ уақыт іздеймін, іздегенімді таба алмайтын сәттерім көп' дегендеріңіз бар.

1 - студент: Өткен жылы мен дәл осылай қажетті жазбаларымды таба алмай жүретінмін. Бәрінен дұрысы - өзіңнің файлдарыңды жылдам таба алтындай түрлі түсті код пен этикеткаларды пайдаланып, ұқыпты ұйымдастырып қоюың керек. Бұл тиімдірек.

0: Иә, файлдарды жүйелеп қойған жақсырақ. Тағы бір мәселеге назар аударайық. Мен оқуға көп уақытымды бөлемін, бірақ басымда ештеңе қалмайды, бір материалды қайта - қайта оқып отырғаным". Сіздер қалай оқисыздар?

3 - студент: Ұзақ уақыт оқып отыра беруге болмайды деп ойлаймын, үзілістің болғаны да жақсы. Үзіліссіз оқу – шаршатады.

0: Үзіліс, демалыс керек, Өзіңізге ұқыпты қараңыз. Мысалы эссені аяқтап болсаңыз, сыртқа шығыңыз, фильм көріңіз. Бұл жақсы жұмыс істеуіңізге көмектеседі. Кейде телефон шырылы да ойыңызды бөле береді, оны бір мезгіл өшіріп тастаған да жақсы. Кейбіреулер таңертең оқығанды, кейбіреулер кешке, түнде оқығанды жақсы көреді. Әркім әрқалай оқиды. Өзіңе ыңғайлы уақытты таңдаған дұрыс.

4 - студент: Істейтін жұмыстар көп. Қайсысын бірінші істейміз, соған басымдық берейік. Тізімдегінің кейбірін, аса маңызды еместерін сызып тастайық. Сонда уақытымызды дұрыс жұмсаймыз.

26. Мына кеңестер 2а жаттығудағы мәселелермен сәйкесе ме?

- а) қай кезде жақсы оқисыз, анықтап алыңыз.
- б) шешім қабылдай алу – маңызды.
- в) күнделік жүргізу – және оны бақылау!
- г) үнемі үзіліс жасау
- е) істеуге тиіс жұмыстардың тізімін жасау
- е) файлдарды ұйымдастыру
- г) өзіңізді жақсы көріңіз.

36. Тыңдалымға берілген мәтіннен жоғарыда а – г-де кеңес берілген бөлімдерін белгілеңіз. Өзіңізге пайдалырақ қандай кеңестерді атар едіңіз?

4. Сіздің тізіміңізде қандай мәселелер өзекті? Оларды басымдылығына қарай орналастырыңыз (яғни ең маңыздысы бірінші). Содан кейін оны әріптесіңізге көрсетіңіз. Ол сіздің жазғаныңызбен келісер ме екен?

5. Белгілі бір тапсырманы орындау үшін уақытты дұрыс бөлу маңызды. Елестетіңіз, сіздің сабақта 150 сөзден тұратын эссе жазуыңыз үшін 45 минутыңыз бар.

1. Жұмысыңызды тексеру үшін;
2. Ойлану және идеяларды белгілеу; жоспарлау және ұйымдастыруға;
3. Жазуға уақытыңызды қалай бөлер едіңіз? Эссенің әрбір бөлігіне қанша уақыт жұмсар едіңіз.

Өзіңіздің ойларыңызды үш немесе төрт студентпен салыстырыңыз.

2.5 ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

Салыстыру эссесі

6. Мына сұрақтарды әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

1. Сіздің елде вулкан бар ма? Олар белгілі ме, танымал ма?
2. Вулканды көріп пе едіңіз? Көрмесеңіз, вулканға барғыңыз келе ме?
3. Вулкандар туралы әңгімелеу үшін арнайы сөздерді пайдаланамыз. Осы сөздердің мағынасын білесіз бе?

Белсенді

пассив

әрекетсіз

атқылау

конус

7. Эссені оқыңыз, өзіңіз де еліңіздегі, ауылыңыздағы екі объектіні салыстырыңыз.

1. Вулканның жақсы, жаман жақтарын талқылаңыз.
2. Екі вулканды салыстырыңыз, салғастырыңыз.
3. Вулканға қатысты сұрақтарды қарастырайық, осы мәселелер бойынша адамдар не істей алады?

Жанартаулар табиғи әлемнің ең әсерлі өзгешеліктерінің бірі болып табылады. Әрқайсымыз да вулкандар туралы естиміз, оқимыз, бірақ олардың бәрі бірдей ме? Осы эссе әр елдегі екі белгілі жанартауды қарастырады.

Әлемдегі ең ірі белсенді және көлемі жағынан да үлкен жанартау Мауна-Лоа Американың Гавай штатында, Тынық мұхитта. Соңғы атқылау 1984 жылы болды. Оның қырлары жұмсақ, *вулканның бұл пішіні басқа түрлеріне қарағанда қауіпсіздеу*. Көлеміне қарай Гавай тілінде Мауна Лоа « ұзын тау» дегенді білдіреді.

Жапониядағы Фудзи тауының Маунадан айырмашылығы - Фудзи тауы сөнген вулкан болып саналады. Соңғы рет 1707 атылған. Фудзи тауы өзінің өзгеше пішінімен, конусты тік қырларымен әлемге белгілі.

Қорытындылай келгенде, Мауна Лоа Фудзи тауына қарағанда *биігірек*, бірақ Фудзи тауының қырлары тіктеу. Мауна Лоа *белсенді вулкан*, ал Фудзи *тыныштық жағдайында*. *Лао жанартауы соңғы рет 1984жылы атқылаған*, ал Фудзи тауының соңғы атқылауы 1707 жылы болған. Түйіндей келгенде, екі жанартаудың ұқсастығынан гөрі айырмашылығы көп. Бірақ екеуі де бізге әсер қалдырады.

7а. Жақсы ұйымдастыру - эссе үшін маңызды. Эссе негізгі үш бөліктен тұрады.

1. Кіріспе

2. Негізгі бөлігі

3. Резюме және қорытынды

9а. Мына сөйлемдерге назар аударыңыз. Сөйлем мазмұны бірдей.

1. Ніл өзенінің ұзындығы 6,670 км, оны Темза өзенімен **салыстыратын болсақ**, Темза өзенінің ұзындығы *небары* 335 км.
2. Ніл өзенінің ұзындығы 6, 670 км , **ал** Темза өзенінің ұзындығы *бар болғаны* 335 км.

3. Ніл өзенінің ұзындығы 6, 670 км **болса**, Темза өзенінің ұзындығы 335 км.

Осы сөйлемдер арасында қандай айырмашылық бар?

96. Берілген ақпаратпен үш сөйлем жазыңыз. Айырмашылығы, ал, болса сөздерін пайдаланыңыз.

1. Эверест биіктігі: 8,84м.

Бен-Невис: 1343 м.

2. Тынық мұхитының ең терең жері:11022 м.

Солтүстік теңізі: 310м.

10. Салыстырып және салғастырып, эссе жазыңыз:

Еліңіздегі өзіңіз жақсы білетін екі көл, өзен,таудың табиғи ерекшеліктері туралы; екі әр түрлі жануар туралы; екі арал туралы; халықаралық көмектің пайдасы мен зияны туралы; екі елдің экономикасы туралы т.б.

ҮШІНШІ САБАҚ

Жарнама

2.1. ЖАҚСЫ ЖАРНАМА ӘСЕРІ



Осы сабақта

- Грамматика: шартты рай конструкциялары
- Салыстырудың берілуі
- Сөздік
- Жарнамаға қатысты сын есімдер
- Жарнама әдістері
- Сөз тіркестері
- Жағдаяттық тапсырмалар
- Оқу біліктілігі мен дағдылар
- Жазу біліктілігі мен дағдысы
- Ресми хаттар туралы оқимыз.



СӨЙЛЕСІМ

Жақсы жарнама әсері

1. Мына мәселелерді әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.
2. Есіңізде қалған жарнаманы айтыңыз. Оны сипаттаңыз.
3. Жарнама арқылы бір нәрсе сатып алып көрдіңіз бе? Қашан?
4. Жарнама әсері бар ма?



ОҚЫЛЫМ

2а. Жарнама туралы үш пікірді оқыңыз. Осындағы ойлар шынайы ма, жалған ба?

1. Михаэль Гамильтон (*жарнама жетекшісі АҚШ*) жарнама назар аудартатындай болуы керек, сенімді болуы керек дейді.

2. Оның пайымдауынша жарнаманың әсері болуы керек, жарнама адамдар өнімді алатындай әсерлі болуы керек.

3. Миранда Хойлз (*АҚШ жарнама агенттігінің жетекшісі*) адамдарға күнделікті өмірге қатысты жарнаманың ұнайтынын айтады, және қазіргі жарнамалар бұрынғы жарнамалардан өзгереді екенін де айтады.

5. Кристи Петерсон (*иллюстратор*) лозунглар мен логотипке мән береді.

6. Ажиотаждың компания имджінен де маңыздырақ екенін айтады. Деректер мына сайттан алынды: (<https://studopedia.org/6-127300.html>)

2в. Осы пайымдар шын ба жалған ба? Өз пікіріңізді қосыңыз.

Ең алдымен жарнама назар аудартатындай болуы керек. Көзге бірден түсетіндей сөз, әзіл, таңқалдырар бір нәрсе болғаны жөн. Жарнамада біз AIDA формуласын айтамыз. Жарнаманың осы моделін 1896 жылы американдық Э. Левис ұсынған. Жарнаманың әр түрі үшін жұмыс істейтін оның моделі тұтынушы реакциясының төрт кезеңінен тұрады: назар аудару (*attention*), қызығушылық (*interest*), тілек (*desire*), әрекет (*action*). (*Интернеттен*).

AIDA жарнамалық әсерінің моделі



Бұл күндері жарнамалық ақпарат ағыны орасан зор. AIDA формуласы әлдеқайда өзектірек.

AIDA: Табысқа барар қадамдар.

Бірінші қадам: назарын жаулап алу

- ашық түстер
- тартымды адамдар

- қызықты және өзгеше суреттер
- әзілдер
- риторикалық сұрақтар
- оқуға шақыратындай сұрақтар
- қызмет, тауарлардың артықшылықтарын айту арқылы назарын аударта аласыз.

Екінші қадам: қызығушылығын ояту.

Ерекше саудалық ұсынысыңызды – тұтынушы нақ сіздің тауарды таңдауы тиіс:

- көрсете алуыңыз керек;
- бірінші сатып алушыға жеңілдік жасайсыз;
- сатылымның шектеулі мерзімін хабарлауыңыз керек.

Үшінші қадам: қалауын жандандыру. Тұтынушының қалауын қалыптастыру – кез келген жарнамалық компанияның негізгі жұмысы. Қалауын, тілегін тұтынуға айналдырыңыз. Қалауын қалыптастыру үшін тұтынушының психологиясын жақсырақ білетін жарнамалық дизайнерлер жұмысқа адам табиғатына жақын сөздерді пайдаланады: “Лореаль” - ді ұсынғандағы жарнамалық сөздер: «Мен жасырақ көрінемін» деген сияқты сөйлемдердің адамға әсері көбірек. Бонус ұсыныңыз, қосымша тегін қызмет ұсыныңыз. Басқа клиенттердің пікірін ұсыныңыз. Тест - драйв ұсыныңыз, байқап көру пакетін ұсыныңыз.

Төртінші қадам: әрекетке ояту.

Сатып алуға әрекетке тиімді шақырулар:

- Бүгін хабарласыңыз (бір нәрсені тегін алуыңыз мүмкін);
- Таусылып қалмай тұрғанда, асығыңыз;
- Неге күтесіз, бүгін - ақ бастаңыз.

Майкл Гамильтон: соңғы жылдары жарнамалар өзгерді. Жарнамалар өнім туралы тым ақпараттық сипатта емес. Бүгіндегі көптеген жарнамалар тапқырлыққа, әзілге де құрылған. Адамдар өзгешелікті, шығармашылықты қалайды.

Миранда Хойлз (*АҚШ жарнама агенттігінің жетекшісі*): адамдар әсер ететін, жаулап алатын жарнамалар туралы айтады. Мен үшін танымал логотиптер маңыздырақ. Кока - Кола туралы жарнамаларды есіңізге түсіріңіз.

26. Әріптесіңізбен бірге талқылаңыз

1. Қай пікірмен көбірек келісесіз?
2. Алкогольсіз сусынды есіңізге түсіретін пікір қандай?
3. Қай пікір жарнаманы көркемдеу идеясын ұсынады:
 - а) жылдам көлік, бірнеше көптеген әрекеттері бар
 - б) бірнеше сөзді ұтымды, ақылды қолдана алған жарнама
 - в) тамаша аралдағы жарнама

СӨЗДІК: жарнамаға қатысты сын есімдер

3. 2а жаттығуында берілген мәтіндерден төменде берілген сөздер мен сөз тіркесіне сәйкес сын есімдерді табыңыз.

1. Назар аударту, себебі ол өте оңай есте сақталады
2. Өте белгілі
3. Өте жаман

4. Тартымды, еске сақтау оңай
5. Жақсы жұмыс істейді, нәтижесі бар
6. Сендіреді
7. Қызық емес немесе өзіне тарта алады
8. Шығармашыл, мүлдем жаңа, әр түрлі идея қолданады
9. Өзгеше

4. Жарнамаға қатысты сөздерді сәйкестендіреміз.

Спонсорлық

жарнама

әрекет жасау

адасу

лозунг

қолдау

логотип

1. Теледидар немесе радио арқылы берілген жарнама
2. Қаржылық қолдау
3. Есте оңай қалатындай қысқа сөйлем
4. Қолдайтыныңызды көпшілік алдында айту
5. Жалған ұсыныс немесе жалған әсер қалдыру
6. Компания өзінің барлық өнімдеріне салатын арнайы дизайн / символ немесе жарнама
7. Өнімді сатуға тырысу мысалы, арнайы жарнама арқылы

5а. Дұрыс жауапты таңдаңыз

А: Ойланыңыздаршы, мына өнімді қалай жылжытамыз / қолдаймыз?

Б: Оны қолдау үшін Дэвид Бекхем сияқты танымалдарды пайдалана аламыз.

А: Бұл тым қымбатқа түседі. Телевизияның да жарнамалық / демеушілік бағдарламасы да қымбатқа түседі. Теледидардан берілетін логотип те / жарнама да қымбат. Мен бір көзге түсер / әсер ететін жарнамаларды көрдім. Романтикалық / экзотикалық орындарда түсірілген. Мен бірақ оларды тиімді / тапқыр жасалынған жарнамалар деп ойламаймын. Себебі олардың жарнамалаған өнімдерін адамдар есіне түсіре алмады.

Б: Келісемін. Мен бірақ көңілсіз / жалықтыратын болмаса екен деймін. Жарнаманы радиоға берсек ше? Бюджет зуылдап кете ме?

А: Иә бұған жеткіземіз деп ойлаймын.

Б: Сіздер тапқыр / көзге бірден түсетіндей жарнамаларды қалайсыздар ғой.

А: Жаңаша / өзгеше болса деймін. Ең бастысы сенімді / адастыратын емес болуы керек.



Тыңдаңыз да, жауабын тексеріңіз.

1 (тыңдалым)

А: Мына өнімді қалай жылжытамыз, ой тастаңыздаршы!

Б: Осы өнімді қолдау үшін Дэвид Бекхем сияқты атақтыларды пайдаланайық.

А: Бұл тым қымбатқа түседі деп ойлаймын. Телевизиялық демеушілік, жарнамалық бағдарламасы да қымбат. Мен бір романтикалық, экзотикалық орындарда түсірілген, көзге бірден түсетін телевизиялық кадрларды көрдім. Бірақ олар соншалықты тиімді деп ойламаймын. Олардың жарнамалаған өнімдерін адамдар есіне түсіре алмайды.

Б: Келісемін, келісемін, бірақ тым қарабайыр тартымсыз жарнама бергіміз келмейді. Жарнаманы радио арқылы берсек ше, бюджет зуылдап кетпей ме?

А: Бұған жеткізуге болады.

Б: Тапқырлықпен, көзге түсетіндей болғанын қалайсыз ба?

А: Мүмкін. Мен жаңарақ, өзгешелеу болса деймін. Ең бастысы сенімді болуы керек. Жарнама әсері адамдардың өнімді сатып алатындай болғаны жөн.

6а. 2-тыңдалым. Әр түрлі жарнама туралы үш адамның әңгімесін тыңдаңыз. Әрқайсысында қандай өнім жарнамаланып жатыр?

1. Қандай бренд жарнамаланды?
2. Спикер жарнамаға назар аударатындай айтты ма?
3. Спикер жарнамада қандай сын есімдерді қолданды?

1. Форд автомобиліне қатысты тартымды жарнама есімде. Автомобиль қала ішімен жүрді. Жол бойы жарық автомобиль соңынан ілесіп отырғандай болды. Бұл елдің назарын аударды. Автомобиль жарнамасы бойынша ерекше болу қиын, бірақ бұл жарнама шығармашыл болды. Және оның көзге түсер ұраны да есте қалды: «Фордтың күшін сез» деген. Және Фордтың сопақ, көгілдір, танымал логотипін де көре аласыз. Бұл тиімді жарнама болуға тиісті. Сенімді жарнама болды, сондай ақ мен келесі жолы Фордты сатып алсам деп ойладым.

2. Маған юморға құрылған жарнама ұнайды. Бірақ менің ойымдағы жарнама, шындығында, шабыттандыратындай жарнама болды. Музыкасы, шындығында, сондай әсерлі табиғи болды. Бәрі осы алкогольсыз сусынды ішті, бірақ қайсысы екені есімде жоқ. Бұл негізінен ақпараттық жарнама болды, өнім туралы көп ақпарат берді. Қай бренд екені есімде жоқ.

3. Соңғы кезде теледидардан кір жуатын ұнтақ туралы зеріктіретін жарнама көрдім. Бірақ жарнама кезіндегі берілген мелодия есімде қалыпты. Тыңдағың келмейді -ау. Бұл да ақпараттық жарнама болатын, өнім туралы көп хабардар боласың. Бірақ мен де қай бренд туралы екені есімде жоқ.

6с. Қай жарнама әсерлі болды? Неге?



СӨЙЛЕСІМ

7а. Өздеріңіз қалаған өнімді, (мысалы велосипед, машина, ноутбук т.б.) жарнамалаңыз.

3.2 ЖАРНАМА АМАЛДАРЫ



ОҚЫЛЫМ

1. Әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.
2. Бүгіндері қызмет пен өнімді жарнамалау үшін кең таралған қандай амалдар бар?
3. Қағаз пайда болғанға дейін адамдар өнімді жарнамалаудың қандай амалдарын пайдаланған?

2а. Мақала мен сұрақтарды оқыңыздар, аталған жарнамалық амалдардың астын сызыңыздар.

2б. Мақаланың алғашқы үш тармақшасына қатысты сұрақтарды оқыңыздар.

1. Көне заманда қандай заттар жарнамаланған?
2. Баспаның жарнамаға қандай әсері бар?
3. 1960 жылға байланысты қай сөйлем сенімді
 - а) Жарнамалар көп ақпарат берді.
 - б) Жарнамалар өнімнің ерекшелігіне негізделген.
 - в) Жарнамада көрнекілікті көп пайдаланды.

2с. Мақаланың 4-7 тармақшасы бойынша резюме жазыңыз. Екі - үш сөйлемнен аспасын.

ЖАРНАМАЛЫҚ ӘДІСТЕР

3. Мәтіннен төменде берілген сөйлемдерге сәйкес сөзді, ойларды табыңыз.

1. Хабарландырудың бір адамнан екінші адамға ауызша жетуі
2. Бір нәрсені жарнамалау үшін үлкен хабарлама немесе сурет
3. Тастағы әдемі сурет
4. Кішкентай ақпарат пен хабарландыру
5. Бір нәрсені сатып алу үшін немесе сату үшін газетке берілген кішкентай хабарландыру
6. Пошта арқылы жіберілетін компаниядан тауар сатып алу
7. Теле бағдарламалар арқылы өнімді жарнамалау
8. Өнімді жарнамалау үшін танымал адамның қолдауын пайдалану

Жарнама бұрын және қазір

1. Көптеген жарнамалар көне дәуірде ауызша жеткен. Яғни бір нәрсе ұнаса, адамдар бір-біріне, өзгеге айтқан. Тіпті сол кездерде де қабырғаларға мысалы саяси лозунглер ілген, сатуға арналған тауарларды ұсынған. Сондай-ақ, Римде, Грецияда көне кезде қағаз орнына папирусты қолданған, осы папирусқа жарнамалар жазған. Осы жарнама, хабарландырудың іздері вулкан әсерінен құлаған Помпей үйінділері мен көмбелерінен табылған. Қабырға дәстүрі немесе бейнелеу – тауарды жарнамалаудың көне амалдары. Мысалдарды Азия, Африка, Оңтүстік Америка аймақтарынан табуға әлі де болады.

2. Баспа қызметінің XV-XVI ғасырларда пайда болуы жарнама формаларын көбейтті. Листовкалар, қағазға басылған ақпараттар, жарнамалар көпке ортақ болды. Содан кейін XVII ғасырда тауарлар мен қызметке қатысты хабарландырулар мен жарнамалар Англияның апталық газеттерінде пайда бола бастады.

3. 1960 жыл жарнама дамуының басты кезеңдерінің бірі болды. Жарнамалар шығармашыл бағытта қызықты жазыла бастады. Сондай - ақ, олар өзгеше саудалық ұсыныстарына (USP) да халықтың назарын аудартуды бастады.

4. Осы күндері жарнама берушілер өз өнімдерін ұсынудың өткізудің, қозғалысқа келтірудің жаңа амалдарын ойлап тапты. Теле бағдарламалардағы, фильмдердегі жарнамаларды айтуға болады. Фильмдерде нақты өнімді пайдаланған актерлер болады. Мысалы, Nokia - ны пайдаланып жүргенін көрсетеді немесе Rolex сағатын таққан атақты спортшыларды, кино жұлдыздарды көруге болады.

5. Жарнама берушілер үшін қымбат болса да, теледидарлық жарнама роликтері өте тиімді болып тұр. Егер ұйым жыл сайын өтетін АҚШ-тағы Супер кубок ойыны кезінде екінші рет жарнама бергісі келсе, 2,5 млн. долларға жуық төлеуі керек.

6. Ең қызықтысы, өнімді танымал адамдардың қолдауы. Баскетболист Майкл Джордан Nike өнімдерін қолдады, ойын кезінде ол Nike өнімдерін киді. Футболшы Дэвид Бекхэм күннен қоғайтын көзілдірікті тағып жүрді.

7. Өнімді танымал адамдардың қолдауы, мүмкін қымбат та болуы мүмкін. Бірақ белгілі адамдардың қолдауы, әсіресе, тұлғалардың қоғамда жағымды имиджісі болса, сатылым көлемін ұлғайтады.



ОҚЫЛЫМ

4а. Маркетинг бойынша консультант пен өнім өндіруші арасындағы әңгімені оқыңыз. Қандай өнімдер туралы әңгімелесті, өнім қандай тұтынушы топтарға жіберілді?

Консультант және өнім өндіруші

Ө: Екеуіміз де білеміз, жарнама жасау оңай емес. Raymond Jacquet Classique range диапозонын жарнамалау оңай емес. Мәселе қаржыға байланысты. Егер де біздің бюджетіміз көп болса, танымал тұлғаларды өнімді қолдауға шақырар едік. Кино өндірісі арқылы жарнама-лауға болар еді, бірақ ол өте қымбат. Оған біздің мүмкіндігіміз жоқ.

К: Жақсы. Жарнамаңызды арзандау қаржымен де жасауға болады, бұл жағын да қарастырып көрелік. Жақсы жарнама үшін ылғи тым үлкен қаржы жұмсамауға да болады. Танымалдардың қолдауы басты шешім емес ...

Ө: Ммм ... нақты не айтар едіңіз?

К: Танымал жастар да бар. Оларды пайдалансаңыз, мақсатыңызға жетесіз.

Ө: Бұл мүмкін бе?

К: Иә, мүмкін. Егер сіз қысқа жарнамалық роликтер өткізсеңіз, жастар аудиториясын жаулап алар едіңіз. Бұл кино жұлдыздарды немесе басқа бір нәрсені пайдаланғаннан әлдеқайда арзанға түсер еді.

Ө: Жақсы жарнамалық роликтер үшін біз не істеуіміз керек? Шындығында, бұл туралы ойланбаған едім.

К: Менде бар. Сіздер өз жұмысын, кәсібін өте жақсы білетін адамдармен байланыссаңыз болады. Оларды жарнамалық роликтерде пайдалануға болады. Мен танымал жұлдыздарды, танымал тұлғаларды айтып отырған жоқпын. Жас пианист, жас заңгер, немесе теннистен кәсіби деңгейдегі ойыншыларды айтамын. Олардың бәрі жас болсын, тартымды болсын.

Табысты жастарды таңдағанымыз дұрыс деп ойлаймын.

Ө: Ммм, Қызық екен. Иә, керекті адамдарды тапсам, бұл жұлдыздарды пайдаланғаннан әлдеқайда арзанырақ болар еді.

К: Иә, фильм жасау үшін жас режиссер тапсаңыз, оған соншалықты көп төлемейсіз. Сіздің жарнамаңыздың мәселесі шешілуі мүмкін.

Ө: Ммм... , Ойлануға тұрарлық. Бұны келесі кездесуге ұйымдастырайық.

4б. Маркетинг бойынша консультант пен өнім өндіруші арасындағы әңгімені қайта оқып, сөйлемдерді толықтырыңыз.

1. Егер біздің бюджетіміз көбірек ____, болса, онда біз өнімді қолдайтын танымал адамды табар едік.

2. Егер басқа мүмкіндіктерді қарастыратын ____, қаржыны үнемдер едік.

3. Егер де сіз қысқа жарнамалық роликтер сериясын ____, сіз жастар аудиториясын кеңейтесіз.

4. Иә, егер қажетті адамдарды ____, киножұлдыздарды шақырғаннан әлдеқайда арзанға түсер еді.

5. Фильмді жасайтын жас режиссеріңіз бар ____, сіз көп төлемейсіз.

Грамматика: шарт мәнді құрылым

Ауызша және жазбаша сөйлеу

7. Топпен жұмыс. Өнімдер мен қызметті жарнамалау үшін кестеде берілген бұқаралық ақпарат құралдарының қай түрін пайдаланасыз? Әрбір өнім үшін біреуін ғана пайдаланыңыз. Өз таңдауыңызды негіздеңіз.

Егер де мен қымбат сақинаны жарнамалағым келсе, мен оны Интернетке берер едім.

Жарнамалық роликтер, радио газет, журналдар, интернет, бизнес такси, телефон қоңыраулары

- қымбат сақина
- жаңа компьютерлер
- қайырымдылыққа ақша жинау
- жоғалған әмиян
- жаңа ұялы телефон
- қаржылық кеңес
- тұрмыстық заттар (мысалы, ұсталған орындықтар)

8. Осы өнімдердің / қызметтің бірін таңдап, оны қалай жарнамалауға болады, сипаттап жазыңыз.

3.3. ЖАРНАМА ЖӘНЕ БАЛАЛАР



ОҚЫЛЫМ

1. Балалар үшін қандай өнімдер жиі жарнамаланады?

2а. Мәтінді жылдам оқып шығыңыз. Төменде берілген сұрақтардың қайсысы мәтінде берілмегенін айтыңыз.

1. Балалар уақытын теледидардың алдында өткізеді
2. Жарнама берушілердің балалардың назарын аударту жолдары
3. Балалар үшін жарнама мәселесі
4. Жарнаманы әр елде қалай бақылайды
5. Әр түрлі елдерде жарнамалауға болмайтын өнімдер

2б. Мәтінді тағы оқыңыз да төменде берілген тақырыптарды табыңыз.

1. Балалардың назарын аудартуға қатысты үш амал

2. Балаларға арналған жарнамаға қатысты үш маңызды мәселе
3. Балаларға арналған жарнаманы басқару, реттеу керек деген төрт ел
4. Жарнаманы басқаруды міндеттемейтін үш ел
5. Балаларға арналған жарнаманы бақылауға үш мысал

XX ғасырдың ортасында біздің өмірді жарнамасыз елестету қиын деген сұрақпен нақты зерттеу басталды. Біз жарнаманы кез-келген жерде кездестіреміз – үйде, теледидар алдында отырғанда, радио тыңдағанда, жұмысқа не сабаққа бара жатқанда, барлық жерде. Қай жерде болмасақ та тауар немесе күтім туралы айтатын жарнамалық хабарландыруды көреміз, не естиміз. Жарнамаға қатысты зерттеулердің қорытындысы бойынша, жарнама көбіне балаларға бағытталған деген қорытындыға келді. Отбасы сатып алатын заттардың 50 пайызға жуығына балалардың әсері көбірек, сондықтан олар жарнама берушілер үшін нысана болып тұр.

Батыс Лондон университеті медиа және коммуникация кафедрасының оқытушысы Джон Тейлордың айтуынша: «Жарнама берушілер көптеген тараптар бойынша өз мақсаттарына жете алады. Мысалы, мектептегі каникул кезінде жарнаманы бірнеше рет көрсете алады. Балалардың назарын аударту үшін жарнамалық роликтерді басқа бағдарламалардан басымырақ та қоя алады. Балаларға арналған жарнамалар қысқа, шығармашыл болады, көбіне мультитүрінде. «Балалар жарнаманы басқа көңіл көтеруге арналған бағдарламалар сияқты жақсы көреді». – дейді Тейлор. Тағы да салауатты емес тағам өнімдеріне де балаларды сендіру үшін, оларды сатып алуы үшін көп қаржы жұмсайтынына алаңдаушылық бар. Көптеген компаниялар жарнамаларында мультфильм персонаждарын, пайдасыз орауыштарды, интерактивтік веб - сайттарды пайдаланады. Әсіресе, қуыршақтар, газдалған сусын, ащылы-тәттілі сағыздар, қуырылған картоп, тағы басқа түрлі - түсті тәттілердің жарнамасы көздің жауын алады.

Дегенмен, ең қымбат, әрі ең тиімді жарнама – теледидардағы жарнама екені ешкімге құпия емес. Оның себебі де түсінікті: географиялық жағынан ауқымды аудитория жинақтау және уақыт.

Балаларға арналған жарнамаларға әр елдің үкіметі әрқалай қарайды.

Мәселен Швецияда 12 жасқа дейінгі балаларға жарнама көрсетуге қатаң қарайды, тыйым салынған. Грецияда балалар ойыншығына арналған жарнамаларды таңғы 7 мен кешкі сағат 10 - да көрсетуге тыйым салынған.

Дания, Нидерланды сияқты басқа елдерде – Франция, Германия, Британияда құқықтық жағынан реттеуді ұсынады. Кейбір елдер шведтер сияқты балаларға арналған жарнаманы соншалықты зиян деп қабылдамайды. Француздар балалар көп жарнама көруге тиіс деп санайды, көбірек көру олардың ойлау қабілетін дамытуы мүмкін дейді. (<http://eco-boom.com/vliyanie-reklamy-na-detej/>)

Түркияда сәбилер жарнаманы не үшін ұнатады – деген тақырыпта бірнеше зерттеулер жүргізілген. Төмендегі таблицадан берілген зерттеу нәтижесіне назар аударайық:
Бала оған әсер еткен жарнамаға сеніммен қарай ма, соны анықтайық.

(Ұнатқан жарнамаларымның айтқандарына сенемін)

Қыздар		Ұлдар	
Жасы	% Иә	Жасы	% Иә
7	82%	7	94%
8	71%	8	69%

9	62%	9	56%
10	43%	10	51%
11	40%	11	43%
12	27%	12	25%

7 жасқа дейін бір нәрсені ұнатқандықтан, оған сенім артады. Жас өскен сайын ұнатқан затқа жарнама бойынша кестеде көрсетілгендей сенім пайызы аздау.

2с. Берілген мәтінді оқып, топ болып талқылаңыздар.

ЖАРНАМАНЫҢ ЖАСТАРДЫҢ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ ӘРЕКЕТІНЕ ӘСЕРІ

Елімізде нарықтық қатынастардың қалыптасу кезеңінде тауар өндірушілер мен қызмет көрсетушілер үшін ең тартымды тұтынушы топ жастар болып отыр. Бұл осы санаттағылар үшін қызмет көрсету мен тауар өндірісінің кеңеюіне және оған сай жарнамалық әсердің күшеюіне себепші болды. Осыған байланысты тұтынушы әрекетін терең зерттеумен айналасатын ғалымдар үшін жарнаманың жас тұтынушыларға әсер ету мүмкіндігі мен деңгейі туралы сұрақтар ерекше мәнге ие бола бастады. Ұзақ жылдар бойы біртұтас ұрпақтың қалыптасуында бұқаралық ақпарат құралдарының әсері күшті болды. Қазіргі таңда да, мұндай ықпалдан ешкім тыс қала алмайды. Алайда, бұрын жарнама жас тұтынушыларға жаңа құбылыс болып, оның ықпалынан қорғануға дәрменсіз болса, қазір олардың жарнамалық ақпаратты қабылдауында бірқатар өзгерістер байқала бастаған. Қазір жас тұтынушылар бұрынғыдан сауаттырақ және тәжірибелі бола бастады, сондықтан олар жарнаманы сыни тұрғыда және тиімді болса ғана қабылдайды. 2007 жылы авторлардың Пенза қаласының мемлекеттік және коммерциялық жоғарғы оқу орындарының студенттеріне жүргізген зерттеу жұмыстарының нәтижесінде (сауалнама үлестік таңдау бойынша жүрді, N=357) жастардың жарнамаға деген көзқарасы айтарлықтай қарама-қайшы. Бір жағынан, жастар жарнаманы нарықтық қоғамның заңды құбылысы ретінде көреді: респонденттер бірауыздан (90,7%) жарнаманы қазіргі заманғы фирмалар мен компаниялардың күнкөріс құралы деп атады. Респонденттердің 48% бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарнамаларға селқос екенін айтса, 29,3% оң көзбен қарайтынын білдірген. Екінші жағынан, жауап берушілердің үштен бірі (41,3%) оны психика мен денсаулыққа зиян деп білсе, 20%-ы жарнамаға теріс көзқараста екендерін білдірген. Соңғы бірнеше жылда жарнама жасау саласында білікті кәсіби мамандардың пайда болғанына қарамастан, көптеген сарапшылар әлі күнге дейін жарнама материалдарының сапасы төмендігін алға тартады. Жастар бұл мәселеде мамандармен келісетінін білдірген. Сауалнамаға жауап бергендердің жартысынан көбі (64,3%) көптеген жарнама роликтерінің трансляциясы теріс әсер туғызатынын растайды. Респонденттердің жартысына жуығы (44,7%) телебағдарлама қарап отырып, жарнама басталғанда басқа арнаға ауыстырса, 52,3% бұны айтарлықтай жиі істейді екен. Тек 3% ғана ұсынылып отырған тауар мен қызмет жайлы жарнаманы қызығушылықпен қарайтын көрінеді. Сонымен, осы заманғы жастардың жарнамаға деген көзқарасы туралы айтсақ, мынандай қорытындыға келеміз: Жастар нарықтық экономиканың қажетті атрибуты ретінде жарнаманың маңыздылығын мойындайды, оның БАҚ-та көрсетілуіне наразылық білдірмейді, бірақ қазіргі заманғы жарнамалардың сапасының төмен екенін де атап кетеді. Жас тұтынушылар көбінесе өздерінің тұтынушылық таңдауына жарнаманың әсері барын мойындамайды. Олардың ойынша, тұтынушылық қажеттілік оларда жарнаманы көрмей тұрып пайда болған. Сауалнамаға жауап берген жастардың басым көпшілігі (77,3%) өз тұтыну таңдауына жарнаманың ықпал ету мүмкіндігін бағалай отырып, сауда жасар кезін-

де тек алдыңғы тәжірибеге негізделген өз пікіріне сүйенетінін айтады (1-сурет). Бұл нәтижені қарама - қайшылық деп санауға болады, себебі зерттеулер нәтижесі бойынша жастар сенімді тауардан гөрі жаңа топтаманы дұрысырақ көретіні анықталды. Сонымен қатар, жас адамдарда салыстырмалы түрде аздап тұтынушылық тәжірибесі бар. Тұтынушы таңдауына әсер ететін факторлар ретінде жастар ішкі түйсік, туыстар мен достардың пікірін атап өтті. Респонденттердің тек 1,7% ғана жарнаманы сатып алу кезінде әсер ететін ықтималды фактор ретінде көрсеткен.

1-сурет. Респонденттердің тұтынушы шешіміне әсер ететін факторларды бағалауы

Дегенмен, жастар тұтынушы таңдауына жарнаманың теориялық мүмкіндігінің әсерін жоққа шығармайды. Жүргізілген зерттеулердің нәтижесі бойынша, қатысқан респонденттердің көбі (74%) осындай мүмкіншілікті мойындайды, бірақ жарнаманы шешуші фактор деп есептемейді. Жарнама әсерін күшті деп есептейтіндердің проценттік көрсеткіші (11,3%) оны мардымсыз деп есептейтіндердікімен (14,7%) шамалас. Сапалы және нәтижелі жарнаманың негізгі белгісі — оның есте қалуы. Жарнаманың жас тұтынушыға әсерін бағалау үшін, жарнамадағы мәлімет адам жадында қала ма, жоқ па, соны анықтау қажет. «Жарнамадағы кез-келген ұран Сіздің есіңізде жиі қала ма» деген сұраққа респонденттердің жартысынан көбі (68%) «ия» деген жауап берді.

Ең көп есте қалатындар қатарында опа-далап, яғни косметика өнімінің жарнамасы (39,7%), автокөлік (35,7%) және ұялы байланыс қызметі (33%) жарнамалары болып саналады. Ең аз есте қалатын туристік қызмет (5%), оқу орындарының (4,3%), журналдардың (4,7%) жарнамасы болып табылады. Әрине, жарнамалық ақпараттың адамға әсер ету деңгейі жарнаманы ойнататын БАҚ-қа байланысты. 2-суретте әр түрлі жарнамалардың тиімділігі жайлы жастар пікірі берілген.

2-сурет. Жарнамалардың тиімділігі жайлы жастар пікірі

Жастар сән саласындағы жаңа топтамалар, техника саласындағы жетістіктер және т.б. туралы мәлімет алатын ақпарат көздеріне талдау жасау қисынды болады. Жүргізілген сауалнама нәтижесінде жас тұтынушылардың жаңа топтама туралы мағлұматты дәл сол телевизиядағы жарнамадан алатынын көрсетті (3-сурет).

3-сурет. Жаңа тауарлар мен қызметтердің пайда болуы туралы ақпарат көздері

Және 3-суреттердегі нәтижелерді талдай отырып, төмендегідей қорытынды жасауға болады: жастар тележарнаманы ең нәтижелі деп есептейді, дәлірек айтқанда теледидар арқылы жастар көбінесе керек жарнамалық ақпаратты алады. Осы ақпарат негізінде олардың сән, имидж стандарттары туралы түсініктері қалыптасып, осыған сәйкес өз қажеттіліктері пайда болады. Жарнаманың қажеттілікті тудыруға әсер ете алатыны теориялық тұрғыдан да, іс жүзінде де дәлелденген. Көптеген ғалымдар жарнаманы «адамдарды алдап, тауарды сатып алуға итермелейді, құндылықтар жүйесін бұзады, көңіл-күйге керісінше әсер етеді, адамдарды көркемдік талғамнан айырады, мәдени, танымдық, дамытушы ақпараттың орнын басып, айналаның бәрін тек өзімен толтырады және т.б.» деп атап өткен [1, б. 256].

Сонымен қатар, қазіргі заманғы жарнама қоғамда айқын әлеуметтік қақтығыс тудырады. Себебі «қазір жарнамаланып жатқан өмір салты халықтың тең жартысына қолжетімсіз. Ең алдымен, халыққа таралған жарнама танымдық қайшылықтарды, теледидардан норма деп саналатын өмірге өзінің сәйкессіз және дәрменсіз сезімін тудырады» [2, б. 257].

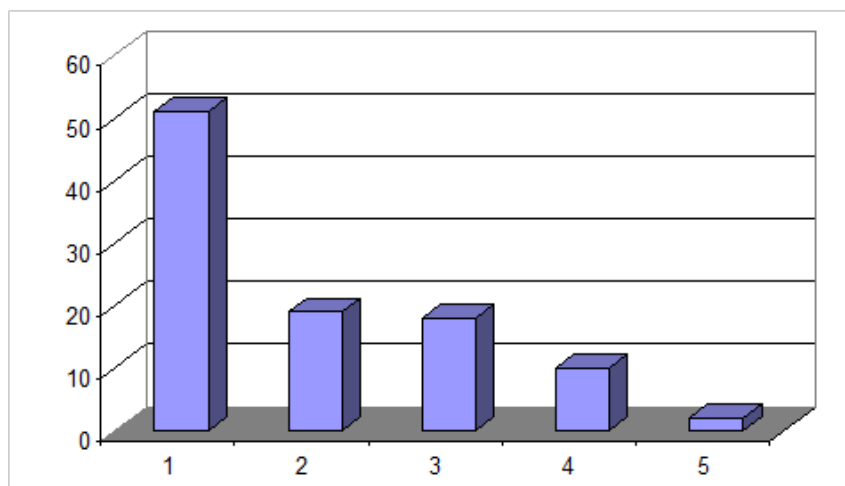
Жастар сырт-келбеті келіскен, қазіргі заманғы, табысты, қиындықсыз барлық мәселе-

лерді шешіп тастайтын кейіпкерлері бар жарнаманы көреді. Жарнамада бағалы заттар, әдемі автокөлік, қымбат киімдер, әшекейлер, үлкен үйлер, кемелер бар. Жағымды әуен, әдемі табиғат, демалыс пен көңіл көтеру де қосымша психикалық әсер етеді. Осылайша, адамның осындай әлеуметтік ортада өмір сүргісі, сол сияқты тұрмыс салтын ұстауға қажеттілігі туындайды. Жүргізілген зерттеу жұмыстары ғалымдардың көзқарастарын құптайды. Қазіргі жастардың қажеттілігі жөнінде респонденттердің ойлары төменде берілген:

- оқу және ғылым – 43,3%
- ойын сауық мекемелері (барлар, түнгі клубтар) – 53,7%
- мәдени мекемелер (театр мұражай) - 14%
- көркем әдебиет пен ғылыми әдебиеттерді оқу - 10%
- спорт және туризм - 47%
- сән және стиль – 53 %

Егер жастардың өмірдегі құндылықтарын қарастыратын болсақ, онда жағдай төменде көрсетілгендей болмақ. Сауалға жауап бергендердің көбінің бұл өмірдегі басты мақсаттары жоғары жалақы (64,4%) және рахат өмір сүру (51,3%) болып шықты. Басшылық қызмет (31,3%), өмірдегі тұрақтылық (31,3%), сүй және сүйікті болу (30%) сияқты мақсаттар да жоғары пайыз жинады. Бірен-сарандары өз мақсаттарының ішінде «маман болу» (25,6%), «жақсы бала тәрбиелеуді» (20,6%) атап өтті. Адамдар өзін-өзі жетілдіру (12,5%), өз потенциалын жұмсау (12,5%) және қоғамға өз пайдасын тигізу (5%) сияқтыларды өте сирек айтты [3, б. 47]. (Ю. Л. Афанастьева // Известия высших учебных заведений. Общественные науки. – 2008.- № 4 41 – 52 б.).

Ең жиі назар аударатын жарнама түрлері. 1-суретті қараңыз



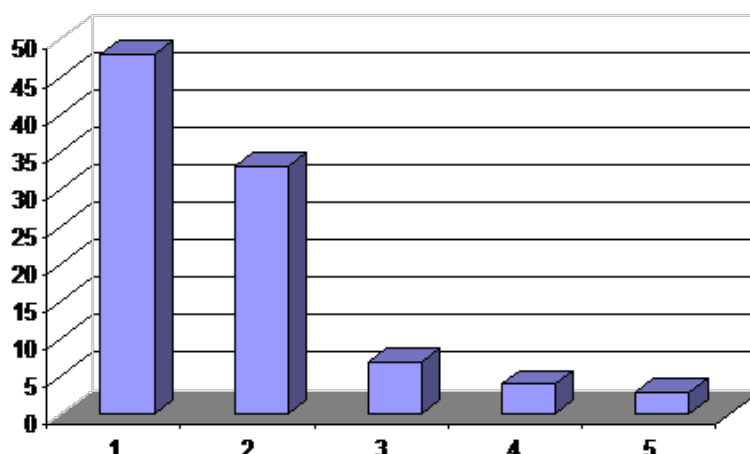
1. Тележарнама
2. Ғаламтордағы жарнама
3. Сыртқы жарнама
4. Баспа жарнамасы
5. Радиожарнама

2-сурет. Жастардың назарын аударатын жарнама түрлері, %

Телевизиялық жарнама жастардың арасында сөзсіз басымдылыққа ие, ол жастардың барлық санаттарында бірдей танымал. Сондай-ақ оларға ғаламтордағы және сыртқы жарнамадағы ақпарат қызықты болып шықты.

«Сатып алар алдында нені нұсқаулыққа аласыз?» деген сұраққа келесі жауаптар алынды.

2-суретті қараңыз.



1. Жарнаманы нұсқаулыққа алмайды
2. Достары мен туыстарының кеңестеріне құлақ асады
3. Көбінесе жарнама хабарламаларында көргендерін алады
4. Сатушылардың кеңестеріне жиі құлақ асады
5. Кейде сәнге сәйкес жиі жарнамаланатын бірақ қатты қажет емес заттарды алады.

2-сурет. Жастардың сатып аларда шешіміне әсер ететін факторлар, %.

Зерттеуге қатысушылардың жартысынына жуығы тауар мен қызмет түрлерін таңдауда жарнамалық ақпараттың әсер ету фактын мойындамайды. Сұралған жастардың үштен бірі достарының, туыстарының және кеңес беруші мамандардың кеңестерін қолданады. Тек оннан бір бөлігі ғана тауар мен қызмет түрлерін таңдауда жарнамалық ақпараттың көмегіне сүйеніп, кейде қажет емес заттарды алатынын айтты. Оқушылар ең алғыр топ болып шықты, олар жарнамадағы көргендеріне қарап, тауарды сатып алуға бейім. Жан-жақты алып қарасақ, қазіргі нарықта ұсынылған жарнама үлгілері өзінің түпкі міндеті сатып алушыны тарту қызметін өнімсіз атқаруы мүмкін. Сондай-ақ жарнама санының шамадан тыс көптігі жастарда қысым сезімінің пайда болуына және жорамалданған пайдалы ақпаратты қабылдамауға, иландыратын ақпарат құралдарына наразылыққа айдап салуы мүмкін.

Сонымен қатар сауалнама кезінде жастардың көңіл-күй реакцияларын бақылау олардың көпшілігінің жарнамаға шынайы қызығушылық танытатындығын анықтады: жарнама желісінің өзі оларда қызығушылық тудырып, немқұрайлы қалдырмайды.

Күнделікті жарнама желісінің нандырарлық күші жайлы жастардың көзқарастары 3-кестеде көрсетілген.

3-кесте

Жарнама желісінің нандырарлық күші жайлы жастардың көзқарастары, %

Желіде көрсетілген	Белгілі бір деңгейде сендіреді	Сендірмейді
Әдемі көрініс және фильмді еске салатын ойын құрылымы	82,5	17,5
Пайдалы ас пен салауатты өмір салтының тиімділігі	78,5	21,5

Өзінің әдемілігін сақтау мақсатында арнайы құралдарды қолданатын сұлу қыз	58	42
Сәнді заттарды қолданатын табысты адамдар	55	45
Ауруды тез қайтаратын дәрінің әсері	33,5	66,5
Жігіттің сепкен иіс суы ұнағандықтан онымен кешті бірге өткізуге дайын қыз	30,5	69,5

Жастардың бағалауларында белгілі бір дәрежеде нандырарлық күші бар жарнама ақпараттары бөліп алынды. Ол желілер:

- эстетикалық тартымды құрылған (фильм секілді) - 82,5%;
- салауатты өмір салты жайлы – 78,5%;
- өзінің әдемілігін сақтау мақсатында арнайы құралдарды қолданатын сымбатты кейіпкерлердің қатысуымен – 58%;
- табысты және сәнді киінген адамдар – 55%;

Сонымен қатар сұрастырылғандардың пікірінше, әдеттегі екі үлгі сенім ұялатпайды: ауруды басатын дәрілер және міндеттемесі жоқ еркін махаббат жайлы жарнамалар.

Егер де жастарға тартымды заттық құндылықтардың маңызына тоқталсақ, онда бірінші орынға эстетикалық, өзін-өзі сақтау және жетістікке жету құндылықтары шықты. Тиісінше бұлар жарнамалық ақпарат құралдарында жас аудиторияға ең үлкен әсер ететін құндылықтар.

Қандай желілер үлкен мағыналық маңызға ие екендігін анықтау үшін зерттеуге қатысушыларға келесі сөйлемді аяқтау ұсынылды: «Маған жарнама ақпараттарында келесі кейіп/желілерді көру маңызды болар еді...».

Алынған жауаптарға қарағанда, жас аудитория бірнеше категорияға бөлінеді (топтау өзгеше пікір мысалдармен берілген).

1. 22,5 % жастар тауар және қызмет жайлы шынайы және объективті ақпарат алғысы келеді («Шындыққа сай болса, өтіріксіз және тауар таңдауда адамдарға іс жүзінде көмектесе»; «Олар дәл бедерін емес, тек шындықты көрсетсе», «Мен жарнамада тауар жайлы көбірек ақпаратты және азырақ мақтауды қалар едім»; «Жарнама астында шындық, тауардың «онша еместігі» жазылса және оның міндет бойынша қолданылуы айтылса», «Шындықты, шындықты және тағы да шындықты! Жарнама оң пікірлерге себепкер болғанын қалар едім, адамдарда: «Теледидардан кілең алаяқтарды көрсетеді, менің қай жерім кем!» («Карлсон» мультфильмінен)» деген сұрақтар туындамас үшін; «Салыстыру сынағы секілді артықшылығы көрінсе, тауардың басымдылықтары көрсетілген ролик болса»; «Тұспалды бейнені емес, нақтылықты құрылса. Не? Қашан? Қаншаға? Сапасы? Кепілдігі?» және т.б.).

Осылайша, сұрастырылғандардың төрттен біріне жуығы сандар мен техникалық ерекшеліктері берілген, максималды нақты ақпараттық жарнаманы таңдайды.

2. Сауалнамаға жауап берушілердің 17 %-ы әдемі үйлесімді, сапалы өнімді ерекшелейді («Табиғат көрінісін, архитектураны, сұлу адамдарды, қызықты сюжетті, жақсы дыбыстық сүйемелдеуді. «Бастысы әдемі және сапалы суреттің болуы»; «Әдемі және арнайы әсерлердің көп болуы»; «Жақсы дыбыстық сүйемелдеумен сапалы түсірілген сұлу адамдар»; «Керемет көрініс жақсы түсірілген ролик, сапа»; «Теңіз, жағажай, қысқа метражды фильм», «Сұлу жігіттер мен қыздар»; және т.б.). Бұл жағдайда жастарды эстетикалық шабыт, сұлулық құндылықтары басқарады. (Е.Ю.Красова, В.В. Стукалова)

СӨЗ ТІРКЕСІ

3. Мақаланы тағы бір қарап шығыңыз. Сөз тіркестеріне назар аударыңыз: сын есім мен зат есімнің тіркесіне; зат есіммен + зат есімнің тіркесіне, зат есімнің басқа сөздермен тіркесіне назар аударыңыз.

2. Сөйлемдерді толықтырыңыз

1. Жетекшілер жарнаманы деп ойлаймын.
2. Салауатты емес тағамды деп ойлаймын.
3. Маған жарнамалық роликтер ұнайды / ұнамайды, себебі
4. Компания көп қаржы жұмсамауы керек.

3. Әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

1. Жарнамалар балаларға бағытталуы керек дегенмен келісесіз бе? Неге? / Неге жоқ дейсіз?
2. Мәтінде балаларға арналған жарнаманы бақылайтын бірқатар жолдар бар. Ең жақсысы қайсысы?
3. Сіздің пікіріңізше кейбір өнімдер жарнамаланбауы тиіс пе? Егер иә десеңіз, қандай өнімдерді жарнамалау керек?

ГРАММАТИКА: салыстыру

6а. Мәтіндегі салыстыру мәнді, күшейтпелі мәнді сын есімдерге назар аударыңыз, жазыңыз.

1. Кока Кола балаларға арналған алкогольсіз сусындарды сатушы .
2. Он жыл бұрынғыға қарағанда балалардың тісі әлдеқайда нашарлау.
3. Оның компьютерлік ойындары сонша қымбат тұрады.
4. Мына жаттықтырушылар ана жаттықтырушылардан әлдеқайда жақсырақ.
5. Жаңа ZX-радионың – автомобильді басқаруы 2007 версияға қарағанда, әлдеқайда жылдам.
6. Кофе шай сияқты дәмді.
7. Әңгіме балаларға қатысты болғанда, денсаулық әлемдегі ең маңыздысы болмақ.



СӨЙЛЕСІМ

8. Топпен жұмыс, топта үш адамнан болсын. Сіздің отбасыңыз және сіз (әке, шеше, бала) 16 жастағы ағаңыз үшін квадроцикл (төрт дөңгелекті мотоцикл) сатып алғыларыңыз келді.

Отбасы ретінде үшеуін салыстырып, талқылаңыздар. Үлкен, кішкене айырмашылықтарын айтыңыздар. Велосипед сатып алу үшін келісуге тырысыңыздар.



3.4. ЖАҒДАЯТ

В-KOOL Чикагодағы алкогольсіз сусын өндірумен айналысады. Компания жақын арада 8–14 жастағы жас өспірімдердің апелляциясынан өтетін жаңа сусын ұсынбақ. Сусынның құрамында қант көп, жеті экзотикалық жемістен жасалынғандықтан, өзгеше дәмі бар. Сусын жасөспірімдердің сынағынан өткен кезде оны сипаттау үшін үш сөзді қолданды: жаңа, дәмді, денсаулық. Сусын әлемнің барлық жерінде сатылатын болады, халықаралық жарнама компаниясы болады.

Маркетинг бөлімінің бірнеше шешімі бар. Оларға көмектесу үшін үш агенттік өздерінің идеяларын ұсынып, байланысқа шықты. В – Коол ең жақсырақ көрініспен, ең креативті идея ұсынған агенттікпен мүмкін контракт жасауы мүмкін.

5. Әріптеспен талқылау үшін жағдаятты оқыңыз.

Мына мәселелерді талқылаңыздар:

1. Жаңа сусын сапасы
2. Сусынның атауы сіздерге ұнады ма?
3. Сусынды бөтелкеде сатқан дұрыс па, немесе қорапшада сатқан дұрыс па?

2а. Диалогты тыңдаңыз, олар не туралы кеңесті, әңгімеленіңіздер?



1.4. ТЫҢДАЛЫМ

Эльмира, Лариса

А: Өз тобыма ұсынатын бірқатар мәселелер бар.

Л: Жақсы айттыңыз.

Э: Басында сусынның аталуына келіспегендер көп болды. Бізде көптеген ұсыныстар болды, бірақ олардың ешқайсысы қызықты болмады. Сусынның атына байланысты сөйлей аласыз ба? Сөйлеңізші!

Л: Әрине, сөйлеймін.

Э: Бізге бір есте сақтауға болатындай, өзгеше бір ұран керек. Біздің бір қызметкеріміз

«Crackle» деп атағысы келді. Бірақ бұл атау ешкімге ұнаған жоқ. Содан соң орауышқа да сіздің идеяңыз керек. Ол банкіде болуы керек пе, әлде бөтелкеде болуы керек пе, әлде басқа нұсқада болуы керек пе, түсі, формасы деген бар.

Л: Жақсы, бізден тағы бірдеңе білгіңіз келді ме, тағы бір нәрсе қарайсыз ба?

Э: Біз көптеген жарнама түрі туралы айттық, біздің оларды қолдануымыз керек. Егер бізде балаларға арналған жарнамалық роликтеріміз болса, түс кезінде ме, әлде кешке қарай көрсетеміз бе? Балалар журналындағы жарнамалар қалай? Интернетті пайдалануымыз керек пе? Тағы басқа бір сұрақ. Әр түрлі рынок үшін әр түрлі тілде бір жарнамалық ролигіміз бола ма? Немесе біздің әрбір ел үшін басқа жарнамалық ролигіміз болуы керек пе?

Л: Біз радио жарнаманы ұмытып кеткен сияқтымыз?

Э: Иә - иә, Қалай ойлайсыз, радио жарнама бергеніміз дұрыс па? Егер қаласаңыз, радиоға спортты таңдағанымыз дұрыс. Қай бағдарламаға демеуші боласыз? Тағы бір мәселе: арнайы акцияларға сіздердің командаңызда қызықты идея болуы мүмкін. Жақсы идея болсын дегенім ғой. Мысалы мектепке тегін сусын тарату? Немесе логотипі бар арзан жейде? Осындай ойлар дегенім ғой.

Л: Жақсы біз сіздердің компания үшін кейбір жақсы идеяларды табатынымызға сенімдіміз. Біз әрине сіздің компания үшін жақсы жарнама агенттігі болуға тырысамыз.

Э: Егер де біз презентация өткізуді қаласақ ше? Келісімге жетуге мүмкіндіктеріміз бола ма?

Л: Жақсы, әрине, бұл маған ұнайды.

26. Жаңа сусында жарнамалау әдісіне қараңыздар? Эльмира қандай екі амалды тіпті байқамады?

TV-ролик	журналдар	плакаттар	Интернет
	газеттер	арнайы акциялар	

3. Шағын топпен жұмыс. Әр топ В – Cool-дың маркетинг бөлігінің презентациясын жасайтын өзінің жарнамалық агенттігін ұсынады.

1. Өзіңіздің агенттікке атау таңдаңыз.

2а. Жаттығуында берілген ұсыныстарды талқылаңыздар. Өз идеяларыңызды жазып, презентацияға дайындалыңыздар.

СӨЙЛЕУ КІЛТІ: презентация

4а. Лариса және оның екі әріптесі В – Cool – дың маркетинг бөлімінде презентация жасайды. Презентацияның бастапқы бөлігін тыңдаңыздар, сызықша орнын толтырыңыздар.



2-ТЫҢДАЛЫМ

Қайырлы таң! Мен Айжан Айдәулетқызымын. Жарнама агенттігінің басшысымын. Өзімнің әріптестерімді таныстырайын. Менің сол жағымда Асқар Серікұлы, ал онымен қатар отырған Қайрат Батырұлы. Біздің бүгінгі мақсатымыз – сіздердің жаңа өнімге байланысты кейбір ойларымызды ұсынып, көрсеткіміз келеді. Сондай ақ біз оны қалай жарнамалау

керектігін, оны қалай жылжытуды айтамыз. Біздің презентациямыз үш бөлімнен тұрады. Бірінші мен сіздерге алкогольсіз сусынның аты туралы идеяларымызды және оған сәйкес келетін ұранымызды айтамыз. Содан кейін Асқар сіздерге сусынның бөтелкесі, банкісі туралы біздің ұсынысымызды айтады. Ол ыдыс бойынша біздің экспертміз. Ал Қайрат сіздерге сусынды қалай жарнамалауды, оны әрі қарай қалай жылжыту туралы айтады. Егер бір сұрақтарыңыз болса, презентациямыздың соңында жауап беруге қуаныштымыз.

Баяндаманың басталуы:

1. Мен сіздерге _____ таныстырғым келеді. Ол жағымда отырған Асқар Серікұлы, ал онымен қатар отырған Қайрат Батырұлы.
2. Біздің _____ сіздердің жаңа өнімдеріңіз туралы кейбір идеяларды ұсыну.
3. біздің презентациямыз үш бөлімнен _____.
4. Егер де бір _____ болса, презентациямыздың соңында жауап беруге қуаныштымыз.



3-ТЫҢДАЛЫМ

4б. Презентацияның келесі бөлігін тыңдаңыздар.

Сусынның орауышын (бөтелке ме, банкі ме, пакет пе) таңдауға біз бір топ жастарды таңдадық. Біз оларға он түрлі конструкция ұсындық. Экранға қараңыздар. Көріп отырсыздар: біз әрбір конструкцияны онға дейін нөмірледік. Нәтиже кестесіне қарайтын болсақ, бәрі анық. Топтың 80 пайызы алтыншы дизайнды, яғни сары жолақты көк банкіні таңдады...

Айжанның сөздерінде не айтылды: қысқаша түйіндеңіз.



ТЫҢДАЛЫМ

4с. Презентация соңын тыңдаңыздар, бос сызық орнын толықтырыңыз.

Мен сіздерге жарнамаға қатысты ойларымды және өнімдерді қалай жылжыту туралы да айттым. Енді негізгі жақтары бойынша қорытынды жасайық. Айжан сіздерге сусын атауы туралы ойларын айтты. Асқар сусын ыдысына байланысты дизайнерін көрсетті, мен жарнама амалдарын және арнайы акциялар үшін біздің идеяларымызды айттым. Назарларыңызға үлкен рахмет. Сұрақтарыңыз бар ма?

Презентацияның аяқталуы

- 1 маған басты тармақтарды _____ мүмкіндік беріңіздер.
- 2 _____ рахмет.
- 3 _____ бар ма?

Тапсырма: ресми презентация жасаңыз.

5а. Сіздің тобыңыз 3 жаттығу бойынша В-Kool маркетинг бөлімі бойынша презентация жасаңыздар. Сіздің тобыңыздағы бір адам презентацияның бір бөлігін көрсетсін. Презентацияға мына құрылымдарды пайдаланыңыздар.

өнімнің аталуы

сусын

лозунг

сусын ыдыстарының
дизайні

жарнама үшін
ұсыныстар

арнайы
акциялар

5б. презентацияларыңызды басқа топта жасаңыздар.

6. Сабақта презентацияны талқылаңыздар: ең қызықтысы қайсысы, шығармашыл болғаны қайсысы, сенімді болғаны қайсысы?

Пайдалы фразалар

Мен сізбен бірге осы ... туралы әңгімелесейін деп едім. Менің айтарым осы.
Енді мен қорытындысын айтайын.

3.5. ЖАЗУ БІЛІКТІЛІГІ

Жазу біліктілігі: ресми хат жазу

1. Теледидардан жол қауіпсіздігіне байланысты берілген жарнама сипаттамасын оқыңыз. Кейбір адамдар бұған наразылық білдіруде. Неге наразы болды, сіз қалай ойлайсыз?

Жарнама толықтай ұялы телефоннан түсірілген. Бір топ достарды көрсетеді. Олар қала сыртына демалысқа шыққан. Олар қала сыртындағы жолмен келе жатады Олардың бірі жолдан өткісі келеді, бірақ достарына бұрыла береді. Жолға қарамай, бұрыла бергенде, оны автомобиль қағып кетеді.

1а. Жоғарыда берілген жарнамаға теледебат өткізген үш адамның (Эржан, Ләззат, Рахия) сөзін тыңдаңыздар.

Сұрақтарға жауап беріңіздер.

1. Жарнаманы қолдаған кім? Неге?
2. Қай адам қарсы болды? Неге?
3. Қай адам жарнаманың әсері туралы көбірек ақпарат алғысы келеді? Неге?



ТЫҢДАЛЫМ

Теле жүргізуші, Эржан, Ләззат, Рахия

Ж: Бүгінгі біздің әңгімеміз жол қауіпсіздігіне байланысты. Экспертпен әңгімелеспес бұрын теледидардағы жаңа жарнама туралы өз пікірлерін айту үшін біз қоғамдастықтың үш мүшесін шақырдық. Қайырлы кеш, Эржан, Ләззат, Рахия

Е/Л/Р: Қайырлы кеш!

Ж: Сізден бастайық, Эржан. Жарнаманы көрдіңіз. Жасөспірімді жолда қағып кетті. Себебі

машина иесі жоғары жылдамдықпен жүрді. Бала жолда жатыр, өліп кетті. Бұған қалай қарайсыз?

Е: Жақсы емес, сұмдық, бұндай нәрсе біздің экранымыздан көрсетілмеуі керек. Көрдіңіз ғой баланың басынан, құлағынан қан ағып, жолда жатыр. Бұл сұмдық жарнама. Мен оны кешке көрдім, түні бойы ұйықтай алмай, осы туралы ойладым. Мен, шынымен де, осы жарнамалық тенденция туралы қатты толқыдым. Бұл дұрыс емес.

Ж: Рахмет, Ержан. Ләззат, сіздің пікіріңіз қандай? Ержанның пікіріне келісесіз бе?

Л: Жоқ. Мен оның жанға ауыр тиетініне келісемін. Бірақ нысанаға дәл тиіп тұр ғой. Біздің жолдарымызда жасөспірімдер апатқа тым көп түсіп жатыр. Біз осыған бірдеңе істей алуымыз керек. Жарнама көрінісі тым ауыр, ол шындық, бірақ ол болуы керек. Жарнама машина жүргізушіге бағытталған, олар жәйірек жүргізуі керек, сақ жүргізуі керек, Осылайша қайғылы жағдайлар азаяр еді. Бізге керегі осы емес пе еді?

Ж: Рахмет, Ләззат. Рахия, осы мәселеге қатысты сіздің ойыңыз қандай? Бұл, шындығында, қиын нәрсе. Жарнама көрінісі тым ауыр, кейбір адамдарға қатты әсер етеді. Мысалы, жүрегі ауыратындар бар. Екінші жағынан, егер жарнама жасөспірімдердің өлуін азайтатын болса, көрсетуге тұрарлық шығар? Осындай жарнама түрлерінің әсеріне қатысты бізге көбірек зерттеу керек. Жарнама әсері бола ма, болмай ма, жастардың өлімі азая ма жоқ па? Мен бұған сенбеймін.

Ж: Рахмет, Рахия. Мен жарнама әсерінің пайдалы болатынына сенемін. Енді сарапшыға назар аударайық ...

16. Қайта тыңдаңыз. Сөйлемдерді қажетті шылауды пайдалана отырып, толықтырыңыз.

2а. Газетке жазылған жол қауіпсіздігі туралы хатты оқыңыз.

Шылаулардың берілуіне назар аударыңыз. Мәтіннен табыңыз, астын сызыңыз.

РЕДАКЦИЯҒА ХАТ

Мен бүгіндері телдидарда жол қауіпсіздігі туралы берілген жарнамаға наразылығымды білдірейін деген едім. Меніңше, жарнама беруші мұны көрсетуге тыйым салуы керек.

Көп адамдар мұны көріп, қатты толқуда. Дұрыс таңдалмаған. Осы сұмдық көріністі – жолда басы - көзін қан жауып, өліп жатқан баланы көрген адам оны біразға дейін ұмыта алмайды, жаны түршігеді. Бұл жарнама машина жүргізушілерге әсер етеді деп ойламаймын.

Үкімет көрініс арқылы жарнама берушілерге жол бермеу керек деп ойлаймын. Осындай жарнамалар үшін, адамға қорқыныш әкелетін жарнамалар үшін қарсы заң болуы керек. Мен жарнаманың осындай түрі үшін қарсы компания құрмақпын. Кім қосылуға қызығушылық білдіреді, менімен сайт арқылы хабарласыңыздар. Мен жарнама берушілерге осындай жан түршігер жарнамаларды азайтуға сендіреміз деп үміттенемін.

Марина

26. Транспорт департаментінің өкілі редакцияға телевизиялық жарнаманы қолдандуды қорғап, ашық хат жазуы керек.

Келесі ақпарат Сіздің хатыңызға қосу үшін пайдалы болуы мүмкін.

Жасөспірімдер (13 – 16 жастардағы ұлдар) жол апатына жиі ұшырайды.

18 пайыздай жасөспірім жолдағы қауіпті оқиғаларға, мектепке бара жатып, келе жатып, кез болуда.

65 пайыз жасөспірім жолды кесіп өткенде, қауіпке кез болып жатқандары туралы хабар келеді. Ұялы телефондары да олардың жолда қауіпті жағдайға ұшырауына себепкер болуда. Кейбірі жолда роликті конькимен келе жатып та, жол апатына кез болады.

Хатты былайша бастаңыз.

Құрметті мырза!

Мен Маринаның пікіріне келісе алмаймын. Жол қозғалысындағы қауіпсіздікке жарнаманың осы түрі қатты әсер етеді деп ойлаймын ...

ТӨРТІНШІ САБАҚ

Табыс неден тұрады?

Осы сабақта

- Табысқа қатысты сөздер мен сөз тіркестерін, жағдаяттық тапсырмаларды оқимыз.
- Оқу мен жазу біліктілігі туралы білетін боламыз.



СӨЙЛЕСІМ

1. Мына мәселелерді әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

- табыс дегеніміз не?
- табыс неден тұрады?
- жақсы табысқа қалай жетеміз?



ОҚЫЛЫМ

2а. Табыс туралы мәтінді оқыңыз, осы сұраққа сіз қалай жауап берер едіңіз?



ТАБЫС НЕДЕН ҚҰРАЛАДЫ?

Егер спортшы өзінің жетістігін көтергісі келсе, нәтижені құрайтын жеке бөліктеріне назар аударады. Мысалы: физикалық қалып күйі, секіру күші, бұлшық еті массасы, стилі, техникасы, жылдамдығы т.б. Әрбір бөлігін талдайды, содан кейін жаттығу жоспары жасалынады. Бізде сіздің тапқандар табыстарыңызбен осылай жасаймыз. Бірінші диагноз, содан кейін рецепт.

Жеке - жеке тармақты оқи отырып, өзіңізге баға қойыңыз. 1-ден (*жаман*) 10-ға дейін (*жақсы*).

Кәсіби деңгей

- өзіңіздің салаңызда қаншалықты жақсысыз?
- өзіңізді маман ретінде ұсына аласыз ба?
- сіз өз пәніңізді білесіз бе?
- сіздің біліміңізді кеңейтетін, кәсіби деңгейіңізді көтеретін ұстазыңыз және мамандар торабы бар ма?
- кәсіби салаңыздан басқа өз бетінше білім алумен айналысасыз ба?
- кәсіби біліміңіздің өсуімен бірге тұлға ретінде өсіп жатырсыз ба?
- табыс заңдарын білесіз бе, оны қолданасыз ба?
- сіздің жетекші, басшы ретіндегі сапаларыңыз бар ма?
- сіздің салаңыздағы жақсы мамандармен сізді салыстырса, сіздің кәсіби деңгейіңіз қаншалықты жоғары?

Сіздің бағаңыз ----- тармақ (*10 тармақ максимум*)

Күш жігеріңіз - Қуатыңыз (энергия)

- өзіңіздің кәсіби табысыңызға қанша күш - жігеріңізді жұмсайсыз?
- қанша қуат - күшіңізді жұмсайсыз?
- сіздің күш қуатыңыз қанша?
- сіз өзіңіздің күш қуатыңызды толық жұмылдыра аласыз ба?
- өзіңіз істеп жүргендеріңізге құмарлығыңыз қанша?
- өз мамандығыңызды жақсы көресіз бе?
- сіз өз денсаулығыңыз үшін спорт үшін, отбасы, үшін, үнемі оқу, даму үшін уақыт табасыз ба?

Сіздің бағаңыз ----- тармақ (*10 тармақ максимум*)

Даму

Дамудың сіздің табатын жалақыңыздың ең маңыздысын құрайтынын білесіз бе?

даму деген ең күшті көбейткіш.

- Көп адамды сіз өзіңіздің өніміңізбен, сервисіңізбен қанағаттандырасыз. Борис Беккер көп ақша табады, сондықтан көп күш жігерін жұмсайды. Бірақ көбірек ақша табады, себебі оған миллиондаған адам қарап отыр. Бүгіндері жақсы білім, біліктілік, жақсы өнім жеткілікті. Сіздің көп табатыныңыз сізді қанша адам білетініне байланысты. Ескерту мұнда максимум баға 100 тармақ.

Сіздің бағаңыз ----- тармақ (*100 тармақ максимум*)

Өзін өзі бағалау

- қабылдау шындық болатынын түсінесіз бе?
- өзіңізді қаншалықты сенімді ұстайсыз?
- өзіңізді бағалау қаншалықты жоғары?
- өзіңіздің тамаша екеніңіз, өзгеше екеніңіз сізге белгілі ме?
- өзіңізді нағыз етіп көрсете аласыз ба?
- сізден өзгелер маман екеніңізді байқай ала ма?
- жақсы адамдар сізге сіздің жақсы екеніңізді біліп, тегін қызмет жасай ала ма?
- сізбен танысу өздеріне пайда әкеледі деп ойлай ма?
- өзіңізді ұсына аласыз ба?

Сіздің бағаңыз ----- тармақ (*10 тармақ максимум*)

Идеялар

- сіз шығармашыл адамсыз ба?
- жаңалыққа ашықсыз ба?
- мақсатыңызға ұмтыласыз ба?
- осы мақсат үшін жаңа жолдар іздейсіз бе?
- икемдісіз бе? Өз идеяларыңызды бірден жазасыз ба? Идеяларыңызға сенесіз бе.

Оларды жүзеге асырасыз ба?

- сіздің идеялар фабрикаңыз қаншалықты дамыған?
- сізге қажет кезкелген ақпарат, немесе шешім басқа жерде бар екенін түсінесіз бе?
- осы ақпаратты алу үшін үнемі жаңа идеялар жасайсыз ба?

Сіздің бағаңыз ----- тармақ (10 тармақ максимум)

Өзіңіздің рейтингіңізді шығару үшін барлық цифрларды көбейтуіңіз керек.

Мысалы, сіздің кәсіби деңгейіңіз бойынша 5 тармағыңыз бар, күш жігеріңіз бойынша 10 тармағыңыз бар, даму бойынша 3 тармағыңыз бар, өзін - өзі бағалау бойынша 6 тармағыңыз бар, идеялар бойынша 6 тармағыңыз бар.

Мұның бәрі қорытындыда 5400 тармақ береді. Егер де сіз дамуыңызды 30 тармаққа дейін жеткізсеңіз, сіздің тармағыңыз көбірек болады (бір айға алатын жалақыңыз).

Сіз қай салада өсу мүмкіндігін байқадыңыз.



26. Әріптесіңізбен бірге талқылаңыз, сіз қалай толықтырар едіңіз?

Кәсіби деңгей

Күш жігеріңіз - Қуатыңыз (энергия)

Даму

Өзін - өзі бағалау

Идеялар



ТЫҢДАЛЫМ

3а. (1 тыңдалым) Берілген мәтінді тыңдап, өз түсінігіңізді қысқаша баяндаңыз.

ТАБЫС ҚАЙДАН КЕЛЕДІ?



«Еңбекте табысты бол» дегенді жиі естиміз. Бірақ біз осы «табыс» дегеннің қандай ұғым екенін, не екенін, ойланып көрдік пе? Еңбектің де түрі көп, табыс табуды әркім әрқалай түсінеді. Сіз уақытыңызды, жұмыс күнін жоспарладыңыз. Жоспарлы жұмыс табыс әкелуі керек пе? Бірақ әрқашан солай ма?

Табысқа қабілеттілер, еңбекқорлар ғана жетеді. Табыс табу, пайда табу – ол да үлкен өнер, үлкен еңбек. Табыс халықтың тұрмыс - дәрежесін көтереді.

Әрбір өнеркәсіптің қарапайым жұмысшысынан бастап, директорына дейін өздерінің еңбектерінің табыс әкелуін ойлау керек. Табыс көбейген сайын өнеркәсіптің жағдайы жақсарады, жалақы көбейеді, тұрмыс көтеріледі.

Ал енді табыс қандай тәсілмен, қандай жолмен келеді? Табыс оңайлықпен келмейді.

Кез-келген өндіруші еңбектенгенде, біріншіден, пайдалы өнім шығаруды ойлайды, екіншіден, табыс әкелуді ойлайды.

Адамзат қоғамында ең алғаш рет өнім шығара бастағанда, адам үшін ең қажетті – тамақ, киім, халық тұтынатын тауарларды шығарады. Біртіндеп ол кәсіпорындарды ұстап тұру үшін, артық өнімдер, керекті өнімдер шығара отырып, пайдасын, табысын ұмытпауы қажет.

Әр өнім бағасы неден тұрады, оны ескерсек, ол бағада өнім үшін кеткен шығындар, жалақы, қосымша табыс бар. Егер өндірісте табыс болмаса, мемлекет қалай көтеріледі. Өнімді шығаруға кеткен шығындар табыс әкелмейді, табысты еңбек әкеледі. Табыс тек өндірісте болады.

Ал өндіріс берген өнімді сату үшін сатушылар шығады. Сатушыға да пайда керек. Өндіруші сатушы үшін де табысының кішкене бөлшегін бөледі. Өндіруші өзінің тауарын өткендігін ойлайды. Ал сатушы рынокты зерттей отырып, қай өнім өтімді соны алады.

Кейбір өнеркәсіптерде үзіліс болмайды. Өндірісті көтеруге, тоқтатпауға үнемі қаржы керек. Өндіруші банкке келеді. Банк те, сатушы да өндірушілер үшін қызмет етеді. Тағы да қайталап айтсақ, табыс тек өндірісте болады. Сондықтан мемлекеттің жағдайы жақсы болу үшін, мемлекет өндірісті ойлауы керек, оған көмектесіп, көтерілуін қамтамасыз етуі қажет.

Әр адам жұмысында табысын, жалақысын, жеке банк болса, жеке өнеркәсіп болса, ол да табысын ойлайды. Ал әр кәсіпкердің, өндірушінің мақсаты мемлекет мақсатымен бірге, тұтастыққа болуы керек.

Сонымен, әр өндіруші мемлекетті ойлауы керек. Өндіруші мемлекетке сүйенеді, әр мемлекет өз азаматын қорғай білуі керек. Мемлекет дамыған болса, ол елде әрқашан тыныштық болады. Тыныштық болған жерде, жоғары деңгейдегі мемлекеттік реттеуші болған жерде өндіруші ештеңе жоғалтпайды.

Өндіруші өндірісті ашқанда, шығынын санайды, екіншіден, салықты санайды, үшіншіден, өндірісті адам үшін, қоғам үшін ашады. Өндірісті көтеру үшін – мемлекеттік салық жоғары болмаса, өндірісті ашуға, дамытуға берілген қаржының проценті төмен болуы және ұзақ мерзімді болуы – бәрі де өндірісті дамытуға мүмкіндік береді.

Ақылды кәсіпкер, өндіруші өзінің жеке табысы үшін бағаны белгілегенде, сұранысқа қарайды, сұраныс жоғары болса ғана жеке табыс көтеріледі. Ал таза табыс молырақ болуы үшін өнім шығарушы қай тауарға сұраныс жоғары соны зерттеуі қажет, сонымен бірге ол тауардың сапасы жоғары болуы тиіс. Мұндай өте сапалы тауар басқа жерде жоқ болса, сіз саудаласпай-ақ соны аласыз. Сонда ғана өндіруші табысты болады.

Табыс – келешек үшін керек. Табысты тапқанда сіз бөлесіз: бір бөлшегін өндірісті дамытуға, екінші бөлшегін қайырымдылыққа, бір бөлшегін келешекке, бір бөлшегін өзіңіздің қажетіңізге. Қайырымдылыққа бергеніңіз – ол да мақсатыңыз үшін бергенім деп есептеңіз. Себебі мемлекетте нашар тұрмыстар азайған сайын, мемлекет экономикасы жоғарылаған сайын, ол мемлекетте қылмыс, жамандық, ұрлық азаяды. Өндіруші тыныштықпен өнімін өндіре береді.

Зв. Мәтінді қайта тыңдап, сөйлемді толықтырыңыздар:

1. Табысқа ғана жетеді.
2. Табыс көбейген сайын өнеркәсіптің , тұрмыс көтеріледі.
3. Әр өнім бағасы неден тұрады, оны ескерсек, ол бағада қосымша табыс бар.
4. Табыс тек болады.
5. Ал сатушы рынокты зерттей отырып, соны алады.
6. Әр кәсіпкердің, өндірушінің мақсаты мемлекет мақсатымен ... болуы керек.
7. Ақылды кәсіпкер, өндіруші өзінің жеке табысы үшін бағаны белгілегенде, ... қарайды, сұраныс жоғары болса ғана көтеріледі
8. Ал таза табыс молырақ болуы үшін өнім шығарушы қай тауарға соны зерттеуі қажет.

3с. Тыңдалған мәтіннің соңғы екі тармақшасы бойынша резюме жазыңыз. Бір - екі сөйлемнен аспасын.

СӨЗДІК: табысқа қатысты сөздер

4. Берілген сөздер мен сөз тіркесін пайдаланып, шағын мәтін құраңыз.

Табыс, табыс табу, табысты, табысы аз, табыстың көзі, табыстың бір бөлшегі, табысты болу, таза табыс, табыс мөлшері.



ЖАЗЫЛЫМ

5. Қалай табысты болуға болады? Табыстылық сапалары

Табыс туралы көп айтамыз, табысты болуды қалаймыз. Шындығында табыс дегеніміз не? Біздіңше, табыс дегеннің не екенін әркім өзі анықтағаны дұрыс. Жалпы табысты адам мен табыссыз адамның айырмашылығы неде? Осыны талдап көрелік. Өз бетіңізше жазыңыз.

1. Табысты адам әрқашан мүмкіндікті іздейді, ал табыссыз адам_____.

Мынадай жағдаят айталық – қаржының жетіспеуі. Табысты адам қаржы табу мүмкіндіктерін іздейді, қаржыны басқару туралы білім іздейді; ал табыссыз адам_____.

Табысты адам қимылдайды, тірлік етеді, ал табыссыз адам_____.

Табысты адам уақытқа, білмейтініне, қорқынышқа қарамастан жұмыс істейді. Ал табыссыз адам_____.

Табысты биікке ұмтылады, _____ «сол кезде жасай алмадым, ал қазір жасай аламын», - табысты адамның ішкі диалогы, табыссыз адамның ішкі диалогы:

2. Табысты адам сүрінсе де құласа да тұруға ұмтылады, табыссыз адам_____.

Белгілі адамдар өмірбаянынан олардың жеңілісі мен жеңістері туралы жиі кездестіресіз. Бұл шындықтың өзіндік сәттері, табысты адамның сипаты. Табыссыз адамның сипаты_____.

3. Табысты адам тәуекелге барады, табыссыз адам_____.

Бақытымызға қарай немесе өкінішке орай өмірде не болмайды. Ең жақсы деген жоспарыңызға да ыңғайсыздықтар килігуі мүмкін. Табысты адам мұны түсініп, белгісіздікке тағы да қадам жасайды.

4. Табысты адам шыдамды, өз мақсатына ұзақ жүруге дайын, табыссыз адам _____

Ұлылардың бірі айтқан екен: « Ұлылық дегеніміз – 1% жолы болу, 99% табанды еңбек» деп. _____

5. Табысты бас тартудан қорықпайды, табыссыз адамның бас тартуы _____

6. Табысты өзіне сенеді, табыссыз _____

7. Табысты үлкен армандардың жетегінде жүреді, табыссыз _____

8. Табысты қашанда ынталы, табыссыз адам _____

9. Өзіне қажетті сапаларды жинай алса, әрбір адам табысты бола алады.

10. Сіздің пікіріңіз _____ ?

5а. Мына сұрақтар бойынша өз ойыңызды айтыңыз:

- 1) Таза табыс деген не?
- 2) Бағаны төмендету – табысқа зиянды ма?
- 3) Мемлекет үшін табысты әкелетін не?
- 4) Табысты қалай бөлер едіңіз?

5в. Мына сөйлемдердегі табыс сөзінің мағынасын түсіндіріп көріңіз.

1. Әкесіне тапқан **табысын** апарып берді.
2. Әдебиет, мәдениет салаларында бұрын болып көрмеген ғажайып **табыстарға** қол жетті.
3. Қасиетті туған жеріме, туған еліме қайтып, туған-туыстарыммен **табысатын** болдым.
(Қ.Қайсенов)
4. Мына құжатты ағаңа **табыс** ет.
5. Екеуміз тіл **табыса** аламыз деп ойлаймын.

5с. Сөздікке жазып алыңыз.

Табыс және пайда сөзінің мағынасын салыстырыңыз.

Табыс - өнеркәсіп немесе жеке адамның қызметтері үшін берілетін ақшалай немесе материалдық ресурстар болып табылады.

Пайда – таза табыс түрі, өндіріс шығыны мен табыстың айырмашылығы.

..... **Табыс және пайда сөзімен тіркесетін сөздер:** *табыс табу, табыс әкелу, табыс алу, пайда көру, пайда алу, табысын беру.*

қандай табыс?

валюталық табыс

жылдық табыс

мемлекеттік табыс

ақшалай табыс

ұлттық табыс

реалды табыс

қандай пайда?

күткен пайда

жоспарлы пайда

балансты пайда

жариялаған пайда

салыққа дейінгі пайда

салықтан кейінгі пайда

6. Көп нүктенің орнына табыс немесе пайда сөзін жазыңыз.

- а) Өнеркәсіптің жылдық ... 10 млн. теңге.
- ә) Өнеркәсіп жоспардан тыс ... көрді.
- б) Ұлттық ... екі есе өсті.
- в) фирманың жылдық ... 30% - ға өсті.

6. Жоғарыда оқыған, тыңдаған мәтіндеріңіз бойынша табыс тақырыбына әңгімелесіңіздер, кестені де пайдаланыңыздар.

БЕСІНШІ САБАҚ

Бизнес туралы

5.1. БИЗНЕС ӘЛЕМІНДЕ

Бұл сабақта:

Грамматика	Сөздік қор	Оқу дағдысы	Жазу дағдысы
• Өткен шақ	• бизнеске қатысты терминдер • қараңғы түскеннен кейін де күнге қарсы киетін көзілдіріктер		• хат жазуды үйренеміз

Туыс туғандарыңызбен бірге ішіңіз, жеңіз, бизнесті танымайтын адамдармен істеңіз.
(Грек мақалы)

СӨЗДІК: бизнес терминдер

1а. Сөйлемдерді берілген сөздермен толықтырыңыз.

Қоғамдастық, бәсекелестер, клиенттер, заңдар бағалау, жоғалту, табыс, қызметкерлер, салықтар, жалақы, тұтынушылар, кәсіпорындар.

Бизнеске үлгеруіңіз үшін сіз:

1. Қызметкерлеріңізді _____.
2. Үлкен _____ назар аудару.
3. Қызметкерлерге төменгі _____.
5. Бәсекелестерді _____.
6. Үкіметке _____ салық төлеу .
7. _____ әрқашан дұрыс деп санайды.
8. Жергілікті _____ инвестициялау.

1б. Өтінішті талқылау үшін әріптесіңізбен бірлесіп жұмыс істеңіз.

2. Адамдарды жұмыс орнындағы рөлімен сәйкестендіріңіз

Кәсіпкер, өндіруші, әріптес, көтерме сауда жеткізушісі, бөлшек сауда жеткізушісі.

1. Тұрғындарға тікелей сатады;
2. Тауар жасайды;
3. Жаңа бизнес бастайды;
4. Бизнестің бір иесі болып табылады;

5. Өндірушілерден көп көлемде тауар сатып алады да дүкендерге, мекемелерге сатады;
6. Компания мен мекемеден тікелей автобус;
7. Дүкенді немесе мекемені тауармен қамтамасыз етеді.

3. Мына мәселелерді талқылау үшін әріптесіңізбен бірге жұмыс істеңіз.

1. Бөлшек саудадан қайсысын ұнатасыз?
2. Үш ірі өндірушіні атаңыз;
3. Көтерме сауда жүргізушілер бөлшек сауда жүргізушілерге қандай қызмет ұсынады?
4. Клиенттерге жақсы / жаман қызмет көрсетуге мысалдар айтыңыз, өзіңіз бастан кешірдіңіз бе?
5. Бизнесіңіз жеткізушілермен қандай мәселе туындауы мүмкін?
6. Танымал кәсіпкерді атай аласыз ба?
7. Егер сіз бизнесті бастаған болсаңыз, сіздің әріптесіңіз қандай болар еді? Неге?

5. Төменде берілген мағыналарды білдіретін сөздер мен фразаларды мәтіннен табыңыз.

1. Компания пайдаланатын ғимарат (1 параграф)
2. Қысқа мерзімді, ұзақ мерзімді жоспарлар мақсаты (1 параграф)
3. Бизнес үшін қаржы (1 параграф)
4. Бизнес / өнімдердің ең көп бөлігін сататындар (2 параграф)
5. Тауардың кәдуілгі бағасының төмендеуі (4 параграф)
6. Қанша қаржы табатындарың немесе жоғалтатындарың туралы болжам (6 параграф)

БИЗНЕС ЖОСПАР ЖАЗУ



Нені енгіземіз ...

1. _____.

Бизнестің атауы

Сіздің атауыңыз басқа бизнес атауларында жоқ екеніне көз жеткізіңіз. Орналасқан жері, мекен жайы. Қандай қызмет көрсетіледі, өнімдер шығара ма, көпшілікке қызмет көрсетіле ме? – Осылар нақты жазылады. Басқару ма, әлде техникалық біліктіліктер ме? Бизнес мақсаты, қаржыландыру көздері жазылады.

2. _____.

Сіздің өніміздің рыноктары, қазіргі кездегі рынок жағдайы, рыноктың негізгі лидерлері - табыстырақ компания және оның өнімдері.

3. _____.

Өнім немесе қызмет

Өнім мен қызметтің толық сипаттамасы

Сіздің тауарларыңыздың / қызметіңіздің сапаларын / бағасын салыстыру

4. _____.

Рыноктық стратегия

Баға саясаты, мысалы шегерімдер / ұсыныстар

Таратылуы – қызметтеріңізді қалай көрсетесіздер, мысалы пошта арқылы ма, бөлшек сауда түрінде ме, сервистік қызмет пе т.б.

5. _____.

Бизнес құрылымы – бизнес қалай ұйымдастырылған, мысалы, кәсіпкер өз бетінше жұмыс істей ме, әріптеспен бе. Жұмыс орындары мен негізгі қызметкерлердің резюмелері сипатталады.

Жұмыс жоспары – бизнесті қалай жүргізесіз, нақтыланып, жазылады.

6. _____.

Алғашқы екі жылға қатысты цифрлар

Пайда мен шығындардың болжамдары

Капиталдық шығындарға болжам – қаржылар, мысалы құрал - жабдықтарға жұмсала-тын қаржы.

ӨЗ БИЗНЕСІМІЗДІ ҚАЛАЙ ҰЙЫМДАСТЫРУҒА БОЛАДЫ?



1. Сөздермен жұмыс (сөздікті пайдаланыңыз)

Қаржыландыру, өнеркәсіп, кәсіпкер, ұтылу, тәуекел, табу, көлем, әріптес, қабілет, жарғы, мемлекеттік тіркелу, көшірме, кепілдемелік міндеттемесі, тағайындалу

2. Ойтүрткі

Сұрақтарға жауап беріңіздер.

а. өз ісіңізді ашқыңыз келе ме?

ә. әлде біреудің фирма, компаниясында жұмыс істей бергіңіз келе ме?

Айтыңыз

Варианттарды таңдаңыз:	Жақсы жағы	Жаман жағы
а. егер өз ісіңізді бастасаңыз, ...		
ә. басқа фирма, компанияда, бюджетте істейтін болсаңыз, ...		

3. Сұраққа жауап беріңіз.

Егер өз ісіңізді бастайтын болсаңыз, қаржыны қайдан аласыз?

Варианттарды таңдаңыз:	Жақсы жағы	Жаман жағы
а. жинаған қаржымды жұмсаймын		
ә. әкемнен қаржы сұраймын		
б. туысымнан қаржы сұраймын		
в. достарымнан қаржы сұраймын		
г. достарыммен бірігемін		
ғ. демеуші (спонсор) іздеймін		
д. әріптес іздеймін		
ж. инвестор іздеймін		
з. үйімді сатамын, вагонеткада тұра тұрамын		



4. МӘТІНДІ ОҚЫҢЫЗ

ӨЗ ІСІҢІЗДІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫҢ НЕГІЗГІ КӨЗДЕРІ

Өз ісіңізді қаржыландырудың екі варианты бар: ішкі, сыртқы. Осылардың қайсысы жақсы. Бірінші қаржы құралдарының негізгі көздерін талқылап алайық.

1) **Меншікті қаржы.** Өз ісіңізге өзіңіздің қаржыңызды салуға болады. Ұтылсаңыз да, ұтылмасаңыз да өз қаржыңыз, тәуекелге (риск) барасыз. Бұл абсолютті вариант.

2) Сіздің ісіңізге, сізге сеніп өз қаржысын салатын **инвестор** табуыңызға болады. Бірақ бұл өте салмақты дәлелдемелерді керек етеді. Нәтижесі екіталай.

3) **Несие** (қаржыландырудың көп таралған түрі). Несие мемлекеттік те, жеке меншіктік те болуы мүмкін. Көп нәрсе несиенің көлеміне, қайтаратын мерзіміне, үстеме пайызына (процентіне) байланысты.

4) Шетелдік **әріптес** табуға болады.

5. Несиені қалай алуға болады?

Банк мына ақпараттарды білуге тиіс

- Сізге қанша қаржы керек?
- Сіз қаржыны қалай пайдаланбақсыз?
- Сіздің бизнесіңіз табыс әкелуге қабілетті ме?
- Сіздің банк өз ақшасын қайтарып ала ала ма?
- Бұл қашан болады?

Несие алу үшін банкке мынадай құжат түрлерін жинауыңыз керек:

- кәсіпорынның жарғысы және мемлекеттік тіркелуі туралы көшірмесі
- несие алушының дебиторлық қарыздары туралы анықтамасы (*шот есебі ашылған банк береді*)
- несие алу үшін өтініші (*фирманың директоры және бас бухгалтері атынан*)
- кепілдемелік міндеттемесі

Сіз үшін кепілдеме бере алатын сақтандыру компаниясы, мемлекеттік кәсіпорын, мекеме кепіл бола алады, кепілдік заттар

- директордың және бас бухгалтердің тағайындалуы туралы бұйрық
- несие алу үшін бизнес жоспар

6. Бизнес жоспарды қалай жасауға болады?

Үлгі:

1. Титулдық бет;

- а. кәсіпорынның атауы, мекен-жайы, қызметінің түрі;
- ә. кәсіпорынның қаржы-экономикалық жағдайы;
- б. құрылтайшылардың аты, мекен-жайы;
- в. кәсіпорын ұсынып отырған жобаның мазмұны;
- г. кәсіпорынды құруға қажетті сома, жобаның құны;
- д. шот есебінің нөмірі;
- ж. титулдық бетке мемлекеттік тіркелу куәлігінің көшірмесі қосылады.

2. ұсынылған жобаның мазмұны, мәні

- а. өнім – белгіленген, жоспарланған өндіру, таралу көлемі
- ә. қызметі – жоспарланған көлемі
- б. жұмыс орнының саны, ұйымдастырылған жұмыс орны
- в. енгізілген жұмыс орындарының мерзімі

3. өндірістік жоспар

- а. өндірістік сипаттамасы
- ә. өндіріс орны
- б. станок, құралдар
- в. шикізат, материалдарды жеткізуші

4. өткізу жоспары: (тауарды, қызметті кімге қалай сату)

- а. бағасы – ұсынылған баға деңгейі, болашақта өзгеруі
- ә. тауарды өткізу арналары
- б. маркетинг – тауардың өтімділігі қалай анықталған, түсіндіру

5. ұйымдастыру жоспары:

- а. меншік түрі – өнеркәсіпті басқару түрі
- ә. әріптестері туралы мәліметтер
- б. әріптестерінің жауапкершілігі

6. Қауіптілік (риск) жақтары, бағасы

- а. өнеркәсіптің әлсіз жақтары неде
- ә. бәсекелестік қабілеттері

7. Қаржылық жоспары

- а. қаржы құралдарының көздері (жеке жинағы, банк несиесі, субсидия және т.б.) және оны өнеркәсіпті ұйымдастыруға пайдалану
- ә. кіріс және шығыс жоспары

- б. қаржы түсімдері мен төлемдер жоспары
- в. өзін-өзі өтеуі (самоокупаемость) және рентабельділігі
- г. өзіңізге қандай жалақы белгілейсіз

Бизнес жоспардың маңызды бөлігі – жобаны ресурстық қамтамасыз ету болып табылады. Кең түрде айтатын болсақ, ресурстық қамтамасыз етуге мыналар жатады: материалдық ресурстар (*транспорт, байланыс материалдары, құралдары, еңбек ресурстары (барлық категория жұмысшылары, қызметкерлері)*) қаржылық ресурстар (*ағымдағы қаржылық құралдар, несиелер, валюта, құнды қағаздар*) ақпараттық ресурстар (*статистика, ғылыми-техникалық және басқа ақпараттар*).

Бизнес жоспардың мазмұны тауар рыноктарына, бәсекелестердің көптігіне және құратын өнеркәсіптің болашағына байланысты.

(Как организовать свой малый бизнес. 1998 ж. «Қаржы-қаражат»)

1. 8. Лексикалық тапсырма

а. Мына сөздердің антонимін табыңыз:

- жақсы ...
- ішкі ...
- жеке меншік ...
- кіріс ...

ә. Мына сөздердің синонимін табыңыз

- несие ...
- қаржы ...
- ұмытылу ...
- табыс ...
- мерзім ...
- нәтиже ...

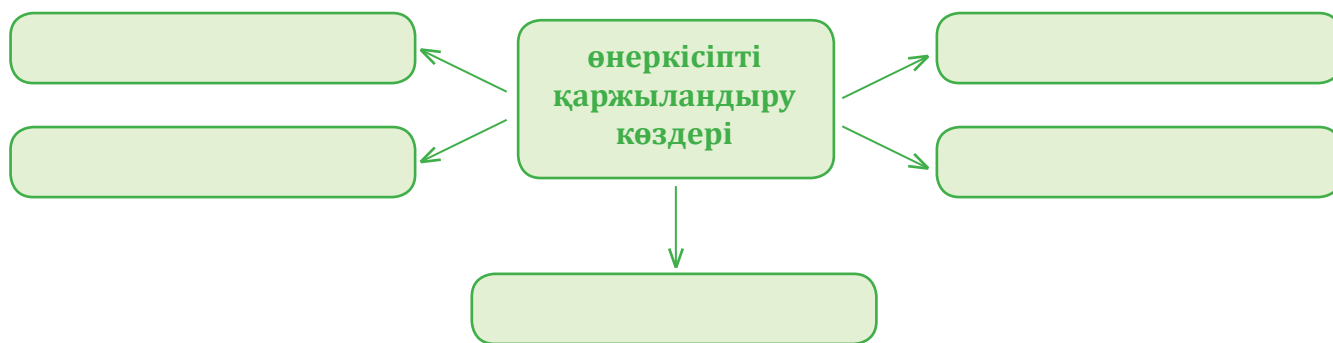
9. Мына сөздер және сөз тіркестерімен сөйлемдер құраңыз.

Іс, іскер, іскерлік, іс ашу, іс жүргізу, өз ісім, іскер адам, қаржы, қаржыландыру, қаржы құралдары, қаржыландыру көзі, кепілдемелік міндеттеме, бұйрық, бизнес, жоспар, техникалық-экономикалық негіздеме, кәсіпорынның жарғысы, шот есебі, құрылтайшылар, қаржы-экономикалық жағдайы, ұйымдастыру жоспары, қаржылық жоспары, өндірістік жоспар

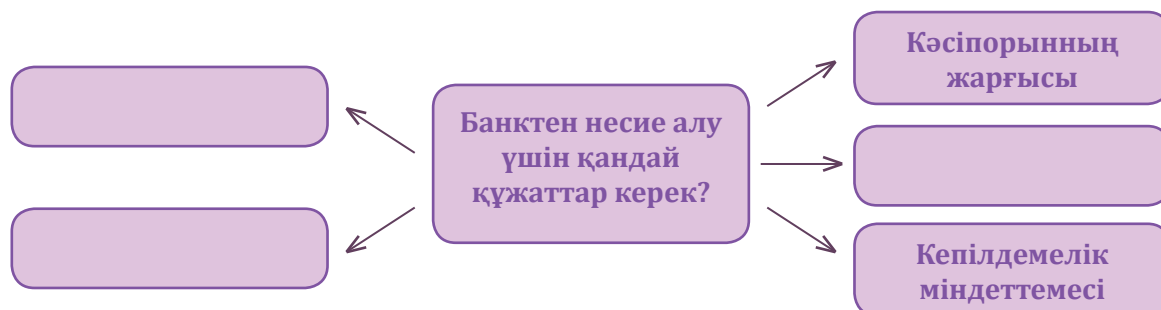
2. 10. Сұрақтарға жауап беріңіздер

- а. Өз ісіңізді ашасыз ба?
- ә. Қаржыны қайдан аласыз?
- б. Банк қандай ақпараттарды білуге тиіс?
- в. Несие алу үшін қандай құжат түрлері керек?

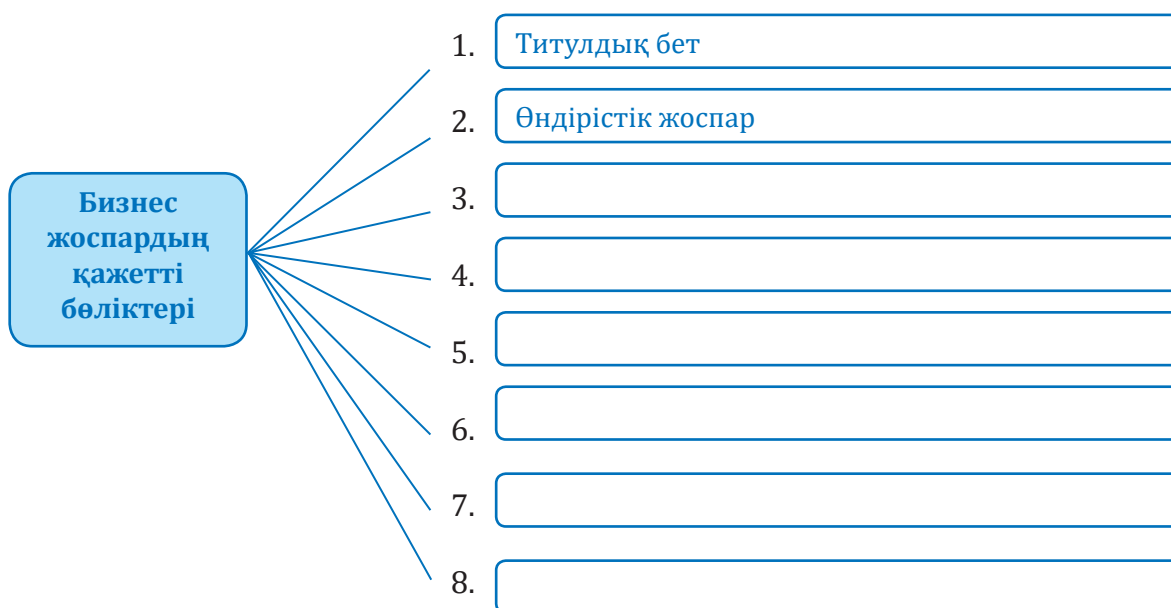
3. Мына диаграмманы оқыңыз, толықтырыңыз, мәтінге сүйеніңіз.



4. Мына диаграмманы оқыңыз, толықтырыңыз



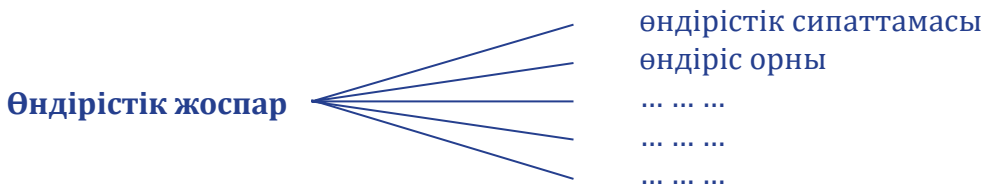
5. Мына диаграмманы оқыңыз, толықтырыңыз.



6. Титулдық бетке қажетті мәліметтерді оқыңыз, толықтырыңыз



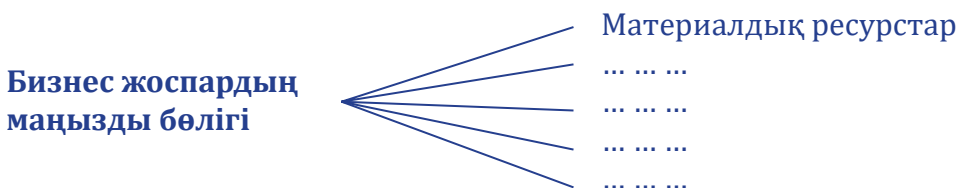
7. Өндірістік жоспарға қажетті мәліметтерді оқыңыз, толықтырыңыз.



8. Қаржылық жоспарға қажетті мәліметтерді атаңыз.



9. Бизнес жоспарға қажетті мәліметті атаңыз



10. Өз бизнес жоспарыңызды жазыңыз.

11. Студенттердің бірнеше бизнес жоспарын талқылаңыздар.



ТЫҢДАЛЫМ

6а. Тыңдаңыз. Сауран үнемі радиодан бизнесті жүргізу туралы кеңес береді. Сауранмен сұхбаттың бірінші бөлігін тыңдаңыздар. Сұрақтарға жауап беріңіздер.

1. Сауран бірінші барғанында бизнеске қатысты төрт бағытты айтты, осы төрт бағытты атаңыз.

2. Келесі жолы Сауран мына төмендегі тақырыптардың қайсысы туралы сөйледі:

Жарнама

Баға

Шығын

Бәсекелестер

Қозғалыс

салық

3. Сауран «табыс кілті» не болуы мүмкін дейді?



2 - ТЫҢДАЛЫМ

ЖҮРГІЗУШІ ЖӘНЕ САУРАН

Сауранның сұхбаты

Ж: Біз бүгін бизнесті бастауға байланысты сұрақтарды қарастырамыз. Сауран бухгалтер және бизнес кеңесші. Қайырлы кеш, құрметті тыңдармандар! Бізбен бірге болғандарыңызға рахмет.

С: Қайырлы кеш құрметті тыңдармандар!

Ж: Сауран, мен бизнесті бастауға, құруға қатысты маңызды кеңестерге байланысты сұрақтардан бастасақ деп едім.

С: Әрине, бірінші кезектегі менің айтарым, сіздер бизнеске қатысты кіріспеге керектіні түсінулеріңіз керек. Ол қарапайым ғана. Кейбір мәселелер бойынша көмекті қажет етесіздер: қаржыға байланысты, салық төлеуге байланысты, сатылымға байланысты және маркетингке байланысты. Одан кейінгі өзіңізге қажетті салада практикалануыңыз керек немесе сізге керектіні үйрете алатын білікті, тәжірибелі қызметкер керек. Тағы бір амалы өзінің жеке бизнесі бар сарапшыдан немесе досыңыздан кеңес алыңыз.

Ж: Иә, бұл өте пайдалы. Тағы не айтар едіңіз?

С: Жақсы, менің екінші кеңесімнің барлығы маркетинг бойынша. Сіз өз өніміңізді шығындарыңызды жаба алатындай жеткілікті мөлшерде сатылуы қажет. Басқа сөзбен айтқанда, тауарыңыз сіздің қаржыңыздың қайтарымын жасауы тиіс, ол табыс әкелуі тиіс. Бұл үшін сіздің өніміңіздің бағасы туралы нақты болжамыңыз болуы керек. Мысалы сіз оны бәсекелестеріңізден жоғары бағаға сатасыз ба, әлде төмен бағаға сатасыз ба, осыны анықтап алуыңыз қажет. Содан кейін өніміңді қалай танытасыз, яғни оны ел қалай біледі, бұл маңызды. Мүмкін өніміңізді басқаша сатуға тура келеді, әр түрлі адамдарға сатуға тура келуі мүмкін. Бұл табыс кілті де болуы мүмкін.

Ж: Жақсы. Сонымен өз бизнесіңізді бастағанда, жақсы маркетинг ең негізгісі, маңыздысы болып саналады ғой?

С: Иә, дәл солай.

6b. Сұхбаттың екінші бөлігін тыңдаңыздар. Көп нүктенің орнын толықтырыңыздар.

Біріншіден, кейбірінің жолы болмады, себебі рынок бизнес қалып қойды. Екінші себебі өндіруші мен клиенттің бір біріне тым тәуелділігі, байланыстылығы. Басқа себептерде бірқатар мәселелер бар: жоспар, қаржы мәселесі, қарыздар, салыққа байланысты сұрақтар. Мұндай мәселелердің болуы – бизнесті дұрыс болып табылмайды.



3-ТЫҢДАЛЫМ

Жүргізуші және Сауран

Ж: Сіз көптеген жылдарыңызды осы салаға арнадыңыз. Мекемелермен жұмыс істеген бухгалтерлік фирмаларда жұмыс істедіңіз. Солардың кейбірі банкрот болды. Неліктен олар күйреді деп ойласыз?

С: ммм Шындығында мұның үш себебі бар. Біріншіден, рынок жаңарды, көп тауарлар инновациялық негізде өндірілуде. Көптеген мекемелер, өндірушілер жаңа құралдармен жабдықтала бастады. Заман ағымына ілесе алғандар ғана аман қалды. Тағы бір себебі олардың кейбірі бір басты тапсырыс берушілерге тым тәуелді, содан соң клиент егер сіздердің тауарларыңызды қажет етпейміз деп шешсе, бұл да кәсіпорынның әрі қарай жұмыс істеуіне қиындық келтіреді. Үшінші себебі – бірқатар мәселелер болуы мүмкін: нашар жоспар, қаржы мәселесі, көптеген қарыздар, салыққа байланысты сұрақтар. Мұндай сұрақтардың болуы – бұл бизнесті басқару емес.



3-ТЫҢДАЛЫМ (жалғасы)

Жүргізуші, Сауран

Ж: Соңғы сұрақ. Бизнес жоспар туралы сіз қалай ойлайсыз?

С: О, бұл өте маңызды. Оған бүгінгі күннен алдағы бірнеше жылға қатысты бизнесіңіздің қалай болатындығы туралы өзіңіздің картаңыз сияқты қараңыз. Бизнес жоспарда сіздің мақсаттарыңыз, оған қалай жететініңіз, ілгерілеуіңіз баяндалады. Жоспарымыз басымызда деп тым көп адам айтады. Күтпеген жағдайлар кездескенде олар оны реттей алмайтындығы жиі кездеседі. Мысалы сатылым, шығынның өсуі т.б. Сіз өзіңіздің болжамыңызды жазбаша түрде алуыңыз керек. Өз жоспарыңызды пайдалану бизнесте табысқа жетуге көмектеседі. Басында болжам жасаған кезде сіздің қателесуіңіз мүмкін. Табыс бірден келмейді, біртіндеп келеді, тәжірибеңіз ұлғайған сайын қателеріңізді дұрыстайсыз. Сіздің болжамыңыз да нәтиже бере бастайды.

Ж: Сізге үлкен рахмет. Бизнесті жаңадан бастаған адамдарға бірнеше пайдалы кеңес бердіңіз.

6с Сұхбаттың 3 бөлігін тыңдап, мына пайымның шын, жалғанын айтыңыздар.

1. Бизнес жоспар өте маңызды.
2. Бизнес жоспар сатылымды жақсартуға көмектеседі.
3. Бизнес жоспарды сіз басында ұстауыңыз керек.
4. Басында, болжам жасаған кезде қателесуіңіз мүмкін.



СӨЙЛЕСІМ

7. Төменде берілген екі адамның туған қаласында бизнес жасауға қатысты идеясын тыңдаңыз. Сұраққа жауап беріңіз.

1. Бизнесстерін қалай атағысы келді?
2. Қандай бизнес түрін жүргізбекші?
3. Егер бизнес жүргізетін болса, қандай артықшылық туралы айтты?
4. Қалай ойлайсыздар, бұл жақсы идея ма? Неге жақсы деп ойлайсыздар, неге нашар идея деп ойлайсыздар?



(тыңдау мәтіні)

А: Кір жуатын машина бизнесі жақсы идея деп ойлаймын. Біз бірінші рынокты зерттеп алуымыз керек. Мүмкін супермаркеттер бізге автотұрақта автомобильдерді жууға рұқсат ететін шығар?

Б: Жақсы идея.

А: Сондай - ақ жергілікті такси фирмаларына байланыссақ қайтеді? Оларда көп автомобиль бар емес пе? Онда автомобильдің ішкі бөлшектерін тазалауға да қызмет болуы мүмкін. Көп құрал - жабдықтарымыз болуы шарт емес, бірақ бизнесіміздің жақсы атауы болуы керек, мысалы «КЕРЕМЕТ» деген сияқты.

Б: Иә, жақсы идея. Біз өз бизнесімізді жарнамалау үшін, бастау үшін адамдарға жеңілдік береміз, парақшалар таратамыз. Бұл үлкен бизнес болмаса да, көбірек қаржы табамыз.

5.2 БИЗНЕС-ДИЛЕММАЛАР

1. Сіз химиялық фирманың экологиялық менеджерісіз. Өткен жылы жыл бойы компания шығынды азайту үшін амалдар қарастырумен болды. Ол технологияны инвестициялауды қысқартуды шешті. Нәтижесінде компания қымбат жаңа құрал жабдық сатып алуға қаржы жұмсамайтын болды. Бұл ағынды сулардағы уыттарды азайтады. Қазіргі кезде ғалымдар осы уытты заттардың завод фабрикалардың қалдықтары екендігін жиі айтады.

Сондай ақ осы қалдық сулар заводтан жақын маңдағы көл мен өзенге жіберіледі. Бұл балықтарға, табиғатқа қатты әсер етеді. Жергілікті ғалымдар мұндай өзеннен балық аулауға, оны жеуге болмайтынын ескертті. Егер де сіз осыны баспасөзге немесе жергілікті билікке айтар болсаңыз, фирма қымбат құрал жабдықтар алар еді. Компания банкрот болуы мүмкін, өзіңіз де басқалар да жұмыс орнын жоғалтар едіңіз.

2. Сіз автомобиль өндірісінің атқарушы директорысыз. Бұрынырақта сіз шетелдік жеткізуші де болдыңыз. Қайтарыңызда ол сізге сыйлық ретінде қымбат сағат берді. Келген соң, өзіңіздің әріптестеріңізге бұл туралы айтуды жоспарладыңыз, бірақ ұмытып кеттіңіз.

Өткен аптада кабинетіңізде отырғанда, бір жеткізушіден тағы бір сыйлық келді. Бұл дегеніңіз керемет антиквар сағат болатын! Сол кезде сіздерде автомобильдің жаңа моделінің радиосы үшін бәсекелес жеткізуші компанияның ұсыныстарын қарастырып жатқан болатынсыздар. Сіздің жомарт жеткізушіңіз де бір ұсыныс жасаған болатын. Басқа жеткізушіге қарағанда, олардың радиосы қымбаттау болды. Ал сапасы жағынан бірдей десе де болады. Осыған дейін сіз арзан радио қабылдағыш жеткізушілермен ешқашан бизнес жасаған жоқсыз.



ОҚЫЛЫМ

1а. Келесі этикалық дилемаларды талқылау үшін әріптесіңізбен бірге жұмыс істеңіз.

1. Сіздің ең жақсы досыңыз сіздің туған күніңізге қымбат сыйлық сыйлады. Сізге ұнамады, не істер едіңіз.

2. Сіздің құрбыңыздың күйеуі жұмыс орнын жоғалтты. Сіз оны жұмыс орталығынан көрдіңіз. Сіз құрбыңызға хабарлар ма едіңіз?

1б. Қандай этикалық мәселелер бизнестегі адамдардың тәжірибесін қалыптастырады?

2а. Жоғарыда берілген екі мәтінді жылдам оқыңыз, келесі этикалық проблемамен салыстырыңыз.

а) Сізде компанияға зиян келтіретін ақпарат бар ма?

б) Сіздерге қымбат сыйлық берген компания сіздердің компанияңызға жеткізуші болуға тырысып жүр.

в) Сіздің адалдығы жоқ әріптесіңіз бар.

3. Әріптеспен жұмыс. Сіз және басқалар / компанияға этикалық шешім қабылдайтын уақыттың келгені туралы әңгімелесіңіздер.

6. Берілген сөйлемдерді төменде берілген сөйлеммен сәйкестендіріңіз.

1. Менің бұрынғы бастығым кездесіп қалды.

2. IBM маған жұмыс ұсынды.

3. қажетті файлдың жоқ екенін білді.

4. Күн ашық болды.

5. Ол жұмыста болмады.

6. Біз болашақ стратегиямыз туралы әңгімелестік

а) Президент күтпеген жерден оның жұмыстан босатылғанын жариялағанда,

б) Мен демалыс алып, самолетпен ұшарда, таңғы жетіде

в) Варшаваға конференцияға қатысу үшін жол жүріп бара жатқанымда,

д) Гарвардта оқып жүргенімде,

д) Табысы жақсырақ жаңа шартқа келісіп қойғанымда,

е) Ол құжаттарды іздеп жатқанда,

7. Топта төменде берілген оқиғалар туралы ойланыңыздар, талқылаңыздар. Сол кезде сіз қайда болдыңыз, не істедіңіз, айтыңыз.

- Үйде немесе жұмыста өте қуанышты жағдай болғанда;
- Сіздің компанияңызда немесе университетте болған оқиға кезінде;
- Әлемдегі маңызды екі оқиға болған кезде.

8. 7 тапсырмадағы талқылаған қызығырақ оқиға туралы шағын мәтін жазыңыз.

5.3 БИЗНЕСТЕГІ ТАНЫМАЛДАР



ОҚЫЛЫМ

1. Топта талқылайтын сұрақтар.

1. Танымал іскери адамдар туралы естігендеріңіз бар ма?
2. Неліктен олар танымал? Олар туралы не білесіз?
3. Іскери әйелдер туралы білесіз бе, бизнесте үлгеру үшін ерлерге қарағанда әйелдерге қиынырақ, сіз қалай ойлайсыз?

2а. Әріптесіңізбен бірлесіп жұмыс істеңіз. Танымал бизнесмендер туралы мәтінді оқыңыз. Төменде берілген сұрақтарға жауап беріңіз. Өз жауаптарыңызды әріптесіңізбен бөлісіңіз.

1. Әр адамның қызметтік бағыты қандай болды?
2. Әр адам не үшін танымал болды?
3. Бәсекелестерінің бағалау стратегиясына байланысты қайсысының бизнесі дамымай қалды?

4 Қалай бастады:

- а) бас киім сатты ма?
- г) адвокат болды ма?
- в) неден бастады?

5. Кім:

- а) өз компаниясының атын ойлап табу үшін кім екі тілдің сөзін пайдаланды?
- б) бизнестегі табысқа мектептегі баға әсер етпейді деп санайтын кім?

6. Олар:

- а) Еуропада тұрды?
- б) АҚШ та тұрды ма?
- в) спортпен айналысты ма? Спорт оларға ұнады ма?
- д) кітап жазды ма?
- е) кедей отбасында дүниеге келді ме?

7. Қайсысы:

- а) бір рет үйленген?
- б) бірінші дүниеге келген?
- в) ұзақ өмір сүрген?
- г) балалардың үлкені?

АКИО МОРИТО



Акио Морито SONY корпорациясының негізін салған, осындай жаңалықтың ашылуының арқасында олар барлық жапон радиоэлектроникасының бағыты мен дамуын айқындап береді.

Ол – нағыз ғаламдық компания құрушылардың алғашқыларының бірі. Оның стратегиясының ғаламат табыстылығы сондай Sony американдық тұтынушылардың Coca-Cola және General Electric-ке қарағанда бірінші бренд болды.

Моританың балалық шағы да жақсы өтті. Нагоя қаласындағы ауқатты отбасының үлкен ұлы еді. Ол физикамен көп айналысты. Ол өзінің 26 жасын тойламас бұрын әріптесі Ибукамен өзінің жеке компаниясын ашты. 1950 жылы олардың Жапонияда алғашқы магнитофоны сатылды. 1957 жылы қалталық радиоқабылдағышты өндіріске шығарды. Ал бір жылдан кейін аты Sony болып өзгертілді. Жаңа атау үшін Морито көп ізденді. Өзінің айтуынша, Ибуко екеуі сөздіктерді көп ақтара жүріп, дыбыс дегенді білдіретін латын сөзі *сонусқа* кездеседі. Осы сөздің өзі дыбысқа толы сияқты көрінеді. Біздің бизнесіміз дыбыспен тығыз байланысты болатын. Сол кездері Жапонияда ағылшын сөздерін жиі қолданатын да кез еді, өзгеше жастарды «сонни» немесе «сонни-бой» (аударғанда бала дегенді білдіреді). «Санни» (күн шуақты) және «сонни» сөзі де латын сөзі сияқты қуанышты, оптимисті естіледі. Сол кездері өзімізді «сонни-бойз» деп санадық. Өкінішке орай «сонни» сөзінің өзі Жапонияда қиындық келтірер еді. Себебі жапон графикасынан латын тіліне аударғанда, «сонни» «сон-ни» болып айтылар еді. Мағынасы «ақшаны жоғалту» дегенді білдіреді. Жаңа тауар үшін бұл атау жарамайды. Біраз уақыт ойландық. Бір күні маған бір әріпті сызып тастап, компанияны Sony деп, неге атамасқа деген ой келді. Сөз табылды! Жаңа атаудың артықшылығы – бұл сөз ешқандай тілде ешқандай мағына білдірмейді. Еске оңай сақталады, латын әріптерімен жазылатындықтан, көптеген елде бұл атау олардың тіліндегі сөз сияқты қабылданады.

1960 жылы алғашқы телевизорды өндіріске шығарды. 1963 ол отбасын АҚШ-қа көшіреді. Бұл оған американдықтарды, олардың рыногын, салтын түсінуге көмектесті. Көптеген адамдар оның ғаламдық табысының басты себебі осы болды деп санайды. Sony 1979 жылы жастардың музыкаға әуестігін байқаған соң, Жапонияда Walkman - ды өндіріске шығарды.

Морито аса еңбекқор болған, сондай-ақ өнерді, музыканы жақсы көрген, спортты да жан тәнімен ұнатқан.

«Оның мектептегі бағаны ұмытыңдар (Never mind school records) деген кітабы да танымал, 250 000 данамен Жапонияда сатылған. Онда оқудағы бағалардың жұмыстағы жетістіктерге, бизнесті жүргізу қабілетіне әсер етпейтіні туралы айтылған.

Оның артында екі ұлы бір қызы қалды. Акио Морито 1999 жылы 3 қазанда қайтыс болған. Екінші әйелі танымал теннисші Бетси Нэгелсеннен қызы бар.

http://www.ibt.atlantm.com/achievement/world/~page_ (Мировые истории успеха)

МАРК МАККОРМАК



Марк Хьюм Маккормак спорт агенті. Марк Маккормак спорт маркетинг индустриясын бастаған. Спорт тұлғаларының жарнама мен демеушіліктен қосымша қаржы таба алатынын алғаш түсінгендердің бірі. Марк колледжде гольфті өте жақсы ойнаған. Болашағы бар ойыншы екенін де көрсете алған. Йель университетінің заң факультетін аяқтаған соң, ол адвокат ретінде жұмыс істеген. Кейінірек ол спорт маркетингісінің үлкен потенциалы бар екенін жақсы түсініп, өз жұмысын өзгертеді. Оның ең бірінші клиенті белгілі гольф ойыншысы Арнольд Палмер болды.

Қандай империя құрғандығын, қандай күшті оятқанын түсіну үшін біраз цифрлар мен есімдерді айтып өтейік.

Бірінші есімдер. IMG клиенттеріне гольф ойыншылары - Арнольд Палмер, Джек Никлаус, Тайгер Вутс, Ник Фалдо, Грег Норман, Колин Монтгомери, Анника Соренстам, Марк О'Мира (бұл спорт түрімен таныс еместердің мына сөзге сенуіне тура келеді: бұлар супер жұлдыздар); теннисшілер - Пит Сампрас, Мартина Хингис, Андре Агасси, Иван Лендл, Моника Селеш, Марсело Риос, Евгений Кафельников, Анна Курникова, Джим Курье, Мартина Навратилова, Джон Макинрой, Аранча Санчес, Бьорн Борг; хоккейшілер - Уэйн Гретцки, Сергей Федоров, Яромир Ягр; авто жарыстағылар - Джеки Стюарт, Михаэль Шумахер, Ральф Шумахер; тау шаңғышылары - Жан-Клод Килли, сондай – ақ америка футболындағы, бейсболындағы, кркетіндегі жұлдызды есімдер тағы басқалар.

Маккормактың қызметін «әлем чемпиондары» скрипкашы Ицхак Перлман, пианино шебері Евгений Кисин пайдаланған. Пласидо Доминго, Михаил Барышников, Хосе Каррерас оның клиенттері болған.

Цифрға келетін болсақ, Марк компаниясын бір адамнан – өзінен бастап құрған. 30 жыл ішінде бастапқы *IMG* компаниясына салынған капитал 500 долларды бірнеше миллиардқа жеткізді. Бір адамнан басталған компания қызметкерлерінің саны 2 мыңға жетті, әлемнің 33 еліндегі офистерінің саны 104- ке жетті. Компания табысы жылына 1 млрд. доллардан асады.

Бүгіндері *International Management Group* компаниясы тек қана спорт әлемінде ғана танымал емес, әлемнің ірі компаниясының тізімінде *Forbes 500*-де 179 орынды иеленеді.

Ол 72 жасында 2003 жылы қайтыс болды. Өмірінің соңына қарай бірнеше кітап жазды. Оның «Гарвард бизнес мектебі сіздерге нені үйретіп, оқытпады» деген кітабы оқырмандарға жақсы танымал.

Бірінші некелескен жарынан үш ұлы бар, олар қазір де *IMG* - де жұмыс істейді. Екінші әйелі танымал теннисші Бетси Нэгелсеннен қызы бар.

http://www.ibt.atlantm.com/achievement/world/~page_ (*Мировые истории успеха*)

2b. Төрт адамның балалық шағы мен тәрбиесіндегі айырмашылықтар мен ұқсастықты талқылаңыздар.

КОКО ШАНЕЛЬ



Габриэль (Коко) Шанель (1883 – 1971) – француз модельер дизайнері. XX ғасыр әйелдерінің сымбатын жасаған. Белгілі «Шанель №5» иіс суын ойлап тапқан. Алғашқы модельдер үйінің өкілі. «Көпшілік қауымды таба алмаған сән - сән емес» деп санайды ол. Костюмдер тарихына оның жасанды маржанмен көмкерілген кішкентай қара көйлегі кірді. Оны күні бойы да, кештерге де кюге болатын. Парфюмерлік фирмалардың негізін салушы. Модельерлердің ішінде жалғыз Шанельге ғана өзінің қайталанбас стилін жасаудың сәті түсті. Ол XX ғасыр әйелдерінің бейнесіне революция жасады. Жан дүниелері мен саналарына өзгеріс әкелді. Өз болмысымен еркін, тәуелсіз әйел бейнесін көрсете отырып,

Шанел нәзік жандарға жеке мәнін, еркіндіктің, тәуелсіздіктің сұлулығын сезінуді сыйлады. Ол әрқашан ағысқа қарсы жүзді, өмір сүрді, жеңістерге жетті дәстүрлерді бұза отырып, жаңа , соны жол салды. Осы қайтпас, қайсар қыз жаңашыл болды, сән әлемінің данышпаны болды.

Жетімдік пен кедейлік Габриэль Шанел үшін оның өміріндегі алғашқы университет болды. Оның ата бабасынан қайсарлық, қиындық алдындағы шыдамдылық, биікке ұмтылу, жақсыға сену деген сияқты ғаламат қасиеттер мұрагерлікке қалды. 1910 жылы Парижде әйелдерге арналған шляпалар дүкенін ашты. 1920 жылы өзінің бизнесін кеңейту үшін киімдермен толықтырды. 1923 жылы шығарылған «кішкентай қара көйлегі» үлкен табыс әкелді.

Өмірінің көп бөлігін Парижде өткізді, кейінірек Швейцарияға көшті. Қартайған шағында да ол бұрынғыша жұмыс істеді.

<http://all-biography.ru/alpha/c/shanel-koko-chanel-coco#ixzz3oLB2KU9x>

ФРЕДДИ ЛЕЙКЕР



37 жасында Фредди авиа тасымалдау өндірісінің пионері болды. 1977 жылы өзінің қызметін трансатлантикалық Skytrainмен Лондоннан Нью-Йоркке жолаушылар тасымалдауды бастады. Билет құны қыста 32. 50 еуро, ал жазда 37 еуро болды. Бұл дегеніңіз өзінің бәсекелестерінің билет құнының үштен бірі ғана еді. Қызмет көрсету көпке белгілі болды. Бірінші жылдың соңына қарай табысы 3 млн еуроға жетті. Ал Ұлыбританиядан АҚШ - қа барар жолаушылар саны 30 пайызға өсті.

Лейкер кішкентай үйде тұрды, бес жасқа толғанда, әкесі үйден кетіп қалды. Ол жұмысты авиацялық заводта еден жуушыдан бастады. Кейін аэро инженерияны оқыды. 1960 жылдың ортасына қарай ол өзінің LAKER Airways атты жеке компаниясын құрды. Skytrain табысынан кейін басқа авиа компаниялар да бағаны төмендетуге келісті. Бұл Лейкерге қиындық әкелді. Нәтижесінде LAKER Airways 1982 жылы банкрот болды. Содан соң, шағын авиакомпанияларға қосылды. Ол төрт рет үйленді, артында бір қызы қалды.

https://en.wikipedia.org/wiki/Freddie_Laker

СӨЗДІК: бизнеске қатысты сөздермен жұмыс істейік

3а. Төменде берілген сөздермен тіркесетін етістіктерді сәйкестендіріңіз.

1. Шарт
2. Пайда
3. Компания
4. Өнім
5. Банкрот
6. Бизнессте

Жасау, табу, шығару, құру, болу, жүргізу, ұшырау.

3б. За жаттығуында берілген сөздерді пайдаланып сөйлемдер жазыңыз.

ГРАММАТИКА: Бұрынғы өткен шақ.

4а. Акио Моритаға қатысты мәтіндегі екі сөйлемге назар аударыңыз, етістіктердің астын сызыңыз.

Морита жастардың музыкаға әуестігін байқағаннан кейін Sony 1979 жылы Walkman-ды өндіріске шығарды.

Өзінің 26 жасын тойлағанға дейін ол өзінің жеке компаниясын құрды.

4б. Сұрақтарға жауап беріп, ережені толықтырыңыз.

1. Әр сөйлемдегі қай етістік өткен шақта берілген?
2. Әрбір сөйлемде бірінші қандай әрекет болды?
3. Екінші сөйлемде қандай әрекет болды?
4. Өткен шақтың осы құрылымында бірінші қай әрекет өтті, сол әрекет бірінші беріледі.

5. Белгілі бір уақытта болған оқиғаны қандай құрылыммен береміз? Төменде берілген сөйлемдерге назар аударыңыз.

1. 1920 жылға қарай ...
2. Бірінші жылдың соңында

6. Мәтінді өткен шақ құрылымдарын пайдалана отырып, толықтырыңыз.

Билл Гейтс Microsoft компаниясының негізін салушы. 2000 жылы әйелі Мелиндамен бірлесіп, қайырымдылық қорын ... (құру). Қор негізінен 1994 жылы ... (құру). Басында қор Уильяма Гейтс қоры деп .. (аталу). Кейін Билл және Мелинда Гейтс қоры болып .. (өзгеру). Қорда 33,5 млрд. \$ көлемінде қаржы бар. Қайырымдылық жұмыстары үшін Билл мен Мелинда Гейтс 2005 жылы Time журналының жыл адамы ретінде ... (танылу).

Уоррен Баффетт – АҚШ тағы ең бай екінші адам. Осы қордың құрылтайшысы, қордың қызметіне 15,1 млрд. \$ көлемінде қаржы ... (бөлу).

2006 жылы Баффетт жыл сайын қорға қаржы бөліп тұруға ... (уәде беру). 2010 жылы маусымда Уоррен Баффетт АҚШ тарихындағы ең үлкен көлемде қайырымдылық қорына 37 млрд. \$ қаржы ... (аудару). Қордың негізгі мақсаты денсаулық сақтау жүйесін жақсарту, кедей елдердегі аштықты жою.

(<http://www.zakon.kz/4683579-bill-gejts-verit-v-svetloe-budushhee.html>).



СӨЙЛЕСІМ

7а. Мына адамдар осы жасында не істеді? Берілген сөздер мен сөз тіркесін сөйлемдермен сәйкестендіріңіз.

банкрот болу, әлем кубогын жеңіп алу, Оскар сыйлығын жеңіп алу, жеке компаниясын ашу, музыкасының бірінші бөлігі, спорттағы ең әсерлі адам, Эверест шыңына көтерілу, бизнесін кеңейту

1. 26 жасында Акио Морита
2. 1982 жылы Фредди Лейкер ...
3. 1920 қарай Коко Шанель ...
4. 1990 жылы Марк Маккормак ...
5. 6 жасында Моцарт ...
6. 35 жасында Эдмунд Хиллари ...
7. 17 жасында Пеле ...
8. 27 жасында Эми Джонсон ...

7б. Өз жауаптарыңызды әріптесіңізбен бірге тексеріңіз. Сөйлемдерді өткен шақ тұлғасында жазыңыз.

Акио Морита 26 жасында не істеген?
- Ол өзінің жеке компаниясын құрды.

8. Қиындықпен өткен балалық шақ сіздерге жақсы кәсіпкер болуға көмектесе ме? Талқылаңыздар.

5.4. ЖАҒДАЯТТЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

1. Әріптесіңізбен бірге келесі сұрақтарды талқылаңыздар.

Күнделікті өміріңізде сіз келіссөз жүргізесіз бе? Кімдермен келіссөз жүргізесіз? Мысалы, сіз бастығыңызбен айлық жалақыны көтеру туралы келіссөз жүргізу; бірлескен семинар өткізу.

2. Әріптесіңізбен бірге жұмыс істеңіз. Табысты келіссөз жүргізу үшін төменде берілген кеңестің қайсысы маңыздырақ деп ойлайсыз? Тәртеуін таңдаңыз.

- екінші тараптағы адамға не қалайтыныңызды айтыңыз.
- мұқият тыңдаңыз.
- келіссөз жүргізу барысында өз жоспарыңызды өзгертпеңіз.
- мақсатыңыз анық болсын.
- сұрақты көбірек қойыңыз.
- жеңу үшін бар мүмкіндікті қарастырыңыз.
- ұстамдылық танытыңыз.
- өзіңіздің қалауыңызға қатысты көп себептер айтыңыз.

3. Domino SPRL туралы оқыңыз. Күнқағар көзілдірік рыногы неге өсіп жатыр?

Домино s.p.r.l. Италияндық көтерме сауда жүргізушілері АҚШ немесе Азия өндірушілерінен көзілдірік импорттағысы келеді. Олар Европаның барлық дүкендеріне күнқағар көзілдірікті жеткізеді. Мұндай көзілдіріктің күйіп тұрған уақыты жазғы айлар болса да, рынокты зерттеу нәтижесі жыл бойы көп адамдардың осындай көзілдірік тағатындардың көбейіп келе жатқанын болжады. Тіпті кешке қарай да сән аксессуары қатарында!

4а. Вераның Сан-Франциско өндірушісімен жүргізген келіссөзін тыңдаңыз. Келіссөзі табысты болды ма?

4б. Қайта тыңдап, сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Вера қанша көзілдірік алғысы келеді?
2. Жеткізілімге және төлемге байланысты қандай мәселелер болды?



ТЫҢДАЛЫМ

Вера, Болат

В: Мен Болатпен сөйлесе аламын ба?

Б: Иә, тыңдап тұрмын. Көмегім қажет пе? Айтыңыз.

В: Сәлематсыз ба Болат? Италиядан хабарласып тұрмын, Верамын.

Б: Сәлем, Вера? Хал қалай?

В: Жақсы. Сіз менің хатымды алдыңыз ба?

Б: Иә, алдым, жауап жазуға уақытым болмады. Сізге күнқағар көзілдірікке бізден тапсырыс беру керек пе?

В: Иә, мүмкін болса... Біраз үлгілерін жіберіпсіз. Бізге ұнады, жақсы екен.

Б: Олар сенімді, жақсы сатылады. Қанша данасына тапсырыс бергіңіз келеді.

В: Ммм ..., Біз көбірек тапсырыс бергіміз келеді, 50000 мыңға жуық, өзіңіз поштада көрсеткен бағамен алғымыз келеді.

Б: Керемет.

В: Шындығында, бұл өте маңызды, егер тамыз айында жеткізілсе.

Б: Бұл қиындау шығар. Біз жазға көптеген тапсырыс алып қойдық. Мүмкін қыркүйекте жеткізерміз.

В: Егер біз бұрынырақ төлесек ше? Тамыз айында жеткізуге мүмкін бе екен?

Б: Вера, анықтап алайын. Тауарды тамыз айында алатын болсаңыз, төлемді ертерек жасайсыздар ма? Бұл жақсы болар еді... .

В: Жоқ, біз жақын арада төлей алмаймыз. Мен 60 күннен кейін төлесек деп тұрмын. Бұған қалай қарайсыз?

Б: Өкінішке орай, Вера, біз ұзақ күте алмаймыз. 30 күн дұрысырақ.

В: Бұны ойланайын. Жақсы, ендеше. Қарастырып көріңіз. Мүмкін өзіңізге тағы да хабарласармын.

Б: Жақсы, сіздер хабарласады деп үміттенемін.

В: Сізге көп рахмет. Сау болыңыз.

Б: Сау болыңыз.

ТАУАР ЖЕТКІЗУ ҮШІН КЕЛІССӨЗДЕР ЖҮРГІЗУ

ТИРЕК СӨЗДЕР: ұсынсыс, өтініш, шарт, саудаласу

5а. Қайта тыңдап, сөйлемдерді толықтырыңыздар.

1. **Болат:** Қанша алғыңыз келеді ?
2. **Вера:** Біз көбірек бергіміз келеді.
3. **Болат:** ... мәселесі қиындау болуы мүмкін деп ойлаймын.
4. **Вера:** Егер ертерек төлесек, тамызда жеткізілім жасай аласыздар ма?
5. **Болат:** Мен анықтап алайын. Жеткізілім төлемін айтып тұрсыз ба?
6. **Вера:** ... төлесек, бұған қалай қарайсыз?
7. **Вера:** Мүмкін сізге тағы хабарласамын деп ойлаймын.
8. **Болат:** Жақсы, сіздер хабарласады деп

5б. Төменде берілген сөйлемдерден 5а жаттығуында берілген сөйлемдермен сәйкесін табыңыз.

- а) Қарастырып көрейін, егер бұған менің құқым болса.
- б) Біз көп мөлшерде сатылым туралы қарастырамыз.
- в) қандай мөлшерде айтасыз?
- д) Мүмкін сияқты. Жақсы.
- д) Егер біз жылдамырақ төлесек, сіз бізге тауарды ертерек жібере аласыз ба?
- е) Ұсынысқа қалай қарайсыз?
- г) Кешірім өтінемін, бұл қиын сұрақ болуы мүмкін.

ТАПСЫРМА:

КЕЛІССӨЗ ЖҮРГІЗУ



6а. Алдыңғы келіссөз нәтижесі болмағандықтан, келесі кездесу «Кереметпен» (Қазақстан) пен «Жаңа өріс» (Түркия) арасында болады. Жұмыс шағын топта өтеді. Талқылауға қажетті сұрақтар төменде берілген:

1. Келіссөздегі сіздің ең маңызды талабыңыз қандай?
2. Сіздегі аса маңызды емес кейбір тармақтарыңыз қандай? Өзіңіздің қалағаныңызға жету үшін оларды кейінге қалдыра аласыз ба?
3. Басқа тараптар үшін не маңызды деп ойлайсыз?

А тобы (Жаңа өріс өкілдері), төменде берілген ақпаратты мұқият танысыңыз, келіссөзге дайындалыңыз. Өз компанияңыз үшін жақсы шарт жасасуға тырысыңыз.

Сіздің ұсынғыңыз келеді:

- Саны: 50000 көзілдірік;

- Мынадай көзілдірік түрлері : Оазис - 10000 дана; Мираж - 15000 дана; Горизонт - 25000 дана;

Сіз көзілдіріктің Мираж және Горизонт сияқты түрінен көбірек алғыңыз келеді, бұлардан көбірек пайда көресіз.

- Жеткізілім: 7 тамыздан 21 тамызға дейін немесе тамыздың соңына дейін. Тамыз дұрысырақ, себебі бөлшек саудадағылар қысқы ассортиментті қыркүйекте сатуды бастайды.

- Төленім: 60 күннен кейін (жақсы уақыт), 30 күннен кейін немесе жеткізілімге 10% (жоғары), 5% (әдетте көтерме сауда үшін жеңілдік), 3% (төмен)

В тобы үшін

В тобы «Керемет» өкілдері төменде берілген ақпаратты мұқият танысыңыз, келіссөзге дайындалыңыз. Өзіңіздің компанияңыз үшін жақсы шартқа отыруға тырысыңыз. Шешім қабылдау – сіз үшін маңыздырақ сәттердің бірі.

Сіздің

Саны - 50000 көзілдірік сатқыңыз келеді:

- Мынадай көзілдірік түрлері Оазис – 25000; Мираж - 15, 000; Горизонт – 10000.

Сіз Оазис пен Мираждан көбірек табыс ала аласыз.

- Жеткізілім: 14 қыркүйек (жақсы уақыт), 7 қыркүйек немесе тамыздың соңы (жақсы уақыт емес).

- Төленім: тауарды алған соң, 30 күннен кейін, немесе 60 күннен кейін. Маңыздысы - сіздің қаржыны жылдамырақ алғаныңыз. Себебі банкке несиелеріңіздің пайызын төлеу керек.

- Жеңілдік: 0% (жақсы), 2% (жеткізілім үшін), 8% (60000нан жоғары тапсырыс үшін).

бв. Екеуара жұмыс. Бір өкіл Жаңа өріс жақтан, бір өкіл Кереметтен.

Келіссөз мақсаты өзіңіздің компанияңыз үшін жақсы шартқа жетуге тырысу.

5.5. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗЫЛЫМ БІЛІКТІЛІГІ



ОҚЫҢЫЗ

Соңғы кездері электронды пошта іскери хат жазысу барысында үлкен орын алады. Оның артықшылықтары, әрине, көзге ұрып тұр: жылдам, қолданысы қарапайым. Алайда, электронды хаттардың да өз ерекшелігі бар. Назар аударыңыз.

Хаттар

1. Хаттарды, кем дегенде, күніне екі рет – таңертең және түстен кейін бір қараңыз. Әйтпесе, басқа адамдардың жұмысына кедергі келтіресіз, кейбір сұрақтардың шешілуін кешіктіресіз.

2. Келген хаттарды оқыңыз.

3. Егер менеджер болсаңыз, сіздің жұмыс күніңіз пошталық клиенттеріңізді жіберуден басталады.

4. Егер сіздің уақытыңыз болмаса, сізге хат келіп тұр, кімнен келіп тұр, тақырыбы қандай көз жүгіртіп шығыңыз. Бұл сізге хатқа жылдам жауап беру керек пе, әлде асықпай жауап беруге бола ма деген сұрақтарыңызға көмектеседі.

5. Істі жүргізудің ең тиімді, қарапайым жолы – хатқа жауап беру.

«Кімге», «Көшірме», «Жасырын көшірме» жолдары

«Кімге», «Көшірме», «Жасырын көшірме» жолдарын дұрыс қолдануды ұмытпаңыз. Сіздің іс әрекетіңіз осыған да байланысты.

1. «Кімге». Егер сұрақты сіз жіберсеңіз, адресаттан жауап күтесіз. Егер хатты алушы болсаңыз жауапты сіз бересіз.

2. «Көшірме». Осы жолдағы хат алушылар хатты ақпарат үшін алады немесе «шақырылған куәгер» болып табылады. Көшірмені алушылар хатқа жауап беруге тиісті емес. Жауап беру қажет болып жатқан жағдайда «араласып жатқанымға кешірім өтінемін» деген сөздермен бастағаны жөн.

3. «Жасырын көшірме» Бұл жолда хаттың жіберілгені туралы фактіні негізгі хат алушы және көшірмеде тұрғандар білмейді. Сондай-ақ сіздің адресіңізді басқа хат алушылардың білмеуі үшін қолданылады.

Егер келген хатта «Кімге» деген жолда екі адресат болса, онда екеуі де жауап беруге тиісті.

Алайда, «Кімге» деген жолда екі адресаттан көбірек болса, яғни барлығына жіберілген хаттан сіз жауап ала алмауыңыз да мүмкін.

«Тақырып» жолы

Осы жолды бос қалдырмағаныңыз дұрыс. Сіз хат жазысып отырған адам күніне жүздеген хаттар алуы мүмкін. Бұл жол хат мазмұнының маңыздылығын жылдам аңғартуға көмектеседі. Хат тақырыбы хаттың мазмұнын қысқа - нұсқа түрінде бере алғаны жақсы.

Жауап жазу

1. Сыпайы сәлемдесуден бастаңыз.

2. Бір тілде жазыңыз. Ресми хатқа ресми емес жауап жазу – респондентті сыйламаушылық және төмен мәдениеттілігіңізді демонстрациялау болып табылады.

3. Іскери хат нақты, анық, ұстанымды болып жазылуы керек.

о Анықтық – мысалы кездесу күні, уақыты, кездесуге қатысты күн тәртібіндегі тармақтар, басқа хаттардың күні тақырыбы немесе файлдың атауы.

о Нақтылық – хатта хат алушыдан не талап етіледі, нақты жазылуы тиіс.

о Ұстанымдылық – кім анық ойлайды, сол анық баяндайды. Оны сіздің адресатыңыз да көріп отыр. Үш сөйлеммен жазуға болатынды үш бет жазып қажеті жоқ. Ұстанымды іскери хат – құрғақ сөз емес, уақытты үнемдеу, ойдың анықтығы.

Іскери хат құрылымы Қаратпа

Хатта адресаттың лауазымы, аты жөні жазылады. Ресми іскери хаттар үшін стандартты қаратпа «Құрметті» үлкен әріппен, беттің ортасына жазылады. Көп елдерде адресаттың аты мен әкесінің аты жазылады, батыс елдері компанияларының корпоративтік мәдениетінде жәй ғана есімі де жазыла береді. Егер әріптесіңізді жақсы білсеңіз, «Құрметті Қуаныш Асқарұлы» деген қаратпамен жаза беруіңізге болады. немесе «Қуаныш мырза» деп те жазуға болады.

Егер де сіз діни конфессия өкілдеріне, президентке, әр түрлі елдің парламенті мүшелеріне хат жазбайтын болсаңыз, онда сіздің жолыңыздың болғаны. Олар үшін арнайы ресми қаратпалар бар, әрбір ранг үшін – ерекше. Хатты жібермес бұрын таңдаған қаратпаңыз адресат мәртебесіне сәйкес келе ме, мұқият тексеріңіз. Бұған қарағанда әскери қызметте-

гілерге қалай жазу керектігін еске сақтау жеңілірек: «Құрметті полковник» деген қаратпаны қолданасыз. «Ханымдар мен мырзалар» ізгілікті қаратпа болып табылады. Оны мысалы сән салонның ашуға шақырылғандарға қолдануға болады.

Егер іскери презентацияға шақырар болсаңыз, жалпыға бірдей қаратпаны қолдануға болады: «Құрметті мырзалар».

Мысалы:

«Керемет» фирмасының бас директоры
Сейсенбаев Мұқанға

Құрметті Мұқан Сәтжанұлы!

немесе

Құрметті Сейсенбаев мырза!

Преамбула

Хаттың жазылу мақсаты, себебі баяндалған бөлім Хаттың бірінші абзацын құрайды. Преамбуласын оқи отырып, адресат хаттың негізін түсінуі тиіс. Мысалы: Мен сізге сіздің компанияңыздың бізге әкелетін жиһазға қажетті шикізаттың сапасына разы еместігімді білдіру мақсатында хат жазып отырмын. Сіздің бұл жағдаятты жақсы жағына өзгерту туралы қарастыратыныңызға және біздің шығындарымыздың орнын толтыратыныңызға сенім білдіремін.

Негізгі мәтін

Одан әрі қарай 2-4 абзац сіздің жеке ойларыңызды білдіретін, нақты әрекет туралы өтініштеріңіз, я болмаса сұрақтарды шеше алатындай сіздің ұсынысыңыздың нұсқасы баяндалуы қажет.

Мысалы: Соңғы ай бойы, осы жылдың екінші маусымынан бастап, сіздердің шикізаттарыңыздың 10-15% жарамсыз болып жатыр. Аталған факт біздің компаниямыздың мамандары арқылы анықталды. Құжат көшірмесі осы хатқа тіркелді. Жарамсыз шикізатты қабылдауымызға байланысты біздің компанияның шығындары 2 млн. теңгені құрайды. Біз «Керемет» фирмасымен бес жылдан бері ынтымақтасып жұмыс істеп келеміз. Осыған дейін бізде шағымданудың ешқандай реті болған емес. Бұл жағдайда біздің шығындарымызды толық өтеу туралы талап етеміз. Қажет болған жағдайда, жарамсыз материалға бірлескен сараптама жүргізу үшін дайынбыз.

Қорытынды

Жазылған хаттың қысқаша түрде қорытындысын жүйелі аяқтау.

Мысалы: Осы жағдайды қарастыратыныңызға және жақын арада біздің ынтымақтасуымыз үйреншікті қалпына түсетініне сенімдімін.

Қол қою

Хат адресанттың стандартты сыпайы сөз тіркестері «Құрметпен» дегенді қолданып, қол қоюмен (лауазымы + аты жөні) аяқталады. Сыпайы аяқтаудың басқа да нұсқалары болуы мүмкін: шынайы құрметпен, ізгілікті ниетпен, үмітпен және т.б. Хатқа қол қоярда, адресантпен адресанттың рангілерін ескеру маңызды. Бас директор атына жіберілетін хатқа бас директор немесе оның орынбасары қол қою керек.

Мысалы: «Алатау» жиһаз фабрикасының Бас директоры Құрманұлы А. Ж.

Постскриптум

Постскриптум (P.S.) – іскери хаттарда қол қойылғаннан кейін өте сирек қолданылады. Бұл хат жазылып қойылғаннан кейінгі болған маңызды оқиғаны хабарлау үшін қызмет етеді. Хат тақырыбына жанама қатысы бар ақпаратты беру үшін қолданылады.

1 мысалы: P.S. 3 сағат бұрын келіп түскен шикізаттың жарамсыздығы 17% өскенін ақпараттандырамын.

2 мысал: P.S. Біздің шикізатты қабылдау бөлімінің жетекшісі сіздердің мамандарыңызбен сіздердің мекемеде ертең 14:00- де кездеседі.

Қосымша

Қосымшаны негізгі мәтінге қосу міндетті емес. Сондықтан жеке бетке рәсімделеді. Әрбір қосымша жеке бетте болады. Оларды жазу ережесі жоқ.

Іскери хаттардағы стандартты фразалар

Ескертулер

- Сізге зауыт басшылығының шешім қабылдағанын хабардар етеміз
- Сіздің ұсынысыңыздың қабылданғанын хабардар етеміз.
- Біздегі жағдайдың өзгергенін хабардар етеміз.
- Өкінішке орай осы сұрақты шеше алмайтынымызды хабарлаймыз

Мотивтерді түсіндіру моделдерінің берілуі (Іскери хаттардың басталуында жиі кездесетін фразалар)

Хаттамаға сәйкес...

- Күзетті күшейту мақсатында
- Сіздің өтінішіңізге жауап ретінде ...
- Біздің келісімімізді қолдауда ...
- Техникалық көмек көрсету мақсатында ...
- Бірлескен жұмыс өткізуге байланысты ...
- Тапсырушының хатына сәйкес...

Егер автор заңды тұлға болса, онда іс-әрекет былайша өрбиді:

1. Үшінші жақтан, жекеше түрде, мысалы:

- o «Алматы» зауытының қарсылығы жоқ ...
- o Бірлескен қазақ – түрік кәсіпорны ... ұсынады
- o «Жетісу» кооперативі кепілдеме береді

2. Үшінші жақтан, көпше түрде мысалы:

«Алатау» жиһаз фабрикасының дирекциясы және кәсіподақ комитеті үлкен өтінішпен ... сұрайды.

3. Бірінші жақтан, көпше түрде:

- o өтініш білдіреміз ...
- o ... растаймыз
- o ... хабарлаймыз
- o ... ескертеміз

Егер автор жеке тұлға болса, онда іс әрекет былайша өрбиді:

1. Бірінші жақтан, жекеше түрде, мысалы.

- o ... Сізге мәлімдеймін
- o ... өтінемін
- o ... сізге хабардар етемін.

2. Бірінші жақтан, көпше түрде:

- o ... мақұлдаймыз
- o ... біз сіздің жеделхатыңызды алдық
- o ... құттықтаймыз
- o ... қолдаймыз

Өтініш

- ... жұмыстың өту барысын тексеруіңізді сұраймыз.
- ... шара қолдануыңызды сұраймыз
- ... өндірістің өнімділігі туралы хабарлауыңызды сұраймыз.

Құжаттар мен құнды материалдарды жіберу

- Қондырғыны жинау сызбаларын жіберіп жатырмыз.
- Сізді қызықтырған құжаттарды жіберіп жатырмыз.
- Біздің тараптан қол қойылған шартты жіберіп жатырмыз.

Растау

- Сіздің тапсырысыңызды алғанымызды растаймыз, оны орындауға кірістік.
- ... спецификация алғанымызды растаймыз.
- «Алматы» зауыты құрал жабдықтарды жеткізу шарттарын растайды.

Ұсыныс

- Біз сізге ... ұсына аламыз
- Сізге ... алуға ұсынамыз

Шақыру

- Сізді жобаны талқылауға қатысу үшін шақырамыз.
- Мәселелерді талқылау үшін қатысуыңызды сұраймыз.
- Сіздердің кәсіпорынның өкілін қатысуға шақырамыз.

Ұсынысты (жобаны) кейінге қалдыруға немесе ұсыныстан (жобадан) бас тарту

- Сіздің ұсынысыңыз (жобаңыз) келесі себептерге ... байланысты кейінге қалдырылды.
- Сіздің ұсынысыңыз (жобаңыз) келесі себептерге ... байланысты бекітілмеді.

Еске салу

- Бірлескен жұмыс жоспары бойынша Сіздің ... керектігін есіңізге саламыз.
- ... сәйкес сіздің ... қажеттігін есіңізге саламыз.
- Сіздің қарызыңыз төлем бойынша ... соманы құрайтынын есіңізге саламыз.
- Қолжазбаны тапсыру мерзімі өтіп бара жатқанын есіңізге саламыз.

Кепілдеме

Төлемге кепілдеме береміз.

- Орындау мерзіміне кепілдеме береміз.
- Өнімнің сапасына кепілдеме береміз.

Қорытынды сөздер

- Біздің өтініштеріміз орындалады деп үміттенеміз.
- Әрі қарайғы ынтымақтастыққа үміттенеміз.
- Сізден жауапты кешіктірмеуіңізді өтінеміз.
- Жауапты кешіктіргенімізге (жіберілген қатеге) кешірім сұраймыз.

Іскери хаттарды жазуды жалпы ережелері

Сауатты іскери хат жазудың құрылымнан басқа тағы бір маңызды бөлігі хатты ұқыпты рәсімдеу болып табылады.

1. Бланк

Іскери хат ұйымның ресми бланкісінде рәсімделуі керек. Бланктың колонтитулында мына ақпараттар болуы тиіс:

- o ұйымның атауы;
- o ұйымның мекен жайы;
- o телефон және факс;
- o Web-сайт және e-mail.

Сондай - ақ бланкіде ұйымның реквизиттері және оның логотипі көрсетіледі. Осы ақпараттың бәрінің болуы адресатқа хатты жіберушіні тез білуге мүмкіндік береді, жауап хатты да дұрыс адреске жіберуге бағыттайды.

Тағы басқа іскери хат үлгілері:

Құрметті Дәурен Асқарұлы!

15 наурыздағы хатыңызға байланысты мен жұмадағы жиналысқа қатыса алмаймын. Егер де маған жиналыс хаттамасының көшірмесін салып жіберсеңіз, разылығымды білдіремін.

*Шын жүректен
Нұрлан Серікбайұлы.*

Сәлем Қайрат,

Жақсы жаңалық бар: контракт алдым. Бізбен бірге жұмыс істеуге қалай қарайсың? Осыны білгім келеді. Байланыста болыңыз.

Ізгі тілектермен Ержан

ОҚУ ДАҒДЫСЫ: ресми, ресми емес жазылған сөздерді тани білу

1а. Хаттар мазмұнына қараңыз. Оларды төменде берілген түрлерге сәйкестендіреміз.

Күн тәртібінің тармақшасы	талқылау	Әрекет
Маркетингтік жоспар	Бюджет қабылданды	Нақты бюджет наурыздың 15-де дайын болады.
	Марат Сайлауұлы келесі кездесудің шарттарын дайындайды.	

1В. Ресми, ресми емес жазылған хаттарға мысалдар жазыңыз.

2а. Келесі функциялардың қайсысы ресми, ресми емес?

1. қысқартуларды пайдалану
2. қысқартылмай, толық жазылуы
3. пассив құрылымдар
4. фразалық етстіктер
5. қысқа жазудың орнына тым ұзақ, шұбалаңқы жазу
6. тікелей сұрақтар, мысалы, сен орындай аласың ба?
7. сөздердің түсіп қалуы
8. императивтердің қолданысы

2в. Жоғарыда іскери хатқа байланысты берілген мәтіндерден хаттардың басталуын, аяқталуын, электронды пошта хабарламасын табыңыз.

АЛТЫНШЫ САБАҚ

Жолбарыс елдер

6.1. АЗИЯ ЖОЛБАРЫСТАРЫ

Осы сабақта

- сөйлесімге қатысты сұрақтармен,
- сөз тіркестерімен,
- жағдаяттық тапсырмалармен,
- оқу біліктілігімен.
- жазу біліктілігімен танысамыз.

1. Мына сұрақтарды топ болып талқылаңыздар:

1. Азияның жолбарыс елдері кімдер?
2. Неге оларды жолбарысқа теңеген?
3. Олар таңқаларлық табысқа қалай қол жеткізді?
4. Кельт жолбарыстары қай ел?
5. Балтық жолбарыстары қай елдер?

2. Әріптесіңізбен бірлесіп жұмыс істеңіз. Танымал елдер туралы мәтінді оқыңыз. Төменде берілген сұрақтарға жауап беріңіз. Өз жауаптарыңызды әріптесіңізбен бөлісіңіз.

- Азия жолбарыстарының алғашқы толқыны қай елдер?
- Оңтүстік Корея Финляндия, Швейцария деңгейіне қашан жетті? Олардың бастапқы жағдайы қалай еді?
 - Жалпы ішкі өнімі бойынша қай орында?
 - «Экватордағы ел» деп қай елді айтады?
 - Әлемдегі ең ір қаржы орталығының бірі Қытай халық республикасының қай ауданы?





Әлемдік қауымдастық бүгінде Оңтүстік Азия мен Оңтүстік Шығыс Азияның бірқатар елдерін бейнелі түрде «Азия жолбарыстары» деп атайды. Өйткені, соңғы жарты ғасыр көлеміндегі бұл елдердің экономикалық өрлеуі расында да жолбарыстың әрекеті мен секірісі секілді. Оның үстіне олар осынау керемет өсу көрсеткіштерімен «дамудың кілті батыста – Еуропада» деген түсінікті теріске шығарып, әлемді мойындатты. Жалпы елдерді бұлай бейнелеу дәстүрде бар нәрсе. Мысал үшін Ирландия елін «кельт жолбарысы», сол секілді Латвия, Литва және Эстонияны «балтық жолбарыстары» деседі.

Айтылып, мойындалып жүргеніндей «Азия жолбарыстарының» алғашқы толқынына: Оңтүстік Корея, Сингапур, Гонконг және Тайвань жатады.

Мәселен, **Оңтүстік Корея** екінші дүние жүзілік соғыстан кейін АҚШ-тың қолдап-қуаттауымен Солтүстік Кореядан бөлінген, елуінші жылдардың орта тұсында берекесі кетіп, ішер ас, киер киімнің өзін әзер тауып отырған кедей мемлекет болатын. Дүние жүзілік банктің есебі бойынша сол тұстағы елдің ЖІӨ-нің жан басына шаққандағы мөлшері 100 доллардың шамасында ғана болған көрінеді. Ал, 1994 жылдан бастап (арада 40 жылдай өткен соң!) Оңтүстік Корея Республикасы жоғары қарқынмен дамыған бай мемлекеттердің қатарына еніп, ЖІӨ-нің әр адамға шаққандағы шамасы 38,5 мың долларды құрады, яғни Швейцария мен Финляндияның деңгейіне жетті.

Бүгінде Оңтүстік Корея ЖІӨ деңгейі (710 млрд.\$) бойынша әлемде 11-ші орынды иеленеді. Елдің экономикасы кешегі 80-90 жылдары шапшаң қарқынмен дамып, жылына 8-12 пайызды құрады. Экономикалық дамудың бірден-бір көзі оған нәр беретін электр энергиясында дейтін болсақ, мұнда жалпы қуаты 17,7 гигаваттық 20 АЭС (Атом электр станциялары) жұмыс істейді. Ел территориясында су ресурстарының да мол көзі мен мүмкіндігі болғанына қарамастан ол аз пайдаланылады.

Әйтсе де, Оңтүстік Корея машина жасау, оның ішінде автокөліктер шығару өндірісі жақсы жолға қойылған жетекші елдер қатарына жатады. Мұнда жылына 2,5 млн-нан астам автокөлік жасап шығарылады. Басқаларды айтпағанда, біздің Қазақстанда да Оңтүстік Кореяның «Daewoo», «Hyundai» фирмалары шығарған жеңіл автокөліктер мен басқа да техникалардың кеңінен тұтынылып, пайдаланылатыны да осының бірден бір дәлелі. Олар шығарған техникалардың бағасы салыстырмалы түрде арзандау болғандықтан үлкен сұранысқа ие болып отырады. Бұл бір жағынан тұтыну рыногында олардың маркетинг қызметінің жақсы жұмыс істейтіндігінің белгісі болса керек. Осы сияқты Корея кеме жасау ісінен де Жапониядан қалыспайды.

Сингапур да 90-шы жылдардың орта тұсында Оңтүстік Шығыс Азиядағы өндірісі жедел қарқынмен (жылына 14%) дамыған елдердің қатарына қосылды. Бүгінде бұл елдің өнеркәсібінде роботтар кеңінен пайдаланылады. Жапония мен Гонконг ірі инвесторлар саналады. Сингапур мұнай өңдеу жөнінен дүние жүзіндегі алдыңғы орындардың бірінде. Мұнда жылына 20 млн. тоннадан астам мұнай өңделеді. Жоғары технологиялар саласында ғылымның жетістігі табысты қолданылады. Сондықтан да Сингапур компьютерлер шығару мен роботтарды өндіріске енгізу бойынша Азияда Жапониядан кейінгі екінші орында. Жыл сайын Сингапурға 5 млн. турист келіп қайтады. Олар Сингапурды «сүйкімді Азия» немесе «экватордағы Еуропа» деп атайды.

Англияның бұрынғы премьер-министрі, «темірдей тарамыс ханым» атанған, әйгілі саясаткер Маргарет Тэтчердің: «Бір кезде Сингапур бізден үйреніп еді, біз енді Сингапурдан үйренетін болдық» деп мойындауы біршама ойды аңғартқандай. Қазақстан тәуелсіздік алғаннан бері қарай Сингапурдан компьютер мен басқа да электроникалық тауарлар тасымалдайтын «Алси» компаниясы жемісті жұмыс істеп келеді.

Гонконг (Сянган) бірнеше аралдардан тұратын, ұзақ уақыт Англияның отары болып

келген, тек 1997 жылдан ресми түрде Қытай Халық Республикасының құрамына енген кең автономиялық құқықтағы бар арнайы әкімшілік аудан. Аспан асты елінің басқа аудандарынан басты айырмашылығы таза капиталистік даму жолындағы аумақ. Сол себепті бұған қатысты «бір мемлекет — екі жүйе» деген тіркес жиі айтылады. Әрі ЖІӨ мөлшері жөнінен Қытайдың ең бай ауданы саналады, оның жан басына шаққандағы көрсеткіші (38 мың доллардан астам) және тұрғындардың сатып алу мүмкіндігі, халықтың әл-ауқаты деңгейі бойынша батыстың Ұлыбритания, Франция, Германия және Италия секілді дамыған елдерін, тіпті Жапонияны да басып озды. Елдің экономикасы еркін нарықтық қатынасқа негізделген, салық мөлшері төмен, мемлекет экономикаға араласпайды. Мұнда ауыл шаруашылығына жарамды жер де аз, табиғи ресурстарға аса бай емес. Сондықтан да азық-түлік пен шикізаттың көп бөлігі, тіпті ауызсуға дейін шеттен тасымалданады. ЖІӨ 90 пайызы қызмет көрсету салаларының үлесіне тиеді. Бүгінде Гонконг тектен тек дүние жүзілік ірі қаржы орталықтарының бірі аталып отырған жоқ. Бұл жөнінен ол Азияда бірінші, ал әлемде алғашқы үштікке кіреді. Жуырда Гонконг пен Қазақстан арасында Бейнеу-Шымкент магистралды газ құбырын салуға он бес жылдық мерзімге 1,8 млрд. доллар несие беру жөнінде келісімге қол қойылды.

Дегенменде, Азияның жолбарыс елдерінде 1960-90 жылдар аралығында жылма-жыл ЖІӨ-нің Тайвань мен Гонконгта 6,3 пайызға, Оңтүстік Кореяда 6,9 пайызға, ал Сингапурда 7 пайызға өсіп отырды. Әлемдік өлшеммен қарағанда бұл расында да «экономикалық керемет» деп айтуға тұрарлық табыстар болатын. *(Әшірбек Амангелді, саяси шолушы. Материал қысқартылып берілді).*

3. Берілген сөйлемдерді қай елге қатысты айтуға болады?

- «XXI ғасырдың қала мемлекеті»;
- «Батыс пен Шығыстың көпірі»;
- немесе «Азияның Еуропасы»;
- Адамды байлыққа кенелтетін ақылы мен іскерлігі;
- Арыстан қала деп қай қаланы айтады?



СӨЙЛЕСІМ

4. Оңтүстік Корея, Сингапур, Гонконг және Тайвань экономикасына қатысты, дамуына қатысты топ болып, әңгімелесіңіздер.

5. Мәтінге қатысты цифрлық мәліметтерді теріп жазыңыздар. Цифрларды сөйлетіңіздер.

6. Оңтүстік Корея, Сингапур, Гонконг және Тайвань елдерінің дамуын салыстырыңыздар.

ГРАММАТИКА: Ғылыми сөзді байланысты ұйымдастырудың тілдік құралдары

1) Құрылымдық, мазмұндық байланыс құралдары

• Мазмұндық байланыс құралдарына мыналар жатады: лексикалық қайталанымдар, есімдікті лексикалық құрылымдар, контекстуалды синонимдер, есімдіктер: *үрдістер ...осы үрдістер, құбылыстар, ...осындай құбылыстар, қасиет ...осындай (сондай) қасиет, ол олар, осы, осылар, солар, сол, сонда, осылай, ол жақтан, осында, тек қана, өзіме, өзіңе, бірінші, екінші және т.б.*

• Сын есім және есімшелердің есімдік қызметінде: *(соңғы, алдыңғы, берілген, баяндалған, қарастырылған, бекітілген және т.б.)*

• Үйлестіру (координация) құралдары – жалғаулықтар, демеуліктер, қыстырма рөліндегі

сөздер мен сөз тіркестері: *бәрінен бұрын, онда, сондай-ақ, қоса алғанда, одан басқа, қазір, сондықтан* сияқты жалғаулыққа жақын сөздер.

2) байланыстың композициялық құралдары:

- Белгілі бір объектіде ойды белсендіру, үйлестіру барысы үшін – *анықтайық, қарастырамыз, келесіге көшейік* және т.б.

- Ойдың логикалық бөлінулері – (бұған күрделі сөйлемнің басты бөлігін құрайтын тиістілік мағынасы бар бір компонентті предикативтік бірліктер жатады, басыңқы бөлігіне фактологиялық ақпараттар баяндалады: *назар аудару, көрсету, белгілеу, тағы да бір баса көрсету* және т.б. (қажет, керек).

- Баяндаудың бірізділік тәртібі – *неден бастаймыз, бірінші кезекте, басында, біріншіден, екіншіден, бәрінен бұрын, қазір енді, әрі қарай, содан соң, қорытындыда, соңында;*

- Алдыңғы айтылғандармен байланыс – бұл топқа локальды темпоральдық мағынасы бар құрылымдар жатады: *алдыңғы тарауда көрсетілген, бұрынғы айтылған, жоғарыда көрсетілгендей* және т.б. Осы композициялық құралдар мәтінді түсіну барысында маңызды рөлі бар, ұқсас ақпараттар әр түрлі амалдармен берілуі ықтимал.

- Кейінгі баяндаулармен байланыс – *келесі тарау, бөлімдерде; бұдан әрі қарай; төменде, бұдан әрі қарай байқайтынымыз* және т.б.

- Жол жөнекей баяндауда: *айтпақшы, сіз көңіл аудардыңыз ба?*

- Шегіністен кейін тақырыпқа оралу – *тақырыпқа оралайық, неге тоқталып едік, міне,* т.б.

- Айрықшалайтын бөлім: *басты, бастысы, бәрінен бұрын, сіздердің назарларыңызды аударғым келеді, нақ ...* т.б.

- Нақтылау – толықтыру – аргумент: *яғни, басқаша айтсақ, басқа сөзбен айтқанда, нақтырақ айтқанда, одан басқа* т.б.

- Цитата – аргумент: *... деген сөзін келтіретін болсақ;*

- Мақал, қанатты сөздер – аргумент: *... деп айтпақшы, дегендей;*

- Ақпарат көзі: *... пікірінше, көзқарасынша, бір данышпан айтқандай, ... сөзімен айтқанда,* т.б.

3) Логикалық байланыс құралдары

Логикалық байланыс құралдарының көрсеткіштері:

- Қорытындыда: *осыдан шығатын қорытынды, сонымен, бір сөзбен айтқанда, қорытынды жасауға болады, қорытындыға келуге болады, қысқасын айтқанда, қорытайық* және т.б.

4) Ақпараттың объективті, субъективті бағалауын білдіретін құралдар:

- Айтылған ой, сөздің шындық деңгейін бағалау құралдары: *сөзсіз, даусыз, ықтимал,* т.б.

- Ақпараттың бұрынғыға қарағанда сенімділігін бағалау: *... ойлағанбыз, шындығында ..., ... жаңа кезең басталды, ... анықталды,* т.б.

- Субъективті көзқарастың берілуі: *менің ойымша, меніңше, біздің көзқарасымызша* және т.б.

- Эмоционалды бағалау: *өкінішке орай, өкінішті,* т.б.



ЖАЗЫЛЫМ

7. Ғылыми сөзді байланысты ұйымдастырудың тілдік құралдарын пайдалана отырып, Азия жолбарыстары туралы өз пікіріңізді жазыңыз.

6.2. ТАҚЫРҒА ЖҰМАҚ ОРНАТҚАН СИНГАПУР



1. Сұрақтарды топ болып талқылаңыздар:

- Биік белеске, табыстарға қалай жетуге болады де ойлайсыз?
- Оқуға түсу де, оқуды бітіру де – үлкен табыс, осы табыстарға қалай жеттіңіз?
- Азия жолбарыс елдерінің экономикалық-әлеуметтік дамуының «сыры» неде деп ойлайсыз?
 - Өз еліңіздің экономикалық жүйесін сипаттаңыз:
 - өнеркәсіптің қай түрі басым бағытта;
 - азаматтарының өмір сүру деңгейі;
 - елдің жан басына шаққандағы табысы қандай;
 - әлеуметтік саясаты қандай?

2. Сингапурдың бүгінгі қол жеткен нәтижесімен танысып, сұрақтарға жауап беріңіз.

■ Жерінде ешқандай табиғи және қазбай байлықтары жоқ, ішетін ауыз су, тіпті құрылысқа қажетті құмның өзін көршілес Малайзиядан тасымалдайтын Сингапур елі – әлемдегі ең бай мемлекеттердің біріне айналуына не себепкер болды?

■ Реформатор Ли Ұлыбританияның қандай артықшылықтарын пайдалана білді?

Сингапурдың бүгінгі нәтижесі:

- o Азия жолбарыстары елдерінің бірі ретінде Сингапур экономикасы жақсы дамыған;
- o Сингапур – ірі қаржы орталығының бірі;
- o Сингапурдың Үнді мен Тынық мұхиттарының ұштасқан шекарасында, теңіз жолының бойында орналасуын ел басшылары тиімді пайдаланды;
- o Жеке тұлғалардың да Азия жолбарыстарының секірісіне (Сингапурдың ғажап дамуына) әсері болды;
- o Сингапурды Оңтүстік Шығыс Азиядағы сауда-саттық пен қаржы-қаражаттың орталығына айналды, мейілінше сырттан инвестицияны көбірек тарту бағытын таңдап алды;
- o Жақсы экономикалық және әлеуметтік саясаты мынадай маңызды бес фактор арқылы дамыды:

- **қатаң мемлекеттік басқару ісі;**
- **көп жылдық макроэкономикалық тұрақтылық;**
- **мемлекеттің жүргізген ұтымды әлеуметтік саясаты;**
- **елдегі саяси тұрақтылық;**
- **қолайлы халықаралық жағдай.**



ҚАТАҢ ТӘРТІПТІҢ АРҚАСЫНДА БИІК БЕЛЕСКЕ КӨТЕРІЛГЕН ЕЛ

«Адамды байлыққа кенелтетін ақылы мен іскерлігі» деседі. Бұл қанатты сөзді кең көлемде тұтас бір елге немесе мемлекетке де қатысты айтуға болатын тәрізді. Олай дейтініміз, аумағы небәрі 714,3 шаршы шақырым болатын, бірнеше аралдардан тұратын, халқы 5,3 млн. жерінде ешқандай табиғи және қазбай байлықтары жоқ, ішетін ауыз су, тіпті құрылысқа қажетті құмның өзін көршілес Малайзиядан тасымалдайтын Сингапур елі – әлемдегі ең бай мемлекеттердің бірі. Оны мұндай байлыққа кенелтіп, биік деңгейге көтеріп отырған дана экономикалық саясаты мен тынымсыз іс-әрекеті.



Бүгінде Сингапур жылына 162 млрд. доллардың шамасында ЖІӨ өндіріп, оны жан басына шаққандағы (51649 \$) мөлшері жөнінен Еуропаның дамыған елдерінен басып озып, дүние жүзінде төртінші орынды иемденеді. **Ал, алтын қоры жөнінен Жапония мен Қытайды ғана алға жібереді. Ақпараттық технологияның дамуы да ғаламат, Дания мен Швециядан кейінгі үшінші орында. Сондай-ақ, әлемнің ең бір ірі қаржы орталығы ретінде АҚШ пен Англияны қосқанда алғашқы үштікке кіреді.**

Кішкентай ғана арал мемлекет Сингапурдың бүгінгі даму деңгейі мен өркендеп гүлденуіне сүйсінген саясаткерлер оны **«XXI ғасырдың қала мемлекеті», «Батыс пен Шығыстың көпірі» немесе «Азияның Еуропасы»** деп мақтап, мадақтап жатады.

Табиғаттың Сингапурге берген бар сыйы мен артықшылығы – ол «тоғыз жолдың торабында» дегендей, Үнді мен Тынық мұхиттарының ұштасқан шекарасында, Еуропа мен Азия, Австралияға ерсілі-қарсылы кемелер өтіп жататын теңіз жолының бойында орналасқан. Географиялық жағынан бұлай ыңғайлы орналасуы Сингапурды транзиттік тасымал торабына ғана емес, сауда-саттықтың да үлкен орталығына айналдырып отыр. Елдің басшылығы әу бастан осындай мүмкіндікті ұтымды пайдалана білді.

Тарихтан талай жеке тұлғалардың қандай да бір елдің дамуы мен өркендеуінде шешуші рөл атқарғанын жақсы білеміз. Бұл жөнінен алысқа бармай-ақ Түркияны тығырықтан шығарып, экономикасын көтерген Тургут Озалды (1928-1993) және Қытайды қарқынды жаңа даму жолына салған Дэн Сяопинді (1904-1996) еске алсақ та жеткілікті. Сол айтқандай, арғы тегі қытайлық, мамандығы жөнінен адвокат Ли Куан Ю Сингапурды дұрыс даму жолына салып, оның дәулеті мен сәулетін асырған экономикалық реформаның авторы саналады.

Елдің экономикалық даму стратегиясы етіп Сингапурды Оңтүстік Шығыс Азиядағы сауда-саттық пен қаржы-қаражаттың орталығына айналдыру, мейлінше сырттан инвестицияны көбірек тарту бағытын таңдап алды. Реформатор Ли өзінің алғашқы саяси ұстанымы туралы (кейіннен өзі жазған «Сингапур тарихы: «әлемнің үшінші қатардағы» елінен-біріншіге» деген кітабында): «Біз Ұлыбританияның қалдырып кеткен артықшылықтарын: ағылшын тілін, ешбір партияға бұра тартпайтын әкімшілік пен құқық жүйесін тиімді пайдалана білдік. (Әшірбек Амангелді, «Көзқарас» кітабы. - 2015, Зерде баспасы)

3. Мәтіннен Сингапур экономикасын сипаттай алатын деректерді теріп жазыңыз.



ТЫҢДАЛЫМ

4. Үзіндіні тыңдай (5.2 тыңдалым 1 және 2) отырып, 2-тапсырмада берілген факторлармен сәйкестендіріңіз.

1. Мемлекет ешкімнің де қарсылығына, не болмаса көңіліне қарамай экономикаға тікелей араласып отырды. Әрбір іс-әрекет мемлекеттің жіті бақылауында болғандықтан мұның нәтижесі экономикада алғашқы кезден-ақ байқалып, қарқынды дамудың негізі қаланды. Өздерінде мұнай көзі болмаса да, дереу мұнай өңдеу ісі дамыту қолға алынды. Оған қажетті шикізат көршілес Индонезиядан тасымалданды. Өйткені, ол елде мұнай өңдеудің сапасы төмен болатын. Осылайша су көліктеріне сапалы жанармай сатудың нәтижесінде Сингапур Батыс пен Шығыстың теңіз жолындағы маңызды айлаққа айналды. Қосымша мол қаражат жұмсалып, қолайлы контейнерлік терминалдар салынды. Бұл айлақтың транзиттік мүмкіндігін ұлғайтып, жүктердің тасымалын шапшаңдатты.

Алғашқы кезде аз шығын жұмсалып, қара жұмысты көп қажет ететін салаларға көңіл бөлінді. Өйткені, жергілікті тұрғындарды жұмыспен қамтамасыз ету керек болды. Бертін келе ол бағыт-бағдар ғылым жетістігін және капиталды көбірек талап ететін салаларды дамытуға ойысып, мемлекеттік кәсіпорындар ең озық құрал-жабдық, техникалармен жарақтандырылды. Олар біртіндеп жеке меншікке беріліп, мемлекет жаңа салаларды игеруге күш салды.

Кешегі жетпісінші жылдардың аяғында Сингапур электроника тауарларын шығару жөнінен дүние жүзінде алдыңғы орындардың біріне шықты. Алайда бұл салада Оңтүстік Шығыс Азия мемлекеттері арасында бәскелестік қарқын алып, жұмыс күші арзан елдер ғана пайда таба алатын болып қалды. Сондықтан да Сингапур ендігі жерде биотехнология мен дәрі-дәрмек шығару саласына бет бұрды. Адам үшін зәру мәселе болғандықтан, бұл өндіріс салаларының келешегі зор деген болжам жасалынды.

2. Мұнда сингапурлықтар үшін мүмкін деген әлеуметтік жеңілдіктер мен қамқорлықтардың бәрі қарастырылған. Ақысыз білім алу мен дәрігерлік көмек, қол жетімді баспана, жас жұбайларға жәрдем, студенттерге бонус, жұмыс істейтін балалы әйелдерге субсидия т.б. деген сияқты.

Тұрғын үй бағдарламасы да Ли Куан Ю саясатының ең бір сәтті тармағы саналады. Осы бағдарламаның арқасында әрбір сингапурлық отбасы осы заманғы озық үлгіде салынған төменгі қабатында көлік қоятын жер асты гаражы, бассейні, фитнес орталығы, балалар алаңы бар зәулім үйлердегі 4-5 бөлмеден тұратын, жанға жайлы пәтерлермен қамтамасыз етілген.

Сингапурдың зейнетақы жүйесі де ұтымды жүйе болып табылады. Мұнда да әлгідей орталықтандырылған резервтік қор құрылған. Мұның да тиімді ұйымдастырылғаны соншалықты – зейнеттік демалысқа шыққан әрбір сингапурлықтың жеке есебінде мол қаражат жиналып, ол бірден бай адам болып шыға келеді. Сөйтіп, қартайған шағын ешбір алаңсыз, уайым қайғысыз өткізеді. Осының әсері бар және денсаулық сақтау саласы да жақсы жолға қойылғандықтан сингапурлықтар өмір сүру ұзақтығы 80 жастан асып, бұл жөнінен әлемдегі алғашқы бес елдің қатарына жатады. Әрбір тұрғынның мейлі ол жұмыс істесін, не зейнеткер болсын, осылай қаражат жинақтауға мүмкіндігі болғандықтан, олар ішкі инвестицияның бірден бір көзіне айналған.

Осы сияқты білім беру саласына да мол қаражат, яғни ел бюджетінің бестен бірі бөлінетіндіктен, биік даму деңгейіне көтерілген. Сол себепті де Сингапур мемлекеті білім беру саласын компьютерлендіру жөнінен дүние жүзінде көш бастайды. Гуманитарлық саладан гөрі техникалық салаларға көбірек көңіл бөлінеді. Білім беру саласы бойынша Азиядағы

ең үздік ел болып танылған. Сингапурдың ұлттық университеті білім беру сапасы жөнінен әлемдегі ЖОО арасында 33 орынды иемденеді.

(Әшірбек Амангелді, «Көзқарас» кітабы., - 2015. Зерде баспасы)

Жалпы Сингапур Азияның «жолбарыс» елдерінің ішінде экономикаға қоса әлеуметтік жағынан да ғаламат дамуға қол жеткізген ел саналады.

4. Екінші тыңдалымды қайта тыңдап, Сингапур әлеуметтік саясатындағы маңызды тармақтарды толықтырыңыз.

- ақысыз білім алу;
- ақысыз дәрігерлік көмек;
- қол жетімді баспана;
-
-
-

ГРАММАТИКА: Ғылыми сөзді байланысты ұйымдастырудың тілдік құралдары; логикалық байланыс құралдары

Логикалық байланыс құралдарының көрсеткіштері:

- қорытындыда: осыдан шығатын қорытынды, сонымен, бір сөзбен айтқанда, қорытынды жасауға болады, қорытындыға келуге болады, қысқасын айтқанда, қорытайық және т.б.
- ақпараттың объективті, субъективті бағалауын білдіретін құралдар:
- айтылған ой, сөздің шындық деңгейін бағалау құралдары: сөзсіз, даусыз, ықтимал, т.б.
- ақпараттың бұрынғыға қарағанда сенімділігін бағалау: ... ойлағанбыз, шындығында ..., ... жаңа кезең басталды, анықталды, т.б.;
- субъективті көзқарастың берілуі: менің ойымша, меніңше, біздің көзқарасымызша және т.б.
- эмоционалды бағалау: өкінішке орай, өкінішті, т.б.

5. Логикалық байланыс құралдарына басымдық бере отырып, «Азия жолбарыс елдері» туралы өз пікіріңізді жазыңыз.

6.3. ЖАУАПКЕРШІЛІК ДЕГЕНІМІЗ НЕ?



СӨЙЛЕСІМ

1. Сұрақтарға жауап іздеп көріңіз.

1. Жауапкершілік дегенді сіз қалай түсінесіз?
2. Неге адамдар жауапкершіліктен бас тартады?
3. Көп нәрсеге ортасы кінәлі ме? Ата-анасы кінәлі ме, тегі кінәлі ме? Сіз қалай қарайсыз?
4. «Басқалар кінәлі» деген ой жиі кездеседі. Бұған қалай қарайсыз?
5. Өмірде жауапкершілікті ұмытып кететін сәттеріміз жиі кездесе ме?



ОҚЫЛЫМ

2. Мәтінді оқып, өз пікіріңізді айтыңыз.

Жауапкершілік дегеніміз не?

Біз өзіміз жауапты екенімізді сезінбей, бақуаттылықты құру мүмкін емес. Мемлекет емес, жағдай емес, әріптес емес, біздің тәрбиеміз де емес, денсаулығымыз да емес, біздің қаржылық жағдайымыз да емес, жауапкершілік әрқашан өзімізде жатады.

“Бір сәтке кідіріңізші” – тағдыр соққылары ше, ауруларымыз ше? Бізді алдап кетсе ше, өзіңіз кінәлі емес, сәтсіз жағдайлар ше? Әрқашан жауапкершілік біздің өзімізде жата ма? – деуіңіз мүмкін.

Әрине, сіз барлық оқиғаларға жауапты емессіз. Бірақ Сіз әрқашан оқиғаны түсіндіргеніңізге, оларға деген өзіңіздің реакцияңызға әрқашан жауаптысыз.

Жауапкершілікте болу – яғни ең жақсы жауап беру жағдайында болу. Біз әрқашан өзіміздің реакциямыз бен интерпретациямызға жауаптымыз.

Біздің реакциямыз оқиғаға жауап болып табылады. Біз нақ осы реакцияға жауап береміз. Ағылшынша жауапкершілік дегеніміз – **responsibility**. Бұл сөзде *response* (жауап) және *ability* (біліктілік) деген сөздердің мағынасы бар. Ағылшынша жауапкершілік дегеніміз – білікті жауап деген сөз болып шығады. Ұрысқа, ұрыспен жауап беру, арандатушылыққа соғыспен жауап беру – оңтайлы шешім болып табылмайды.

Көп адамдар жауапкершіліктен бас тартады. Адамдар неге жауапкершіліктен бас тартатындығының үш негізін қайта-қайта естиміз, неге адамдар жауапкершіліктен бастартады:

1. тегі кінәлі.
2. ата-анасы кінәлі
3. ортасы кінәлі

Бір жас адам екі рет ауыр қылмыс жасапты. Кейін бірнеше журналист оның өмірі туралы, қылмыс жасау себептері туралы сұраған екен, Ол өзінің жағдайсыз отбасыда өскенін айтады. Олар тек әкесінің ұрлаған ақшасына өмір сүргенін айтады. Өзі де алты жасынан ұрлыққа араласқанын айтады. Түрмеден кейін тағы да ауыр қылмыстар жасайды. Ол өзінің сөзін “Осындай айналада мен қалайша басқа боламын де”, - аяқтайды.

Бірақ осы жас жігіттің інісі болады. Олар егіз болатын. Журналистер мұны білген соң, оған да жолығады. Бір таңқаларлығы өзінің ағасына мүлдем қарама - қарсы еді. Ол кәдімгідей адвокат болатын, жақсы репутациясы бар, муниципалитетке және шіркеулік кеңеске сайланған. Ол үйленген, екі баласы бар, бақытты отбасылық өмір кешуде.

Журналистер таң тамаша қалды. Неге оның өмірі осындай даму үстінде деген сұраққа жауабы: ол ағасы айтқан отбасы тарихын бұл да айтады. “Ұзақ жылдар осындай өмірді көрген соң, осындай өмірдің неге әкелетінін түсінген соң, **мен басқа бола алмадым”- деп сөзін аяқтайды.**

Сол тек, сол ата ана, сол тәрбие, сол орта. Бірақ басқа интерпретация, мүлдем басқа реакция. Көргені, білгені бірдей екі адам қалайша әр түрлі жолды таңдаған? Қандай жағдай да екі адам әр түрлі бағытта дамыған.

Біз тағдыр тәлкегінің бәріне жауапты болуға тиістіміз. Жағдаятты қалай интерпретациялаймыз, оған қалай қараймыз, тек қана өзімізге байланысты.

(Бодо Шефер)



НАПОЛЕОН ХИЛЛДЫҢ 16 ЗАҢЫНЫҢ БІРІ - ЕСЕЛЕНІП ҚАЙТҚАН ТАБЫС ЗАҢЫ

Осы тұста махаббатпен, ынтамен орындалған жұмыстың еш уақытта еш кетпейтінін, және төленетін еңбекақыдан да артық жұмыс істейтіндерге ерте ме, кеш пе, ырысының еселене түсетінін атап кеткім келеді.

Ормандағы ең мықты емен - ашық алаңқайда тұрған, дауылға, боранға, аспан айналып жерге түсердей ыстыққа қарсы күресуге мәжбүр емен нағыз – мықты емен.

Табиғат заңдарын қолдана алған күрес және қарсылықты жеңе алған күш қана табысқа әкеледі. Қызметіңізді сізге төленетін ақыдан да сапалы орындай отырып, өз қабілетіңізді ғана жаттықтырмайсыз, осыныңызбен шеберлігіңізді дамытасыз, сондай - ақ жақсы репутацияға да лайықты боласыз. Егер сіз осындай әдетті меңгерсеңіз, онда сіз нағыз бағалы қызметкер, жұмысшы болғаныңыз. Өзіңіздің сыйлығыңызды өзіңіз анықтай алғаныңыз, өмірдегі орныңызды да анықтай алғаныңыз. Сізге ешкім кедергі жасағысы келмейді.

Біреулердің айтарлықтай табысқа жетуі, енді біреулердің сондай қабілеті бола тұра сәтсіздікке ұшырауын 25 жылдан астам уақыт зерттеген Наполеон Хиллдың қорытындысы: төленген ақыдан жоғары, жақсы, көбірек жұмыс істеу ұстанымын сақтағандар жұмысты құтылу үшін ғана, немесе сегіз сағатын қалай болса солай өткізетіндерге қарағанда, жақсы орындарда, жақсы қызметте болған және табыстары да үлкен. Меніңше, бұл маңызды факт деп ойлаймын, - дейді Хилл.

Расселл Конвеллдің мына цитатына назар аударайық. «Интеллект алысырақ қарау үшін көмектесуге қабілетті. Бірақ әлемдегі барлық колледж осы қабілетті бере алмайды – бұл өзін - өзі ішкі дамытудың даусыз сыйлығы. Әркім осы қабілетті өзі үшін өзі алуы керек. Мүмкін кең тұрғыда, тереңірек көре алу қабілеті колледжні бітіргендерден емес, университеттен «қатаң соққы» алған бітірушілерден кездесетіні де сондықтан болар».

Еселеніп қайтқан табыс заңы

Осы заңның керемет ерекшелігіне қатысты мысалды Генри Фордтың тәжірибесінен айтуға болады. Жұмысшыларына жоғары еңбекақы қойғанда, фактмен таныс адамдар Фордтың ешқандай филантропиямен айналыспағандығын растайды. Керісінше, орташа жалақы емес одан көбірек төлей отырып, жауап ретінде орташа емес, жоғары, сапалы жұмыс, сапалы нәтиже көрді. Осындай жалақы ұсына отырып, жақсы жұмысшыларды жинады, өзінің заводындағы жұмысты қалаулы жұмысқа айналдырды. Сондай-ақ, Форд жұмысшыларды бақылап отыратындарды, оған кететін шығынды қысқартты, себебі оның заводындағы жұмыс қалаулы жұмыс болды, бір де бір жұмысшы жұмысты нашар орындауға бара алмады. Бақылаушылары көп басқа мекемелерге қарағанда, өз жұмысшыларының ақысын үстемелей отырып, Форд әлдеқайда жоғары сапалы нәтиже көрді.

Иә, төленген еңбекақыдан да артық, сапалы қызмет көрсету керектігін үнемі лекцияларымда айтып отырамын, - дейді Хилл.

Фордтың іскери философиясының негізі мына сөздерде: «Адамдарға төмен бағамен жақсы өнім беріңіздер».

Басқа автомобиль өндірушілер бағаны көтергенде, Форд бағаны түсірді, басқалар жалақыны төмендеткенде, Форд айлықты көтерді. Не болды дейсіз ғой? Форд еселенген қайтарым заңын тиімді пайдаланды, ең бай адамның бірі болды.

«... бәріне дуализм тән, еңбекте және өмірде алдау мүмкін емес, - деп жазады Эмерсон. – Ұрлықшы өзінен ұрлайды. Жұмыстың шынайы бағасы – білім мен жақсылық, ал байлықпен кредит – небары белгілер. Қағаз ақша сияқты белгілерді жасауға болады, немесе ұрлауға болады, бірақ олардың білдіретіні – білім мен жақсылықты жасау немесе ұрлау мүмкін емес».

Сіздер жақсы қызмет жасаған сайын, жақсы оқудан үйренуден өтесіздер. Өзіңізге төленген қаржыдан артық, сапалы жұмыс істей отырып, тиімділікті бірінші кезекте өзіңізге жасайсыз. Алғаныңнан бергенің көп болсын деуші еді ғой үлкендер. Бергенің көп болса, әлем сізге одан да көп қайтарады. Білім ұйымдастырылғанда ғана, қолданғанда ғана күшке айналады. Осыны ұмытпаңыз. **Өзіңізге төленгеннен көп істемесеңіз, лидер бола алмайсыз, ал өз салаңызда лидер бола алмасаңыз, табысқа жету мүмкін емес.**

Оқылымнан кейінгі тапсырма: Мәтіндегі негізгі ойларды түйіндеп, талқылаңыздар. Өз пікірлеріңізді қосыңыздар.



ТЫҢДАЛЫМ

2. Мәтінді тыңдап, өз түйініңізді айтыңыз.

“БАСҚАЛАР КІНӘЛІ...”

“Қаржылық табысқа ұмтылыс” деген сабақтарда үш жыл қатысқан бір жас жігітті жақында кездестіріп қалдым. Ол маған “Бұл көмектеспеді. Сіздің айтқандарыңыз маған көмектеспеді.” деген сөйлеммен сәлемдесті. Осы жігіттің бұдан әрі қарайғы әңгімесі:

“Басында бәрі жақсы болды. Мен бірінші жылы-ақ 27 мың марктен көбірек таптым, 25 пайызын үнемдедім. Екінші жылы менде 65 мың марк активім болды, қарыздарымның бәрін қайтардым. Мен екі досыммен өзіңіз ұсынғандай жинақ клубын аштым. Біз бірге ақша салдық та, жылына 17,3 пайызын алдық. Біртіндеп бәрі тоқтады, үнемдеу де тоқтады. Білесіз бе үнемделген қаржымен мен не істедім? Ол сыртта есіктің алдында тұр. Тамаша “Порше”...”

Осы жас жігіт өзінің пайымдауларын өзгерткен. Ол екі жыл бойы өзінің қаржысын қолына ұстап тұрды, өзінің бақуаттылығын құра бастады десе болады. Ол менің амалымның оған да жарамды екеніне көзі жеткен. Содан кейін ол оны сақтамады, автомобиль сатып алу үшін “алтын жұмыртқа” әкелетін тауығын жойып алды. Өзін кінәлі санағысы келмеді.

Бұған кім кінәлі? Қалайша кінәні басқа біреуге аударуға болады! Шешуші нәрсе мынау болады: сіз кімді кінәласаңыз, билікті соған бересіз. Осылайша біреуді кінәлау – оңай. Онда біз өзіміз жақсы көрінеміз. Фирма кінәлі, ешқайда бұрыла алмадым, менің әріптесім кінәлі, денсаулығым көтермейді ... бізге фирманың, әріптесіміздің, денсаулығымыздың билік еткені керек пе еді? Кім кінәлі сол билейді дегенді ойланыңыз. Вэйни Дьер айтпақшы, кімді кінәлайсыз, билікті соған бердіңіз. Осы себеппен кінәні өзіме қуана қабылдаймын. Мен өз өмірімді өзім билегім келеді.

Біз істеген ісімізге де, істемеген ісімізге де жауаптымыз. Кейде біз жауапкершіліктен қашқалақтап тұрамыз. Өзіңе жауапкершілік алмаған жеңіл, жақсы болып көрінетін сияқты. Бірақ мұның өтеуі қымбатқа түседі, өзге жазған заңдармен жүруге тура келеді.

Көне кездегі вавилондықтар білген екен: “Біздің даналықпен қадам басқан қадамдарымыз қуаныш әкеле жүріп, көмектесе жүріп, бізбен бірге өмір бойы жүреді. Дәл солай біздің ақылсыз әрекеттеріміз де соңымыздан қалмайды”.

(Бодо Шеферден)

6.4. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

ОҚУ БІЛКІТІЛІГІ: кесте мен диаграммаларды сипаттау

Жазылым бөлігіндегі графикті, дөңгелек диаграммаларды, процестерді, сипаттау үшін қажетті сөздер мен сөз тіркестеріне назар аударыңыз.

Дөңгелек диаграммалар қатысты сөздер:

Дөңгелек диаграммалар бүтіннің бөлшегі. Дөңгелек диаграммалар туралы жазғанда, пропорция мен пайыздар кілт сөздер болып табылады.

Жалпы фразалар: үлесі, пайызы, барлығы; жартысынан көбі, үлкен бөлігі, бестен бірі, аз ғана бөлігі, төрттен бірі, үштен бірі, екіден бірі, бір бөлігі, ширегі, ең аз бөлігі, маңызды бөлігі, бестен бірі, айтарлықтай бөлігі.

Кестелер:

Пайыздар: 75% - 85% - яғни көп бөлігі; 65% - 75% - айтарлықтай бөлігі; 10% - 15% - аздаған бөлігі; 5% - тым аз бөлігі; Басқа нұсқалар: - шамамен үш бөлігі; төрттен бір бөлігі немесе ширегі; 48% - жартысы деп айтса болады; 5% - кішкентай ғана бөлігі; 1% - бір пайыз ғана, 0,5% - болмашы ғана бөлігі.

Пайыздар бөлшек түрінде:

80% - бестен төрті; 75% - төрттен үші; 65% - үштен екісі; 55% - жартысынан көбірек; 50% - жартысы; 45% - бестен екі бөлігінен астам; 40% - бестен екісі; 5% жиырмадан бір бөлігі; 77% - төрттен үш бөлігіндей; 49% - жартысына жетеқабыл; жартысына жуық; 49% - жартысы дерлік.

1. Пайыздар мен оған қатысты сөздердің сәйкесін оң жақтан табыңыз.

- | | |
|----------|--|
| 1. 67% | а) төрттен үші десе болады, азғантай ғана жетпейді |
| 2. 32% | б) үштен екі бөлігінен аздап көбірек |
| 3. 75% | в) төрттен үш бөлігінен азырақ |
| 4. 23% | г) жартысынан аздап көбірек |
| 5. 52% | д) тура төрттен үш бөлігі |
| 6. 48% | ж) төрттен үш бөлігінен көбірек |
| 7. 80% | з) жуық шамамен |
| 8. 74,5% | и) жартысы десе болады |

2. Сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Берілген пайыздық сандардың қайсысы көп болып саналады?

- а) 32% б) 24% в) 77%

2. Берілген пайыздық сандардың қайсысы аз болып саналады.

- а) 21% б) 83% в) 91%

3. Университеттің тіл орталығында өткен жылы және осы жылы оқыған 100 студенттің екі сала бойынша (оқу және мекеменің, құрал жабдықтардың ыңғайлылығына байланысты) сауалнама нәтижесінің кестесіне қараңыз.

	оқыту		қызмет көрсету құралдары	
	Өткен жылы	Осы жылы	Өткен жылы	Осы жылы
өте қанағаттанарлық	51	65	32	10
қанағаттанарлық	24	24	38	52
біршама қанағаттанарлық	10	6	20	25
қанағаттанарлықсыз	12	2	8	12
пікір жоқ	3	3	2	1

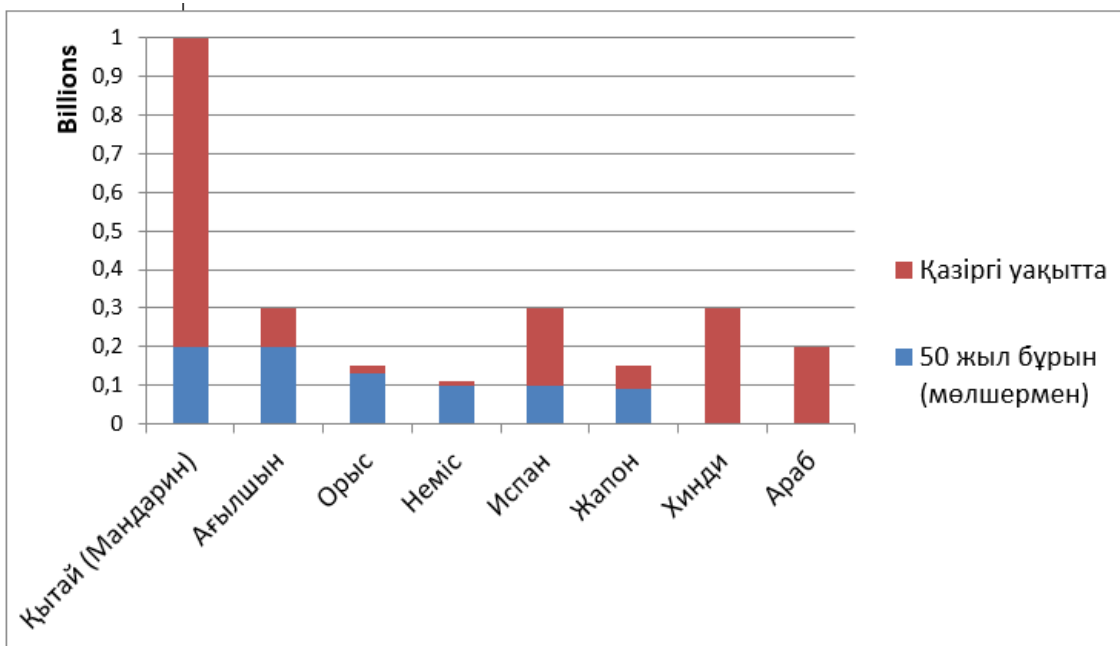
4. Өткен жылғы нәтижеге қараңыз: осы көрсеткіштер шын ба жалған ба, жалған көрсеткіштерді дұрыстаңыз.

1. Студенттердің жартысына жуығы оқуына өте разылығын білдіреді.
2. Студенттердің он пайызы объектіге толықтай қанағаттанған.
3. Студенттердің үштен екісіне жуығы объектіге өте разылығын білдірген.
4. Студенттердің ширегіне жуығы қанағаттанғанын білдірген.
5. Көпшілігі өте разы, немесе сабақты оқыту мен қолайлы жағдайға қанағаттанған .
6. Аз бөлігі оқыту мен қолайлы жағдайға ешқандай пікір білдірмеген.
7. Студенттердің төрттен бірінен көбі оқыту мен қолайлы жағдайға қанағаттанбаған.

5. Осы жылғы нәтижеген қараңыз. Нәтижелері туралы айту үшін әріптесіңізбен бірге жұмыс істеңіз. Қорытындыларыңызды басқалармен талқылаңыздар.

Осы жылы студенттердің үштен екісі оқулары үшін өте ризалығын білдірді.

1. Төменде берілген диаграммаларға қараңыз, есепті (а – и) берілген сөздермен, сөйлемдермен толықтырыңыз.



- а) жуық мөлшерде
- б) жуық шамамен
- в) келтірілген цифрлық мәлімет жоқ
- г) айтарлықтай өсу

- д) алайда
- ж) осы кезеңде
- з) тұтастай алғанда
- е) өзгермеген
- и) қазіргі кезде

Диаграммада әлемдегі әртүрлі тілдердің қазіргі және 50 жыл бұрынғы жағдаятын көрсетеді.

Диаграммаға қарайтын болсақ, қытай тілінде сөйлейтіндердің саны

Елу жыл бұрын қытай тілінде сөйлейтіндердің саны 200 млн. болған. Бұл цифр 1.300 мыңға өскен. 50 жыл бұрын ағылшын тілінде сөйлейтіндердің саны да 200 млн. болған, бірақ бұл цифр тек қана 309 млн-ға ғана өскен.

Сондай-ақ, испан тілінде сөйлейтіндердің саны да 50 жыл бұрын 100 млн. болса, қазіргі кезде 322 млн-ға өскен.

Неміс тілінде сөйлейтіндердің саны 50 жыл бұрын 100 млн. болса, керісінше, бұл цифр сол күйінде

... хинди тілінде сөйлейтіндердің саны 364 млн., араб тілінде сөйлейтіндердің саны 206 млн.

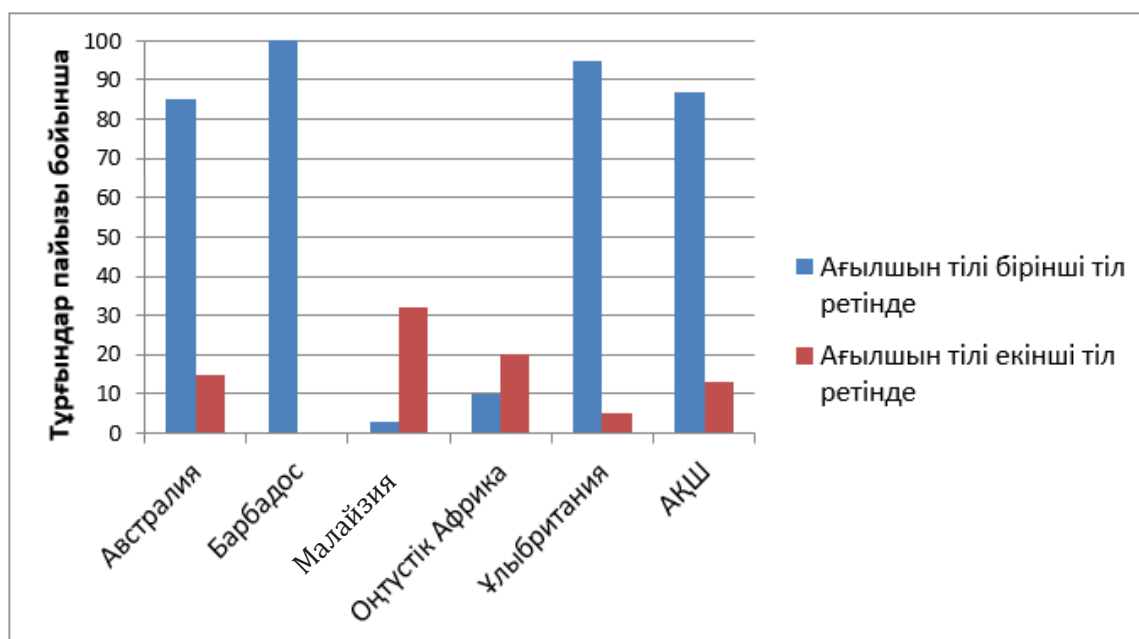
ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

Есеп беру

ба. Төмендегі кестені сипаттаңыз. Топта мына мәселелерді талқылаңыздар.

1. Австралия тұрғындарының қанша пайызы ағылшын тілін бірінші тіл ретінде қолданады?
2. Ағылшын тілін екінші тіл ретінде қолданатын қай елдің пайыздық көрсеткіші жоғары?
3. Кестеде бір ғана ел ағылшын тілін толықтай екінші тіл ретінде пайдаланады, қайсысы?

бв. Басқа елдерді де график бойынша талқылаңыздар. Олардың ағылшын тілін бірінші тіл ретінде және екінші тіл ретінде қолданысын сипаттаңыздар. Талқылаңыздар. 5-тапсырманы үлгі ретінде қолданыңыздар.



ЖЕТІНШІ САБАҚ

7.1. ҒАЛАМДЫҚ МӘСЕЛЕЛЕР

Бұл сабақта:

■ Грамматика
Алдағы уақыттағы келісімдердің берілу құрылымы

■ сөздік: адамдар және ұйымдар

■ жағдаят
Олимпиялық ұсыныстар

■ Оқу біліктілігі
Тыңдалымды жақсарту
Жазылым дағдысы

ЭССЕ: жақсы жағы, кемшін жағы

Ғаламды ойлау – туған жеріңді ойлаудан басталады



СӨЙЛЕСІМ

1а. Біріккен Ұлттар Ұйымы (БҰҰ) туралы не білесіздер? Берілген сұрақтарды талқылаңыздар.

1. БҰҰ қашан құрылған?
2. БҰҰ - ға қазіргі кездегі мүше мемлекеттерді білесіздер ме? Қанша мемлекет мүшелікте?
3. БҰҰ - ның штаб пәтері қайда?
4. Қазіргі Бас хатшысы қайдан?
5. Төменде берілген іс-шаралардың қайсысына БҰҰ қатыспайды?

Көмек және бейбітшілік
Балалар құқығы
Діни білім
Экономикалық даму
Халықаралық сот
Ойын сауық

16. Тыңдаңыз, өз жауабыңызды тексеріңіз.

Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін елу ел 1945 жылы 24 қазанда Біріккен Ұлттар ұйымын құрды. Осындай сұмдық соғыстан кейін олар БҰҰ-ны әлемдегі бейбітшілікті, қауіпсіздікті сақтау үшін, елдер арасындағы достық қатынасты дамыту үшін және адам құқығы мен өмір сүру деңгейін жақсарту мақсатында осы ұйымның негізін қалады. Қазіргі кезде Біріккен Ұлттар ұйымында 191 мемлекет бар. Осы елдің өкілдері Нью-Йоркте БҰҰ-ның штаб пәтерінде кездеседі. Көптеген адамдар үшін БҰҰ-ның Бас хатшысы осы үлкен ұйымның басты тұлғасы, беті тәрізді. Әдетте, біз теледидардан көріп жүргеніміздей БҰҰ маңызды бір істер атқарып жатады, осы істердің басы қасында Бас хатшы болады. Көптеген жылдар бойы Бас хатшы әр түрлі елдерден Египеттен, Парсы елінен, Швециядан, Оңтүстік Кореядан келген.

БҰҰ-ның жұмыс істеу масштабы өте үлкен. Негізгі мақсаты қарапайым адамдардың өмірін жақсарту, бейбітшілікті сақтау. Мысалы БҰҰ босқындарға көмектеседі, кедей елдердің экономикалық дамуына көмектеседі, халықаралық деңгейде сот жұмыс істейді. БҰҰ екі салаға қатыспайды: ойын сауық мәселесіне, діни білім беруге.

«Біріккен Ұлттар» атауын АҚШ президенті Ф.Д. Рузвельт ұсынған. Декларация Сан-Францискода 1945 ж. 24 қазанда қабылданды.



ОҚЫЛЫМ

2а. Энциклопедиядан алынған мына мәтінді оқыңыз. Мәтіндегі негізгі сұрақтар қандай?

1. Біріккен Ұлттар Ұйымының жұмысы
2. БҰҰ-ның белгілі Бас хатшылары
3. Бас хатшы және оның бөлімі

Біріккен Ұлттар Ұйымы – әр түрлі сала бойынша жұмыс істейтін ұйым. Өз қызметін атқару үшін БҰҰ-ның үлкен халықаралық азаматтық қызметкерлердің бөлімі (секретариат) бар. БҰҰ-ның осы департаментінің басшысы Бас хатшы және осында 9000 мыңға жуық адам жұмыс істейді. Бас хатшы БҰҰ құрылған күннен бастап, осы ұйымның барлық жұмыстарына, оның алуан түрлі жобаларына жауапты. Сондай-ақ осы қызметтік міндеттерінен басқа Бас хатшы Біріккен Ұлттар Ұйымының символы және беті болып табылады. Ол және әлем халқының өкілдері БҰҰ-дан қиын сәттерде көмек сұрай алады.

Бас хатшы, сондай-ақ, бейбітшілік елшілерін де таңдайды. Осы адамдар БҰҰ-ның жұмысын насихаттайды, олар өнер, әдебиет, спорт саласынан таңдалады. Мысалы, Бейбітшілік елшісінің қатарында Лучано Паваритти (опера әншісі) және Мұхаммед Әли (боксер) бар.

2б. Мына сөйлемдер шын ба, әлде мәтінде айтылмаған ба?

1. БҰҰ жойылып бара жатқан жануарларды қорғауға көмектеседі.
2. Секретариат БҰҰ-ның күнделікті жұмысын басқарады.
3. Бас хатшы БҰҰ-дан мәселелерді шешуді сұрай алады.
4. Бас хатшыға өте жақсы төленеді.
5. Бейбітшілік елшілері әлемге БҰҰ-ның жұмыстары туралы айтады.
6. Саясаткерлер Бейбітшілік елшісі бола алады.
7. Біріккен Ұлттар Ұйымындағы елдер Бейбітшілік елшілерін таңдай алады.



ТЫҢДАЛЫМ

Бас хатшының қызметі туралы кестені БҰҰ-ның веб сайтынан қарауға болады.

За. Бас хатшының келесі аптадағы жұмыстары, кездесулері туралы тыңдаңыз. Оның қанша кездесуі бар?

Б: Сәлем, Қалыңыз қалай?

В: Сәлем. Рахмет, жаман емес, жақсы. Өзің қалайсың?

Б: Өте жақсы. Сайтты жаңалауға дайынсың ба? Менде Бас хатшының келесі аптаға арналған кестесі бар.

В: Жақсы, жақсы. Дүйсенбіде не істейді?

Б: Таңертең бос. Бірақ 11.15-те Сирияның Сыртқы Істер министрімен кездеседі.

В: Қай министр дедің, естімей қалдым. Және компьютерім толық дайын емес.

Б: Естімей қалдым дейсің бе, Сирияның Сыртқы Істер министрі.

В: Жақсы, алдым, Содан кейін ше?

Б: Сағат төртте Конго елшісімен кездесуі бар. Дүйсенбі осымен бітті. Сейсенбіні жазып алуға дайынсың ба?

В: Әрине дайынмын, жылдам айтсаң да болады.

Б: Жақсы, сонымен сағат онда Даму комитетіне БҰҰ-ның келесі жылға жоспары туралы ұсынысын береді. Содан кейін Қауіпсіздік Кеңесінің президентімен кездеседі. Кездесу сағат үште болады, ұзақ болуы да мүмкін.

В: Сәрсенбіге келдік.

Б: Сәрсенбідегі кездесулерді біз түске дейін өткізуді жоспарладық.

В: Таңертеңгі жоспарлары туралы айтыңыз.

Б: Таңертең Бейбітшілік елшілерімен пресс конференция өткізбекші.

В: Қай сағатта, мен тек таңертең деп жаза алмаймын ғой.

Б: Кешіріңіз, сағатты айттым десем, айтпаған екенмін ғой. Сағат он жарымда.

В: Жақсы, мына пресс конференцияңыз жақсы идея.

Б: Жақсыға үміттенеміз. Содан соң, ол тропикалық ормандарды қорғау туралы Бразилия президентімен кездеседі.

В: Жақсы, түсіндім. Әрі қарай ше?

Б: Әрі қарай дейсің бе, білмеймін. Себебі ол Европаға сапар шегеді. Оған дейін мүмкін бірге баратын көмекшілерімен кездеседі. Мүмкін Ұлыбритания президентімен хабарласады. Бұны ол ертең шешеді. Сіздерге содан соң хабарласамын.

В: Жақсы, маған көп ақпарат бердің. Қосымша ақпаратты ертең айтарсың. Ол Европала ұзақ бола ма?

Б: Екі апта.

В: Екі апта дейсіз бе, онда сіздер екі апта күнделікті жұмыс кестесін жасамайды екенсіздер ғой.

Б: Жақсы, менің істейтін жұмыстарым көп. М... Бүгін кешке не істейсіз деп сұрағым келіп еді.

Б: Күйеуіммен бірге біздің қасымызда ашылған мейрамханаға барайын деп едім.

В: О, сіздің күйеуіңіз ...

Б: Иә, неге сұрадыңыз?

В: Жәй..., себеп жоқ. Кешті жақсы өткізіңіздер.

Б: Рахмет. Сіз де жақсы өткізіңіз. Сіз не істейсіз?

В: Ештеңе. Мен үйде боламын.

Б: Жақсы онда, кездескенше.

В: жақсы, сау болыңыз.

36. Қайта тыңдап, сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Ол қашан Сирия министрімен кездеседі?
2. Дүйсенбіде ол сағат төртте кіммен кездеседі?
3. Ол бейсенбіде қай комитетпен әңгімелеседі?
4. Сейсенбі, сағат үште ол кіммен кездеседі?
5. Ол сәрсенбі күні таңертең қайда жиналып жатыр? Неге?
6. Сәрсенбіде сағат 12-де кіммен кездеседі?

СӨЗДІК: адамдар және ұйымдар

4а. Мына сөздерді екі топқа бөліңіз: физикалық тұлғалар, адамдар тобы.

Елші, көмекші, мемлекеттік қызметкер, комитет, бөлім, басқарма жетекшісі, министр, президент, баяндамашы, қызметкер.

физикалық тұлғалар	адамдар тобы

4б. Мына анықтамаларды жоғарыда берілген сөзбен сәйкестендіріңіздер. Басқа сөздер үшін анықтама жазыңыздар.

1. Маңызды шешімдер қабылдайтын, үнемі кездесулер өткізетін адамдар тобы
2. Маңызды үкіметтік жұмысы бар саясаткер
3. Ұйымның немесе компанияның бөлігі
4. Ұйым атынан, адамдар тобы атынан сөйлейтін адам
5. Дәрежесі үлкенірек әріптесіне көмектесетін адам

ГРАММАТИКА: алдағы уақытта болатын келісімдерді білдіру үшін қолданылатын құрылымдар.

5. Берілген сөйлемдерді оқып, төмендегі сұрақтарға жауап беріңіздер.

- а) Сағат 11.15 - те ол Сирияның Сыртқы істер министрімен кездеседі.
- б) Түстен кейін ол Қауіпсіздік Кеңесі президентімен кездеседі.
- в) Кешке қарай Ол Ұлыбритания премьер министрімен хабарласа алады.

1. Осы сөйлемдер осы шақта ма, келер шақта ма?
2. Қай сөйлемде іс-әрекет нақты, ондай жағдайда болашақта жоспарланған кездесулерді білдіру үшін біз осы шақ құрылымын пайдалана аламыз. Бұл әрекеттер негізінен басқа адамдармен байланысты: оқиға, әрекет орны, уақыты көрсетіледі.

6. Өзіңіз таңдаған бейбітшілік елшісінің келесі аптаға жұмыс істеу кестесін жазыңыз. БҰҰ сайтына кіріп көріңіз.

7а. Өз әріптестеріңізден келесі аптадағы жоспарлары туралы интервью алыңыз:

Сіз бүгін кешке не істейсіз? Демалыс күндері не істейсіз?

- Сенбіде киноға барамын, жексенбіде ...

7б. Сіздің тобыңыздың әлеуметтік шараларын топтап жазыңыз.

7.2. ҚОРШАҒАН ОРТА

ҒАЛАМДЫҚ ЖЫЛЫНУ



Осы сабақта:

- Ғаламдық жылынуға қатысты сөздерді;
- Оқылым дағдысын;
- Жазылым дағдысын меңгереміз.

1. Сұрақтарды әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

1. Ғаламдық жылынуудың себептері не?
2. Ғаламдық жылынуудың қандай эффектілері бар? Кестеде берілген сөздерді пайдаланыңыз.

Арктикалық тропикалық ормандар мұздықтар теңіз деңгейі температура құрғақшылық ауа райының күрт өзгерісі

3. Климаттың өзгеруі жаңа құбылысқа жата ма?



ОҚЫЛЫМ

2а. Мына мақаланы оқыңыз, өзіңіз білмейтін ақпаратты белгілеңіз. Әріптесіңізбен салыстырыңыз.

2в. Мәтінді тағы бір оқып, мына сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Не себепті климаттық өзгеріс болып жатыр?
2. Көмір қышқыл газының (CO₂) қандай әсері бар?
3. Бұрынғыға қарағанда атмосферада CO₂ неге көп?
4. Көмір қышқыл газының қалыңдау себептері қандай?

Біздің планетамыздың тарихында табиғи себептерге байланысты климаттың жиі ауысуы болып отырды. Бұның бір себебі күннен алатын қуат үнемі өзгереді. Динозаврлар кезінде планета жылырақ болды. Мұздық кезеңінде (дәуірінде) қазіргіден төрт градусқа төмен еді. Сондай-ақ, қазіргі кезде бұрынғыға қарағанда, климат жылдам өзгереді. Бұл жылдам өзгерістің себептері атмосферада көмір қышқыл газының (CO₂) жоғары деңгейіне байланысты. Атмосферада миллиондаған жылдар бойы көмір қышқыл газы (CO₂) болған. Жануарлар демалғанда, көмір қышқыл газын бөледі, ал өсімдік оны энергия мен оттегін (O₂) өндіру үшін пайдаланады. Ал өсімдіктер пайдаланбаған CO₂ атмосферада одеял жасайды. Жағымды сипаты – бұл одеялдар күн энергиясын ұстаушы, планетаны жылы ұстайды. Сондай-ақ CO₂ – (көмір қышқыл газы) мұнай, көмір жаққаннан да түзіледі. Сондықтан да қазіргі кезде бұрынғыға қарағанда, көмір қышқыл газының көлемі көбірек. CO₂ қалыңдап жатыр, қалыңдап жатыр. Бұл дегеніңіз планета жылы ғана емес, ыстық бола бастайды. Сондай-ақ климаттың жылдам өзгеруіне әкеледі. Бұл қауіпті.



ТЫҢДАЛЫМ

Жүргізуші, Джон, Брюс

Ж: Мен ғалыммын, 40 жыл бойы осы мәселемен айналысамын, 20 жыл бойы табиғатқа қатысты деректі фильмдер түсіргенмін. Шындығын айтқанда, он бес жыл бұрын әлемдегі климатты өзгеріссіз болды деп айта алмаймын.

Алайда, климатты тез өзгертіп жатқанымызды білу үшін соңғы он жыл ішінде әлемді шарладым. Көптеген ғалымдарды кездестірдім. Әлемдегі кейбір ерекше жерлерге бардым. Қазір ойымды сенімді айта аламын. Біз полярлық аймақтағы – Арктика мен Антарктидадағы ғаламдық жылынудың салдарын көре аламыз. Джон Уоттс – Арктикадағы полярлық аймақты зерттеуші ғалым.

Д: Мен мұнда 1980 жылдан бері жұмыс істеймін. Соңғы кезде мұнда бәрі жылдам өзгеріп жатыр.

Теңіз мұзы жыл сайын ериді, бұл дегеніңіз поляр аюлары үшін өмір сүру қиындай түседі, қиындай түседі. Себебі олар тамақты тек қана теңіз мұз болып қатқан кезде ғана тауып жей алады. Мен алғаш келген кезбен салыстырғанда, қазір ақ аюлардың 25 пайызы жоқ.

Ж: Теңіз деңгейі көтеріліп жатыр. Себебі полярлық мұздықтар, тау мұздары еріп жатыр. Бұл дегеніңіз – Тынық мұхитындағы аралдар теңізге батып жатыр деген сөз. Теңіз жылына түскен. Бұл тропиктік ормандар мен кораллдық рифтерге проблемалар әкеледі.

Жылырақ теңіздер тропикалық ормандарда жаңбырдың аздығын білдіреді. Амазонканың тропиктік ормандарында ірі ағаштар өліп жатыр, назар аударатындай құрғақшылық та бар. Сондай-ақ теңіз суының жылынуы әлемдегі коралл рифінің біраз бөлігінің жойылуына әкеледі. Кораллдық риф температураның өзгеруіне өте сезімтал. Енді біз әлемдегі ең бай қоршаған ортамыздың кейбірін жоғалтамыз.

Бірақ, осы өзгеріс ненің нәтижесі, әлде табиғи процесс пе? Брюс Синдаллдың осы сұрақтарға жауап беретін компьютерлік моделі бар.

Б: Осы бағдарлама көмегімен соғы 100 жылда планетамыздағы температураның ауысып жатқанын көрсете аламын. Жанар жағар майларды (қазба түрін) жағудың әсерінен температураның өзгерісі бар. Графиктегі бірінші сызық – көк сызық табиғи үрдістен - вулкан, күн энергиясынан болған температуралық өзгеріс. Көріп тұрсыз, температура жоғарыға да, төменге де жүріп жатыр.

Екінші жол – жанар - жағар майдың қазба түрін қолданғанда пайда болатын, (CO₂) көмір қышқыл газы қосылғанда болатын температураны көрсетеді. Көріп тұрғаныңыздай орташа температура 1950 жылдан бері өте жылдам өсіп жатыр және бұл жалғаса береді. Атмосферада көмір қышқыл газының (CO₂) ұлғаюынан планета температурасы да ұлғаяды.

Ж: Немене, бұл ақырзаман ба?

Б: Жо-жоқ, температураның жайырақ көтерілуін, мүмкін тоқтатуға да біздің күшіміз бар. Көмір қышқыл газын (CO₂) аз өндіруіміз керек. Біз өмір сүру салтымыздың амалын да өзгертуіміз керек (*интернеттен*).

За. 1– 6 дейінгі сұрақтарды ретімен жазыңыз:

- А) баяндамашының пікірі
- Б) ормандар
- В) компьютерлік модельдер
- Г) Арктика
- Е) кораллдық рифтер
- Е) теңіз деңгейі және Тынық мұхиты

Зв. Қайта тыңдап, берілген сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Жүргізуші қашаннан бері ғылыммен айналысады?
2. Қашаннан бері деректі материал жинаған?
3. Ол енді неге сенімді?
4. Джон Уотт қайда жұмыс істейді?
5. Тынық мұхиттағы аралдар неге жоғалып жатыр?
6. Тропиктік ормандарда не болып жатыр?
7. Кораллдық рифтер неге өліп жатыр?

Зв. Жүргізуші біз CO₂-ні азайтуымыз керек, - дейді. Мұны қалай реттеуге болады, Әріптесіңізбен талқылаңыз.

ГРАММАТИКА: ТАПСЫРМА:

1. Осы сөйлемдердің қайсысы уақыттың аяқталмаған кезеңін білдіреді?
2. Қай сөйлем қайталанған әрекетті немесе жалғасымды әрекетті білдіреді?
3. Қайсысы қалып күйді білдіреді?

4. Мына сөйлемдерге қараңыздар, сұрақтарға жауап беріңіздер.

- а) Көп жылдар бойы мен осы ғылым саласымен айналысамын.
- б) 40 жылдан астам уақыт мен ғылыммен айналысамын.
- в) Мен мұнда 1980 жылдан бері жұмыс істеймін.
- д) Соңғы 100 жыл бойы планетадағы температура өзгерісін көрсете аламын.
- е) Көріп тұрсыз, температура жоғарыға да, төменге де жүріп жатыр.

5. Сөйлемді аяқтаңыз

1. Теңіз деңгейі соңғы он жылда жылдам
2. Біз ғаламдық жылыну туралы он жылдан
3. Біз жанар - жағар майды өндірістік революцияның басынан бері
4. Көптен бері ғылыммен

6. Сұрақтарға жауап беріңіз. Содан кейін әріптесіңізден сұраңыз.

1. Ағылшын тілін көптен бері оқисыз ба?
2. Осы мектепте бұрыннан оқисыз ба?
3. Романды дәл қазір оқып жатырсыз ба? Әлі оқып қойдыңыз ба?
4. Сіздің жұмысыңыз бар ма? Көптен бері осы жұмысты істейсіз бе?



СӨЙЛЕСІМ

7. Сіздер осы пайымдаулармен келісесіздер ме? Әріптесіңізбен бірге талқылаңыздар.

1. Біз ғаламдық жылынуды тоқтата алмаймыз. Тым кеш.
2. Ғаламдық жылынуды тоқтату үшін менің үкіметім, менің елім көп жұмыс істеуі керек.
3. Атомдық энергия – жанар-жағар майларды ауыстырудың жақсы амалы.
4. Қосымша экологиялық салықтар болу керек.
5. Жел энергиясын пайдалануымыз керек.
6. Қоршаған ортаға зиян келтірмейтінде өмір сүруіміз керек.

7.4. ТҰРМЫСТЫҚ ҚАЛДЫҚТАР



1. Суреттерден не көрдіңіздер?
2. 1а Сөздерді суреттермен сәйкестендіреміз
(Алюминий, картон, бөтелкелер, құбырлар, шынылар, қағаздар, металдар)



ОҚЫЛЫМ

2а. Газетте жарияланған мына электронды пікірталасты оқыңыздар.

Қай сөйлем Айнұр немесе Алтынайға қатысты?

1. Айнұр тұтынушы, Алтынай супермаркетте істейді.
2. Айнұр журналист, Алтынай орауыш өнеркәсібінде жұмыс істейді.

Айнұр қоршаған ортаны қорғау ұйымында жұмыс істейді, Алтынай үкіметте жұмыс істейді.

Құрметті Алтынай!

Жұмыстан келе жатып, супермаркетке тоқтадым. Менің кокос алғым келді. Қарағанымда, әрбір кокос жұқа пластикке оралған екен. Бұл орауыштың ең нашары емес пе?

Құрметпен Айнұр.

Құрметті Айнұр,

Сіздің көргеніңіз әдеттегі орауыштар емес. Бірақ мұның себебі бар. Кокос тұтынушыға жақсы күйде жету үшін осындай орауыштармен оралған. Осындай орауыш өнімді сол қалпында сақтайды, тасымалдау кезінде шығын аздау болады.

Ізгі ниетпен Алтынай

Құрметті Алтынай,

Түсінемін. Осында, Ұлыбританияда жылына 4,6 млн тонна орауыш тасталынады. Тамақ орауыштарына, банк, қораптар үшін жылына 480 еуро жұмсалынады. Оған қоса көшелерде, қоқыс жәшігінде толған бөтелкелер, пластикалық пакеттер де бар. Бұлар үшін не істеуге болады, бұл сіздердің жауапкершіліктеріңіз емес пе?

Құрметпен Айнұр

Құрметті Айнұр!

Шындығында, біз тырысып жатырмыз, қазір орауыштар дизайны туралы ойланып та жатырмыз. Сондай-ақ, біз биоыдырағыш материалды да пайдаланамыз. Адамдар орауыш өнеркәсібін кіналай бермеуі керек. Тұтынушылар да, билік органдары да шаралар жасауы керек. Орауыш қалдықтарының көлемі көп. Қазіргі кезде 63 пайызды құрайды. Басқа европалық елдерге қарағанда аздау. Орауыштар тіпті биоыдырағыш материалдан болса да қоқыстарды жерге көме салу жеткіліксіз. Күнсіз, ауасыз, сусыз он бес күнде ыдырап кетуге тиіс қоқыс мөшегі жүз жылдап та жата береді. Адамдардың сатып алуы тоқтамайды, ал сатып алған заттың бәрінің орауыштары бар. Бұл – бәрімізге де қатысты мәселелер. Қоғамдағы өзгерістер де орауыштар көлеміне әсер етеді. Адамдардың көпшілігі жалғыздікті тұрады. Олардың көбінесе жартылай дайын тағамдарды жейді. *(Интернеттен)*

Құрметпен Алтынай

2b. Мәтінге сәйкес екі сөйлемді табыңыз.

1. Ұлыбритания басқа европалық елдерге қарағанда, қалдықтарды көп өңдейді.
2. Қоғамдағы өзгеріс қанша орауыш пайдалануымызға әсер етпейді.
3. Ұлыбританиядағы орауыш өнеркәсібі орауыш қалдықтарына алаңдамайды.
4. Орауыш саласы орауыш қалдықтарының көлемін азайтуы керек деп санайды Алтынай.
5. Ұлыбритания халқы тамақ орауыштарына жылына 500 евродай төлейді.
6. Кокос орауышын қолдау аргументі онда жоқ.

2с. Топпен жұмыс. Қалдықты азайту үшін не істей аласыз, топта талқылаңыз.

Мына заттар туралы ойланыңыздар: құттықтау ашық хаттары, ойыншықтар, пластикалық пакеттер, жемістер мен көкөністер, DVD-дискілер, су.

7.5 ЖАҒДАЯТ

Дайындық

1. Берілген сөйлемдерді өз қалаңызға қатысты өзгертіңіз. Әріптесіңізбен салыстырыңыз.

Менің қаламда....

1. Көптеген су ағатын каналдар таза емес.
2. Бос қалған, иелері қалдырып кеткен үйлер көп.
3. Кейбір лас, қараусыз бос алаңдар бар.
4. Біздің қаланың саябақтары жақсы қорғалмайды.
5. Көптеген көшелердің жағдайы жақсы емес.
6. Адамдар орманға, өзен – көлдерге жиі қоқыс тастайды.

Жағдаят

Жергілікті қоғамдық топтар жергілікті жағдайларды жақсартқысы келеді. Олар өздерінің жобаларын қаржыландыру үшін үкіметке ұсынады.

2а. Төменде қаржыландыру туралы ұсыныстарды оқыңыз. Осы сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Жобаның басты мақсаты не?
2. Жобаның үш маңызды артықшылығы қандай?
3. Әр жыл үшін қанша қаржы керек?

Қала табиғаты

Жобаның аты – Қала табиғаты

Жоба сипаттамасы: Қаланың бос жатқан жерлерін қалалық паркке айналдыру, дала табиғатын жасау.

Жобаның артықшылығы:

1. Бос жатқан, қараусыз қалған жерлер тартымды, табиғи саяжайға айналады.
2. Осы қалалық ауданда ағаштар санын, жануарлар санын көбейтеді.
3. Жергілікті балалар үшін білім беру ресурсы болады.
4. Аймақтан кейбір келушілерді өзіне тартады.
5. Қоғамға бірлестік әкеледі. Жергілікті адамдар саябаққа қарайды, күтеді, ағаштар отырғызады.

бюджет

Жалпы құны - 60 000 евро
Алаңқайды тазалау: 10.000 евро
100 түп ағаш сатып алу: 40.000 евро
Өсімдіктер мен тұқым сатып алу: 5.000 евро
Жыл сайынғы күтімі: 5.000 евро

2в. Жобалық ұсынысты бағалауға, көмектесуге қаржы комитетінің өз ұстанымдары бар. Төменде берілген нұсқауларға қараңыз, Қайсысы Қала табиғаты жобасында кездеседі.

Жақсы жобалар:

1. Жергілікті қоршаған ортаны жақсартуы керек;
2. Мәселелерді шешуге тиісті;
3. Жергілікті адамдарды жұмысқа бірлесіп істеуге тартуы тиіс;
4. Жергілікті адамдарды бірлесіп жұмыс істеуге шақыруы тиіс;
5. Жыл сайын қаржылай қолдау аз болсын, көп болсын, қажет пе?
 1. Болашақ үшін идеялар ұсыну;
 2. Аймақтық көгалдандыруды дамыту керек.

3а. Қаржы комитетінің жобаны талқылауын тыңдаңыздар. Қай ұсынысты қандай ретпен талқылап жатыр? Олар жалпы келісті ме немесе бір бірімен келіспеді ме?

Мақсат, Рауан

Р: Сонымен, келесі жоба Қала табиғаты. Бұл туралы сіз не ойлайсыз?

М: Ең жақсысы, нақты көгалдандыруға арналған. Дала табиғаты паркінен жасыл әлемді таба алмассыз, сірә.

Р: Шындығында, елді мекенді тұру үшін жақсартады, көгалдандырады. Қаладағы қараусыз, бос қалған жерлер қала көркін бұзады, қоқыс орнына айналады, қаланы ластандырады.

М: Иә, дәл солай. Тағы да қандай басты ұстанымдары бар? Жергілікті адамдарды да бірлесіп жұмыс істеуді қамтыған болар?

Р: Тағы да шешіп алатын бір-екі тұсы бар.

М: Әрине, бірақ осы жобаға жыл сайын 5.000 евро қажет. Шындығында, біз көп ақша бөле алмаймыз.

Р: Бұл қажет деп ойлаймын. Не үшін керек деп ойлайсыз ғой?

М: Мен мұны парк жасалып біткеннен кейін жергілікті адамдарға төлеуге керекті қаржы деп ойлаймын.

Р: Бұны ақысыз жасаса, болмай ма?

М: Ммм .. Мүмкін, бірақ бұрын біз мұндай мәселеге кездестік қой. Егер қаржы төленбесе, парк жағдайы төмендеп кетеді. Тағы да қоқыстар бар ...

Р: Ммм... Бәрі дұрыс. Жылына 2.000 евро бөлінсе деп ұсынып көрейік.

М: Иә, бұл дұрыс. Осы жобада шешіп алатын тағыда бір тұсы бар.

Р: Бар ма, қайсысы?

7.6. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

1. Жаңа мәтін кездескенде өзіңіз үшін қажетті сұрақтар:

1. Мәтін қайдан? (мысалы, газеттен бе, жинақтан ба, кітаптан ба).
2. Кім жазды және оны кім оқиды?
3. Қашан жазылған?
4. Не туралы?
5. Не үшін жазылған?

2. Топтың ақпараттық хатын оқыңыз, содан соң 1- жаттығудағы сұрақтарға жауап беріңіз. Өз идеяларыңызды әріптесіңізбен салыстырыңыз.

3а. Төменде тағы сұрақтар берілген, оған да жауап беріңіз.

1. Алғашқы екі тармақтан фактілік ақпаратты және көзқарас - пікірді табыңыз.
2. Хаттағы айтылған себептердің бәрі шын ба?
3. Хатта қанша себептер айтылған? Неге осы аймақ аэропорт үшін жақсы жер емес? Ең маңыздысы не?
4. Хатта аэропорт салуға қарсы аргумент айтыла ма? Ең маңыздысы не деп санайсыз?
5. Көктерек ауылында небары 5.000 адам тұрады. Хатта бұл факт неге айтылмаған?
6. 3 тармақтағы бес жыл, жиырма жыл, 200 жыл ұзақ мерзімді білдіретін сөз тағы нені білдіреді деп ойлайсыз?
7. Ауылды сипаттау үшін қандай әсерлі сөздер қолданылған?
8. 3тармақтағы жергілікті мекеннің көпшілігі дегенді қайсы цифр білдіреді: 51%, 60%, 75% көбірек?

3б. Хат әсерлі деп санайсыз ба? Неге? Неге жоқ деуге болады?

Елестетіңіз: Сіз осы аймақта тұрамын деп ойлаңыз. Сіз қолдайсыз ба?

Сам

Құрметті тұрғындар!

Мүмкін білетін шығарсыздар, үкімет осы елге жуықта алдағы жиырма жыл ішінде төрт немесе бес әуежай салғысы келеді. Біреуі мүмкін біздің облысымызға, сүйікті, тартымды Көктерек ауылына жақын.

Жергілікті тұрғындар ретінде жаңа әуежай үшін бұл ыңғайлы жер деп санамаймыз.

Сондай-ақ көптеген отбасы осы ауданда ұзақ жылдардан бері тұрады және жұмыс істейді. Олардың өмірі асты-үстіне келуі мүмкін. Бұл ауылдық жердің ең тыныш, әдемі бөлігі. Жергілікті тұрғындардың көпшілігі осы жоспарға қарсы екенін білеміз. Нәтижесінде біз әуежай бойынша үкімет жоспарына қарсы күресу үшін бастамашы топ құрамыз.

Топтың бірінші отырысы Көктерек ауылында 5 май күні сағат 7.00-де болады. Сіздердің бізге қосылатындықтарыңызға сенеміз. Сонда біз өз қарсылығымызды жақсырақ ұйымдастыру мәселесін шешеміз. Бізге қоршаған ортамызды, болашақ ұрпақтың және өзіміздің өмір сүру салтымызды қорғауға көмектесіңіздер!

Көктерек бастамашы тобы Президентінің міндетін атқарушы

Бақытжан

Жазылым дағдысы

4. Осы сұрақтарды әріптесіңізбен бірге талқылаңыз.

1. Адамдар хабарлама хатты қай кезде жиі жазады?
2. Олар неге жазады?
3. Сіз жуықта хабарлама хат жазып көрдіңіз бе немесе оқыдыңыз ба?

5. Төменде берілген хабарлама хатты оқыңыз, жақсырақ тақырып таңдаңыз.

1. Көктерек жаңа әуежайының жоспары
2. Көктеректегі жаңа әуежай жоспарына қарсылық

А _____

Берілген хаттың мақсаты Көктерек ауылында жаңа әуежай салу жоспары туралы жергілікті тұрғындардың сауалнамасы нәтижесін қорытындылау. Зерттеу жергілікті бастамашы топтың ұсынысымен жасалған. Сауалнама бойынша мәліметтер жиналған және 9 қыркүйек пен 17 қыркүйек арасында жергілікті 500 тұрғынмен интервью жүргізілген.

В _____

С _____

Жергілікті тұрғындардың көпшілігі (жоғарыда айтылғандай - 82%) жаңа әуежай жоспарына қарсылығын жазды. Басты себеп – (көрсетілгендей - 74%) олардың ауданы ғажап табиғи сұлулықтың бірі. Тағы бір маңызды себебі – (жоғарыда айтылғандай - 63%) көптеген отбасы жүздеген жылдар бойы осы жерде тұрады, осы жерге үйренген.

Д _____

Тұрғындардың аз бөлігі (18%) жаңа әуежай аймаққа пайда әкелуі мүмкін деп ойлайды. Бұл жаңа жұмыс орындары болуы және транспорт жүйесі жақсырақ болуы мүмкін деген.

Е _____

Алайда, жергілікті тұрғындардың 96% жаңа әуежай үшін үкімет басқа мүмкін орындарды қарастырады деп ойлады. Ондай жердің бірі – адам қолымен жасалған жасанды арал.

Ж _____

Қорытындылай келе, жаңа әуежай жоспары үшін көп оппозиция болды. Үкіметтің басқа балама табуы керек сияқты болды. Жергілікті тұрғындардың қатты қарсылығына байланысты үкімет шешім қабылдамас бұрын әуежай үшін басқа мүмкін жерлерді қарастыруы керек деп санаймыз.

6. Мына тақырыптар мен тақырыпшаларды А – Ж дейін қойып шығыңыз.

1. Қорытынды
2. Көктеректегі әуежай құрылысына қарсы аргументтер

3. кіріспе
4. Әуежай үшін альтернат жерлер
5. Ізденіс

7а. 1-жаттығудағы сұрақтарға қараңыз. Хат туралы олардың қаншасына жауап бере аласыздар?

7б. Екі немесе үш сұрақ жазыңыз. Өзіңіз де осыған ұқсас хат жазыңыз. 3а -жаттығудағы сұрақтарды пайдаланыңыз.

Ақпаратта шындық бар ма?

8. Эссе мен ақпарат хаттың басты айырмашылығы қандай?

9а. 1-6 дейін берілген сөйлемдерге қажетті сөз тіркесін а - ж - ға дейін берілген тіркестерден табыңыз.

1. Осы ақпарат хаттың мақсаты
2. Мәліметтер жиналған.
3. Көпшілігі айтты.
4. Басты себебі
5. Тұрғындардың аз бөлігі айтты.
6. Қорытындылай келгенде.

- а) көпшілік адамдардың пікірінен
- б) жаңа әуежайдың пайдасын
- в) хаттың жазылу себебін
- г) жаңа әуежай жоспарына қарсылық көп
- д) табиғат сұлулығын қорғау
- ж) жаңа әуежай жоспарына қарсы болу

9б. Тәуелсіз зерттеу компаниясы үшін жұмыс. Үкімет жаңа әуежай терминалын салғысы келеді. Сіз сауалнама жүргізіп, жергілікті адамдардың осы идея туралы не ойлайтынын анықтадыңыз. Өзіңіздің баяндамаңызды жазыңыз.

Төменде берілген ақпаратты және өз идеяларыңызды пайдаланыңыз:

Жаңа аэропорт терминалының жоспары:

- Жергілікті тұрғындарға сауалнама жүргізу.
- Жергілікті тұрғындардың 64% жаңа терминалға авиациялық шу үшін және жергілікті жолдарда қозғалыстың көбеюіне қарсы;
- Тұрғындардың 25% жергілікті мекемелер үшін пайдалы, - деді;
- 11% пайызы анығын айтқан жоқ, жоспар туралы көбірек ақпарат керек.
- 94% үкімет жергілікті тұрғындардың пікіріне көбірек көңіл бөлу керек деп санайды.

СЕГІЗІНШІ САБАҚ

8.1. ТАНЫМАЛ КОМПАНИЯЛАР



СӨЙЛЕСІМ

1. Тізімдегі компанияларға қарап, сұрақтарға жауап беріңіз.

Coca-Cola Fiat Google Honda IBM Nestle Samsung Sony

1. Олар не өндіреді?
2. Олар қай елде бастады?
3. Осы компанияларда жұмыс істегіңіз келе ме?



ОҚЫЛЫМ

2а. Microsoft туралы мәтінді оқыңыз. 1975 жылмен 2007 арасында қаншалықты өзгерген?

2б. Берілген сөйлемдерді нақтылаңыз.

1. АҚШ тағы адамдар Microsoft-ты өзгеше компания деп ойлады.
2. Компания бағдарламаларды шет елде жасай бастады.
3. Өнімнің сатылымы өте жоғары болды.
4. Microsoft Тынық мұхитындағы қиын оқиғадан кейін адамдарға көмектесе бастады.
5. Гейтс пен Аллен компания негізін қалады.
6. Microsoft компьютерді компаниядан гөрі адамдарға сатқанға қызықты.
7. Microsoft -тың Европада мәселелері болды.

3. Берілген сөйлемдердің мағынасын мәтіннен табыңыз.

1. сіз шын деп ойлаған идея
2. әр түрлі жұмыс орнын пайдалану үшін компьютер қолданатын бағдарлама
3. осыған көп уақытын бөлді, назарын аударды
- 5 компания мекемесі орналасқан алаң
6. жарнамада қолданылған дана сөз
7. қолжетімді өнім
- 5 Microsoft үшін маңызды үш жыл туралы не ойлайсыз?

ГРАММАТИКА

Біз бір нәрсенің тарихы туралы айтқанда (мысалы, ұйымдар)әсіресе, не болғаны, себептері, бұны кім жасады деген сияқты мәселелерге қызығушылық танытқанда, өткен шақ

тұлғасын (құрылды, жазылды, жасалынған) пайдаланамыз. Microsoft 1975 жылы құрылды. Windows 95 жасалынды. Редмондтағы кампусты дамыту жоспары хабарланды.

5а. Мәтіннен өткен шақта берілген басқа мысалдар табыңыз.

ӘЛЕМДІК АЛЫПТЫҢ ӨСУІ

Бүгіндері Microsoft-та 85 елде және әр түрлі аймақтарда 55 мыңнан астам адам жұмыс істейді. 2006 жылы 12,6 млрд. доллармен өз профилін жасады. Бірақ ылғи осылай болған жоқ... Жетпісінші, сексенінші жылдары (1975 - 1989) Microsof-та, Альбукерде (Нью-Мексико, АҚШ) жаңа серпін болды. Бұл жаңа серпінді Билл Гейтс досы Пол Алленмен бірге жасады.

Екі ер азамат сеніммен жетекшілік етті. Әрбір столда, әрбір офисте, әрбір үйде компьютер болу керек деген үлкен мақсаттары болды. Сондықтан да персоналды компьютер үшін бағдарлама жазды. Біріншіден компания сатылым бизнесін үйлестірді. 1970 жылдың соңына қарай Microsoft Сиэтл ауданына көшті. Бүгіндері де негізгі базасы сонда, Редмондтағы өздерінің корпоративтік кампусында. 1980-ші жылдардың ортасына қарай Microsoft жылдам өсті. Бірінші рет шет елдегі АҚШ-тан тыс өндірістік объектісі ретінде Ирландия республикасын таңдады. Осы кездерден бастап, АҚШ-та бұларға деген қатынас өзгерді, онда жұмыс істеу қиын деген сияқты сынға да ұшырады.

Тоқсаныншы жылдары (1990 - 1999)

1994 жылы Microsoft тың компьютерге арналған алғашқы энциклопедиясы шықты. 1995 жылы Windows 95 қолданысқа жіберілді, алғашқы төрт күннің ішінде миллионнан астам көшірмесі сатылды. Компания назары бизнестен тұтынушылар сервисіне көшті, онлайн Microsoft Network қосылды да тез арада-ақ ірі интернет-провайдердің бірі болды. 1996 жылы Microsoft американдықтардың құрметіне ие болып, мақтанышына айналды.

1997 жылы Microsoft Индияда штаб пәтерін ашты. Қазіргі кезде АҚШ -тағы штаб пәтерлерінен кейінгі көлемі жағынан екінші штаб пәтер.

1999 жылы Гейтс Business @ the Speed of Thought (Business @ ойлау жылдамдығымен) кітабын жариялады. Кітапта компьютерлік технологияның жаңа тұрғыда бизнес міндеттерді шеше алатыны айтылған. Қазіргі кезде 25 тілде жарияланып, 60-тан астам елде қол жетімді. *(Интернеттен)*

5в. Тыңдаңыз, сұрақтарға жауап беріңіз.

2001 Windows XP әлемнің барлық елдеріне шығарылды.

2004 Азиядағы цунамиден кейін қалпына келтіру жұмыстарына және көмекті күшейту үшін Microsoft 3,5 млн.\$ берді.

Билл Гейтстің өзі ғаламдық денсаулық сақтау мен білім беру саласының жобаларын қолдау мақсатында 30 млрд. доллардан астам қаржы берді. Microsoft -тың Евро Одақ тарапынан әділетсіз бәсеке үшін түсінбестікке тірелген жылдары болды.

2006 жылы Реймондта кампусты дамыту туралы жоспарлары жарияланды.

2006 жылы Microsoft Windows Vista жүйесі жіберілді.

6а. Италиялық Fiat компаниясы туралы әңгімеге мына сұрақтарды пайдаланыңыз.

1. Fiat компаниясы қашан құрылған?

2. Автомобильдерді тесттен өткізу қайда жүргізілді?
3. Әйелдерге арналған автомобиль туралы қашан хабарлады?
4. Fiat қай газетті сатып алды? Corriero Della Sera-ны ма, әлде La Stampa-ны ма?
5. 1920 жылдардың соңына қарай тағы не ұйымдастырылды?
6. 1930 жылдары Fiat тағы қайда құрастырылды?

бв. 2.25. Әңгімені қайта тыңдап, жауаптарға назар аударыңыз. Содан кейін әріптесіңізбен салыстырыңыз.

Сұрақ: Fiat қашан құрылған?

Жауап: 1899 жылы Италияда құрылған. Завод жұмысын 1900 жылы бастады. 150 жұмысшы алғашқы 24 автомобильді жасап шығарды. Ол кезде Италияда 32 миллион адам болды, олардың көпшілігі ауылшаруашылығында жұмыс істеді. Бұл кезең тарихтағы өзгеше кезең болатын: кино, радио да осы кезеңде ойлап табылған еді.

Сұрақ: Автомобильдер сыннан ең алғаш қайда өтті?

Жауап: Заводтың шатырында! Fiat заводы 1922 жылы салынып біткен болатын, Европадағы ең ірі бес қабатты завод. Оның шатырында автомобильдер алғашқы сынақтан өтті.

Сұрақ: Әйелдерге арналған автомобильдер қашан шығарыла бастады?

Жауап: 1920 жылдардың ортасына қарай. Өмір сүру стандарты өсті, қоғамда өзгерістер бола бастады.

Сұрақ: 1926 жылы Fiat қай газетті сатып алды, Corriero Della Sera-ны ма, әлде La Stampa-ны ма?

Жауап: La Stampa. Бұл итальян пресасы дегенді білдіреді. Туриннен шығады, бірақ оны Италияның басқа аймағы да оқиды.

Сұрақ: 1920 жылдың соңына қарай заводта тағы не істедіңіздер?

Жауап: Қызметкерлерге көптеген жағдайлар жасадық. Мысалы, денсаулық сақтау мәселесін, мектеп, спорт клубтарын, балалардың демалысы үшін лагерлер ұйымдастырдық. Басқа компаниялар бұл идеяларды көшіріп те алды. Осы қызметтердің кейбірі бүгіндері де бұрынғыша өзекті.

Сұрақ: 1930 жылдары Fiat автомобильдері тағы қайда құрастырылды?

Жауап: Fiat өзінің жұмыстарын шет елде де кеңейтті. Франция, Испания, Польшада құрастырылды. Сондай ақ компания Берлинде банк ашты.

«Fiat Group» 2011 жылдың қаңтарынан бастап, екі секторға бөлінді: «Fiat SpA» (жеңіл транспорт) және «Fiat Industrial» (өндірістік транспорт).

7. Өткен шақ формаларын пайдалана отырып, мәтінді толықтырыңыздар.



«Samsung» компаниясы 1938 жылы ... (құрылу). «Самсунг» сөзі корей тілінде «үш жұлдыз» дегенді білдіреді. «Samsung»-тың осылайша аталуы компания негізін салушы Ли Бьонг Чхуляның үш ұлына да байланысты болуы мүмкін. Бірақ сол кезде компания ешқандай жоғары технология туралы ойлаған да емес, ақырындап қана Қытай мен Маньчжурияға күріш, қант, кептірілген балық (жеткізу тұру). «Samsung» жылдам өсті. Бүгіндері «Samsung» араласпаған өнеркәсіпті табу қиын. Осы брендпен көп нәрсе (өндірілу): микро толқынды пеш пен тостерден бастап, цифрлы фотокамералар және автомобильден теңіз кемелері мен самолетке дейін (өндірілу). Оңтүстік Кореяның ішкі рыногында «Samsung Group» қаржылық операциялармен, сақтандырумен айналысады. Нәтижесінде ел бюджетінің 50% қалыптастырады. Әлем бойынша өкілдік корпорация-

ларында жарты миллионнан астам қызметкер жұмыс істейді. Ал «Samsung Electronics»- тің штаб пәтері орналасқан оңтүстік корейлік Сувон қаласын әлдеқашан «Самсунг-Сити» деп атайды.

Тұрмыстық электроника саласы бойынша да Samsung өз бизнесін жақсы дамытты. 1976 жылы TV7 екі түсті ақ пен қара телевизордың миллионыншысын шығарды. Келесі жылы түрлі түсті теледидарды алғаш рет экспортқа шығарды. 1980 жылдары Samsung өз күшін технологияға салды, жаңа өнімдер әлемдік рынокқа ... (жеткізілу). 1987 жылы Ли Бьонг Чхуля қайтыс болды. Компанияны 50 жыл басқарған әкесінен кейін үшінші ұлы Ли Гон Хи компанияны 2008 жылға дейін басқарды.



СӨЙЛЕСІМ

8. Мына сұрақтарды шағын топта талқылаңыздар.

1. Осы беттердегі компаниялар сіздің өміріңізге әсер ете ме, қалайша әсер етуі мүмкін?
2. Қалай ойлайсыз, ірі компаниялардың билігі тым көп бола ма?
3. Олар қоғам үшін жақсы ма, жаман ба, сіздің ше қалай?
4. Қалай ойлайсыз, ірі компаниялар қуатты ма, әлде үкімет қуаттырақ па?

8.2. ЖАҒДАЯТ

Жағдаят

1а. Өткен жазда Олимпиядалық ойын қайда өтті? Оны көрдіңіз бе? Сіздің ел медаль ұтты ма?

1б. Төменде берілген қай үш қала ешқашан жаздық Олимпиядалық ойын өткізбеген?

Амстердам	Мадрид	Париж
Афины	Мельбурн	Осака
Берлин	Мехико	Сеул
Лос-Анджелес	Нью-Йорк	

2а. 2005 жылы Лондон 2012 жылы Олимпиядалық ойынды өткізуге конкурсты жеңіп алған. Британдық Олимпиядалық комитеттің не істегені туралы төрт презентация қорытындысын тыңдаңыздар. Мына тақырыптармен сәйкестендіріңіздер.

- а) транспорт
- б) спортсмендерді орналастыру
- в) спорт мекемелері
- г) ойын үшін лондондық амбиция

2б. Осы пайымдар шын ба, жалған ба? Тағы бір тыңдап, тексеріңіз.

1. Ұйымдастырушылар балаларды спортқа тарту үшін, қызықтыру үшін ойынды өткізгісі келеді.

2. Бір де бір спорттық объект жоқ.
3. Олимпиядалық стадионда 18 000 орын болады.
4. Олимпиядаық парк қала орталығынан он минутқа жетер жетпес жерде.
5. Көптеген спорт объектілері спортсмендер үшін алыс болады.
6. Спортсмендер бір адамдық нөмірлерде болады.
7. Тоғыз пойыз бен метро жолы Олимпиядалық мекен жайға апарды.
8. Ойынға қатысушылар пойыз, автобус үшін төлемеуі тиіс.



ТЫҢДАҢЫЗ

1

Біріншіден, біз қатысушылар мен көрермендер үшін электрификациялық ғажайып тәжірибемізбен жақсы ауан қалыптастырғымыз келеді. Біздің мақсатымыз Ұлыбританиядағы және әлемдегі жастарды спорт ойынына қатысуға рухтандыру. Спорт түрлерін таңдауға балаларды рухтандыру үшін қайда тұрса да, не істесе де, неге сенеді, біз өзімізге байланыстының бәрін жасаймыз. Олимпиядалық идеалдарға сенетін жастарды рухтандыратын бұл ойындар есте қалатындай ойын болады.

2

Магикалық әсер осы жерден басталады. Ең бастысы біз Лондон орталығынан жеті минуттық жерде болатын Олимпиядалық парк жасаймыз. Олимпиядалық паркте керемет 80000 орынды стадион болады. Және жүзуге арналған ғажайып су орталығы болады. Орындардың жартысы спорттық мекемеден небары бес минуттық жерде болады. Тек қана он пайыз жиырма минуттық жерде болады.

3

Олимпиядалық паркте олимпиядалық қалашық болады: спортсмендер ойын орталығында болады. Онда 8000 екі адамдық нөмір болады, бұлардың бәрі заманауи, кең, комфортабельді. Спортсмендер басты стадионнан бірер минуттық жаяу баратын жерде болады. Олар олимпиядалық жаттығу орталығында болады.

4

Олимпиядалық парк Лондон орталығынан өте жүрдек, жаңа пойызбен баратын небары жеті минуттық жерде болады. Басқа тоғыз темір жол және метро торабы қоғамдық транспорт жүйесінің басты кешені болады. Арнайы олимпиядалық автобус алаңдар арасында жылдам және жеңіл жүруді қамтамасыз етеді. Сондай-ақ біз барлық спортсмендер үшін, ресми тұлғалар, көрермендер үшін тегін, қоғамдық көлік береміз.

3а. Үстеу. Жоғарыда берілген презентация экстрактысын тыңдап, сөйлемді толықтырыңыз.

1. Ең бастысы біз Лондон орталығынан жеті минуттық жерде болатын Олимпиядалық парк жасаймыз.

2. Орындардың жартысы спортсмендер қаласынан қаладан бес минуттық жерде болады.
3. Тек қана он пайызы жиырма минуттық жерде болады.
4. Спортсмендер басты стадионнан бірер минуттық жаяу баратын жерде болады.
5. Олимпиядалық парк Лондон орталығынан өте жүрдек, жаңа пойызбен баратын небары жеті минуттық жерде болады.

4а. Сын есім. Осы сын есімдер презентацияда қолданылған. Есіңізге түсіре аласыз ба, олар нені сипаттады? Тексеру үшін тыңдалым мәтінін қарап шығыңыз.

Қандай сын есімдерді таба алдыңыз?

1. магиялық әсер
2. керемет
3. заманауи, ыңғайлы
4. кешенді

4б. Қайта тыңдаңыз, қайталаңыз. Практиктер өздерінің ойларын әрбір секцияда айтады. Мәнерлі, интонациялы оқылған сөздерге назар аударыңыз.

5. Әріптесіңізбен бірге жұмыс істеңіз. Өзіңіздің қалаңыз немесе еліңіз туралы әңгімелесіңіз. Үстеу мен сын есімді пайдаланыңыз.

Мекемелер, транспорт, оқиғалар туралы ойланыңыз. Қоғамдық көліктің кешенді жүйесі туралы бар. Жыл сайын фестивальдар болады.

ТАПСЫРМА: презентация жасаңыз.

ба. Келесі Олимпиядалық ойынға қала таңдау. Мүмкін нұсқалар: Нью-Йорк, Мадрид және Осака. Топпен жұмыс, әр топта үш студент (А, Б, С). Әр жұп қалалардың біреуіне қысқа презентация жасауға дайындық жүргізеді.

А тобы мына мәліметті пайдаланыңыз, толықтырсаңыздар болады.

Сіздің қалаңыз Испаниядағы Мадрид қаласы. Төменде берілген ақпараттарды пайдалана отырып, қысқа презентация жасаңыз. Қалаңыздағы жақсы орындарды көрсету үшін сын есім, үстеулерді пайдаланыңыз. Өз қалаңыздың жақсы екенін көрсетуге тырысыңыз.

Қала	Мадрид
Қала фактісі	Ел орталығында Тұрғындар саны - 6 миллион Ауарайы: ыстық, құрғақ, 32 градус
Арнайы концепциялар	Табиғат энергиясын пайдаланамыз (күн, жел қуаты). Жасыл алаңдар, табиғи саябақтар көп.
Спорт объектілері	Барлық объектілер қалада. • 85% - ы дайын • 60% - ы олимпиада қалашығынан 10 минуттық жерде.
	• 39% - ы қалашықтан 20 минуттық жерде. • 1% - ы қалашықтан 35 минут жерде.

Спортшыларды орналастыру	<ul style="list-style-type: none"> • Шағын блоктарда 2 адамдық 7000 мың орын бар. • Ойыннан кейін қалашық жаңа тұрғын ауданға айналады. Онда мектеп, медициналық орталықтар ашылады.
транспорт	<ul style="list-style-type: none"> • Біз тек қоғамдық транспортты пайдаланамыз, қосымша паркингтер болмайды. • 90% спорт объектілері темір жол және метромен қамтамасыз етілген.

Б тобы мына мәліметтерді пайдаланыңыз.

Қала	Нью - Йорк
Қала фактісі	<p>Жағалауда Тұрғындар саны 8.5 млн. Ауа райы ыстық, ылғалды, 28 градус жылы</p>
Арнайы концепциялар	Ойындар елдің ішінде. Ойындар қаланың нашар бөліктерін жақсартады, себебі онда жаңа спорттық құрылымдар, жаңа саябақтар салынады.
Спорт объектілері	<p>Олимпиадалық ойын үшін бізде ең үлкен алаң болады. Барлық объектілер қала орталығында болады.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 65% дайын • 40% қалашықтан 20 минуттық жерде. • 30% - ы қалашықтан 30 минуттық жерде.
Спортшыларды орналастыру	<p>Олимпиадалық қалашық қаланың кедей ауданында болады, қасында өзен бар.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 қабатты үйде 7000 екі адамдық орын болады. • Ойыннан кейін үйлер жеке үй ретінде халыққа сатылады.
транспорт	<ul style="list-style-type: none"> • Біз қосымша автотұрақтар саламыз, жол саламыз. • Ойын үшін арнайы автобустар болады.

С тобы мына мәліметті пайдаланыңыздар.

Қала	Осака
Қала фактісі	<p>Жағалауда Тұрғындар саны үш миллион. Ауа райы ыстық, ылғалды, 32 градус ыстық.</p>
Арнайы концепциялар	<p>Теңіздегі ойын</p> <ul style="list-style-type: none"> • Біз қазіргі техниканы пайдаланамыз. Ойын үшін теңізде ғажайып аралдар саламыз. • Осака шығанағында біз үш жасанды арал саламыз – екеуі спорт алаңы үшін, біреуі олимпиадалық қалашық үшін.
Спорт объектілері	<p>Әлі бір де бір объект жоқ, сондықтан біз әлемдегі ең заманауи спорттық құрылыс саламыз. Әлемдегі ең жақсысын саламыз.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50% орын екі жасанды аралда болады. • 50% орын материкте болады.

	<ul style="list-style-type: none"> • 50% орын қалашықтан 15 минут жерде болады. • 50% орын қалашықтан 30 -40 минут жерде болады. (материкке дейінгі арал)
Спортшыларды орналастыру	<ul style="list-style-type: none"> • Олимпиядалық қалашық орталық жасанды аралда болады. • 14.000 бір орындық нөмірлер болады. • Ойыннан кейін біз пәтерлерді жеке тұрғын үй нарығында сатамыз.
транспорт	<ul style="list-style-type: none"> • Материкте жақсы темір жол торабы бар. • Аралдар арасында жолдар және пойыз туннельдері болады.

6б. Топта презентация жасаңыз, өзгелердің презентациясын тыңдаңыз.

Мына тақырыптарға назар аударыңыз: мекен жайы, халқы, ауарайы, спорт орталықтарының концепциясы, транспорт, орналастыру, спортсмендерді орналастыру.

6с. Қай презентация жақсы болды деп ойлайсыз?

7. Презентацияны тыңдап, екпін түсетін, пауза жасалатын сөздердің астын сызыңыз.

Ханымдар мен мырзалар! Сіздердің Испанияға футболға келгендеріңізге алғысымды білдіремін! 2022 жылы әлем кубогы үшін біздің презентациямыз үш негізге сүйенеді. Біріншіден, Испанияның үлкен футболдық дәстүрі бар. Осыған байланысты біз әлемдік деңгейдегі стадион мен ғажап оқыту құралдарын бере аламыз. Екіншіден, елімізде біздің миллиондаған жанкүйерлеріміз бар. Осындай үлкен қолдау матчтарда жақсы ауан қалыптастырады. Сондай-ақ Испанияның кең көлемді транспорттық жүйесі де бар. Барлық стадиондар халықаралық әуежайдан бір-ақ сағаттық жерде. Қоғамдық транспорт жаңа, заманауи. Испания 2022 жылы Әлем чемпионаты үшін нағыз таңдау болып табылады.

Қажетті сөздер:

Біз сіздерге таныстыру үшін ...
 Біздің қаламыздың ерекшелігі ...
 Басты, маңызды төрт сәт бар...
 Бәрінен бұрын ...
 Сондай-ақ, сонымен ...
 Назарларыңызға рахмет!

8.3. ОҚУ ЖӘНЕ ЖАЗУ ДАҒДЫСЫ

Оқу дағдысы: тыңдалымды жақсарту

1. Тыңдалымның басты екі түрі бар: жалпы идеяны тыңдау, нақты деталдарды тыңдау. Осы оқу құралында берілген тыңдалым тапсырмаларын қараңыз, аталған тыңдалым түрлерін табыңыз.

2. Қазақ тіліндегі тыңдалымға әр түрлі жағдаят табыңыз (мысалы, фильм көру, лекция тыңдау) Қайсысы жеңіл, қайсысы қиынырақ, неге?

Тыңдалымды жеңілдететін көмектесетін, қажетті ақпаратты алуға көмектесетін амалдар бар.

1. Біз сіздің тақырып туралы біліміңізді пайдаланамыз.

2. Болжау мүмкіндігін пайдаланамыз.

3а. Халықаралық полиция ұйымы Интерпол туралы не білетініңізді есіңізге түсіріңіз. Бұл туралы не білесіз? Интерпол эмблемасын сипаттаңыз, Мағынасы нені білдіреді? Сіз қалай ойлайсыз?

3б. Мазмұнды болжау. Әңгімені тыңдағанға дейін өзіңізге мына сұрақтарды қоюға болады. Сіз өзіңіз екі - үш сұрақ қоса аласыз ба?

Адамдар қайда жұмыс істейді, көп адам жұмыс істей ме?

3с. Сөздікті болжау. Осы сөздердің қайсысын спикер қолданады деп ойлайсыз?

Қонақ үйде, боксер, қылмыс, саусақ іздері, көңіл көтеру, қаржылық, штаб пәтер, заңдар, әдебиеттер, полиция қызметі мүшелерінің басымдылықтары

4а. Әңгімені тыңдаңыз. 3б жаттығуындағы сұрақтар кездесті ме?

4б. Қайта тыңдаңыз. 3с жаттығуындағы сіз таңдаған сөздер кездесті ме?

Спикер және аудиториядағы тыңдаушылар

С: Қайырлы кеш. Мені бүгін кешке осында әлемдегі полициялық ірі ұйым интерпол туралы әңгімелесуге шақырғандарыңызға рахмет. Сіздер Интерпол туралы не ойлайсыздар? Көптеген адамдар интерпол туралы фильмнен, кітаптан біледі. Мүмкін олар француз полиция офицерін 1960 жылғы ұзын сұр пальтомен елестететін шығар. Мүмкін Джеймс Бонд туралы фильмдегідей ойлауы мүмкін. Немесе миссиясы орындалмаған әдемі құпия агенттер деп ойлауы мүмкін шығар. Шындығында, Интерполдың бүгіндері өзгешелігі бар, шынайы Интерпол туралы түсінік беруге тырысайын. Біріншіден, интерполдың тарихы туралы аздап тоқталайын. Содан кейін бүгінгі Интерпол туралы әңгімелеймін. Қалай құрылғанын айтамын. Соңында сұрақтарға жауап беруге уақыт болады.

Интерпол туралы ой, идея 1914 жылы Монако конференциясында пайда болды, бірінші дүние жүзілік соғыс мұның дамуына кедергі болды. Интерполдың тарихы 1923 жылдың 7 қыркүйегінен басталады. Басында он төрт мүше мемлекет болды. Екінші дүниежүзілік соғыс ұйымның жұмысын үзді. 1946 жылы Парижде Интерполдың штаб пәтері пайда болды, штаб пәтер қазір де сонда. 1989 жылы штаб пәтер Лионға көшірілген болатын. 1956 жылы Халықаралық қылмыстық полиция комиссиясы «Интерпол – халықаралық қылмыстық полиция ұйымы» болып өзгертілді. Енді қазіргі Интерполды қарастырайық. Біріншіден, ол қалай ұйымдастырылған? Интерполдың қазіргі кезде 184 мүше мемлекеті бар. БҰҰ - дан кейінгі көлемі жағынан екінші халықаралық ұйым. Лиондағы штаб пәтері сәткесіне 24 сағат, жылына 365 күн жұмыс істейді. 80 елден астам елдің персоналдары ұйымның төрт ресми тілін: араб, ағылшын, француз, испан тілдерін пайдалана отырып, тізе қоса жұмыс істейді. Әлем бойынша алты аймақтық офис бар. Жалпы бізде 450 қызметкер бар. 450 деген сіздер үшін көп сияқты. Бұл цифр тек қана Лиондағы қызметкерлер мен аймақтық бөлімдер үшін ғана. Әрбір мүше мемлекеттің жеке Интерпол офисі бар. Қызметкерлер ұлттық полициядан келеді. Интерпол офицерлерінің көпшілігі өз елінде қалатынын ұмытпаңыздар, олар өз уақытын қылмыскерлермен күресу үшін кино, кітаптағыдай әлем аралауға жұмсамайды.

Сөзімнің қорытынды бөлімінде мен Интерполдың не істейтінін айтайын. Негізінен біз полицияға қылмыскерлерді ұстауға көмектесеміз. Бірақ мен сіздердің назарларыңызды мынаған аударғым келеді: біз кезкелген елдің заңын ешқашан бұзбаймыз.

Біздің басты басымдықтарымыздың бірі – нашақорлыққа байланысты мәселелер. Тағы

бір маңызды бағытымыз – адам саудасына қатысты, әсіресе, дамушы елдердегі әйелдер мен балалар саудасына қарсы күрес. Сондай - ақ қоғамдық қауіпсіздік пен терроризм басты назарымызда.

Басқа да басымдықтарымыздың бірі, бастысы – қаржылық қылмыс. Неге? Себебі қылмыскерлер ақпарат алу үшін жаңа технологияны пайдаланады. Мысалы Интернет арқылы кредиттік картаның нөмірін немесе паролын пайдаланады. Сонымен мұндай қылмыскерлерді қалай ұстаймыз? Ең маңыздысы біз не істей аламыз – полициялардың ғаламдық байланыс жүйесін жасау, бұл дегеніңіз әлемдегі полициялар қылмыс пен қылмыскерлер туралы ақпарат алмаса алады. Жүйе бір елдегі полицияның басқа елдегі полиция мәліметтерін тексере алуға мүмкіндік береді. Интерполдың өзі қылмыскердің есімі, фамилиясы, саусақ іздері және тағы басқаны қосқанда, бірнеше базалық мәліметті басқара алады. Тағы бір маңызды нәрсе, ұлттық полиция үшін оқитын курстар ұйымдастыра аламыз. Қылмыс туралы халықаралық конференция ұйымдастыра аламыз. 2001 жылы 1.400 қылмыскер Интерпол күшімен табылды.

Осылайша, қорытындыда біз Венада 1923 жылы құрылған Интерполға 90 жылдан астам уақыт болғанын айта аламыз. Біздің штаб пәтеріміз Лионда. Біз қазіргі технологияны пайдалана отырып, халықаралық қылмыспен күресеміз. 186 мүше мемлекеті бар. Сіздердің отбасыларыңыз үшін, сіздер үшін әлемді қауіпсіздік ету үшін бізге байланыстының бәрін жасаймыз. Қазақстан Республикасы 1992 жылдың 4 қарашасында Дакар қаласында (Сенегал) Халықаралық қылмыстық полиция ұйымы бас ассамблеясының 61 - сессиясында Интерполға қабылданды. Тыңдағандарыңызға рахмет. Тағы сұрақтарыңыз бар ма?

Тыңдаушы: Ұйымды құрметтейміз, интерполдың қоғам туралы ақпараты көп пе? Мысалы біз барған жердің көпшілігінде түсіретін камера бар. Бұл туралы сіздің пікіріңіз қандай?

С: Міне өте қызық және маңызды сұрақ. Үзілістен кейін жалғастырайық. *(Интернеттен)*

5. Спикер бірқатар сөйлемдерде өз ойын жеткізу үшін арнайы сөздерді қолданады. Тыңдалым мәтіні бойынша асты сызылған сөздерге қарап, тексеріңіздер.

1. Интерполдың қазіргі кезде **184 мүше мемлекеті бар**.

2. Интерпол офицерлерінің көпшілігі **өз елінде қалатынын ұмытпаңыздар**, олар өз уақытын қылмыскерлермен күресу үшін кино, кітаптағыдай әлем аралауға жұмсамайды.

3. Бірақ мен сіздердің назарларыңызды мынаған **аударғым келеді**: біз кезкелген елдің заңын ешқашан бұзбаймыз.

4. Біздің **басты басымдықтарымыздың бірі** – нашақорлыққа байланысты мәселелер.

5. **Тағы бір маңызды бағытымыз** – адам саудасына қатысты, әсіресе, дамушы елдердегі әйелдер мен балалар саудасына қарсы күрес.

6. **Басқа да басымдықтарымыздың бірі**, бастысы – қаржылық қылмыс.

7. **Ең маңыздысы** – полициялардың ғаламдық байланыс жүйесін жасау,

8. **Тағы бір маңызды нәрсе** – ұлттық полиция үшін оқитын курстар ұйымдастыра аламыз.

6. Интерпол пайдалы әлде пайдасыз ұйым деп ойлайсыз ба? Неге жоқ дейсіз? Неге иә дейсіз?

8.4. ЖАЗЫЛЫМ ДАҒДЫСЫ

Қарсы мәндегі және қолдау мәндегі эссе

7. Мына сұрақтарды аз топта талқылаңыздар.

1. Сіздің қалаңызда бейне бақылау камералары көп пе?
2. Әдетте олар қандай жерлерде болады?
3. Олардың болғаны жақсы деп ойлайсыз ба, Неге? Неге жоқ дейсіз?
4. Олардың әсері бар ма?

8a. Айшат Лондон студенті. Оның бейне бақылау камерасы туралы жазған эссесін оқыңыздар. Онда сіздің 7-тапсырмада талқылаған сұрақтарыңыздағы мәселелер бар ма?

БЕЙНЕБАҚЫЛАУ КАМЕРАЛАРЫНЫҢ АРТЫҚШЫЛЫҒЫ МЕН КЕМШІЛІГІ

Қазіргі кезде Ұлыбританияда төрт миллион бейнебақылау камерасы бар.

Бұл дегеніңіз – әрбір он төрт адамға бір камера деген сөз. Егер Лондонда тұратын болсаңыз, сіз күніне 300 камераға түсіп қалар едіңіз. Бұл сіздің өміріңіздегі маңызды сұрақтардың бірі. Ол бізге қалай әсер етеді? Бұл эссе бейне бақылау камераларының біздер үшін жақсы, жаман жағы туралы қарастырады.

Бейне бақылау камераларының бір кемшін жағы – біздің қаладан ол жоқ жерді табу қиын. Бізге барлық жерден қарап тұр. Камералар көп. Тағы бір мәселе – үкімет бұған көп қаржы бөлген.

Екінші жағынан, оның басты артықшылығы – олар қылмыскерлерді ұстауға көмектеседі, қылмысты тоқтатады. Тағы бір артықшылығы – қарапайым адамдар өздерін қауіпсіз, еркін сезінеді.

Қорытындылай келе, камера жақсы ма, жаман ба? Жауап беру үшін бұл қиын сұрақ. Біз қауіпсіздеу деп санасақ та, біреулер бір жерде әрбір қадамымызды көріп отыр. Осылайша, біз кейбір қатынастарда еркіндік аламыз, бірақ басқа қатынастарда жоғалтамыз, бірақ басқаша жоғалтамыз. Мүмкін мұның салдарын түсіну үшін бізге көбірек уақыт керек шығар. Бірақ, меніңше, кемшін жағынан артықшылығы көбірек.

8b. Сіз осы мақала идеясымен келісесіз бе?

9a. Тақырыптарды эссе параграфтарымен сәйкестендіріңіз.

- | | |
|----------------|----------------|
| a) артықшылығы | c) кіріспе |
| b) қорытынды | d) кемшін жағы |

Олардың қайсысы негізгі бөлім?

9b. Мына ұғымдарды мәтіннің қай бөлігінен табуға болады?

Кіріспе, негізгі бөлім, қорытынды бөлім жазыңыз.

1. автор пікірі
2. мәселенің маңыздылығы
3. жазушы мақсаты, дәлелі, фактісі
4. негізгі тармақтардың қысқаша мазмұны

10а. Артықшылықтары мен кемшін жақтары туралы мәтінде қолданылған сөйлемдерді жазыңыздар.

10б. Айшаттың пікірін айту үшін кестені пайдаланыңыз.

<p>басты артықшылығы</p> <p>негізгі жақсы жағының бірі</p> <p>жаман жағының бірі</p>	<p>Кабельдік телевидение</p> <p>ССТV камерасы</p>	<p>Камера</p> <p>Үкімет оған көп қаржы бөлген</p> <p>Олар қылмыскерлерді ұстауға көмектеседі.</p> <p>Адамдар барлық уақыт бойы бізді қарайды. Қарапайым адамдар өздерін қауіпсіздеу сезінеді.</p>
--	---	---

12а. Мына тақырыптардың артықшылықтары мен кемшін жақтарын әріптесіңізбен бірге талқылаңыздар:

1. Қала көшелерінде полицияның көбірек болуы;
2. Полиция құрамында қыздардың көбірек болуы;
3. Уни формасыз полициялардың болуы;
4. Қауіпті емес қылмыскерлердің түрмеден жіберілуі;
5. Интерпол;
6. Теледидар.

12б. Берілген эссені оқып, құрылымына назар аударыңыз, осы тақырыпқа қатысты өз пікіріңізді білдіріп, эссе жазыңыз.

Классикалық әдебиет пен электронды кітап: артықшылығы мен кемшілігі

Біз жиырма бірінші ғасырда өмір сүріп жатырмыз. Бұл – өзгеше ғасыр: үнемі компьютерді, технологияны, электрониканы пайдаланамыз. Осы заттарсыз біздің өміріміз қиындау. Барлық жерде электроника мен технология. Біз оларды компьютерде де, үйде де, дүкенде де, телефонда да, интернетте де пайдаланамыз. Тағы да жаңа, қызықты бейімделу пайда болды. Бұл – электронды кітап. Бұл жақсы ма, жаман ба? Бұл біздің дамуымызға, өмірімізге көмектесе ала ма? Осы құрылымды түсіну үшін, тану үшін біздің біраз нәрсені оқуымыз керек деп ойлаймын.

Бәрінен бұрын мен оқу мәселесі туралы сөйлескім келеді. Тым көп уақыт алатындықтан, адамдардың кейбірі оқуды ұнатпайды. Электронды кітаптар адамдарға осы мәселені шешуге көмектеседі. Олар ыңғайлы, қолданылуы да қарапайым. Электронды кітаптар адамдарға уақытын үнемдеуге көмектеседі, жұмысына да көмектесе алады.

Адамдардың кітап оқуға қызықпаушылығы – басқа мәселе. Мысалы менің кішкентай інім кәдімгі кітаптарды жаратпайды. Оның айтуынша кәдімгі кітаптарда сөз көп, суреттер аз, сондықтан да қызықпайтынын айтады. Электронды кітаптар адамдарға бұл жағынан көмектесе алады. Бұл кітаптардың бояуы қанық, ашық, түрлі түсті, балалар үшін де, үлкендер үшін де қызықты. Мұнда анимациялық суреттер де болуы мүмкін, сіз ондағы сөздердің, сөйлемдердің көлемін кішірейте де, үлкейте де аласыз. Бұл біздер үшін өте жақсы.

Менің де электронды кітабым бар. Сондықтан мен оның басқа да артықшылығын айта аламын. Мен оқуым үшін жарамды қосымшаларды пайдаланғанды жақсы көремін. Қосым-

шалар менің сабақтарым үшін пайдалы, мен үнемі электронды кітаптарымды мектепке ала барамын. Мен қосымшаларды өзімнің электронды кітабыма сақтап отырамын, достарымның сабақтарына да әрқашан көмектесе аламын. Бұл біздер үшін маңызды. Менің тағы да қосарым – электронды кітап кішкене ғана, жұп - жұқа, жеңіл, көп орын алмайды.

Өкінішке орай, электронды кітаптардың кейбір кемшін жақтары да бар. Классикалық кітаптар қағазда жазылған. Адамдар оны оқыған кезде, өзіне ұнаған сөздерді, сөйлемдерді, қызықты көзқарастарды белгілеп қоя алады. Ал бұл электронды кітапта мүмкін емес.

Адамдар тарих, өлең, әңгімелер оқуды жақсы көреді. Кейбір қызықты сюжеттерді, оқиғаларды қайталап оқиды. Қызықты сәттерді, ойларды қайталап оқу – шығарманы жақсы түсіну үшін қажет. Бұны біз тек классикалық әдебиеттерді оқығанда ғана істей аламыз.

Жоғарыда айтқанымызды түйіндейтін болсақ, электронды кітаптарды жиі пайдалану – денсаулыққа да зияндылығы бар екеніне сенімдімін. Алайда, классикалық әдебиеттерді де жиі оқу – көзге зиян. Барлығының мөлшерін білу – қызықты да салауатты өмір кілті деп ойлаймын.

12с. Жоғарыда берілген тақырыптың біріне қолдауыңызды немесе қарсылығыңызды білдіріп, эссе жазыңыз.

13. Эссе болатындай, берілген сөйлемдерді ретімен жазыңыз. Төрт тармағы бар.

1. тармақ (кіріспе) _____
2. тармақ (артықшылығы) _____
3. тармақ (кемшілігі) _____
4. тармақ (қорытындысы) _____

Ғаламдық саяхаттың артықшылықтары мен кемшіліктері

А. Транспорт саласы миллиондаған адамдарды жұмыспен және елге келіп кететіндердің елде көп ақша жұмсауын қамтамасыз етеді.

В. Әуемен саяхаттау ауаны ластандырады, қонақ үйлер табиғаты әдемі аудандарға салынады.

С. Бір артықшылығы, өз жерлерінен айырмашылығы, басқа елдерге келе алады.

Д. Бұл дегеніңіз олар әр түрлі мәдениетті түсіне алады, әр түрлі ұлттармен кездеседі.

И. 1950 жылдан бастап, Global Travel туристік бизнес ретінде жақсы дамыды; күнде миллиондаған адам әлемде саяхаттап жүр.

Е. Менің ойымша, әсіресе, көптеген кедей елдер үшін туризмнің қаншалықты маңыздылығын ескеретін болсақ, кемшілігінен гөрі артықшылығы көп.

Ж. Мысалы, мейрамханалардың тағамдары, дүкендердің заттары сатыла бастайды.

К. Бір негатив жағы – ұқсас, бір - бірін қайталайтын дүкендер көп.

Қ. Бұл маңызды сұрақ. Бұл эссе ғаламдық саяхат сұрақтарын, әлем үшін оның жақсы, жаман жақтарын қарастырады.

Ғ. Қорыта келсек, ғаламдық саяхаттың жақсы жақтары да, жаман жақтары да бар.

Л. Әр түрлі елге барған сайын көптеген нәрсе үйренсек те, сондай - ақ барған елге де зиянымыз тиеді.

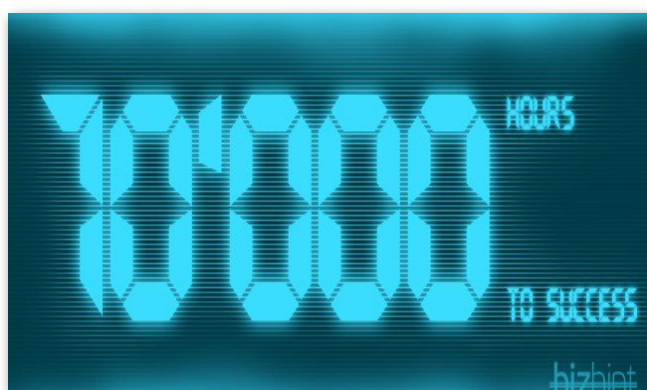
М. Ғаламдық саяхаттың басқа да жақсы жағының бірі ел экономикасы үшін жақсы.

Н. Тағы бір негізгі кемшін жағы – халықаралық сапарлар мүмкін қоршаған орта үшін де жаман.

ТОҒЫЗЫНШЫ САБАҚ

10 000 сағат ережесі

9.1. КЕРЕМЕТ ЖЕТІСТІК ҚАЙДАН ПАЙДА БОЛАДЫ?



СӨЙЛЕСІМ

1. Сұрақтарды топ болып, талқылаңыздар

- Ұсынылған тақырып сізге нені аңдатады?
- Гажап табыстар ненің нәтижесі деп ойлайсыздар?

2. Мәтінді оқып, талдау жасаңыздар.

- Осы ережеге сүйенсек, шындығында, табысқа жетеміз бе?
- Шеберлікке жетілудің сыры сағаттар санында ма, әлде соншама уақыт жұмсаған істің сапасында ма?
- Шындығында, табыс құпиясы бар ма? Сіз қалай ойлайсыз?
- Табыс бірден келмейді, өз өміріңіздегі табыстарға қалай жеттіңіз?

Жиырма жыл бұрын психолог Андерс Эриксон өзінің екі әріптесімен бірге Берлинде музыка академиясында зерттеу жүргізді. Скрипка тобындағы студенттерді үшке бөлді. Бірінші топқа әлемдік кластағы жұлдыздар кірді, екінші топқа болашағы барлар деп бағаланғандар кірді. Үшінші топқа кәсіби музыкант болуы да мүмкін студенттер, негізінен мектептегі музыка пәнінің мұғалімдері кірді.

Барлық қатысушыларға бір сұрақ қойылды: Қолыңызға алғаш скрипка алғалы бері бүгінге дейін қанша сағат айналыстыңыз? Барлық студент дерлік скрипканы бес жасынан бастап ойнапты. Алғашқы бірнеше жылдар бойы барлығы дерлік аптасына екі-үш сағаттан айналысыпты. Бірақ сегіз жасқа қарай айырмашылықтар пайда болыпты.

Өте жақсы студенттер басқаларынан көбірек айналысыпты: тоғыз жасқа қарай аптасына алты сағаттан айналысыпты, он екі жастарына қарай сегіз сағаттап, он төрт жастарында он алты сағат, ал жиырма жастарына қарай өз шеберліктерін дамыту үшін аптасына отыз сағаттан да көбірек дайындалыпты, жаттығыпты. Жиырма жасына қарай жақсы студенттердің сағаты 10 000 сағатқа жетіпті. Орташа дайындалып жүретіндердің сағаты 8000 мың, ал болашақ музыка мұғалімдерінің сағаты 4000 сағаттан аспапты.

Содан кейін Эриксон әріптестерімен бірге кәсіби пианистер мен кәсіпқой пианистерді салыстырыпты. Сондай скрипкашыларды зерттегендегідей заңдылық көрініпті. Кәсіпқойлар аптасына үш сағаттан артық жаттықпаған. Жиырма жасқа қарай олардың иығында 2000 сағат практикадан артық болмаған. Шеберлер, профессионалдар керісінше жыл сайын көбірек ойнаған. Жиырма жастарына қарай олардың әрқайсысы багаждарында 10000 сағат жаттығулары болған.

Қызығы сол, Эриксонға қатарластарынан аз жаттығып, ерекше күшін салмай шеберліктің жоғары деңгейіне жеткен адам таба алмапты. Осыдан шығатын болжам жақсы музыкалық мектепке түсетіндердің бір-бірінен айырмашылығы олардың қаншалықты еңбектенгеніне байланысты болып тұр. Тағыда айта кетерлік жайт - жақсы студенттер басқаларына қарағанда, жай ғана көбірек жұмыс істеген жоқ, олар тым көп жұмыс істеді. Кәсіби құзіреттіліктерді зерттеулерде ондаған, жүздеген тәжірибесіз шеберлікке жетудің мүмкін емесі айтылды. Ғалымдар тіпті шеберлікке жеткізер сиқырлы санды есептеп те қойыпты: 10 000 сағат. Невролог Даниель Левитин: «көптеген зерттеулердің ішінен мына картина ерекше көрінеді: әңгіме қай сала болмасын, шеберлік деңгейіне жету – әлемдік эксперт мәртебесі деңгейіне жақын, 10 000 сағат практиканы керек етеді. Кімді алсаңыз да, мейлі композитор, мейлі жазушы, пианист, шахматшы т.б, - осы сан таңқаларлық жиілікпен кездеседі. Он мың сағат дегеніміз – шамамен күніне үш сағат практика немесе он жыл бойы аптасына жиырма сағат деген сөз. Бұл біреуге қарағанда сабақтың біреуге пайдасы көбірек тиді дегенді түсіндірмесе керек. Әзірге шеберліктің жоғары деңгейіне аз уақытта жеткен жағдай болмаған сияқты.

Миға қажетті барлық ақпаратты меңгеріп алуы үшін соншалықты уақытты талап ететін сияқты әсер қалдырады. (Толығырақ қараңыз)

Forbes.ru:<http://www.forbes.ru/forbes/issue/2009-04/7255-pravilo-10000-chasov>

3. Табыс құпиясының факторларын толықтырыңыздар:

- үнемі жаттығу;
- шеберлікке жеткізер «сиқырлы» сан;
- ондаған, жүздеген тәжірибе;
-
-
-

4. Топ болып мына сұрақтарға жауап беріңіздер.

- Шеберлікті қалай шыңдауға болады?
- Кәсіпқойлар мен кәсіби маманды қалай ажыратуға болады?
- Қарапайымнан күрделіге жылжу дегенді қалай түсінесіз?
- Компетенттілік дегенді қалай түсінесіз?

1. Мәтінге қысқаша резюме жазыңыз.



ТЫҢДАЛЫМ

5. Осы табыс ережесін бәрі үшін ортақ деп айтуға бола ма?

Сұрақтар: Шындығында, 10 000 сағат ережесін ортақ деп айта аламыз ба? Өз пікіріңізді дәлелді айтыңыз.

Осы идеяны екі мысалмен тексерейік. Біреуі белгілі рок топ «Битлз», біреуі планетадағы ең бай адам Билл Гейтс болсын. Битлз - Джон Леннон, Пол Маккартни, Джордж Харрисон и Ринго Старр АҚШ-қа 1964 жылы ақпанда келеді. АҚШ - қа келмес бұрын топ мүшелері қанша уақыт ойнады, қанша уақыттарын практикаға жіберді? Леннон және Маккартни Америкаға келмес бұрын жеті жыл бұрын ойнай бастаған. Ал егер осы ұзақ жылды ұқыптырақ талдай бастасақ, онда «Битлздың» тарихы таныс шекті (сағатты) көрсетеді. 1960 жылы әлі олар белгісіз топ болған кездерінде Германияға, Гамбургке шақырылған болатын. Топтың тарихшысы Филипп Норманның айтуынша Гамбургте көптеген топ ойнады.

Гамбургте қандай ерекшелік болды? Тым жақсы төлеген жоқ. Акустика соншалықты жетілмеген. Көрермен де соншалықты ізгілікті емес. Леннонның айтуынша гамбургтік клубта ойнағанымызда біз жақсырақ бола бастадық, сенімдірек бола бастадық дейді. Көрерменнің көңілінен шығу үшін бар күшімізді жіберуге тура келді. Біз музыкаға жанымызбен жүрегімізді салдық. Сол кездегі топтың ударнигі Пит Бест біздің сахнаға шығатынымыз хабарланса болды, залға адамдар өте көп жиналады. Біз аптасына жеті кеш жұмыс істедік. Басында біз он екі жарымға шейін, яғни клуб жабылғанша ойнадық, танымал бола бастағанда, халық түнгі екіге дейін тарқамады.

Тақырыпқа қатысты қосымша оқуға берілген материал Аптасына жеті күн?



1960 жылдан 1962 жылдың соңына дейін Битлз Гамбургте бес рет болды. Бірінші келгенінде 106 кеш, әрбір кеште бес алты сағаттан ойнады. Екінші келгенінде 92 рет ойнады, үшінші келгенінде 48 рет ойнады. Соңғы екі келулері 1962 жылы 90 сағат ойнады. Осылайша бір жарым жыл ішінде 270 сағат ойнады. Осы кездері ең алғашқы шулы табыстары күткен кезде олар 1200 жанды концерт берді. Бұл цифрдың қаншалықты сенімсіз екенін елестетіп көріңізші! Қазіргі топтар өздерінің ғұмырында осынша концерт бере алмайды. Гамбургтың қатал мектебі – Битлзды басқа топтан осылайша ерекшеледі. Олар ештеңе елестетпей-ақ, кетті, ал тамаша формада оралды. Олар шыдамдылыққа ғана үйренген жоқ,

Оларға орасан өлеңдерді жаттауға тура келді, рок – н-рольде, тіпті джазда қандай шығармалар бар – бәрін үйренуге тура келді. Гамбургке дейін олар сахна тәртібінің не екенін білген емес. Ал оралған кезде олар ешкімге ұқсамайтын стильмен ойнады. Бұл олардың өздерінің жеке тапқырлығы болды, - деп жазады Норман.

Билл Гейтс Джон Леннонның даңқтылығынан бір де кем емес. Тамаша жас математик өз үшін бағдарлама ашады. Гарвард университетін тастайды. Жолдастарымен бірге шағын компьютерлік Microsoft фирмасын ашады. Өзінің даналығымен, өркөкіректігімен, шешімділігімен оны бағдарламалық қамтамасыз етудің алып өндірушісіне айналдырады. Бұл жалпыға белгілі жайт.

Енді тереңірек айтайық. Гейтстің әкесі Сиэтлдің бай адвокаты, анасы – бақуатты банкирдің қызы. Кішкентай Билл жасына лайықтыдан көп білетін. Ол мектепте де жалығатын. Жетінші класында ата-анасы оны кәдімгі мектептен алып, сиэтл элиталары оқитын жеке «Лейксайд» мектебіне береді. Гейтстің екінші оқу жылында мектепте компьютер клубы ашылады. Ата-ана комитеті жылда қайырымдылық жәрмеңкесін ұйымдастырып, түскен қаржыны қайда жіберуі туралы сұрақтар туындап жататын. Олар кейде кедей аудандарда оқушылардың жазғы демалысына төленетін. Кейде мұғалімдерге берілетін. Ал сол жылы ата-аналар компьютерлік терминал сатып алуға үш мың доллар жұмсады. Оны кішкентай бөлмеге орналастырды, кейінірек біз оны иемденіп алдық. Компьютер сол кез үшін бізге әлі жат еді, – деп еске алады Билл Гейтс.

1968 жылы шындығында, компьютер көпшілігіміз үшін жат еді. 1960 жылдары колледжінің көпшілігінде компьютерлік орталық жоқ болатын. Бір жақсысы мектептің қандай компьютер алғандығында болды. «Лейксайд» оқушыларына бағдарламалауды қиын жүйемен емес, басқа ASR - 33 деп аталатын жүйемен үйренуге тура келді. «Уақытты бөлу жүйесі» тек қана 1965 жылы пайда болды, әлдекім көреген болған сияқты, - деп жалғастырады Гейтс. Билл Джой болашақ бірінші курс студенті уақытты бөлуді бағдарламалауды зерттеудің сирек кездесетін ерекше мүмкіндігін алды. 1971 жылы Билл Гейтс шынайы уақыт режимін бағдарламалауды мектептің сегізінші класында үш жыл бұрын бастады. Терминалды орнатқаннан кейін Гейтс компьютер класына көшіп алды десе болады. ASR жалғасқан ЭВМ - да жұмыс істеу үшін уақыт сатып алу керек болатын. Бұл бай «Лейксайд» мектебі үшін де қиындау болатын, ата-аналар комитетінің де қаржысы бітті. Ата-аналар тағы жинады, ол да бітті. Жуырда Вашингтон университетінің бағдарламашылар тобы Computer Center Corporation фирмасын құрады. Олар жергілікті компанияға компьютерде жұмыс істеу уақытын сата бастайды. Бақыттарына орай осы фирманың бір иесінің баласы осы «Лейксайд» оқушысы болатын. Ол мектептің компьютер клубына фирманың бағдарламасын тестілеуге ұсынды. Кім бас тартсын! Енді мектептен кейін ол осы орталыққа келіп, тым кештеу үйге қайтатын. « Мен компьютермен аурдым. Денешынықтыру сабағына бармадым. Түннің бір уағына дейін компьютерде отырдым. Демалыс күндері бағдарлама жаздым. Апта сайын онда жиырма - отыз сағат өткіздік. Бізге жұмыс істеуге тыйым салған кездер де болды, себебі біз Пол Ален екеуіміз парольді ұрлап, жүйені бұзған кездеріміз болды. Жаз бойы компьютерсіз қалдым. Ол кезде мен он бес, он алты жаста едім» деп еске алады Билл. Содан кейін Пол Вашингтон университетінен ақысыз компьютер тапты. Машина физика факультетінде медицина орталығында тұрды. Олар тәулігіне 24 сағат жұмыс істеді, бірақ түнгі сағат үш пен таңғы алтыға дейін бос болатын. – Неге мен Вашингтон университетіне сондай жомарттық танытады дейсіз ғой енді, - деп күлді Гейтс. Олар маған қаншама компьютерлік уақытты ұрлауға мүмкіндік берді. Мен түнде шығатынмын, университетке жаяу немесе автобуспен баратынмын. Көп жыл өткен соң Гейтстің анасы: «Оны таңертең ояту қаншалықты қиын екенін түсінбей жүретінмін» -, деп еске алатын.

Бірде Биллдің компьютер бойынша таныстарының бірі Баду Пемброукқа Вашингтон штатының оңтүстігіндегі бір үлкен электростанцияға компьютерлік жүйе орнатуға контрактіге қол қойған TRW технологиялық компаниясы хабарласады. TRW - ға электростанцияларға

бағдарлама қоя алатын, электро станциялардың арнайы бағдарламасымен таныс бағдарламашылар қажет болды. Бағдарламашылардың компьютерлік революция таңында мұндай мамандарды табу оңай емес болатын. Бірақ Пемброук кімге хабарласуды білді - «Лейксайд» мектебінің балалары мыңдаған сағат компьютерде жұмыс істеген. Билл Гейтс жоғары класта болатын. Мұғалімдерін электростанцияда тәуелсіз зерттеу жұмысының жобасы үшін босатуға көндіреді. Ол онда Джон Нортонның жетекшілігімен код дайындап, көктем бойы болады. Гейтстің айтуынша Нортон бағдарламалау туралы қаншама көп әңгіме, сабақ айтады. Нортон сияқты ешкім олай әңгімелеген емес. Осы бес жыл сегізінші кластан бастап, орта мектепті бітіргенге шейін, Билл Гейтс үшін Гамбург сияқты болды. Қай жағынан қарасаң да, оның үлесіне Билл Джойға қарағанда жарқыраған мүмкіндіктері болды.

Толығырақ қараңыз

Forbes.ru:<http://www.forbes.ru/forbes/issue/2009-04/7255-pravilo-10000-chasov>

2. Битлз бен Билл Гейтстің практикалық жаттығуларын талдаңыздар.

9.2. АЛЫҢЫЗ ДА ІСТЕҢІЗ



ОҚЫЛЫМ

1. Сұрақтарға жауап беріңіз.

«АЛ ДА, ІСТЕ» ҚАЙ КОМПАНИЯНЫҢ ҰРАНЫ ДЕП ОЙЛАЙСЫЗ?

1960 және 1970 жылдары спорт аяқ киімі рыногында «Адидас» компаниясының дәурені жүріп тұрды. Бір де бір бәсекелес көкжиектен көрінбеді десе болады. Осы кезде бірнеше жас жігіт гигант концернмен күреске түсу үшін спорттық аяқ киім фирмасын құрды. Оларда көп қиындықтар бар еді. Бірде жас жігіттер жиналып, алдағы жұмыстар туралы кеңесті. Олар ұзақ айтысты, дауласты, бірақ ешқандай шешімге келе алмады.

Ақыр соңында олардың бірі былай деді: «Біздің барлығымыздың осы жерде айтқанымыздың түк мағынасы жоқ. Істі алу керек те, бастау керек». Қалғандары оның не айтарын түсінді. Басқалар не айтады, тыңдамау керек. Өз ісінді істеу керек. Ойланудың енді керегі жоқ, жұмысқа кірісу керек.

Осы сөздің оларға рух бергені соншалық, олар бұл сөзді өздерінің ұраны етіп алуды шешті. Олар «Ал да, істе» деген жазулы майкаға тапсырыс беріп, жұмыстарында киіп жүрді. Қандай фирма туралы әңгіме болып жатқанын біліп отырған боларсыздар. Бірнеше жылдан кейін «Nike» фирмасы «Адидасты» қуып жетіп, әлемдегі спорттық аяқ киім шығаратын ірі өндірушіге айналды. Бүгіндері де компания қызметкері «Ал да, істе» деген жазулы майканы әлі де киеді.

Әлемде өз мүмкіндігі деңгейінен төмен жұмыс істейтін, төмен тұратын адамдар аз емес. Себебі олар әрекет етуді үйренбегендер, немесе жұмысқа ешқандай күшін салмайды. Соқрат өз кезінде мынадай өлшем айтқан екен: «**Қазіргісінен жоғарыға қабілетті адамдарды жалқау адам дер едім**», – деп.

Білім дегеніміз – небары потенциалдық күш. Оны қолдануды білетін адамның қолына түскенде ол - нағыз күш.

Көне заманда көрнекі екі оратор болыпты: Цицерон және Демосфен. Цицерон өзінің сөзін аяқтағанда, тыңдаушылар қол соғып, орындарынан тұрып айғайлапты:

«Қандай керемет сөз!». Бірақ Демосфен сөзін аяқтағанда адамдар: «Іске көшейік, жылдам бастайық! – деп айғайлапты. Және іс әрекетке көшіпті.

Джон Рон бірде айтыпты: «Адамдардың екі түрі болады. Екеуі де алманың пайдалы

екенін кітаптан оқиды. Екеуі де «Күніне бір алма жесең, ауырмайсың» - деген мақалды біледі. Біреулері айтады: « Маған көп ақпарат керек» - деп. Басқасы жақын дүкеннен алма сатып алуға бара жатыр» .

«Білім – күш» деген мәтел соншалықты сенімді емес. Дұрысы – былайша: «Білімді қолдана алу – күш».

Үлкен нәрсенің бәрі кішкентайдан басталады. Бәрі де басында жіберген біздің қателіктерімізден басталады. Қателер – келесі дұрыс шешімдеріміздің негізі, біздің жеке сипатымыздың негізі. Қателер пайдалы.

Қате жібермеу үшін жайбасарланбай, қате жіберсең де істі бастаған жақсырақ. Үлкен міндеттерге біз ешқашан дайын болмаймыз. **Тек қана істі бастағанда ғана біз қажеттілерді меңгереміз.** Жұмысқа дайындықтың ең жақсы амалы – **жұмысты бастау.**

• Марапат еңбек үшін беріледі

Бір сарайда екі соқа болды. Біреуі әбден тот басқан, ал екіншісі жап-жаңа сияқты жарқырап тұрды. Тот басқан соқа өзінің жарқырап тұрған көршісіне қызғанышпен қарап, бірде сұрайды: «сен неге сондай әдемісің, ал маған қараудың өзі қорқынышты. Бұл әділеттілік емес. Мен тең қарауды талап етемін», – дейді. Жарқыраған соқа: «Менің бар әдемілігім – жұмыста», – деген екен.

Бүгіндері әлеуметтік әділеттілік туралы көп айтады. **Біреудің арқасында күн көретіндер қай жағынан болса да әлсірей береді.**

• Энрико Карузо

Карузо бала кезінен Миландық театр «Ла Скалада» ән салуды армандайды. Бірақ ол өзінің осы әдемі арманын келешекке қалдырып, қаңғы (бродячий) опералық труппаға қосылып кетеді. Бірде Сицилияда ол өзінің досымен кездеседі. Ол Карузоның қаңғы опералық труппада жүргеніне мән бермеді. Ол Карузоның талантына сенетін, оның армандарын білетін. Ол одан:

- Сен не істеп жүрсің? – деп сұрады.

- Мен жаңа ғана айтым ғой саған, - деп жауап береді Карузо.

- Сен мені түсінбедің, өзіңнің арманыңмен не істегің келетінін білгім келеді - деп қарсы жауап берді досы.

Карузо өз өмірін бетімен жіберді. Ол жаттығуды да қойды, армандарын да ұмыта бастады. Ол өзін құрметтеуді де қойды, өзіне берілген мүмкіндікті де пайдаланбады. Өмірге риза болмағандықтан ішіп те кетті.

Бірде ол сахнаға мас күйінде шығып, әнші көйлегінің етегін басып кетті. Әнші көйлегі төмен қарай сусып түсті. Осы қарбаласта біреу декорацияны түсіріп жіберді. Опера фарсқа айналды. Қорыққанынан Карузо бірден есін жиып, соңғы актінде неге қабілетті бәрін көрсетті. Ол өмірде ешқашан ән айтпағандай айтты. Ол «Ла Скала» сахнасында тұрғандай ән салды. Көрермендер тынып қалды. Қатысқандар таң тамаша қалды. Олардың бәрі де әлі бірде - бір адам осылай ән салмаған. Көріністен кейін Карузо труппадан шығып, Миланға бет алды. **Ол күнде жаттықты. Ол күнде халыққа неге қабілетті – соның бәрін көрсетті.** Ол тек қана «Ла Скаланың» ғана жақсы әншісі емес, әлем таныған жұлдыз болды.

4. «Nike» фирмасының ұраны туралы өз пікіріңізді жазыңыз.

5. Сұрақтарды топ болып, талқылаңыз.

■ «Қазіргісінен жоғарыға қабілетті адамдарды жалқау адам дер едім», - деген Сократтың сөзін қалай түсіндіңіз?

■ «Білімді қолдана алу – күш» - деп айтамыз, сіздің талдауыңыз қандай?

- «Менің бар әдемілігім – жұмыста» - деген жауапқа өз пікіріңізді қосыңыз.
- Карузо неліктен танымал әнші болды?

4а. Nike компаниясы туралы оқып, осы үлгіде өзіңіз қалаған компанияңыз туралы талдау жасап келіңіз.

БҮГІНГІ ТАҢДАҒЫ NIKE КОМПАНИЯСЫ

Бүгінгі күндері NIKE спорттық киімдері мен аяқ киімдері – бүкіл әлемдік спорт символы. Компания түрлі спорт түрлері бойынша өнімдердің барлық түрлерін шығарады: баскетбол, бейсбол, хоккей, гольф, теннис және т.б. Nike түрлі спорттық іс-шараларға демеуші ретінде жиі әрекет етеді. Футбол әлемінде әрқашан жетекші орынды Adidas компаниясы иеленетіндігін атап өткен жөн. Дегенмен, Nike Интернеттегі өз қызметі мен брендтің миллиондаған жанкүйердің қолдауы арқасында кем түспейді. Nike тек баскетболға арналған арнайы әлеуметтік желісін құрғаны қызықты. Оған қоса, фирма әрқашан сән әлеміндегі барлық жаңалықтар туралы хабардар болуға тырысады және, осылайша, тұтынушыға жақын болуға тырысады. Осылайша, NIKE брендінің тұтынушылары арнайы интернет-порталында өздеріне ұнайтын модель құрастырып, оның өндірісіне NIKE компаниясына тапсырыс бере алады.

Жаңа мыңжылдықта компанияны жаңа қызықты келісім-шарттар күтіп тұрды. Мысалы, Apple компаниясымен бірлескен жобасы: Nike + iPod ерекше жиынтығы шығарылды. Ол бір-бірімен байланыстағы кроссовка мен музыка ойнатқыштан тұратын. Енді жоғары технология әуесқойлары жаттығулар туралы түрлі статистиканы жүгіру кезінде ала алады.

NIKE компаниясы 2014 жылғы рейтингтер бойынша:

- Әлемдегі ең қымбат брендтер рейтингі – 21 орын,
- Әлемнің ең үздік брендтері рейтингі – 22 орын;

NIKE компаниясы 2013 жылғы рейтингтер бойынша:

- Әлемнің ең инновациялық компаниясы – 1 орын,
- Әлемнің ең маңызды брендтері рейтингі – 8 орын.

NIKE брендінің маңызды, қымбат, үздік брендтер қатарынан жоғарғы орында орналасуы, оның экономикадағы маңызды рөлін сипаттайды.

Қорытынды

NIKE компаниясы спорттық тауарлар нарығында жетекші орын алады. Ол спортпен айналысуға арналған керек-жарақ желісін дамыту мен белсенді өмір салтын насихаттауды жалғастыруда.

NIKE міндеті: спортқа мүдделі адамдардың ниетін ояту.

Компанияның басқару құрылымы – функционалды. Бұл құрылымның басты артықшылықтары: іскерлік және кәсіби мамандандыруды көтермелеу, функционалды бөлімшелердегі жұмыстың қайталануын және материалдық ресурстарды тұтынуды азайту, функционалды бөлімшелердегі үйлестірілу мен басқаруды жақсарту.

NIKE брендінің маңызды, қымбат, үздік брендтер қатарынан жоғарғы орында орналасуы, оның экономикадағы маңызды рөлін сипаттайды.

(<http://www.brandreport.ru/nike/> - бренд тарихы мен экономикадағы маңыздылығы.

<http://www.admos.ru/list-562> - бренд тарихы мен құрылымы.

<http://nike.fromru.com> – спорт киімдер.)



ТЫҢДАЛЫМ

6. Берілген мәтінді тыңдап, жүз он пайыз ережесін талқылаңыздар.

Жұмысты жүз он пайызға орындаңыз

Бірде ауыр атлетика бойынша Болгария чемпионына журналистер сұрақ қойған екен: «Егер жаттығу кезінде штангіні 10 рет көтеру керек болса, онда сізге қай амал маңыздырақ?», – деген сұрақ қойған екен. Чемпион: «Он бірінші», – деп жауап беріпті.

Ең тиімді өсу қосымша жаттығуда, әбден күшінің біткен кезіндегі жаттығуда бір сырдың жасырынып жатқаны әрбір спортшыға белгілі. Егер үш ай бойы үздіксіз жаттықсаңыз, нәтижесінде қандай болар еді? (секіру, жүгіру, т.б.)

Биржа ісіндегі үнемі үлгеріп жүретін миллиардер Джон Темплтон өзінің уақытын тым қатты бағалағандықтан интервьюді өте сирек береді екен. Суретке түсуді де қаламайды екен. Бірақ ең белгілі журналдардың біріне отыз минутқа келісім беріпті. Бірақ процедура жеті сағатқа созылыпты. Темплтоннан неге фотографты тоқтатпадыңыз дегенде: «Мен, шындығында, фотоға сонша уақытымды жоғалтқым келмеді. **Бірақ осы жігіт жүз он пайызға жұмыс істеді.** Ол өзінің жұмысына соншама берілгендіктен, менің кедергі келтіргім келмеді», – деген екен.

Неге барлығы жүз он пайызға жұмыс істемейді?

Неге біреулер өз мүмкіндіктерінен елу - сексен пайыз береді, енді біреулері жүз он пайыз орындайды? Жауап қарапайым ғана: өзімізге разылық әкелетін жұмысты істейміз. Жүз он пайызға жұмыс істегенге рахаттанатын адамдар бар. Бірақ барлығы осындай қабілетпен туылмайды.

Жүз он пайызға істейтіндер шектеуді мойындамайды. Бұларды сіз бір кездескеннен ақ танысыз. Жеңімпаздар қоғамында екеніңізді бірден сезесіз. Ұлы істердің бәрі әлемде осындай адамдардың арқасында болған.

Жүз он пайызды көп дейтіндер табыс мүмкіндігін жіберіп алады. Табысқа басқа альтернативтер жоқ. Табыс біздің өміріміздегі бес саланың бірі. Денсаулық, өзара қарым қатынас, қаржы, және эмоция сияқты оны ештеңемен айырбастай алмайсың. Жүз он пайыз ережесін барлық іс әрекетіңіздің салаларына қолдануға болады. Бұл жағдайда сіздің өміріңіз ғажайыпқа айналады.

9.3. ШЕШІМ ҚАБЫЛДАЙ БІЛ



СӨЙЛЕСІМ

1. Топ болып мына сұрақтарды талқылаңыздар.

Шешім қабылдауға кедергі келтіретін себептер

1. Көпшілік адамдар өмір бойы бір іспен айналысу керек дейді.

Адамдардың көпшілігі мамандығын жас кезде әлі еш нәрсе білмейтін кезде таңдайды емес пе? Мүмкін олар дұрыс шешім қабылдады, мүмкін дұрыс шешім қабылдамады. Өзіңізге өзіңіз сұрақ қойыңыз: айналысып жүрген ісіңіз ұнай ма? Ұнамай ма? Жаратпайтын, ұнамайтын жұмысыңызға күнде барып жүру үшін өмір дегеніміз тым қысқа дейді. Немен айналысатыныңыз маңызды емес, бірақ мүмкін біреу армандап жүрген орынды ұстап отырған шығарсыз.

2. Көптеген адамдар шешімді кейін де қабылдауға болады деп ойлайды.
3. Көптеген адамдар « дұрыс емес шешім» қабылдаймын ба деп қорқады.
4. Көптеген адамдар шешім қабылдау қиын емес деп ойлайды.
5. Сіздіңше, қалай?



ОҚЫЛЫМ

Бір кішкентай өзен болыпты. Ол аға - аға орасан үлкен көлдің шетіне жетіп, тоқтап тұрғанда, бір дауысты естиді: “Қорықпа, әрі қарай аға бер”. Кішкене өзенге жаңа, таныс емес жерлермен ағу қорқынышты еді. Ол өзгерістерден қорықты. Әрине, ол арнасы толы суды, қызықты өмірді қалады. Алайда, тәуекелге бару, өзгерістер жасау – қорқынышты болатын.

Бірақ жаңағы дауыс: “Егер осы қадамға шешім қабылдасаң, онда ешқашан неге қабілетті екеніңді білмейсің. Жаңа өмірде өзіңе ненің жақсы болатынын тексер. Деміңді ал да, әрі қарай ақ”.

Сонымен кішкене өзен өз ағысын жалғастыруды шешті. Оған оңай соққан жоқ. Шөлейт далада өте ыстық еді, суының көбі буланып кетті. Су тамшылары теңізге жеткенше бұлтқа айналып жатты. Теңізге жете, бұлтқа айналған тамшылар жаңбыр болып, селдетіп жауды.

Кішкене өзеннің өмірі енді армандағанындай тамаша бола бастады. Теңіз толқындарымен алысқа жеткен ол: “Менің өмірім бірнеше рет өзгерді, бірақ енді ғана арнамды таптым”.

Адамдаға бір тәуекелге бару үшін **шешім қабылдау** қиын. Бізді белгісіздік алдындағы қиындық тоқтатады. Көп нәрсені өзгертуге тура келеді: әдеттегі қалыптасқан тіршілігіңізді, мекен жайыңызды, достарыңыздың, таныстарыңыздың ортасын ауыстыруға тура келеді. Бұрынғыша қалу немесе жақсы жағына өзгеру – таңдау сізде. Есіңізге сақтаңыз: **кезкелген өсу, кезкелген өзгеру шешім қабылдаудан** басталады.

Дұрыс емес шешім қабылдаудың алдындағы қорқыныш үлкен болады. Адам меңгерген, қауіпсіз аймағын тастап, белгісізге кездесуге қорқады. Бірақ осы қадам ғана сіздің өсуіңізге мүмкіндік береді. Бұл сіздің – үлкен мүмкіндігіңіз.

Кез келген шешім жоғалтулармен байланысты

Шешім қабылдау – жоғалтумен де үндес келеді. Бір шешімді қабылдай отырып, сіз басқасын сыпырып тастайсыз, олардан бас тартасыз. Сіз саналы түрде өзіңізді басқа мүмкіндіктерден айырасыз.

Кез келген салмақты шешім сізге өткен мен жаңаның алдында жаңа шешім таңдауға мәжбүр етеді. Сізге үйреншікті өміріңізбен қоштасуға тура келеді немесе өз армандарыңызды жүзеге асыруға мүмкіндіктер болады.

Нені таңдайсыз? Өткенді ме жоқ әлде жақсы өмірге мүмкіндіктерді ме? Жауапты сіз ғана білесіз. Жаңа бір өзгерістерді жүзеге асыруды қалайсыз ба, сізге ғана белгілі. Есіңізге сақтаңыз: кез келген өзгерістер шешім қабылдаудан басталады. Бір нәрселерден бас тартуға тура келеді. Ал бұл үшін батылдық керек.

Шешім қабылдай алмау – өсуге кедергі келтіреді

Өткенімізбен қоштасу – қиын. Өткенімізге жармаса отырып, бақыттырақ, жаңа өмірден бас тарта отырып, біз қолымызды байлаймыз. Міне осы жерде біздің алдымызда маңыздырақ сұрақ пайда болады: біз неге қол жеткізгіміз келеді?

Теодор Рузвельт айтқан екен: « Қуаныш, қайғыны білмейтіндердің , жеңіс пен жеңілістің не екенін білмейтіндердің қатарында қалғанша, көптеген сәтсіздіктерге шыдауға тура келсе де, жеңіске жету үшін, үлкен істерге батылдық керек».

Жеңімпаздар жағдаяттарға жармаспайды, олар тәуекелдерге баруға дайын. Себебі олар басқа жолдың бұрынғыдан жақсы екенін біледі.

Жеңілмеу үшін ойнайтын ойын мен жеңу үшін ойнайтын ойын арасында айтарлықтай айырмашылық бар. Жеңілмеуге тырысатындар тәуекелге, қауіптерге жармасады, Ал жеңуді мақсат еткендер өзінің алдынан жеңіс мүмкіндіктерін көреді. Қалай ойлайсыз, осылардың қайсысы бақытты?

Шешім қабылдау сәтінде біз өз тағдырымызды шешеміз. Болашағың бүгінгі шешімдеріңе байланысты. Ешқандай да бағын сынамай, ешқандай да тәуекелге бармай, ұнамаса да өз жұмысына өмір бойы жармасып жүргендер көп. Үнемі көп нәрсеге үлгіріп жүретін бір адам айтқан екен: «Тәуекелге бел буыңыз. Онсыз да жерде жатқандардың одан әрі құлайтын жері жоқ».

Таңдау жасай отырып, жеңімпаздар нені қалайды соған жетекшілік жасайды. Олар шешімді тез және ұзаққа жасайды. Ал қалғандары шешімін жәй қабылдап, ауыстыра береді. Жеңімпаздар таңдауды тез жасайды, себебі нашар шешімнің өзі бәрібір ешқандай шешім жасамағаннан жақсы. Сіз үшін не қымбат, не құнды екенін білсеңіз, онда таңдау әлдеқайда жеңіл.

2. Мына тапсырмаларды орындаңыз.

- Мәтінге байланысты өз пікіріңізді қосыңыз.
- Шешім қабылдай білудің маңызы неде?
- Өз бетіңізше шешім қабылдап көрдіңіз бе?

9.4. ГРАММАТИКА

ГРАММАТИКА: тілдегі дәнекерлеуші, байланыстырушы құралдар

	Байланыстырушы тілдік құралдар
А	1. Сөзді бастауға қатысты тілдік құралдар: <i>Меніңше, менің ойымша, біздіңше; біріншіден, екіншіден, ойымызды жалғастыратын болсақ, сөз басында айтқанымыздай, жоғарыда айтып өткеніміздей, жоғарыда айтылғандар негізінде, сондай-ақ, дегенмен, әйтседе, алайда, т.б.</i> Бұлар ойдың бірізділігін және байланысын білдіру үшін қолданылады.
В	2 Ойын, пікірін жеткізу, сөзін одан әрі жалғастыру үшін пайдаланылатын тілдік құралдар: сондай-ақ, дегенмен, ал, әйтсе де, алайда, шынын айтқанда, турасына көшсек, қысқасын айтқанда, талдай келе, талдайтын болсақ, жалпы айтқанда, Дей тұрғанмен (однако), алайда (все таки), сонымен қатар, сонымен, оның үстіне (к тому же). нақтырақ айтқанда, т.б. Демек, бұлар адамның ойын, сөзін жеткізу амалдары болып табылады.
С	3. Афоризмдерді, нақылдарды пайдаланып айту үшін қажетті тілдік құралдар: Елбасы айтқандай,Абай айтқандай, әкемнің айтуынша, даналардың сөзіне құлақ түрсек,Халық айтпақшы, Бабаларымыз айтпақшы, т.б.
Д	4. Ойын, пікірін салыстыру үшін пайдаланылатын байланыстырушы тілдік құралдар: салыстыратын болсақ, салыстыра қарағанда, бұрынғыға қарағанда, өткен жылға қарағанда, т.б.
Е	5. Адамның сезімін, эмоциясын бағалауды білдіретін тілдік құралдарға: бақытыма орай, өкінішке орай, шындығын айтқанда, т.б. жатады.

1.1. Көп нүктенің орнына сөзді бастауға қатысты берілген тілдік құралдарды қойыңыз.

Меніңше, менің ойымша, біздіңше, біріншіден, екіншіден, Ойымызды жалғастыратын болсақ, сөз басында айтқанымдай, жоғарыда айтып өткеніміздей, сондай-ақ, дегенмен, әйтседе, алайда.

1. ..., сізге жасыл түс жарасатын сияқты.
2. ..., мен айтарымды айттым.
3. ..., бұл мен араласатын шаруа емес.
4. ..., бұл мәселенің көтерілгеніне біраз уақыт болды.
5. ..., ары қарай мәселені шешу жолдарын табу қажет.
6. ..., бұл пікірмен келісуге болады.
7. ..., әлі де ойланып көрейік.
8. ..., өзі жақсы адам екен.

1.2. Ойыңызды, пікіріңізді одан әрі жалғастырыңыз.

1. шынын айтқанда,
2. турасына көшсек,
3. қысқасын айтқанда,
4. талдай келе,
5. жалпы айтқанда,
6. осының нәтижесінде,
7. Дей тұрғанмен,
8. сонымен қатар,
9. оның үстіне,
10. бұл ретте,

1.3. Нақыл сөздерде қолданылатын байланыстырушы тілдік құралдарға назар аударыңыз.

1. Абай айтқандай, «Сен де бір кірпіш дүниеге, кетігін тап та бар қалан».
2. Конфуций айтпақшы, «Аштан өлу – аз қасірет. Адами қасиеттен айырылу – қасіреттің ең зоры».
3. Әкем айтып отырушы еді: «Алданғаннан болсаң да, алдағаннан болма» - деп.
4. Конфуцийдің айтуынша, «Пайдалы үш дос болады, пайдасыз үш дос болады. Пайдалы достар – әділ, таза жүректі дос және көп білетін дос. Ал зиянды достар: пайдакүнем, екіжүзді, әдемі сөзді болады»

1.4. Нақыл сөздерде кездесетін байланыстырушы тілдік құралдармен сөйлем құрастырыңыз.

1. Елбасы айтқандай,
2. Абай айтқандай,.....
3. Әкемнің айтуынша,
4. Әкем үнемі айтып отыратын,
5. Әкем айтқандай,
6. Даналардың сөзіне құлақ түрсек,
7. Халық айтпақшы,.....
8. Бабаларымыз айтпақшы,.....

1.5. Сөйлемдерді ары қарай жалғастырыңыз.

1. Анығын айтқанда, бағдарлама нақты емес.
2. Турасына көшсек, нақты іске көшу керек.
3. Меніңше, біз бұл мәселе туралы ойланбай жүрміз.

4. Талдай келе, менің мына мәселеге тоқталғым келеді.
5. Қысқасын айтқанда, осы жүйені қабылдағанымыз дұрыс.
6.
7.
8.

1.6. Ойды, пікірді салыстыру үшін пайдаланылатын байланыстырушы тілдік құралдармен сөйлем құраңыз.

1. Салыстыратын болсақ, ...
2. Салыстыра қарағанда, ...
3. Бұрынғыға қарағанда, ...
4. Өткен жылға қарағанда, ...
5. Өткен жылмен салыстырғанда...
6. Соңғы нәтиже бойынша...
7. Алдыңғы нәтиже бойынша...
8. Жылдық қорытынды бойынша...
9. Тоқсандық нәтиже бойынша.....

1.7. Ойды, пікірді қорытындылау үшін пайдаланылатын байланыстырушы тілдік құралдарға назар аударыңыз.

1. Қорытындылай келе, менің айтарым осы.
2. Жылдық қорытынды бойынша есеп жазылды.
3. Тоқсандық қорытынды бойынша сыйлықтар берілді.
4. Соңғы нәтиже бойынша, біздің табысымыз жаман емес.
5. Алдыңғы нәтиже бойынша біздің табысымыз ойдағыдай емес.
6. Ойымды жинақтай келе айтарым – сөзден іске көшейік.
7. Айтар ойымды түйіндей келе, мына мәселені баса айтқым келеді.
8. Бұрынғыға қарағанда, өткен жылға қарағанда, оқу процесі алға жылжыды.
9. Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні, алдағы уақытта осы мәселе туралы шешім қабылдаймыз.

1.8. Ойды, пікірді қорытындылау үшін пайдаланылатын байланыстырушы тілдік құралдармен сөйлем құраңыз.

1. Түйіндесек, ...
2. Түйіндей келе, ...
3. Қортындыласақ,
4. Қорытындылай келе,
5. сонымен, тоқ етерін айтқанда,
6. Сөзімізді түйіндейтін болсақ,
7. Сонымен, тоқ етерін айтқанда,
8. Ойымызды жинақтайтын болсақ,
9. Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні,
10. Сонымен, тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні,

1.9. Мысалдарды жалғастырып жазыңыз.

2. Әйтсе де,
3. Талдай келе,
4. Дегенмен,.....
5. Жалпы айтқанда, ...
6. Алайда, (все таки),

7. Талдайтын болсақ, ...
8. Дей тұрғанмен, (однако), ...

1.10. Ойды ары қарай жалғастырып жазыңыз.

1. Сондай-ақ,
2. Біріншіден,
3. Менің ойымша,
4. Жоғарыда айтып өткеніміздей,.....
5. Ойымызды жалғастыратын болсақ,.....



ТЫҢДАЛЫМ

3. Берілген монологты тыңдай отырып, өз ойларыңызды жоғарыда берілген тілдегі байланыс құралдарын пайдалана отырып, толықтырыңыз.

Менің ойымша, дұрыс шешім қабылдау – табыстың кепілі болып табылады. Әрбір іс шешім қабылдауды талап етеді. Менің қазіргі жағдайым, өмірдегі орным – қабылдаған шешімдерімнің нәтижесі. Адамның бүкіл өмірі шешім қабылдаудан тұрады. Шешім қабылдамаудың өзі де шешім қабылдаудың бір түрі. Егер адам өзі шешім қабылдамаса, оның орнына басқа біреу шешім қабылдайды. Шешім қабылдау мүмкіндігін пайдаланбаған адам кейін “Мен неге уақытында бүйтпедім-сүйтпедім, менің өмірім неге менің қалағанымдай емес, менің армандарым неге орындалмайды” деп күйзеледі.

Менің ойымша, шешім қабылдауды ертеңге қалдырмау керек. Шешім қабылдамай тұрып, адам барлық альтернативті шешімдерді қарастырып, қабылдайын деп жатқан шешімінің тиімді де тиімсіз жақтарын қарастырғаны жөн, және мәселені толығырақ зерттеуі керек. Мен шешім қабылдауда менің шешімім мені қайда әкеледі деген сұрақ қойып, шешімімді экономикалық тұрғыдан да қарастырамын. Мысалы, киім сатып алудың алдында мен өзіме “Бұл шалбар маған шынымен де қажет пе? Бағасы тым қымбат емес пе? Қазір ақшамды шалбарға жұмсасам, қалған ақшамды келесі шәкіртақыма дейін жеткізе алам ба?” деген сұрақтар қоямын. Сонымен қатар, мен әрқашан ата-анаммен ақылдасуға тырысамын. Менің қабылдаған шешімім ата-анамның кеңесінен өзге болса, мен өзімнің ойлаған шешімімді қабылдаймын. Кейде “Түу, анамды тыңдауым керек еді” деп өкінемін, бірақ менің ойымша, дұрыс емес шешімдердің де пайдасы бар, себебі бір рет қате жасап, екінші рет сол қатені қайта жібермеуге тырысамыз. Шешім қабылдауда отбасы мүшелерінің, достарыңның маңызы зор, арасында оларды да тыңдау керек. Алайда, әрқашан жақындарының айтқандарымен жүре берсең, сенде шешім қабылдауға керек көрегендік, сабыр сияқты қабілеттерің дамымайды. Дұрыс емес боп шыққан шешіміңнің салалдарынан қашпау керек. Әр адам өз шешіміне жауап беру керек. Сонда ғана адам тұлға ретінде дами алады, сонда ғана адамның өмірі босқа кетпейді. *(студент дәптерінен: Бағнұр Карбозова)*

4. Мәтінді оқып, өз пікіріңізді айтыңыз.

АПАТТАР ЖАҢА СТАРТ ТӘРІЗДІ

Тіпті апаттар да сіздің рухыңызды өшірмеуі тиіс. Жалпы өмірде не болмайды, сұмдық оқиғалар да болуы ықтимал, әрі қарай өмір мағынасыз көрінуі мүмкін. Мұндай жағдайда қиын сәттерде сіздің болашағыңызға деген мүмкіндіктер жасырын жатуы мүмкін.

1914 жылы желтоқсанда **Томас Эдисон алпыс жеті жасқа толған шағында** оның лабораториясы толықтай жанып кетті. Үш миллион марктен астам зиян шекті, ал ол бар болға-

ны төрт миллионға сақтандырылған болатын. **Бірақ бәрінен жаманы – оның зерттеу нәтижелерінің бәрі өртеніп кетті.** Барлық ғылыми материалдары, жазбалары түгел өртенді. Оның өмірінің барлық ісі құрыды.

Эдисонның баласы оны лабораториядан алыс емес жерден тауып алды. Ол өрт барысын бақылап тұр еді. Ол өрт картинасына күлімсірей қарап, әйелін шақырып келуді өтінді. Әйелі жүгіріп жеткендегі Эдисонның айтқаны: *«Қарашы, мұндайды ешқашан өміріңде көрмейсің. Апаттар – ұлы ... Қазір біздің барлық қателеріміз өртеніп кетеді. Енді біз, құдайға шүкір, бәрін жаңадан бастай аламыз».*

Алайда бәрін жаңаша бастау үшін қиын жағдайды күтіп отырмау керек. Сіз армандай аласыз ғой. Сіз кім болғыңыз келсе, бола аласыз. Сіз өмір бойы алдыңызға мақсат қойып, оның соңынан жүруге құқылысыз. Тамаша өмір сүруге құқылысыз. Сіз кезкелген уақытта қалаған өміріңізді құра аласыз.

7. Мәтінді оқып, талқылаңыздар. Өз пікіріңізді қосыңыз.

ҮЙРЕК ЕМЕС, БҮРКІТ БОЛЫҢЫЗ

Бір қарағанда екеуі де құс. Ортақ жақтары көп сияқты. Алайда, түбірінен екеуі мүлдем басқа. Мұқият қарасаңыз, екеуі де ұша алады. Бірақ үйрек өзін суға жақын ұстаса, бүркіт аспанда еркін қалықтайды.

Үйректің бір айырмашылық белгісі – күні бойы не істесе де құрқылдайды. Оянғанда да, оған тамақ бергенде де, бір нәрсе ұнамаса да құрқылдайды. Басқа үйректер оның жемін алып кеткенде де, бір нәрсені істей алмай жатқанда да ол құрқылдайды. Бір нәрсе істеудің орнына құрқылдайды – бұл жаман ұстаным.

ҮЙРЕКТЕР ҚАЛАЙ «ЖҰМЫС ІСТЕЙДІ»

Үйректің мінезін жақсырақ түсіну үшін бірнеше жағдаятты қарастырып көрелік. Сіздің қонақ үйде таңғы асқа он бес минут кешігіп келген кезіңіз болды ма?

Егер сіз осы жағдайда үйрекпен кездессеңіз, ол айтар еді: «Кешіріңіз, сіз кешіктіңіз. Кіре берістегі кестені көрмей тұрсыз ба? Бізде таңғы ас онға дейін-ақ. Құр-құр.

Бүркіт айтар еді: «Мүмкін мен сіз үшін жылдам бірдеңе дайындап берермін. Не қалайсыз?»

Құрылыс рыногын көзіңізге елестетіп көріңізші. Сауда алаңы бес мың шаршы метр, клиенттерден үнемі босамайтын бір ғана сатушы тұр. Ол көбіне үлкен коттедж соғатын адаммен сөйлесіп жатыр. Егер сіз сыпайы ғана: «Кешіріңіз, маған қоңыр бояуды қайдан табуға болады?» - деп олардың сөзін бөлсем, не болар еді.

Үйрек жауап берер еді: «Не көрмей тұрсыз ба? Мен сатып алушылармен сөйлесіп тұрмын ғой. Мен бәріңе бір мезгілде қызмет көрсете алмаймын ғой. Кезегіңіз келгенше күте тұрыңыз. (Құр-құр...)»

Мен бірнеше ай бұрын Атланта қонақ үйлерінің бірінен бір кісілік орын брондап қойдым, сәйкесінше бекіту де алдым. Бірақ мен келгенде барлық орын бос болмады. Маған осы мәселе бойынша жауап беретін әйел орын жоқ екенін, ештеңе істей алмайтындығын айтты.

Мен талап қоя сөйледім. «Егер орын жоқ болса, мен қайдан тауып беремін Құр – құр. Осыны айтты да маған мүлде назар аудармады.

«Кезекті үйрек», - деп ойлады да бастығын шақыруды талап еттім. Ол: «Бастық та сізге осы жауапты айтады дегендей түр көрсетті, есіктен көрінбей кетті. Сөйтті де тағы бір кезекті үйректі ертіп келді. Маған бүркітті алып келіңіз дедім. «Кімді дейсіз? – деп ол қайта сұрады. Мен: «Осы міндетті орындалмайтын міндет екенін білмейтін адам керек», - деп түсіндірдім.

Бұл жолы ол түсінді. Ол алып келген менеджер шынымен де бүркіт екен. О маған: «Шынымен де бізде бір де бір орын жоқ. Бұл біздің қателігіміз, сізден кешірім сұраймыз. Мен бұл мәселені тезірек шешуге тырысамын. Қазір жақын маңдағы қонақ үйлерге хабарласамын, сізге люкс таңдаймын. Күтіп отырған кезіңізде мейрамханадан біздің есебімізден түстенуге шақырамын», - деп жауап берді.

Айырмашылығы неде?

Бүркітті үйректен қалай айырамыз? Бүркіттер әрекет етеді, ал үйректер құрқылдай береді. Олардың құрқылдауы кешірімнен, мағынасыз сөйлеулерден, күлкіден тұрады. Үйректерді ерте ме кеш пе жұмыстан босатады. Олар дағдарыстың бірінші құрбандары. Бұл жағдайда олардан тек қана мыналарды естисіз: «Қандай әділетсіздік! Бастыққа менің істерім ұнамаған болар. т.б.» Бүркіттердің лауазымын көтереді. Үйректерге аз сөйлеп көп тындыру керек. Фирмада болсын бөлімде болсын, мұндай «құстардан» құтылу керек.

Төменде үйрек пен бүркіттің айырмашылығы берілген:

- Үйректің айтатыны: « мен мұны істей алмаймын». Бүркіттер сұрайды: « Мұны қалай істеуге болады?»

- Үйректер – пессимист. Бүркіттер – оптимист.

- Үйректер бір бірімен тек негатив уайымдарын бөліседі. Олар тіпті осы бойынша тұтастай жиналыс өткізеді. Бүркіттер тек жағымды жетістіктерін айтады.

- Үйректер тек қана қажеттіні орындайды. Кейде тіпті мұны да орындамайды. Үйректер олардан талап етілгеннен де көп орындайды.

- Үйректер жай істейді. Олардың девизи: «Мен мұнда жүгіру үшін емес, жұмыс істеу үшін келдім». Бүркіттер өз жұмысын ең жоғары жылдамдықпен орындайды.

- Үйректер істемеу үшін ылғи себептер табады. Бүркіттер әрқашан жаңаша оқуға дайын. Олар алады да істейді.

- Үйректер сөз табады, Бүркіттер шешім табады.

- Үйректер тәуекелге бармайды. Бүркіттер кейде қорқынышты сезеді, бірақ бұл оларға кедергі жасамайды.

- Үйректер оннан алтыға дейін істейді. Бүркіттер алтыдан онға дейін жұмыс істейді.

- Үйректер кез келген мүмкіндіктен проблема табады. Бүркіттер әрбір проблемадан мүмкіндік көреді.

- Үйректер айналасы туралы жақсы айтпайды, Бүркіттер адамдар туралы тек жақсыны айтады, немесе үндемейді.

- Үйрек таңдау үшін көп уақыт жұмсайды, бірақ олар қабылданған шешімді жылдам қарап шығады. Бүркіттер шешімді жылдам қабылдайды, себебі олардың құндылық туралы белгілі жүйесі бар. Және олар өздерінің интуициясына сенеді.

- Үйректер өз мәселелерінен шықпайды, көп сөйлеп құрқылдайды. Бүркіт проблеманы шешуге жұмылады, әрекет етеді.

- Бүркіт бұрынғы бір әділетсіздіктер туралы ұмытпайды. Бүркіт кешіре біледі.

- Үйректер тамақтандыруды күтеді, тамақ жетпесе, құрқылдай бастайды. Бүркіттер жауапкершілікті толық өзіне алады, керек нәрсеге жетеді.

- Үйрек өзінде барды жақсы көруге мәжбүр. Үйрек нені жақсы көреді, соны алады.

- Үйректер әрбір ұсақ - түйекке назар аударады. Бүркіттер биіктен қарайды.

- Үйрек үшін әлем өздерінің кішкентай шалшығынан тұрады деп ойлайды. Бүркіттер қол жетпес шыңға өрлейді.

- Үйректер жағдаятқа арыз айтады. Бүркіттер жағдаятты өзгертеді.

8. Қалай әсер етеді? Салыстырыңыз.

Бүркіттер өзінің тобын қалай үйретеді?

ОНЫНШЫ САБАҚ

Өнертапқыштық

10.1. ӨНЕР ТАПҚЫШТЫҚ ДЕГЕНІМІЗ НЕ?



1. Мәтінді оқып, талқылаңыздар.

Жалпы ойлап табу, өнертапқыштық дегеніміз – белгілі бір техникалық мәселені шешетін жаңа өнім мен үрдіс. Ойлап тапқыштық пен жаңалық ашуды айыра білу керек.

Мысалға телескоп пен ай кратерлерін алайық. Телескопты 1608 жылы голланд Ян Липпершей ойлап тапқан. Осының нәтижесінде аспан кеңістігі анығырақ көріне бастады, олар Ай кратерін көре алды. Галилео Галилей осы кратерлерді ойлап тапқан жоқ, оны ойлап табылған заттың көмегімен ашты.

Бірақ ойлап тапқыштық жаңа ашылуларға жетелесе, осылайша жаңа ашылулар да ойлап табуға көмектесе алады. Мысалы Бенджамин Франклин өзінің найзағайлардың электрлік қасиетін ашқаны 1752 жылы жай қайтарғышты ойлап таба алды. Оны бүгінгі күнге дейін найзағай кезінде ғимараттарды қорғауды айтарлықтай жақсарту үшін пайдаланады.

О бастан-ақ адамдар көп нәрсені ойлап табумен келеді. Біздің айналамыздағы көп нәрсені адамдар бұрындары ойлап тапқан. Алайда, көп заттардың үйреншікті болып кеткені соншалықты, оларды бір кездері ойлап табылғанына біз мән бермейміз.

Мысалы, қазір қатысым үшін қолданып жүрген әліпбиді алайық. Немесе осы сөздер жазылған қағаз бен сияны алайық. Немесе киіп жүрген киімімізді алайық. Отырған орындығымызды алайық. Бұлардың бәрі – ойлап тапқыштық. Олардың әрқайсысының артында адам тұр, адамның ақыл ойы тұр.

Мына сұрақтарға ойланыңыз:

- Қандай ойлап тапқыштық жаңа ашылуларға әкелді
- Қандай ашылулар ойлаптапқыштыққа әкелді?
- Айналаңнан қанша ойлап табылғандарды атай аласың?
- Сіздіңше, біздің әлеміміз ойлаптапқыштықсыз қандай болар еді?
- Ойлаптапқыштықтың біздің күнделікті өмірімізде аса маңызды.
- Алайда, көптеген адамдар олардың тарихы туралы аз біледі.

2. Ойын: Көне өркениетте ойлап табылған заттар

Көне заманда ойлап табылған бұйымдар әлі күнге біздің заманымызда пайдаланылады. Ерте заманда ойлап табылған мына заттар қай жерде жасалынғанын білесіз бе?

- Батпырауық
- Шоколад
- Маяк
- Дөңгелек
- Шаңғы



3. ОҚЫЛЫМ

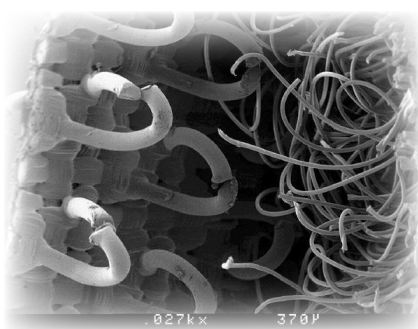
ОЙЛАПТАПҚЫШТЫҚ ҚАЛАЙ ПАЙДА БОЛАДЫ?

Жорж де Местраль 1907 жылы дүниеге келген. Ол өзінің бірінші патентін он екі жасында ойыншық ұшақ жасағанда алған. Ол математикаға, ойлаптапқыштыққа бейім болды, политехникалық мектепте оқыды. Осы мектепті бітіріп, инженерлік компанияда жұмыс істеді.

Жабысқақ ілгек туралы идеяға Жорж де Местраль кездейсоқ тап келді. Ол аң аулауды жақсы көретін. 1941 жылы аңнан оралған кезде иттің басына жабысқан қаптаған ошағанды көреді. Иттен жабысқақ өсімдікті алып тастап отырып, Жорж оны микроскоппен мұқият қарады. Ошағанның сонша жабысқақтығын білгісі келді. Микроскоппен қараған кезінде ол осы өсімдіктің ілгішектерін байқады. Осы сәтте оған осы ошағанның осы сипатын киім өндірісінде және тағы басқа текстильдік ілгек ретінде пайдалану ойына келді.

Көптеген ұлы идеялар сияқты бұл да қоғамдық қызығушылықтан тысқары қалды. Ол маталардың астанасы Лионға келді. Алайда фабрикадағылардың ешқайсысы оның революциялық жабысқақ ілгегіне қызықпады. Бәрібір Местраль текстильдік жабысқақ ілгегі туралы ойлаудан жалықпады. Көп маталардың ішінде ол нейлонға тоқтады. Арнайы өңдеуден кейін жабысқақ ілгектің бөліктерін дайындауға тамаша сәйкес келді. Местраль өз жұмысының нәтижесіне жету үшін жеті жылын жұмсады. Сонымен ол өзінің жұмысын - текстильдік ілгегін патенттік бюроға Швейцарияға 1951 жылы ұсынды. 1955 жылы Местраль көптен күткен патентін 2717 437 нөмірмен алды. Ол өз жаңалығын Velcro деп атады. Ойлап табылған бұл заттың да табысы орасан зор болды. Екі жылдан соң, Европа елдеріне бүгіндері «липучка» деген атпен танымал болып кеткен ілгектерін сата бастады: Германияға(Germany), Швейцарияға(Switzerland), Ұлыбританияға(United Kingdom), Швецияға (Sweden), Италия, (Italy), Нидерландыға, (Netherlands), Белгияға (Belgium). 1950 жылдың соңына қарай Канада, АҚШ-қа да жеткізілді. Осы жабысқақ ілгек аэроғарыштық өндірісте де, спорттық құралдарда да қолданыла бастады. Жыл сайын ілгектің осы түрі 55000 км дейін сатылды. Ол 1999 жылы ойлаптапқыштардың даңқ залына енгізілді.

(http://www.peoples.ru/technics/engineer/george_de_mestral/ Сайт: Знаменитости)



4. Ошаған туралы не білесіз? Осы өсімдіктің қай қасиеті Местральге ой салды? Кәдімгі ошаған авторға не әкелді?

5. Өнертапқыштық қалай пайда болады деп ойлайсыздар? Өз пікірлеріңізді мысалдармен айтыңыздар.

- 1) Қажетті тауарға сұраныстың болуы;
- 2) Дәстүрлі білім мен қазіргі ғылыми ұғымдардың үйлісімі;
- 3) Бұрынғы ойлап табылған заттың жетілдірілуі;
- 4)
- 5)

6. Ойын: Өнертапқыштарды табыңыз:

Көпшілігіміз аты-жөнін білмесек те, өткен уақыттағы ойлап тапқыштарға қарыздармыз. Күнде пайдаланып жүрген ойлап табылған заттардың көпшілігі оларды жасаған адамдардың атымен аталған. Төменде аталған заттар қай өнертапқышқа тиесілі?

Габриель Фаренгейт	кофе дайындаудың амалы және кофе фильтірі
Алессандро Вольта	екі үзім нан арасында ет, ірімшігімен
Джордж Истмен	көзі көрмейтіндерге арналған жазылым жүйесі
Луи Брайль	фотокамера
Леви Штраус	аккумулятор батареясы
Граф Сэндвич	көк джинсылар
Мелитта Бенц	сынап термометрі және температура шкаласы

7. Мына сұрақтарға ойланыңыз. Аты-жөні өздері ойлап тапқан заттарға берілген басқа өнертапқыштарды атап көріңіз.

Бірнеше мысал айтайық:

- Дизель двигателін – 1892 жылы неміс инженері Рудольф Дизель ойлап тапқан.
- Пастеризация процесін – 1856 жылы француз химигі Луи Пастер ойлап тапқан.
-
-
-
-
-

Өнертапқыштық біздің өмірімізде маңызды рөл ойнайды. Сондықтан талантты адамдарды марапаттап отырған жөн. Осындай марапаттаудың бір амалы олардың ойлап табылған дүниелерінің ұрланбау жағын қарастыру. Осы мақсаттың бір жолы- сол ойлап табылған заттарға патент беру.

5. Өнертапқыш Деонар да Винчи туралы шағын ақпаратты оқып, талқылаңыздар.

Леонардо да Винчи тек қана атақты суретші, скульптор ғана болған жоқ, сонымен қатар ұлы өнертапқыш та болды. Ол әр түрлі механизмдердің жұмыс істеу жүйесін жақсы білді, өз өмірінде көптеген заттар ойлап тапты. Оның ойлап тапқан заттарының қатарына парашюттер, ұшатын аппараттар, сүңгуір құралдары, және тағы басқа механизмдер жатады.

Патент пайда болғанға дейін ойлаптапқыштар өздерінің тапқан бұйымдарын қатаң құпияда ұстады. Ұрлатып алудан, көшіруден сақтанды. Тарихшылардың айтуынша, да Винчи өзінің тәжірибелері туралы жазбаны оқу мен көшіруді қиындату үшін оңнан солға қарай жазған (айналы жазу) деседі.

Ғасырлар бойы ғалымдар да Винчидің кейбір жазбаларын аша алмаған. Жуықта энтузиастар да Винчидің 500 жылдан астам уақыт бұрын ойлап тапқан заттарының моделін жасай бастады. Мысалы Швецияда да Винчидің 1485 жылы жазылған сызбасы бойынша Катарина Олликанен ойлап тапқыштың заманында қол жетімді болатын құралдарды пайдалана отырып, пирамидалық парашют жасады. Оңтүстік Африкадағы оның досы ағылшын парашютисі Адриан Николас осы парашютпен 3000 метрден секіріп, да Винчидің ойлап тапқан парашютінің жарамды екенін практикада көрсетті.



ТЫҢДАЛЫМ

6. Мәтінді тыңдап, өз пікіріңізді қосыңыз.

ПАТЕНТТЕР ҚАШАН ПАЙДА БОЛҒАН?

XV ғасырда Венеция өнердің, ғылымның, сауданың аса маңызды орталығының бірі болды. Онда көптеген өнертапқыштар тұрды. 1474 жылы Венеция билігі өнертапқыштардың құқығын қорғайтын алғашқы заңды жасады.

Венециандық заңға сәйкес өнертапқыш өзінің ойлап тапқан бұйымын мемлекеттік тізімге тіркей алады. Осындай тіркеу оның ойлап тапқан заттарының оның рұқсатынсыз көшірілмейтініне, сатылмайтынына кепілдік бере алады. Қорғау 20 жыл әрекет етеді. Осындай қорғауға алмасу ретінде өнертапқыш өзінің ойлап тапқан заттарын мемлекет игілігі үшін пайдалануы тиіс.

Кейінірек Венеция үлгісі бойынша басқа елдер де өздерінің өнертапқыштарының құқығын қорғау үшін сондай заңдар шығарды. Қазіргі кезде де барлық елдің патенттік заңнамасы бар.

Қазіргі патенттік заңнама өнертапқышты белгілі бір уақытқа дейін қорғаумен қамтамасыз етеді. (әдетте 20 жыл). Бұл уақыт кезеңінде ешкім өнертапқыштың рұқсатынсыз оның ойлап тапқан бұйымын пайдалануға, көшіруге, таратуға, сатуға құқы жоқ. Осындай қорғалғаны үшін алмасу ретінде өнертапқыш өзінің патенттік өтінішінде танысқысы келетіндер үшін ойлап табылған заттың техникалық мәліметтерін береді.

Патенттік қорғау алған соң, өнертапқыш өзінің ойлап тапқан бұйымын өндіруге, таратуға, сатуға құқылы болады, қаржы таба алады. Кейбір өнертапқыштардың өз жұмыстарына байланысты уақыттары өте аз болады. Мұндай жағдайда өнертапқыш өзгеге лицензия бере алады. Олар өнертапқышқа лицензиялық төлем төлеп тұрады.

Егер де біреулер патент иесінің рұқсатынсыз патенттелген бұйымды таратып, сататын болса, бұл патенттік құқықты бұзғаны болып саналады. Бұл жағдайда патент иесі патент құқығын бұзғандарды үшін жауапкершілікке шақыра алады. Патенттік қорғау мерзімі біткен жағдайда ойлап табылған зат қоғамның жетістігі болып қалады.



ТЫҢДАЛЫМ

7. Патент бюросы өкілімен сұқпатты тыңдаңыз. Қандай мәселелер қаралды, талқылаңыздар.

- Өнертапқыштар патентті қалай алады?

- Өнертапқыш патент алу үшін патенттік өтінішін ұлттық патенттік ведомствоға беруі қажет. Өтініш мазмұнында ойлап табылған бұйымның нақты сызбасы, сипаттамасы сондай-ақ оның жұмыс істеу принциптері болуы тиіс. Патенттік өтініштердің бланктерін толтыру және басқа процедураларын рәсімдеу қиындық туғызуы мүмкін. Сондықтан өнертапқыштар заңгер патенттанушыларға көмек үшін жиі барады. Заңгер патент танушылар тізімін өнеркәсіптік меншіктің ұлттық ведомствосынан немесе заңгерлер ассоциациясынан алуға болады. Өз еліңіздің өнеркәсіптік меншік ведомствосының сайтына сілтемені мына адрес бойынша интернеттен таба аласыз: <http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp>.

Ойлап табылған бұйым қарапайым болуы мүмкін (мысалы түйреуіш, ілгек, қағазға арналған скрепка) немесе күрделі болуы мүмкін (мысалы робот). Алайда патентті рәсімдеу үшін олардың бәрі патенттік талаптарға, шарттарға сай болғаны жөн.

- Осы талаптарды атап шықсаңыз жақсы болар еді?

- Басты талаптарын айтайын.

1) **өнеркәсіптік қолданымдылығы (пайдалылығы)** - бұл дегеніңіз – сіз ойлап тапқан бұйымның практикалық тұрғыдан қолданымдылығы, бір өнеркәсіптік салада қолданылу мүмкіндігі; ол дегеніңіз ойлап табылған бұйым құр идея немесе болжам болмауы тиіс. Егер ойлап табылған бұйым өнім түрінде болатын болса, онда оны дайындау мүмкіндігі де болуы тиіс. Егер ойлап тапқан идеяңыз әдіс болатын болса, онда ол таралуы тиіс.

2) **Жаңалығы** – бұл дегеніңіз ойлап табылған бұйымның техника саласына сәйкес жаңалық сипаты болуы керек. Өнер тапқыш өтінішінде ойлап табылған заттың толық сипаттамасын жазуы тиіс. Және оны оның жаңалығын көрсету мақсатында бұрыннан бар технологиямен салыстыруы қажет.

Өтініш берместен бұрын өнер тапқышқа ойлап тапқан затымен байланысты техника саласына қатысты ақпаратты өте ұқыпты қарап шығуына ұсыныс айтылады. Жан жақты патенттік ізденіс жай нәрсе емес. Сондықтан өтініш берушіге бұл мәселе үшін профессионалдық көмекке назар аударуы қажет екені де ұсынылады. Мұндай көмекті заңгер патент танушы бере алады.

3) **Ойлаптапқыштық деңгейі** – бұл дегеніңіз сіздің ойлап тапқан затыңыздың жаңа сипатын сол салаға сәйкес техника бойынша орта білімі бар адамның еңбексіз көрсете алмайтындығы деп түсінуіміз керек.

Мысалы 2001 жылы британдық өнертапқыш Кирон Лой бірнеше елден ұялы телефон үшін “Pedal & Power” экологиялық таза қуат (заряд) құрылымына патент алды.

- **Патенттелген бұйым барлық елде қорғала ма?**

Патент алу ұзақ та қымбат процесс. Өнертапқыштардың бақытына орай, 1970 жылы бірнеше ел патентті рәсімдеу процесін жеңілдету мақсатында қорғау барлық елде жүретіндей патенттік кооперация туралы Шарт (РСТ) бекітті. Осы РСТ - ның арқасында өнертапқыш кезкелген елде немесе осы шартқа қатысушы 120 елде әрекет ететін бір ғана халықаралық өтініш береді. Өнертапқыш осы шартқа мүше мемлекеттің бірінде тұрса ғана өтініш бере алады. РСТ-ға қатысушы елдердің тізімі мына сайтта берілген: <http://www.wipo.int/treaties/en/documents/pdf/pct.pdf>.

РСТ - ның әкімшілік қызметін Женевада орналасқан интеллектуалдық меншіктің дүние жүзілік ұйымы (ВОИС) атқарады. Мұнда күніне әлемнің барлық түкпірінен өнертапқыштардан мыңдаған өтініш келіп жатады.

(Қосымша материалдарды мына сайттан қараңыз: [www. Wipo.int/publications](http://www.Wipo.int/publications))

7. Қосымша тапсырмалар

1-тапсырма: Бұл елдердің ойлап тапқыштығы неге байланысты деп ойлайсыз? Өз пікіріңізді жазыңыз.

Швейцарлықтар – әлемдегі ойлап тапқыш ұлт. Швейцарияның 1 миллион тұрғынына 2286 патенттен келеді. Оларға жақындау бәсекелестер голландықтар (1 миллион тұрғынына 1427 патенттен келеді), оңтүстік корейлықтар (1139), жапондықтар (1118).

2-тапсырма. Инновациялық басқарудың маңыздылығы туралы өз ойыңызды дәлелді мысалдармен жазыңыз. Төменде берілген мәліметтерден нені байқадыңыз? Осы брендтердің алғашқы ондықта болу себебін талдаңыз, өз пікіріңізді жазыңыз.

Forbes журналы әлемдегі ең бай әрі танымал брендтердің тізімін жариялады. Көшті Apple бастап тұр (2013).

1. **Apple** (104,3 миллиард \$)
2. **Microsoft** (56, 7 миллиард \$)
3. **Coca-Cola** (54, 9 миллиард \$)
4. **IBM** (50, 7 миллиард \$)
5. **Google** (47, 3 миллиард \$)
6. **Mc Donald's** (39, 4 миллиард \$)
7. **General Electric** (34, 2 миллиард \$)
8. **Samsung** (29, 5 миллиард \$)
9. **Intel** (28, 4 миллиард \$)
10. **Louis Vuitton** (28,4 миллиард \$)

3-тапсырма

Брендтердің ғаламдық экономика мен инновациялық инфрақұрылымға қатысты рөлі туралы талдаңыз (WIPO баяндамасы бойынша еркін тақырып ретінде)

З. Күзекова

ҚАЗАҚ ТІЛІ

ІСКЕРИ ӘЛЕМ

ЖОҒАРҒЫ ДЕҢГЕЙ С1

Редакторы: Д. Жарылғасын

Техникалық редакторы: А. Құрманғали

Көркемдеуші дизайнер: А. Құрманғали

ISBN 978-601-7822-45-3



Басуға қол қойылған күні 06.11.2020 ж.
Пішімі 60x84¹/8. Офсеттік басылым.
Шартты баспа табағы 17,8.