



Бекітемін  
ОӘК төрағасы  
Абдрешов Ш.А.  
«20» қараша 2025 ж.  
Хаттама №5

«6В11328 – Саладағы қызметтерді басқару» білім беру бағдарламасы бойынша  
**Аттестациялық (кешенді) емтихан**  
**СҰРАҚТАРЫНЫҢ ТІЗБЕГІ**

**1. «Кәсіпкерлік және start up» пәні бойынша сұрақтар тізімі.**

1. Кәсіпкерліктің экономикалық жүйедегі ролін және оның макроэкономикалық көрсеткіштерге әсерін анықтаңыз.
2. Инновациялар, тәуекелдер және масштабталу тұрғысынан стартап пен дәстүрлі бизнесті салыстырыңыз.
3. Бизнес-жоспардың негізгі бөлімдерін сипаттап, олардың инвесторларды тартудағы маңызын түсіндіріңіз.
4. Нарықты сегментациялау әдістерін талдап, нақты мысал келтіріңіз.
5. SWOT және PEST талдауын салыстырып, оларды қолданудың тиімділігін бағалаңыз.
6. Стартаптың өмірлік циклінің әртүрлі кезеңдеріндегі басқарушылық шешімдердің ерекшеліктерін түсіндіріңіз.
7. Кәсіпкерлік қызметтегі тәуекелдерді басқару стратегияларын талдаңыз.
8. Lean Startup әдісінің қағидаларын түсіндіріп, оның артықшылықтары мен шектеулерін бағалаңыз.
9. MVP әзірлеудің маңызын және оны тестілеу әдістерін сипаттаңыз.
10. Бизнес-модель түрлерін салыстырыңыз.
11. Тұтынушылардың мінез-құлқының маркетингтік стратегияларды қалыптастырудағы ролін талдаңыз.
12. Цифрлық маркетинг құралдарының (SMM, SEO, контент-маркетинг) тиімділігін бағалаңыз.
13. Инвесторлармен жұмыс істеу кезеңдерін және pitch дайындаудың ерекшеліктерін сипаттаңыз.
14. Стартаптағы қаржылық жоспарлау мен бюджеттеудің ролін анықтаңыз.
15. Кәсіпкерліктегі инновация түрлерін (өнімдік, процестік, ұйымдастырушылық) салыстырыңыз.
16. Бәсекелік артықшылықты қалыптастыру стратегияларын талдаңыз.
17. Стартапты қаржыландыру көздерін салыстырып, олардың артықшылықтары мен тәуекелдерін көрсетіңіз.
18. Команда құру мен көшбасшылықтың стартап табысына әсерін бағалаңыз.
19. Франчайзинг моделінің артықшылықтары мен кемшіліктерін сипаттаңыз.
20. Кәсіпкерлік қызметті мемлекеттік реттеу тетіктерін сипаттаңыз.
21. Салық жүйесінің кәсіпкерлікке әсерін анықтаңыз.
22. Өнімді нарыққа шығару стратегияларын (Go-to-Market) салыстырыңыз.
23. Клиенттік тәжірибені басқарудың (Customer Experience) маңызын анықтаңыз.
24. Стартапты масштабтау (scaling) стратегияларын сипаттаңыз.
25. Дағдарыс жағдайындағы кәсіпкерлік шешімдердің ерекшеліктерін сипаттаңыз.
26. Брендті қалыптастыру және позициялау стратегияларын талдаңыз.
27. Кәсіпкерліктегі этика мен әлеуметтік жауапкершіліктің маңызын анықтаңыз.
28. Жобаларды басқару әдістерін (Agile, Scrum) салыстырыңыз.
29. Стартап-экожүйесінің элементтерін және олардың өзара байланысын талдаңыз.
30. Қазақстандағы кәсіпкерліктің даму ерекшеліктерін сипаттаңыз.

## **2. «Логистикадағы маркетингтік зерттеулер» пәні бойынша сұрақтар тізімі.**

1. Маркетингтік зерттеудің мәні, мазмұны және ұйымдастырылуы.
2. Маркетингтік зерттеулердің негізгі түрлері, жіктелуі және қағидалары.
3. Маркетингтік ақпарат.
4. Бақылау мен эксперименттерді ұйымдастыру.
5. Нарықтағы жағдайды талдау.
6. Логистикалық кәсіпорындардағы бәсекелестік жағдайларды зерттеу.
7. Фирмалардың ішкі ортасын зерттеу.
8. Компанияларда тауарларды жылжыту және тарату процесін зерттеу.
9. Логистикалық жүйелердегі маркетингтік зерттеулердің бағыттары. Маркетингтік зерттеулердің ішкі және сыртқы бағыттары.
10. Маркетингтік зерттеу формаларының жіктелуі.
11. Маркетингтік зерттеулерге тапсырыс берушілер құрылымы.
12. Ақпаратты талдау түрлері. Дәстүрлі талдау. Мақсатты талдау.
13. Логистикалық жүйелердегі маркетингтік ақпараттық жүйе және оның компоненттері.
14. Логистикалық қызметтердегі бастапқы және екінші реттік маркетингтік ақпараттың артықшылықтары мен кемшіліктері.
15. Сараптамалық бағалау жүргізу кезеңдері. Дельфи әдісі.
16. Сауалнама жүргізудің сандық және сапалық әдістерінің маңызы, артықшылықтары мен кемшіліктері.
17. Логистикалық жүйеде қоғамдық пікірді зерттеуді ұйымдастыру. Сауалнаманы жоспарлау факторлары.
18. Сұхбат ұйымдастыру мәселелері. Сұхбат саны. Сұхбат түрлері.
19. Кумулятивтік (панельдік) зерттеу әдісі. Панель (жинақ) ұғымын анықтау.
20. Логистикалық жүйелерде бәсекелестер мен сыртқы органы зерттеу.
21. Жағдайды мониторингтеу. Бақылау әдістерінің кемшіліктері. Мониторинг жүргізудегі қиындықтар. Мониторинг жоспары.
22. Эксперимент ұғымын анықтау. Эксперимент түрлері: зертханалық, далалық.
23. Экспериментті ұйымдастыру.
24. Логистикалық қызмет қатысушыларының құрылымын зерттеу.
25. Эксперимент дизайны. Эксперименттің дұрыстығы: сыртқы, ішкі. Нарықтық тестілеу түрлері.
26. Фокус-топтағы далалық зерттеу. Модераторлар мен респонденттер түрлері.
27. Фокус-топ нәтижелері мен деректерін талдау.
28. Статистикалық процедуралар қоры: мәні мен мақсаты. Деректерді талдауда қолданылатын статистикалық әдістерді негіздеу.
29. Логистикалық қызметтер нарығын талдау және даму перспективалары.
30. Статистикалық процедуралар қорындағы талдау түрлері.
31. Логистикалық қызметтер саласында жүргізілген зерттеу бойынша есеп дайындау.
32. Қорытынды есептің құрылымы.
33. Нарықты зерттеудің мақсаттары. Нарықтық жағдайды зерттеу деңгейлері, ақпарат түрлері, көрсеткіштерді болжау, даму процестерін талдау.
34. Фирманың нарықтағы үлесін зерттеу. Компанияның нарықтағы үлесін анықтау тәсілдері.

## **3. «Еңбекті қорғау» пәні бойынша сұрақтар тізімі.**

1. Еңбекті қорғаудың негізгі міндеттері, нұсқама жүргізудің түрлері мен мақсаты.
2. Еңбекті қорғау саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттары.
3. Еңбекті қорғауды басқару жүйесі (ЕҚБЖ). Еңбекті қорғауды басқарудың мақсаттары мен міндеттері.

4. Өндірістік жарақаттануды тексеру, есепке алу және талдау. Өндірістік жарақаттанудың пайда болу себептері.
5. Еңбекті қорғау бойынша құқықтық, әлеуметтік-экономикалық, ұйымдастырушылық-техникалық, санитарлық-гигиеналық, емдеу-профилактикалық, оналту шаралары.
6. Жазатайым оқиғаларды тергеу тәртібі және оларды рәсімдеу.
7. Өндірістік жарақаттану себептерін зерттеу әдістері.
8. Кәсіби тәуекел ұғымы. Кәсіби тәуекелді басқару қағидалары.
9. Микроклиматтық факторлардың көздері және олардың параметрлері. <sup>4</sup>Адам ағзасының термореттелуі.
10. Микроклиматтық факторлардың адамға әсері. Өртүрлі қызмет түрлеріндегі энергия шығындары. Өндірістік жұмыстардың ауырлық санаттары.
11. Микроклимат параметрлерін нормалау. Табиғи және жасанды желдету түрлері.
12. Қауіпті және зиянды өндірістік факторлардан қорғану құралдарының жіктелуі.
13. Өрт сөндірудің бастапқы құралдары.
14. Қауіпті және зиянды өндірістік факторлардың жіктелуі (физикалық, химиялық, биологиялық, психофизиологиялық).
15. Өндірістік үй-жайларды жарықтандыру. Түрлері, нормалау.
16. Өндірістік жарықтандыруды есептеу әдістері.
17. Өндірістік жарықтандыруға қойылатын негізгі талаптар. Өндірістік жарықтандыру түрлері мен жүйелері.
18. Өндірістік жарықтандыруды нормалау. Өндірістік жарықтандыруды есептеу әдістері.
19. Еңбек қауіпсіздігін қамтамасыз ету қағидалары, әдістері және құралдары. <sup>4</sup>
20. Ұжымдық және жеке қорғану құралдары.
21. Қауіпті және зиянды өндірістік факторлардың әсерінен қорғанудың субъективті және объективті құралдары.
22. Көлік кәсіпорындарының өндірістік аумағына қойылатын санитарлық-техникалық талаптар.
23. Қысыммен жұмыс істейтін қондырғылар мен жүйелердің жіктелуі.
24. Электр қауіпсіздігі дәрежесі бойынша үй-жайлардың жіктелуі.
25. Электр тогының адам ағзасына әсер ету сипаты бойынша жіктелуі.
26. Ток күші. Адам денесінің кедергісі. Токтың әсер ету ұзақтығы.
27. Электр тогының түрі мен жиілігі. Токтың адам денесі арқылы өту жолы.
28. Электр тогынан зақымданудан қорғанудың техникалық құралдары.
29. Қолданыстағы электр қондырғыларында жұмыс істейтін персоналға қойылатын талаптар.
30. Клиникалық және биологиялық өлімнің негізгі белгілері, электр тогының әсерінен болатын ішкі және сыртқы жарақаттар. <sup>4</sup>

### **Кейс-тапсырмалар:**

**Кейс 1. Стартап мобильді қосымша әзірледі, бірақ пайдаланушылар оны жүктемейді.**

Сұрақтар:

1. Қандай себептер болуы мүмкін?
2. Жағдайды жақсарту үшін қандай қадамдар жасау керек?
3. Қандай маркетинг құралдарын қолдануға болады?

**Кейс 2. «Өсу кезеңіндегі сәтсіздік».**

Стартап ауылшаруашылық өнімдерін жеткізуге арналған мобильді қосымшаны іске қосты.

Іске қосу кезеңінде жоба жақсы нәтиже көрсетті:

- Бірінші айда 5000 жүктеп алынған
- 1200 белсенді пайдаланушылар
- алғашқы сатылымдар

Алайда, үш айдан кейін жағдай нашарлады:

- белсенді пайдаланушылар 300-ге дейін төмендеді
- тұтынушылар қайтып келмейді
- жарнамалық шығындар өсуде
- пайда жоқ

Стартаптың жағдайын талдаңыз, өнімділіктің төмендеуінің себептерін анықтаңыз және тиімді шешімдерді ұсыныңыз.

**Кейс 3. «Цифрлық трансформация жағдайында логистикалық компания үшін клиенттерді тарту және ұстап қалу стратегиясын әзірлеу (мысалы, Globalink Logistics Kazakhstan компаниясы негізінде)».**

Кіріспе / Негіздеме:

Globalink Logistics Kazakhstan – халықаралық және ішкі тасымалдау, экспедиторлық қызмет және бизнеске кешенді логистикалық шешімдер көрсететін қазақстандық логистикалық компания. Жеткізу тізбектерін цифрландыру, электрондық коммерцияның өсуі және халықаралық операторлар мен цифрлық платформалардың бәсекелестіктің күшеюі жағдайында компания маркетингтік тәсілдерді қайта қарауға, клиент тәжірибесіне және онлайн қызметтерге бағдарлануға мәжбүр.

Мәселе:

B2B сегментінде тұрақты позицияларға қарамастан, компанияда қызметтердің жеткілікті цифрлық интеграциясының болмауы, клиенттермен жұмыс персонализациясының әлсіздігі және корпоративтік тапсырыс берушілерге арналған формальданған адалдық құралдарының жоқтығы байқалады. Бұл логистикалық қызмет нарығындағы бәсекеге қабілеттілікті төмендетеді.

Бастапқы деректер:

Компания: Globalink Logistics Kazakhstan халықаралық және ішкі тасымалдау, кедендік рәсімдеу, қойма және мультимодальды логистика қызметтерін көрсетеді, негізінен корпоративтік клиенттерге бағытталған.

Бәсекелестер: DHL, FedEx, DB Schenker, Kuehne+Nagel, жергілікті логистикалық операторлар.

Мақсатты аудитория (үлкен топта):

B2B (заңды тұлғалар): өндірістік компаниялар, сауда компаниялары, импорттаушылар мен экспорттаушылар, шағын және орта бизнес.

B2C (жеке тұлғалар): халықаралық және қалааралық жүк пен пакеттерді жіберетін жеке клиенттер

**Тапсырмалар:**

1. Ағымдағы маркетингтік жағдайды талдаңыз. Портердің 5 күш моделі арқылы Қазақстандағы логистикалық қызмет нарығының Globalink Logistics Kazakhstan үшін тартымдылығын бағалаңыз. Негізгі қауіптер мен мүмкіндіктерді бөліп көрсетіңіз.

2. Лоялдылықты арттыру бағдарламасын әзірлеңіз (B2B немесе B2C сегментінің біреуіне). Бағдарламаның негізгі элементтерін сипаттаңыз: мақсаттары, механикалары (жинақтау жүйесі, жеңілдіктер, артықшылықтар), қажетті цифрлық құралдар (жеке кабинет, CRM, онлайн-платформа), күтілетін метрикалары (NPS, LTV, тапсырыс жиілігі, ұстап қалу деңгейі).

3. Клиент тәжірибесін (Customer Journey Map) жақсарту бойынша кешенді іс-шараларды ұсыныңыз. Типтік жағдайға клиенттің жол картасын жасаңыз (мысалы, корпоративтік клиент үшін халықаралық жүк тасымалдауды ұйымдастыру). Ауыр мәселелерді анықтау. Оларды жою үшін кемінде 3 шешім ұсыныңыз, заманауи технологияларды қолдана отырып (онлайн-трекер, құжаттарды цифрлық рәсімдеу, push-хабарламалар, электрондық құжат айналымы).

#### **Кейс 4. «Кикшерингте адалдық пен қызмет көрсету сапасын басқару (Woosh Kazakhstan негізінде)».**

Кіріспе/Негіздеме:

Woosh Kazakhstan — Қазақстанның ірі қалаларында жұмыс істейтін және мобильді қалалық аудиторияға бағытталған қысқа мерзімді электр скутерін жалға беру қызметі. Микромобильділікке сұраныстың артуы және балама қызметтерден қарқынды бәсекелестік жағдайында компанияның алдында жаңа пайдаланушыларды тарту ғана емес, сонымен қатар тұтынушылар тәжірибесі мен адалдық бағдарламаларын жақсарту арқылы қызметтерді пайдалануды арттыру міндеті тұр..

Мәселе:

Негізгі қиындықтар қызметтің сирек пайдаланылуымен, скутерлердің техникалық жағдайы мен тұтынушыларды қолдаудың сапасына қатысты шағымдармен және алғашқы бірнеше сапардан кейін пайдаланушылардың төмен қатысуымен байланысты. Компания қызмет көрсету сапасын басқаруға және тұрақты адалдықты қалыптастыруға кешенді көзқарасты талап етеді.

Бастапқы деректер:

Компания: Woosh Kazakhstan – Қазақстанның ірі қалаларында минутына электрлік скутерді жалға беру қызметі. Мақсатты аудитория: мобильді қосымшаларды және қоғамдық көлікті белсенді пайдаланатын 18–35 жас аралығындағы жастар.

Бәсекелестік ландшафт: Jet, Eleven, Yandex Taxi (қысқа сапарларға балама ретінде).

Аудитория сегменттері:

қызметті бір немесе екі рет қолданып көрген пайдаланушылар; кездейсоқ микромобильді пайдаланушылар; мезгіл-мезгіл техникалық және қызмет көрсету мәселелеріне тап болатын белсенді пайдаланушылар.

**Тапсырмалар:**

1. SERVQUAL үлгісін пайдаланып, Woosh қызметінің сапасына талдау жасаңыз. Кикшерингке қолданылатын бес критерийді анықтаңыз және кездейсоқ пайдаланушы сегменті үшін күту мен нақты қызмет сапасы арасындағы негізгі алпақтықтарды сипаттаңыз.

2. «Орындалатын тапсырмалар» тәсілін пайдаланып қызметті бірнеше рет қолданып көрген пайдаланушылар сегменті үшін тұтынушы саяхат картасын (CJM) жасаңыз. Қызметті қайталап пайдалану үшін қысқа сапар қажеттілігінің туындау кезеңдерін сипаттаңыз, кем дегенде үш ауырсыну нүктесін анықтаңыз және оларды шешу үшін цифрлық шешімдерді ұсыныңыз.

3. Скутерді ұқыпты пайдаланғаны үшін сыйақыларды, тұрақты сапарларға ынталандыруды және қолданба арқылы тұтынушылардың жағымсыз тәжірибесін шешуге арналған негізгі механиканы қамтитын қысқа адалдық бағдарламасын әзірлеңіз.

#### **Кейс 5. «Каршеринг қызметіндегі клиенттердің адалдығын және қызмет сапасын басқару (мысалы, Anytime Kazakhstan компаниясы негізінде)»**

Кіріспе / Негіздемe:

Anytime – Қазақстандағы алғашқы және жалғыз каршеринг сервисі, 2018 жылдан бастап нарықта жұмыс істейді. Компания такси және микромобильдік сервис қызметтерінен жанама бәсекелестікке ұшырап, пайдаланушы тәжірибесімен байланысты мәселелерге тап болады. Қызметтің тұрақты қолданылмауы және мобильді сервисінің ыңғайлылығына жоғары сезімталдық жағдайында компанияға клиенттердің адалдығын арттыру және сапарлар жиілігін көбейту міндеті қойылған.

Мәселе:

Негізгі қиындықтар: тіркелудің күрделі деп қабылдануы, қызметті тұрақты пайдаланбау, автомобильдердің жағдайы және даулы есепшоттардан туындайтын теріс тәжірибе. Компанияға клиент тәжірибесін жақсарту және қызметті тұрақты пайдалану әдетін қалыптастыруға бағытталған шешімдер қажет.

Бастапқы деректер:

Компания: Anytime Kazakhstan – Қазақстандағы ірі қалаларда минуттық автокөлікті жалға алу қызметін көрсетеді.

Мақсатты аудитория: 18–35 жас аралығындағы жастар, жүргізуші куәлігі бар.

Бәсекелестік орта: Яндекс Такси, Uber; Woosh, Jet; дәстүрлі автокөлікті жалға алу қызметтері.

Аудитория сегменттері:

- Такси пайдаланушылары, каршерингпен таныс емес;
- Каршерингті тұрақты пайдаланбайтын қолданушылар;
- Теріс тәжірибе алған адал қолданушылар.

**Тапсырмалар:**

1. SERVQUAL үлгісін пайдаланып, Кез келген уақытта қызмет көрсету сапасын талдауды жүргізіңіз. Көлік алмасуға қолданылатын бес критерийді анықтаңыз және кездейсоқ пайдаланушы сегменті үшін күту мен нақты қызмет арасындағы негізгі алшақтықтарды сипаттаңыз.

2. Орындалатын тапсырмалар тәсілін пайдаланып, кездейсоқ пайдаланушы сегменті үшін тұтынушы саяхат картасын (CJM) жасаңыз. Қызметті қайталап пайдалану, кем дегенде үш ауырсыну нүктесін анықтау және оларды шешу үшін сандық шешімдерді ұсыну үшін көлік жүргізу қажеттілігін танудан бастап кезеңдерді сипаттаңыз.

3. Көлікті ұқыпты пайдалануды ынталандыруды, жағымсыз тәжірибелерді жоюды және қызметті тұрақты пайдалануды ынталандыру шараларын қамтитын қысқа адалдық бағдарламасын әзірлеу.

**Кейс 6.**

Стартап нарыққа сәтті шығып, тұрақты сатылымға жетті, бірақ өсім баяулады.

**Тапсырма:**

Нарықты, бәсекелестерді, өсу арналары мен қаржылық шектеулерді талдау негізінде стартапты масштабтау стратегиясын ұсыныңыз.

**Кейс 7.**

Стартапқа сұраныс жоғары, бірақ әрі қарай даму үшін қаржы жетіспейді.

**Тапсырма:**

Қаржылық тұрақтандыру жоспарын әзірлеңіз: шығындарды оңтайландыру, қаржыландыру көздері, бизнес-модельді өзгерту және unit-экономиканы бағалау.

**Кейс 8.**

Гиперлокалды бәсекелестік жағдайында «Соңғы миляны» оңтайландыру Ірі электроника маркетплейсі мегаполистерде клиенттердің адалдығы төмендегенін байқайды. Клиенттер ассортименті аз болса да, 15–30 минутта жеткізуді ұсынатын бәсекелестерге кетуде.

**Тапсырма:**

Зерттеу дизайны: Conjoint-талдау әдісі арқылы зерттеу жоспарын құрыңыз: клиент үшін не маңызды — тауар бағасы, жеткізу құны әлде жеткізу жылдамдығы?

Логистикалық корреляция: Тапсырыс тығыздығы деректеріне сүйене отырып, зерттеу нәтижелері қала ішіндегі Dark Store (микро-қойма) орналастыруға қалай әсер ететінін ұсыныңыз.

Есеп: Жеткізу уақыты бойынша сұраныс икемділігін есептеңіз (күту уақытын 10 минутқа қысқарту қайталама сатып алу ықтималдығына қалай әсер етеді).

**Кейс 9.**

Экологиялық бренд үшін кері логистиканы жобалау Қымбат тұрмыстық техника өндірушісі Trade-in және экологиялық утилизация бағдарламасын іске қосуды жоспарлап отыр. Бірақ компания тұтынушылар «жасыл логистика» үшін төлеуге дайын ба және қайтару процесін қалай тиімді ұйымдастыру керектігін білмейді.

**Тапсырма:**

Методология: Үлкен габаритті тауарды қайтару кезінде тұтынушылардың жасырын кедергілерін анықтау үшін деректер жинаудың оңтайлы әдісін таңдаңыз (фокус-топтар немесе тереңдетілген сұхбаттар).

Арналарды талдау: Өз пункттерін пайдалану мен 3PL операторларды тартуды салыстырыңыз. Бағалау критерийлерін көрсетіңіз.

Болжам: Жаңа тауарға берілетін жеңілдік мөлшеріне байланысты қайтару ағынының көлемін модельдеңіз.

#### **Кейс 10.**

B2B-логистика нарығына ену (Cold Chain)  
Логистикалық оператор фармацевтикалық өнімдерді (температуралық режимді қатаң сақтауды талап ететін) тасымалдау нарығына шығуды жоспарлайды. Нарық қатаң реттелген және инертті.

#### **Тапсырма:**

Сараптамалық сұхбат: Фармацевтикалық компаниялардың сатып алу директорларымен сұхбат жүргізу үшін гайд құрыңыз. Қандай негізгі «ауырсыну нүктелерін» анықтау қажет?

Бәсекелестік талдау: IoT датчиктері мен нақты уақыттағы мониторинг жүйелері сияқты технологиялар бойынша сіздің компанияңыз бен нарық көшбасшылары арасындағы айырмашылықты бағалаңыз.

Стратегиялық шешім: SWOT-талдау негізінде шешім қабылдаңыз: нарыққа кіру үшін демпинг қолдану керек пе, әлде сапа сертификаттарына (мысалы, GDP) инвестиция салу тиімді ме?

#### **Кейс 11.**

Сұранысты болжау және «Қамшы әсерін» басқару (Bullwhip Effect)  
Құрылыс материалдарын таратушы компания қор деңгейінің күрт өзгеруіне тап болды. Маркетинг бөлімі логистиканы ескертпей акциялар өткізеді, бұл тапшылық пен кейін артық қор жиналуына әкеледі.

#### **Тапсырма:**

Құралдар: CPFR (бірлескен жоспарлау) жүйесін ұсыныңыз. Қандай маркетингтік индикаторлар логистикалық модельге енгізілуі тиіс?

Зерттеу: Дилерлердің артық тапсырыс беру себептерін анықтау үшін сауалнама әзірлеңіз.

Оңтайландыру: POS-деректерді нақты уақытта бақылау жүйесі логистикалық шығындарды 15%-ға қалай азайта алатыны туралы гипотеза ұсыныңыз.

#### **Кейс 12.**

Клиент құндылығына негізделген қызметті дифференциациялау (LTV)  
3PL оператор жүздеген интернет-дүкендермен жұмыс істейді. Ресурстар шектеулі, ал «бірінші келген — бірінші қызмет алады» қағидасы тиімді емес.

#### **Тапсырма:**

Сегментация: «Клиент табыстылығы vs операция күрделілігі» матрицасы бойынша сегментация жасаңыз.

Өнім жобалау: «Эконом», «Стандарт», «Премиум» қызмет деңгейлерін (SLA) әзірлеңіз.

Негіздеме: Персоналды менеджер мен басым қызмет көрсету шығындарын жабу үшін орташа чек қаншаға өсуі керек екенін есептеңіз.

#### **Кейс 13.**

Халықаралық нарыққа шығу кезіндегі логистикалық аудит (Cross-border)  
Ресейлік косметика бренді Оңтүстік-Шығыс Азия нарығына шығуды жоспарлайды. Негізгі мәселе — кедендік рәсімдер мен авиа тасымал құны.

#### **Тапсырма:**

Кабинеттік зерттеу: Сингапур мен Вьетнам логистикалық хабтарын салыстырыңыз.

Тәуекелдерді басқару: Теңіз және авиа тасымал арасында таңдау үшін шешім ағашын құрыңыз.

Маркетинг: Жеткізу мерзімдері жарнама уәделеріне қалай әсер етеді?

#### Кейс 14.

«Qazaq Global Export» — Қазақстандық стартаптың Қытай нарығына шығуы

#### Тапсырма:

1. Қытайдағы позиционирование: «көшпелі мұра» ма әлде денсаулыққа бағытталған маркетинг пе?
2. WeChat арқылы сауалнама әзірлеу
3. Алматыдан тікелей жеткізу vs Хоргос қоймалары
4. MVP жоспары (\$10,000 бюджет)
5. Бір арнаға тәуелділік тәуекелдерін бағалау

#### Кейс 15.

1. «AgroStream» — фермерлерге арналған цифрлық платформа
2. Тапсырма:
3. Customer Discovery зерттеуін жүргізу
4. «Тікелей фермерден» брендингі
5. Milk Run логистика моделі
6. Өз автопарк vs Uber-модель
7. Табыс модельдері (комиссия, жазылым, аналитика)

#### Тапсырмалар:

##### Тапсырма 1.

Станцияны қайта құру екі нұсқаны қолдану арқылы жүзеге асырылуы мүмкін. Бірінші нұсқа бойынша күрделі салымдар 600 000 АҚШ долларын құрайды, одан кейін 100 000 АҚШ доллары операциялық шығындар. Екінші нұсқа бойынша сәйкес шығындар 500 000 АҚШ доллары мен 120 000 АҚШ долларын құрайды. Негұрлым тиімді нұсқаны.

##### Тапсырма 2.

Тауарлардың импорты, экспорты және транзиті анықталсын, егер жол тармағының түйісу пункттерінде тауарды қабылдау жылына 6 000 мың теңге, жеткізу 7 000 мың теңге, салалық станциялардан жөнелту – 4 000 мың теңге, салалық станцияларға келу – 3 000 мың теңге, жергілікті байланыс – 3 000 мың теңге<sup>20,20</sup>.

##### Тапсырма 3.

Әрбір жүктің вагондардағы тәуліктік тиелуін және барлық жүктердің орташа статистикалық жүктемесін анықтаңыз, егер темір жол бөлімшесі жылына мыналарды тасымалдайтын болса: 365 мың тонна металл, стандартты статикалық жүктеме бір вагонға 40 тонна; 1460 мың тонна минералды құрылыс материалдары, нормативті статикалық жүктеме 50 тонна; 730 мың тонна астық, нормативті статикалық жүктеме 48 тонна.

##### Тапсырма 4.

Тасымалдау қабілетін дамытудың екі нұсқасын транзиттегі тауарлардың бағасын есепке алмай және салыстырып, келесі бастапқы мәліметтерді пайдалана отырып, өтелу мерзіміне қарай олардың ең тиімдісін анықтаңыз:  $K1 = 65$  мың теңге;  $K2 = 55$  мың теңге;  $C1 = 3,0$  мың теңге;  $C2 = 308$  мың теңге; транзиттегі тауар массасының құны  $M1 = 10$  мың теңге;  $M2 = 13,5$  мың теңге.

##### Тапсырма 5.

Тасымалдаудың біркелкі емес коэффициентін анықтаңыз, егер темір жол учаскесінде жүктердің бірінің тасымалдануы мың теңгемен келесі тығыздыққа ие болса.

Ай	Тығыздығы	Ай	Тығыздығы	Ай	Тығыздығы
қаңтар	40	мамыр	52	қыркүйек	50
ақпан	42	маусым	52	қазан	45

наурыз	45	шілде	58	қараша	30
Сәуір	45	тамыз	64	желтоқсан	30

#### **Тапсырма 6.**

Тасымалдаудың біркелкі емес коэффициентін анықтаңыз, егер темір жол учаскесінде жүктердің бірінің тасымалдануы мың теңгемен келесі тығыздыққа ие болса.

Ай	Тығыздығы	Ай	Тығыздығы	Ай	Тығыздығы
қаңтар	60	мамыр	75	қыркүйек	72
ақпан	50	маусым	75	қазан	72
наурыз	50	шілде	82	қараша	60
Сәуір	52	тамыз	80	желтоқсан	55

#### **Тапсырма 7.**

Келесі бастапқы мәліметтерді пайдалана отырып, кәсіпорында жыл соңындағы негізгі қорлардың орташа жылдық бар болуын анықтаңыз:

- жоспарлы жылдың басындағы негізгі қорлардың құны 3000 мың теңге,
- жаңа негізгі қорларды іске қосу сәуірде – 36 мың теңге,
- маусымда – 120 мың теңге, қазанда – 72 мың теңге;
- наурызда шығарылған негізгі құралдар – 48 мың теңге;
- тамызда – 84 мың теңге; қыркүйекте – 96 мың теңге.

#### **Тапсырма 8.**

Айналым қаражатының айналымдылық коэффициентін анықтаңыз, егер талданатын жылы станцияның кірісі жоспар бойынша 3668 мың АҚШ долларын, есеп бойынша 4556 мың АҚШ долларын құраса, ал айналым қаражаты тиісінше 131 мың және 134 мың АҚШ долларын құраса.

#### **Тапсырма 9.**

Бастапқы деректер:

- Цехтың орташа жылдық өндірістік қуаты 4500 вагонды құрайды.
- Цехта жөнделген вагондардың нақты саны – 3 мың.
- Цехтың қуаттылығын пайдалану коэффициентін анықтау қажет.

#### **Тапсырма 10.**

Алдағы жылға автомобильмен жүк тасымалы жоспары 500 миллион тонна, орташа жүру қашықтығы 200 шақырымды құрайды. Жолаушыларды тасымалдау жоспары 400 млн адамды құрайды, орташа жол жүру қашықтығы 50 км.

Тасымалда жұмыс істейтін жұмысшылардың саны 120 000 адамды құрайды. Жүк және жолаушылар тасымалымен айналысатын жұмысшылардың еңбек өнімділігін анықтаңыз.

#### **Тапсырма 11.**

Негізгі өндірістік қорлардың (ғимараттар мен құрылыстардың) орташа жылдық құны 2975 мың АҚШ доллары және амортизациялық аударымдардың орташа нормасы 4,7% екені белгілі болса, толық қалпына келтіру және күрделі жөндеуге амортизациялық аударымдар сомасын анықтаңыз.

#### **Тапсырма 12.**

Кәсіпорында 2011 жылы өткізілген өнім көлемі 1200 мың теңгені, ал 2012 жылы 1124 мың теңгені құрады. Айналым қаражатының орташа жылдық қалдықтары сәйкесінше 240 мың және 221 мың теңгені құрайды. Айналым капиталын пайдалану тиімділігінің көрсеткіштерін анықтау (негізгі қорлардың айналым коэффициенті, бір айналымның ұзақтығы, пайдалану коэффициенті, негізгі қорлардың абсолютті шығарылымы)

#### **Тапсырма 13.**

Алғашқы мәліметтер:


1. Тауарлы өнімнің жылдық көлемі ағымдағы бағамен 2640 мың теңге.
2. Ағымдағы бағамен өндірілген нақты тауарлық өнім 2670 мың теңгені құрайды.

Жылдық тауарлық өнім өндірудің жоспарлы құны 2200 мың теңге. Жылдық өнімнің нақты өзіндік құны 2200 мың теңге. Анықтау қажет: - өндірістен жоспарлы және нақты пайда. - жоспарлы және нақты табыстылық деңгейі.

Көлік қызметтері және бизнес  
кафедрасының меңгерушісі

 Р.Д. Мусалиева

Логистика және бизнес институтының директоры

 Қ.Ж. Даубаев