



**Кыргыз Республикасынын Коомчулукту  
өнүктүрүү жана инвестициялоо агентствосу**  
**“Коомдоштуктардын демилгеси боюнча улуттук  
долбоор”**

**7-ТЕМА**

**«БИР АЙЫЛ БИР ПРОДУКТ»  
ПРОДУКЦИЯСЫНЫН  
РЫНОККО ЧЫГАРУУ,  
ИЛГЕРИЛЕТҮҮ ЖАНА САТУУ**



## КИРИШҮҮ

Бул бөлүм «Бир Айыл Бир Продукт» (БАБП) ыкмасын колдонуу аркылуу жергиликтүү экономиканы өнүктүрүүгө жана айыл аймактарында ишкердикти колдоого багытталган методикалык колдонмонун бир бөлүгү болуп саналат. Колдонмо Коомдоштуктардын демилгеси боюнча улуттук долбоордун (НПИС) алкагында «Бир Айыл Бир Продукт» коомдук бирикмесинин эксперттери тарабынан даярдалган.

**Колдонмонун бул алтынчы бөлүмү** БАБП системасында өндүрүлгөн продукцияны рынокко чыгаруу, маркетингди уюштуруу жана сатуу механизмдерин түшүндүрүүгө арналган.

БАБП системасында продукт иштеп чыгуу жана өндүрүштү уюштуруу маанилүү этап болуп саналат. Бирок продукциянын туруктуу өнүгүшү жана өндүрүүчүлөрдүн киреше табуусу көбүнчө анын рынокто кантип сунушталып, кандайча сатылганына байланыштуу болот. Ошондуктан маркетинг жана сатуу жергиликтүү продукттарды өнүктүрүүнүн негизги бөлүктөрүнүн бири болуп эсептелет.

Көп учурда чакан өндүрүш топтору сапаттуу продукция өндүргөнү менен, аны рынокто туура сунуштай албагандыктан сатуудан жетиштүү натыйжа ала албай калышат. Мунун негизги себептеринин бири — маркетинг принциптерин жана рыноктун талаптарын жетиштүү түшүнбөө болуп саналат. Сатып алуучулар кандай продуктту тандайт, алар үчүн кайсы факторлор маанилүү жана продукцияны кайсы каналдар аркылуу сатуу мүмкүн экенин түшүнүү өндүрүүчүлөр үчүн өтө маанилүү.

Маркетинг — бул жөн гана жарнама эмес. Маркетинг сатып алуучулардын муктаждыктарын түшүнүүгө, рынокту изилдөөгө жана продукцияны туура сунуштоого жардам берген системалуу иш болуп саналат. Маркетинг аркылуу өндүрүүчүлөр продуктту ким сатып алаарын, сатып алуучу эмнени күтүп жатканын жана продукцияны кайсы жерде жана кандай форматта сатуу мүмкүн экенин аныктай алышат.

БАБП системасында маркетингдин негизги максаты — жергиликтүү продукттарды рынокто туура көрсөтүү, сатып алуучулар менен ишенимдүү байланыш түзүү жана продукциянын туруктуу сатылышын камсыз кылуу. Бул үчүн өндүрүш топтору рынокто түшүнүп, сатып алуучулардын талаптарын эске алып, продукцияны туура баада жана туура каналдар аркылуу сунуштай билиши керек.

БАБП практикасында жергиликтүү продукцияны сатуу үчүн ар кандай каналдар колдонулушу мүмкүн. Аларга жергиликтүү базарлар, айыл жана райондук дүкөндөр, шаардык соода түйүндөрү, жарманкелер жана фестивалдар, туристтик объекттер, ошондой эле социалдык тармактар аркылуу онлайн-сатуу кирет. Ар бир каналдын өзүнүн өзгөчөлүктөрү жана талаптары бар, ошондуктан өндүрүүчүлөр кайсы канал алардын продукциясы үчүн ылайыктуу экенин түшүнүшү керек.

Ошондой эле продукцияны сатууда сатып алуучулар менен түз байланыш абдан маанилүү. Сатып алуучулардын пикирлерин угуу, алардын сунуштарын эске алуу жана продукцияны алардын муктаждыктарына ылайык жакшыртуу рынокто узак мөөнөттүү ийгиликке жетүүгө жардам берет.

Маркетинг жана сатуу системалуу түрдө уюштурулганда гана жергиликтүү продукциялар туруктуу рынокко чыгып, өндүрүш топтору үчүн туруктуу киреше булагына айлана алат. Дал ушундай ыкма БАБП системасынын негизги максаттарына — айыл жергесинде ишкердикти өнүктүрүүгө, жаңы жумуш орундарын түзүүгө жана жергиликтүү экономиканын өсүшүнө шарт түзүүгө жардам берет.



## 7-БӨЛҮМ. БАБП ПРОДУКЦИЯСЫНЫН МАРКЕТИНГИ ЖАНА САТУУСУ

Продукт иштелип чыгып, өндүрүлүп жана таңгакталып бүткөндөн кийин, кийинки маанилүү этап — аны илгерилетүү жана сатуу болуп саналат. Өтө сапаттуу продукт болсо да, эгер сатып алуучулар ал тууралуу билбесе, анын баалуулугун түшүнбөсө же аны оңой сатып ала албаса, продукт өзүнөн-өзү сатылбайт.

Бул маселени маркетинг чечет. Маркетинг ишкерге продукт кимге керек экенин, ал башка товарлардан эмнеси менен айырмаланарын, аны кайсы жерде сатуу жакшы экенин жана сатып алуучуларга кантип туура тааныштыруу керектигин түшүнүүгө жардам берет.

БАБП продукциясы үчүн маркетинг өзгөчө маанилүү. Жергиликтүү продукттар көп учурда бир катар артыкчылыктарга ээ: табигый чийки зат, салттуу өндүрүш ыкмасы, аймактык тарых жана кол эмгеги. Бирок бул артыкчылыктарды сатып алуучуга туура көрсөтө билүү керек.

Маркетинг продукт менен рынокту байланыштырган курал болуп саналат. Ал сатууну түшүнүктүүрөөк, туруктуураак жана башкарууга ыңгайлуу кылат.

### 7.1. Жергиликтүү продукциялар үчүн маркетингдин негиздери

Маркетинг — бул продуктка өз сатып алуучусун табууга жардам берген иш-аракеттердин системасы.

Жөнөкөй тил менен айтканда, маркетинг төмөнкү суроолорго жооп берет:

- биз эмне сатабыз
- кимге сатабыз
- эмне үчүн сатып алуучу дал биздин продуктту тандашы керек
- сатып алуучу аны кайдан жана кантип сатып ала алат

Өндүрүш менен маркетинг бир эле нерсе эмес экенин түшүнүү маанилүү. Өндүрүш продуктту түзүүгө жооп берет, ал эми маркетинг аны илгерилетүүгө жана сатууга жооп берет.

#### Өндүрүш менен маркетингдин айырмасы

Өндүрүш	Маркетинг
Продуктту түзүү	Сатып алуучуларды издөө жана тартуу
Сапатты көзөмөлдөө	Кардардын муктаждыктарын түшүнүү
Чийки затты сатып алуу жана процессти уюштуруу	Сатуу каналдарын тандоо
Өндүрүш технологиясы	Продуктту илгерилетүү
Даяр продукцияны чыгаруу	Продуктун баалуулугун түшүндүрүү

Чакан бизнес үчүн сапаттуу продукт чыгаруу гана жетишсиз. Сатып алуучулар ал тууралуу билиши жана аны сатып алууну каалашы да керек.

#### Маркетингдин негизги милдеттери

Милдет	Практикада бул эмнени билдирет
Кардарды түшүнүү	Продукту ким сатып алат жана ал үчүн эмне маанилүү
Баалуулукту көрсөтүү	Продукт эмне үчүн пайдалуу жана кызыктуу
Сатууну уюштуруу	Продукт кайда жана кандай жол менен сатылат
Продуктту илгерилетүү	Сатып алуучулар товар тууралуу кантип билишет
Кардарларды сактап калуу	Алар кайра сатып алышы үчүн эмне кылуу керек



## Практикалык мисал

Баткенде бир ишкер кургатылган өрүк өндүрчү. Башында ал продуктун сапатына жана кургатуу технологиясына гана көңүл бурган. Бирок сатуу туруктуу болгон эмес. Кийин ал таңгактоону жакшыртып, этикетка жасады, социалдык тармактарга сүрөттөрдү жарыялай баштады, жарманкелерде дегустация уюштурду жана дүкөндөр менен жеткирүү боюнча келишим түздү. Ошондон кийин сатуу туруктуураак боло баштады.

Бул мисал жакшы продукт менен жакшы маркетинг бирге иштеши керек экенин көрсөтөт.

## 7.2. Максаттуу сатып алуучуну аныктоо

Маркетингдин негиздерин түшүнгөндөн кийин кийинки маанилүү кадам — максаттуу кардарды аныктоо.

Максаттуу кардар — бул продукт өзгөчө ылайыктуу болгон жана аны сатып алуу ыктымалдыгы жогору болгон адам же кардарлар тобу.

Жаңы баштаган ишкерлердин эң көп кетирген каталарынын бири — продуктту баарына сатууга аракет кылуу. Практикада бул иштебейт. Ар кандай сатып алуучулардын муктаждыктары ар башка.

Мисалы:

- айрымдары үчүн баанын жеткиликтүүлүгү маанилүү
- башкалары үчүн табигыйлык маанилүү
- үчүнчүлөрү үчүн кооз таңгак маанилүү
- төртүнчүлөрү үчүн онлайн-заказдын ыңгайлуулугу маанилүү

## БАБП продукциясынын мүмкүн болгон сатып алуучулары

Кардардын түрү	Алар үчүн эмне маанилүү	Кайдан сатып алышат
Үй чарбалары	Баа, сапат, ыңгайлуу таңгак	Базарлар, дүкөндөр
Туристтер	Уникалдуулук, жергиликтүү келип чыгышы, көрүнүшү	Жарманкелер, туристтик жайлар
Дүкөндөр	Туруктуу жеткирүү, тыкан таңгак, түшүнүктүү баа	Оптом сатып алуу
Кафе жана ресторандар	Сапат, туруктуулук, жеткирүүнүн ыңгайлуулугу	Түз жеткирүү
Онлайн кардарлар	Заказдын ыңгайлуулугу, жеткирүү, маалымат	Социалдык тармактар, интернет

## Максаттуу сатып алуучуну аныктоонун жөнөкөй схемасы

Кадам	Суроо
1	Менин продуктума ким кызыгышы мүмкүн?
2	Менин продуктум кайсы муктаждыкты чечет?
3	Бул адамдар мындай товарды көбүнчө кайдан сатып алышат?
4	Эмне үчүн алар дал менин продуктумду тандашы мүмкүн?

## Практикалык инструмент: кардардын портрети

Параметр	Жооп
Продукту ким сатып алат	
Жашы же кардардын түрү	
Продукт эмне үчүн сатып алынат	



<b>Кардар продукт тууралуу кайдан билет</b>	
<b>Кардар кайдан сатып алат</b>	

Ишкер сатып алуучуну канчалык жакшы түшүнсө, ошончолук оңой таңгакты, бааны, жарнаманы жана сатуу каналдарын туура тандай алат.

### 7.3. Продуктту позициялоо

Позициялоо — бул сатып алуучу продуктту кантип кабыл аларын жана ал башка товарлардан эмнеси менен айырмаланарын аныктайт.

Жөнөкөй айтканда, позициялоо төмөнкү суроого жооп берет: **эмне үчүн сатып алуучу дал ушул продуктту тандашы керек?**

БАБП продукциясында позициялоо көбүнчө төмөнкү артыкчылыктарга негизделет:

- жергиликтүү келип чыгышы
- табигый чийки зат
- салттуу өндүрүш ыкмасы
- кол эмгеги
- продукттун аймактык тарыхы

#### Позициялоонун мисалдары

Позициялоонун түрү	Мисал
Табигый продукт	Жасалма кошулмаларсыз
Салттуу продукт	Жергиликтүү рецепт боюнча даярдалган
Аймактык продукт	Баткенде / Нарында / Ысык-Көлдө өндүрүлгөн
Белекке ылайыктуу продукт	Сувенир же белек катары ылайыктуу
Пайдалуу продукт	Ден соолукка пайдалуу азык

#### Позициялоонун жөнөкөй формуласы

Ишкер продуктун кыскача мындайча түшүндүрө алат:

- 💡 Биздин продукт — [эмне?]
- 💡 [Кандай чийки заттан] жасалган?
- 💡 [Кандай сатып алуучу үчүн?]
- 💡 Анын негизги артыкчылыгы — [эмнеси менен өзгөчө?]

#### Мисалы:

**Биздин продукт — Баткенден чыккан табигый кургатылган өрүк. Ал кант кошулбай даярдалат жана табигый даамды жана пайдалуу жеңил тамакты жактырган адамдар үчүн арналган.**

*Мындай түшүндүрмө сатууда, жарнамада жана дүкөндөр менен сүйлөшүүдө пайдалуу.*

### 7.4. Продукцияны сатуу каналдары

Сатуу каналы — бул продукт өндүрүүчүдөн сатып алуучуга жеткен жол.

Чакан бизнестин кеңири тараган каталарынын бири — сатуу үчүн бир гана каналга көз каранды болуп калуу. Мисалы, ишкер продукциясын бир гана базарда сатат. Эгер сатып алуучулар азайса, дароо эле киреше да төмөндөйт.

Ошондуктан туруктуураак ыкма — бир нече сатуу каналдарын бир убакта колдонуу.



## Негизги сатуу каналдары

Сатуу каналы	Артыкчылыктары	Чектөөлөр
Базарлар	Ыкчам сатуу, сатып алуучу менен түз байланыш	Сатып алуучулардын агымы туруктуу эмес
Жарманкелер жана көргөзмөлөр	Жаңы аудитория, продукт менен тааныштыруу	Иш-чаралар дайыма өткөрүлбөйт
Дүкөндөр	Сатуунун туруктуулугу жогору	Таңгак жана жеткирүү талаптары бар
Туристтик объекттер	Жергиликтүү жана сувенирдик продукттар жакшы сатылат	Сезондук сатуу
Оптовый сатып алуучулар	Көп көлөмдө тез сатууга мүмкүн	Баа төмөн болушу мүмкүн
Онлайн-сатуу	Сатуу рыногун кеңейтүүгө болот	Жеткирүү жана кардарлар менен байланыш уюштуруу керек

## Сатуу каналдарын тандоонун жөнөкөй схемасы

Кадам	Суроо
1	Сатып алуучулар мындай продуктту көбүнчө кайдан сатып алышат?
2	Азыр кайсы сатуу каналдары жеткиликтүү?
3	Кайсы каналдар туруктуу сатууга мүмкүндүк берет?
4	Бир убакта 2–3 канал колдонсо болобу?

## Практикалык инструмент: сатуу каналдарын пландоо

Сатуу каналы	Сатуу көлөмүнүн мүмкүнчүлүгү	Продуктка талаптар	Иш-аракет планы
Базар			
Дүкөндөр			
Онлайн-заказдар			
Жарманкелер			

Мындай ыкма ишкерге кайсы каналдар негизги, кайсылары кошумча экенин түшүнүүгө жардам берет.

## 7.5. Санарип маркетинг жана продуктту онлайн илгерилетүү

Бүгүнкү күндө көптөгөн сатып алуучулар продукт тууралуу алгач интернеттен билип, андан кийин гана аны офлайн же онлайн сатып алышат. Ошондуктан санарип маркетинг чакан өндүрүүчүлөр үчүн да маанилүү инструмент болуп калды.

Санарип маркетинг — бул продуктту интернет жана санариптик куралдар аркылуу илгерилетүү.

Ал төмөнкүлөргө жардам берет:

- жаңы кардарларды табууга
- продукт тууралуу кеңири аудиторияга айтууга
- брендин таанымалдыгын жогорулатууга
- кардарлардан пикир алууга
- заказдарды кабыл алууга



## Санарип маркетингдин негизги инструменттери

Инструмент	Кантип колдонулат	Практикалык натыйжа
Instagram / Facebook	Сүрөттөр, видеолор, стористер, пикирлер	Таанымалдуулукту жана ишенимди жогорулатат
WhatsApp / Telegram	Заказ кабыл алуу, кардарлар менен байланыш	Ыкчам байланыш
Google Maps / 2GIS	Сатуу чекитин көрсөтүү	Кардарларга бизнести табуу оңой
Онлайн-платформалар	Продукт жайгаштыруу	Сатуу географиясын кеңейтүү
Онлайн-жарнама	Постторду илгерилетүү	Жаңы кардарларды тартуу

Интернетте эмнелерди жарыялоого болот

- ✓ продукциянын сүрөттөрү
- ✓ өндүрүш процессинин кыска видеолору
- ✓ заказдарды таңгактоо
- ✓ сатып алуучулардын пикирлери
- ✓ продукттун тарыхы
- ✓ жарманкелерге катышуу
- ✓ продукт тууралуу пайдалуу маалымат

## Санарип илгерилетүүнүн кадамдары

Кадам	Аракет
1	Социалдык тармактарда бизнес баракчаларын түзүү
2	Продукттун сүрөттөрүн жана сүрөттөмөсүн жайгаштыруу
3	Байланыш жана заказ берүү жолдорун көрсөтүү
4	Онлайн-карталарга сатуу чекитин кошуу
5	Контентти үзгүлтүксүз жарыялоо
6	Кардарлардын билдирүүлөрүнө жооп берүү
7	Пикирлерди чогултуу жана колдонуу

## Санарип илгерилетүүнүн чек-листи

- Социалдык тармактарда бизнес баракчалары бар
- Продукциянын сүрөттөрү жарыяланган
- Продукт тууралуу маалымат жана байланыш бар
- Сатуу чекити онлайн-карталарда көрсөтүлгөн
- Заказдар мессенджерлер аркылуу кабыл алынат
- Публикациялар үзгүлтүксүз чыгат
- Кардарлардын пикирлери бар

## Санарип маркетингдеги кеңири тараган каталар

Ката	Натыйжа
Сейрек публикациялар	Адамдар продуктту унутуп калышат
Сүрөттөр начар же жок	Ишеним төмөндөйт
Кардарларга кеч жооп берүү	Заказдар жоголот
Продукт тууралуу маалымат жок	Сатып алуучу баалуулукту түшүнбөйт
Пикирлерди эске албоо	Продуктту жакшыртуу мүмкүнчүлүгү колдонулбайт

## Продуктту илгерилетүүнүн жөнөкөй инструменттери



Продукту илгерилетүү дайыма чоң чыгымдарды талап кылбайт. Баштап жаткан ишкерлер үчүн жөнөкөй инструменттер жакшы натыйжа берет.

Инструмент	Кантип колдонулат	Практикалык пайда
Дегустациялар	Сатып алуучулар продукту даамдап көрүшөт	Ишеним жана сатып алуу мүмкүнчүлүгү өсөт
Жарманкелер жана иш-чаралар	Кардарлар менен түз байланыш	Жаңы продукт менен тааныштыруу
Таңгак	Тыкан жана түшүнүктүү көрүнүш	Башкалардан айырмаланууга жардам берет
Продуктун сүрөттөрү	Социалдык тармактар жана жарнама үчүн	Биринчи таасирди түзөт
Продуктун тарыхы	Өндүрүш жана келип чыгышы тууралуу маалымат	Ишенимди жогорулатат
Кардарлардын пикирлери	Сатып алуучулардын тажрыйбасын бөлүшүү	Жаңы кардарларды тартууга жардам берет

### Продукту илгерилетүүнүн жөнөкөй планы

Көптөгөн ишкерлер продуктту системасыз илгерилетишет: кээде пост жарыялашат, кээде жарманкеге катышышат. Бирок жакшы натыйжа алуу үчүн жөнөкөй план керек.

План элементи	Суроо	Сиздин жооп
Продукт	Кайсы продуктту илгерилетесиз?	
Максаттуу сатып алуучу	Ким көбүнчө сатып алат?	
Кардардын муктаждыгы	Эмне үчүн ал бул продуктту тандайт?	
Сатуу каналдары	Продукт кайда сатылат?	
Илгерилетүү инструменттери	Кардарлар продукт тууралуу кантип билишет?	
Санарип каналдар	Кайсы онлайн-платформаларды колдоносуз?	
Контент	Эмнени көрсөтүп жана айтып бересиз?	
Илгерилетүү жыштыгы	Публикациялар канчалык тез-тез чыгат?	
Күтүлгөн натыйжа	Эмне натыйжа күтөсүз?	

Толтуруу мисалы:

План элементи	Мисал
Продукт	Табигый кургатылган өрүк
Максаттуу сатып алуучу	Шаар тургундары, туристтер, дүкөндөр
Кардардын муктаждыгы	Пайдалуу жана табигый жеңил тамак
Сатуу каналдары	Жарманкелер, дүкөндөр, онлайн-заказ
Илгерилетүү инструменттери	Сүрөттөр, дегустациялар, пикирлер
Санарип каналдар	Instagram, WhatsApp, онлайн-карталар
Контент	Продукт сүрөттөрү, өндүрүш видеолору
Жыштык	Жумасына 2–3 публикация
Натыйжа	Таанымалдуулуктун жана сатуунун өсүшү



## Социалдык тармактар үчүн контент-план (1 ай)

Апта	Публикациянын түрү	Мисал
1	Продукт менен тааныштыруу	Сүрөт жана сүрөттөмө
1	Өндүрүш процесси	Видео же фото
2	Продукттун пайдасы	Курамы жана артыкчылыктары
2	Бизнес тарыхы	Продукт идеясынын пайда болушу
3	Кардарлардын пикирлери	Сатып алуучулардын сөздөрү
3	Продукт колдонуу	Кантип колдонсо болот
4	Акция	Скидка же атайын сунуш
4	Бизнес ичинен	Заказдарды таңгактоо

## AIDA формуласы — сатуу постун жазуу модели

Этап	Максат	Мисал
<b>Attention</b>	Көңүл буруу	Кант кошулбаган табигый кургатылган өрүк
<b>Interest</b>	Кызыгуу жаратуу	Табигый жол менен кургатылган
<b>Desire</b>	Баалуулукту көрсөтүү	Пайдалуу жеңил тамак жана белек
<b>Action</b>	Аракетке чакыруу	Заказ үчүн WhatsApp аркылуу жазыңыз

### Илгерилетүүдө жасалма интеллектти колдонуу

Заманбап санарип инструменттер чакан бизнеске атайын техникалык билимсиз эле жасалма интеллектти колдонууга мүмкүнчүлүк берет.

Жасалма интеллект төмөнкү иштерде жардам бере алат:

- 💡 посттор үчүн текст жазуу
- 💡 жаңы идеяларды сунуштоо
- 💡 тексттерди которуу
- 💡 продукттун сүрөттөмөсүн түзүү
- 💡 кардарлардын пикирлерин талдоо
- 💡 жарнамалык билдирүүлөрдү даярдоо

### Мисалдар

Милдет	ИИ кантип жардам берет	Натыйжа
<b>Тексттер</b>	Постторду жана сүрөттөмөлөрдү түзөт	Убакытты үнөмдөйт
<b>Идеялар</b>	Публикация темаларын сунуштайт	Контент туруктуу чыгат
<b>Сүрөттөр</b>	Визуалдарды жакшыртат	Кызыктуу көрүнүш
<b>Котормо</b>	Тексттерди которот	Аудитория кеңейтилет
<b>Пикирлерди талдоо</b>	Кардардын оюн түшүнүүгө жардам берет	Продуктту жакшыртуу

Маркетинг жана сатуу — БАБП продукциясын өнүктүрүүнүн маанилүү бөлүгү. Алар өндүрүүчүгө өз сатып алуучусун түшүнүүгө, продуктту туура сунуштоого, ылайыктуу сатуу каналдарын тандоого жана туруктуу илгерилетүү системасын түзүүгө жардам берет.

Баштап жаткан ишкерлер үчүн эң туура жол — бардыгын бир убакта эмес, этап-этабы менен жасоо:

- сатып алуучуну түшүнүү
- продукттун баалуулугун түшүндүрүү
- 1–2 негизги сатуу каналын тандоо



- жөнөкөй илгерилетүү инструменттерин колдонуу
- акырындык менен санарип маркетингди киргизүү

Дал ушундай ыкма жергиликтүү продукттардын таанымал болушуна жана рынокто ийгиликтүү сатылышына жардам берет.