



# **Кыргыз Республикасынын Коомчулукту өнүктүрүү жана инвестициялоо агентствосу**

## **“Коомдоштуктардын демилгеси боюнча улуттук долбоор”**

### **8-ТЕМА**

## **«БИР АЙЫЛ БИР ПРОДУКТ» КОНЦЕПЦИЯСЫНЫН АЛКАГЫНДА БИЗНЕС-ПЛАНДАШТЫРУУ**



## 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 бөлүмү** «Бир Айыл Бир Продукт» концепциясынын алкагында бизнес-пландаштыруу маселелерине арналган. Бул бөлүмдө жергиликтүү продуктту өндүрүү жана өнүктүрүү боюнча идеяны жөнөкөй, түшүнүктүү жана иш жүзүндө колдонууга боло турган планга айлантуу жолдору каралат.

БАБП системасында продуктту жөн гана иштеп чыгуу жетиштүү эмес. Продукция туруктуу өндүрүлүп, сатылып, киреше алып келиши үчүн иш алдын ала ойлонулган жана эсептелген болушу керек. Дал ушундай учурда бизнес-пландаштыруу маанилүү роль ойнойт. Ал өндүрүүчүлөргө өз ишин так көрүүгө, максаттарын аныктоого, чыгымдарын эсептөөгө жана келечектеги мүмкүнчүлүктөрдү баалоого жардам берет.

Бизнес-план — бул жөн гана документ эмес. Ал өндүрүш тобу же ишкер үчүн ишти уюштуруунун практикалык куралы болуп саналат. Бизнес-пландын жардамы менен өндүрүүчүлөр кандай продукт чыгарарын, кимге сатарын, кандай ресурстар керек болорун, канча каражат талап кылынарын жана кандай киреше күтүлөрүн түшүнө алышат. Мындай пландоо ишти баштоодо жана аны андан ары өнүктүрүүдө тобокелдиктерди азайтат.

Айыл аймактарында иштеген өндүрүүчүлөр үчүн бизнес-план өзгөчө маанилүү. Себеби көп учурда ресурстар чектелүү болот, рынокко чыгуу мүмкүнчүлүгү дароо эле кең эмес, ал эми туура эмес чечимдер кошумча чыгымга алып келиши мүмкүн. Ошондуктан ар бир кадамды алдын ала ойлонуп чыгуу керек. Бизнес-пландаштыруу ушуга жардам берет: ал кайсы продуктту тандоо жакшы экенин, канча көлөмдө өндүрүү керектигин, чийки затты кайдан алуу мүмкүн экенин жана сатууну кантип уюштуруу керектигин түшүнүүгө шарт түзөт.

БАБП алкагында бизнес-пландоо кадимки ишкердик пландан бир аз айырмаланат. Бул жерде негизги көңүл жергиликтүү ресурстарды колдонууга, продукттун өзгөчөлүгүн сактоого, кошумча нарк түзүүгө жана жергиликтүү коомдоштуктун кирешесин көбөйтүүгө бурулат. Башкача айтканда, бизнес-план киреше алуу үчүн гана эмес, аймактагы экономикалык мүмкүнчүлүктөрдү өнүктүрүү үчүн да кызмат кылат.

Бул бөлүмдө бизнес-пландын негизги түзүмү, анын жөнөкөй бөлүктөрү жана аларды кантип толтуруу керектиги түшүндүрүлөт. Ошондой эле продукт, рынок, чыгымдар, киреше, өндүрүштү уюштуруу жана сатуу маселелерин кантип бирдиктүү планга бириктирүү керектиги көрсөтүлөт. Материалдар жөнөкөй тилде берилет жана айыл аймактарындагы өндүрүш топторуна, ишкерлерге, бизнес-тренерлерге жана коомдоштуктар менен иштеген адистерге ылайыкташтырылган.

Бул бөлүмдүн максаты — өндүрүүчүлөргө жана демилгелүү топторго өз ишин алдын ала ойлонуп пландаштырууга жардам берүү. Туура түзүлгөн бизнес-план өндүрүштү туруктуу өнүктүрүүгө, рынокко ишенимдүү чыгууга жана жергиликтүү продукциядан туруктуу киреше алууга шарт түзөт. Дал ушундай мамиле «Бир Айыл Бир Продукт» системасында жергиликтүү экономиканы өнүктүрүүнүн негизги шарттарынын бири болуп саналат.



## 8-БӨЛҮМ. «БИР АЙЫЛ БИР ПРОДУКТ» КОНЦЕПЦИЯСЫНЫН АЛКАГЫНДА БИЗНЕС-ПЛАНДАШТЫРУУ

### 8.1. Киришүү

Ишкердик айыл жеринде жаңы жумуш орундарын түзүүгө, үй-бүлөлөрдүн кирешесин көбөйтүүгө жана жергиликтүү чийки затты кайра иштетүүгө мүмкүнчүлүк берет. Бул жергиликтүү экономиканын өнүгүшүнө жардам берип, эмгек миграциясын азайтат.

Көптөгөн айылдык коомдоштуктарда адамдар чарбалык ишти жеке көмөкчү чарба түрүндө жүргүзүшөт. Бирок расмий каттоосу жок болсо, продукцияны рынокто сатуу, каржылоо алуу жана колдоо программаларына катышуу кыйын болот.

Кыргызстанда ишкердик ишмердүүлүктү ар кандай формада жүргүзүүгө болот. Мисалы: жеке ишкер, фермердик чарба, кооператив же жоопкерчилиги чектелген коом катары. Тандалган форма салыктарга, ишкердин жоопкерчилигине жана мамлекеттик колдоо программаларына жетүүгө таасир этет.

Бизнестин туруктуу өнүгүшү үчүн өндүрүштү жана сатууну туура уюштуруу маанилүү. Туруктуу бизнес — бул дайыма киреше алып келген, ресурстарды натыйжалуу пайдаланган жана продукциянын сапатын туруктуу камсыз кылган иш.

**«Бир Айыл Бир Продукт» (БАБП)** концепциясы белгилүү бир коомдоштуктун ресурстарына негизделген атаандаштыкка жөндөмдүү жергиликтүү продукттарды өнүктүрүүгө багытталган. Негизги идея — өзгөчөлүгү бар жана рынокто жакшы сатыла турган бир же бир нече продуктту өндүрүүгө көңүл топтоо.

БАБП алкагындагы ишкердик жеке бизнести гана өнүктүрбөстөн, айылдын экономикасын да бекемдөөгө жардам берет. Бул үчүн жергиликтүү чийки затты колдонуу, продукциянын сапатын камсыз кылуу жана сатуу рынокторун кеңейтүү маанилүү.

Бизнести өнүктүрүүнүн негизги инструменттеринин бири — бизнес-пландаштыруу. Бизнес-план ресурстарды баалоого, чыгымдар менен кирешелерди эсептөөгө, сатуу рыногун аныктоого жана бизнести өнүктүрүүнү пландаштырууга жардам берет.

Бул бөлүмдүн максаты — БАБП продукциясын өнүктүрүүдө жана айыл аймактарынын туруктуу өнүгүшүндө ишкердик менен бизнес-пландаштыруунун маанисин көрсөтүү.

### 8.2. Ишкердиктин негиздери, бизнести жүргүзүүнүн укуктук маселелери, салык салуу жана ишкердин жоопкерчилиги

#### Ишкер деген ким

Ишкер — бул киреше табуу максатында өз алдынча иш жүргүзгөн адам же уюм. Ишкер чечим кабыл алат, ишти уюштурат жана өз ишинин жыйынтыгы үчүн жооп берет.

Ишкердик ишмердүүлүк товар өндүрүү, кызмат көрсөтүү же ар кандай иштерди аткаруу менен байланыштуу болушу мүмкүн. Ишкер иш багытын өзү тандайт, ишти пландайт жана кардарларды же сатып алуучуларды издейт.

Бир жолку товар сатуу же кокусунан түшкөн киреше ишкердик болуп эсептелбейт. Бизнес деген туруктуу ишти, алдын ала пландаштырууну жана туруктуу кирешеге умтулууну билдирет.



Ишкер өз иши үчүн жоопкерчилик да тартат. Бул мыйзам талаптарын сактоону, бизнести каттоону, салык милдеттенмелерин аткарууну жана белгиленген эрежелердин алкагында иштөөнү камтыйт.

Ишкердикти өнүктүрүү экономикада маанилүү роль ойнойт. Ишкерлер жумуш орундарын түзөт, товарлар менен кызматтарды сунуштайт, рынокту өнүктүрөт жана экономикалык өсүшкө салым кошот.

### Ишкердин ролун түшүнүүнү өз алдынча баалоо үчүн практикалык инструмент

Критерий	Ооба	Жарым-жартылай	Жок
Мен ишкердик бир жолку сатуу эмес, туруктуу иш экенин түшүнөм	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен каржылык жыйынтык жана милдеттенмелер үчүн жоопкерчиликти түшүнөм</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен өз ишимди расмий каттоого даярмын</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен сапат жана коопсуздук стандарттарын сактоонун зарылдыгын түшүнөм</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен колдо болгон чийки затка гана эмес, рыноктун муктаждыгына да багыт алам</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен БАБП алкагында айылдын брендин түзүүдөгү өз ролумду түшүнөм</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

«Ишкердин ролун түшүнүүнү өз алдынча баалоо» таблицасын толтуруунун жыйынтыгы ишкердик ролду канчалык түшүнгөнүн жана ишкердик жүргүзүүгө даярдыгын баалоого жардам берет. «Жарым-жартылай» же «Жок» деген жооптор бизнести уюштуруу, рынок менен иштөө жана мыйзам талаптарын сактоо маселелерин тереңирээк үйрөнүү керек экенин көрсөтөт.

Ишкердин ролун түшүнүү айыл жеринде туруктуу бизнести өнүктүрүүнүн маанилүү негизи болуп саналат. «**Бир Айыл Бир Продукт**» демилгесинин алкагында ишкерлер аймактын экономикалык өнүгүүсүнүн негизин түзүп, кошумча нарк жаратууга жана жергиликтүү продуктту рынокко алып чыгууга катышат.

Кийинки кадам — ишкердикти ийгиликтүү жүргүзүүгө жардам берген сапаттарды жана көндүмдөрдү карап чыгуу.

### Ийгиликтүү ишкердин негизги сапаттары

Бизнес жүргүзүү үчүн билим гана эмес, жеке сапаттар да маанилүү. Ишкер демилгелүү, жоопкерчиликтүү жана чечим кабыл алууга даяр болушу керек.

Көп учурда ишкер бир эле учурда бир нече милдетти аткарат: ишти пландайт, каржыны башкарат, кардарлар жана өнөктөштөр менен иштейт. Ошондуктан убакытты туура уюштура билүү жана ишти көзөмөлдөө маанилүү.

Ийгиликтүү ишкер рынокту да түшүнүүгө аракет кылат. Адамдарга кандай товар же кызмат керек экенин жана сапатка кандай талаптар коюларын билиши керек.

Башкалар менен кызматташуу да маанилүү сапат болуп саналат. Биргелешип иштөө тажрыйба алмашууга, жаңы мүмкүнчүлүктөрдү табууга жана бизнести өнүктүрүүгө жардам берет.



## Ишкердик сапаттарды өз алдынча баалоо үчүн практикалык инструмент

Сапат	Ооба	Жарым-жартылай	Жок
Мен өз ишимдин жыйынтыгы үчүн жоопкерчилик алууга даярмын	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен өндүрүштү жана сатууну пландай алам</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен бизнестеги мүмкүн болгон тобокелдиктерди эске алам</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен киреше менен чыгашаны эсепке алам</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен макулдашууларды жана мөөнөттөрдү сактайм</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен жаңы технологияларды киргизүүгө жана өндүрүштү жакшыртууга даярмын</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Мен башка өндүрүүчүлөр менен кызматташып иштей алам</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Бул таблицанын жыйынтыгын талдоо ишкердин күчтүү жактарын жана дагы өнүктүрүүнү талап кылган багыттарды аныктоого жардам берет. Башкаруу көндүмдөрүн, каржылык сабаттуулукту жана кызматташуу жөндөмүн өнүктүрүү бизнестин туруктуулугун жана атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатат.

Ишкердик көндүмдөрдү калыптандыруу жергиликтүү экономиканы өнүктүрүүгө жана айыл аймактарынын продукттарын илгерилетүүгө багытталган демилгелерди ийгиликтүү ишке ашыруунун маанилүү шарты болуп саналат.

Кийинки бөлүмчө айыл жеринде ишкердикти өнүктүрүү мүмкүнчүлүктөрүнө арналат.

### Айыл жериндеги ишкердик мүмкүнчүлүктөрү

Кыргызстандын айыл аймактарында бизнестин өнүктүрүү үчүн жакшы мүмкүнчүлүктөр бар. Бул жерде жаратылыш ресурстары, айыл чарба чийки заты, ошондой эле жергиликтүү тургундардын салттуу билими жана көндүмдөрү бар.

Айыл жеринде ишкердиктин ар кандай түрлөрүн өнүктүрүүгө болот. Мисалы: айыл чарба продукциясын кайра иштетүү, тамак-аш өндүрүү, кол өнөрчүлүк жана калкка ар кандай кызмат көрсөтүү.

Көптөгөн аймактарда сүт, мөмө-жемиш, жаңгак, бал жана башка азыктар өндүрүлөт. Эгер аларды жөн гана чийки зат катары сатса, киреше аз болот. Ал эми кайра иштетүү жогорку наркы бар жана узак сакталуучу даяр продукт чыгарууга мүмкүндүк берет.

Айыл жеринде кол өнөрчүлүк да кеңири өнүккөн. Кийизден, жүндөн, жыгачтан жана башка табигый материалдардан жасалган буюмдар салттуу маданияттын бир бөлүгү болуп саналат жана суроо-талапка ээ.

Биргелешип иштөө да жакшы мүмкүнчүлүк берет. Ишкерлер бириккенде жабдууларды чогуу пайдаланып, чыгымдарды бөлүшүп жана рынокко жеңилерээк чыга алышат.

Бизнестин пландаштырууда айыл жеринин өзгөчөлүктөрүн эске алуу керек: сезондуулук, аба ырайы, чийки затты сактоо жана продукцияны ташуу.

Бүгүнкү күндө жаңы сатуу мүмкүнчүлүктөрү да пайда болууда. Социалдык тармактар жана онлайн-платформалар ар кайсы аймактардан сатып алуучуларды табууга жардам берет.



Мындан тышкары, ишкердикти өнүктүрүүгө мамлекеттик жана эл аралык программалар да колдоо көрсөтөт.

Демек, айыл жери ишкердикти өнүктүрүү жана жаңы киреше булактарын түзүү үчүн чоң мүмкүнчүлүккө ээ.

**Айылда ишкердиктин мүмкүнчүлүктөрүн талдоо үчүн практикалык инструмент**

Багыт	Потенциал бар	Өнүктүрүүнү талап кылат	Жок
Чийки зат базасынын болушу	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Продукцияны кайра иштетүү мүмкүнчүлүгү	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Салттуу кол өнөрчүлүктүн болушу	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Башка өндүрүүчүлөр менен кооперация мүмкүнчүлүгү	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Сатуу рынокторуна жетүү мүмкүнчүлүгү	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Жабдуулар жана жайлардын болушу	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Жергиликтүү продукт түзүү мүмкүнчүлүгү	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Аймактын потенциалын баалоо ишкердикти өнүктүрүүнүн келечектүү багыттарын аныктоого жана бизнес-демилгелерди ишке ашыруу үчүн керектүү шарттарды табууга жардам берет. Мындай талдоо өз аймагынын мүмкүнчүлүктөрүн так баалоого жана бизнести андан ары өнүктүрүү жолдорун аныктоого шарт түзөт.

**Ишкердиктин укуктук маселелери. Бизнести жүргүзүүнүн формалары**

Кыргыз Республикасында уюмдук-укуктук форманы тандоо иштин укуктук чегин, жоопкерчиликти бөлүштүрүүнү, эсеп жүргүзүү тартибин, келишим түзүү мүмкүнчүлүгүн жана каржылоого жетүүнү аныктайт. Айылдык өндүрүштөр үчүн бул тандоо практикалык мааниге ээ, анткени көпчүлүк демилгелер чакан көлөмдөн жана расмий эмес иштен башталып, кийин туруктуу өндүрүшкө жана үзгүлтүксүз жеткирүүгө өтөт. Рынокко чыгуу этабында бизнес формасы башкаруунун куралына айланат: келишимдин тарабы ким экени, милдеттенмелер үчүн ким жооп берери, киреше менен чыгаша кантип катталаары жана катышуучулардын ролдору кандай бөлүштүрүлөрү так аныкталат.

Айыл аймактарында көбүнчө административдик жүк аз болгон, бирок сатып алуучулар жана өнөктөштөр менен иштөөдө укуктук тактыкты камсыз кылган формалар колдонулат. Эң кеңири тараган форма — жеке ишкер. Ал үй-бүлөлүк өндүрүшкө жана чакан цехке ылайыктуу, каттоо тартиби түшүнүктүү жана татаал корпоративдик түзүлүштү талап кылбайт. Ошол эле учурда жеке ишкер бардык милдеттенмелери үчүн өзүнө тиешелүү мүлк менен жооп берет жана эсеп жүргүзүү менен тиешелүү талаптарды сактоо үчүн жеке жоопкерчилик тартат.

Эгер өндүрүш бир нече адамдын биргелешкен катышуусу менен түзүлсө, анда жамааттык форма колдонулат. Өндүрүштүк кооператив катышуучулар бирге эмгектенип, ресурстарды бириктирип, продукция чыгарып, жабдууларды чогуу колдонуп жана жыйынтыкты бөлүштүргөндө ылайыктуу. Бул форма кооперацияны мыйзамдаштырууга жардам берет, бирок башкаруу, мүчөлүк, кирешени бөлүштүрүү жана жоопкерчилик боюнча эрежелер алдын ала так макулдашылышы керек. Эгер бул



эрежелер бекитилбесе, кийин чыр-чатактар чыгып, өсүшкө тоскоолдук жаралышы мүмкүн.

Жоопкерчилиги чектелген коом (ЖЧК) өнөктөштөрдү тартуу, бир нече багытты өнүктүрүү, сатуу аймагын кеңейтүү жана жеткирүүчүлөр менен соода түйүндөрү менен мамилелерди формалдаштыруу үчүн ылайыктуу. ЖЧКда катышуучулардын жоопкерчилиги, эреже боюнча, алардын үлүшү менен чектелет. Ошол эле учурда мындай форма көбүрөөк тартиптүү документ жүргүзүүнү, эсепке алууну жана башкарууну талап кылат. Айылдагы чакан өндүрүш үчүн бул административдик жүктү жана ага даярдыкты алдын ала баалоону талап кылат.

Айыл өндүрүшүн өнүктүрүүнүн практикалык логикасында уюмдук-укуктук форманы ишкананын «жетилүү деңгээлинин алкагы» катары кароо туура. Эгер демилге чакан үй-бүлөлүк өндүрүш менен гана чектелсе жана активдерди чогуу башкаруу пландалбаса, жеке ишкер формасы жетиштүү болушу мүмкүн. Эгер жабдууларга чогуу ээлик кылуу, сапат үчүн биргелешкен жоопкерчилик жана биргелешкен сатуу каралса, анда бул жамааттык башкарууну юридикалык жактан чагылдырган форма керек. Ал эми максат — өндүрүштү кеңейтүү, тышкы өнөктөштөрдү тартуу жана туруктуу сатуу моделин түзүү болсо, анда юридикалык жак формасы ылайыктуураак болот.

Төмөндө айыл шартында бизнес формасын тандоодо колдонууга боло турган салыштырма негиз берилген.

### Бизнести жүргүзүү формаларын салыштыруу

Бизнес формасы	Кыскача мүнөздөмө
<b>Жеке ишкер (ЖИ)</b>	Баштоо оңой, жеке жоопкерчилик бар, үй-бүлөлүк жана жеке өндүрүшкө ылайыктуу
<b>Кооператив (айыл чарба же өндүрүштүк)</b>	Эмгектин жана ресурстардын жамааттык моделин чагылдырат, башкаруу жана мүчөлүк эрежелерин так талап кылат
<b>Жоопкерчилиги чектелген коом (ЖЧК)</b>	Өнөктөштүккө, кеңейтүүгө жана келишимдик ишке ылайыктуу, формалдуу башкарууну жана эсепти талап кылат

Тандалган форма туруктуулук милдеттери менен байланышта болушу керек: келишим түзүү мүмкүнчүлүгү, продукциянын келип чыгышын документ менен тастыктоо, контрагенттердин төлөм тартибине болгон талаптарын аткаруу жана өндүрүш циклинин алдын ала белгилүү болушу. Бул факторлор сапатты сактоого, өздүк наркты башкарууга жана жеткирүү үзгүлтүгүнүн тобокелдигин азайтууга түздөн-түз байланыштуу.

### Бизнести каттоо

Кыргыз Республикасында ишкердик ишмердүүлүктү мамлекеттик каттоо — мыйзамдуу бизнес жүргүзүүнүн жана экономикалык мамилелерге толук катышуунун милдеттүү шарты. Айылдык өндүрүүчүлөр үчүн каттоо расмий түрдө жеткирүү келишимдерин түзүүгө, накталай эмес төлөмдөр менен иштөөгө, банктык эсеп ачууга, мамлекеттик жана эл аралык колдоо программаларына катышууга жана жалданма эмгекти мыйзамдуу жол-жобо менен пайдаланууга мүмкүндүк берет. Ишкердин расмий статусу сатып алуучулардын, соода уюмдарынын жана каржы институттарынын ишенимин да арттырат.

Бизнести каттоо ишкерди мамлекеттик эсепке алуу жана жөнгө салуу системасына киргизет. Каттоодон өткөндөн кийин ишкер чарбалык иш жүргүзүүгө, каржылык операцияларды аткарууга жана белгиленген тартипте салык милдеттерин



аткарууга укук алат. Бул бизнестин ачыктыгын камсыз кылып, ишкананын туруктуу өнүгүшүнө шарт түзөт.

Кыргыз Республикасында бизнестин каттоо тартиби тандалган уюмдук-укуктук формага жараша болот. Практикада эң кеңири тараган формалар: жеке ишкер, жоопкерчилиги чектелген коом жана өндүрүштүк кооператив. Ар биринин өз каттоо тартиби жана укуктук жөнгө салуу өзгөчөлүгү бар.

### Бизнес формаларын каттоо кайсы жерде жүргүзүлөт

Бизнес формасы	Каттоочу орган
Жеке ишкер (ЖИ)	Кыргыз Республикасынын Мамлекеттик салык кызматы
Кооператив (айыл чарба же өндүрүштүк)	Кыргыз Республикасынын Юстиция министрлиги
Жоопкерчилиги чектелген коом (ЖЧК)	Кыргыз Республикасынын Юстиция министрлиги

Жеке ишкерлерди каттоо Мамлекеттик салык кызматынын аймактык органдарында жүргүзүлөт. Арыз тапшыргандан кийин ишкер салыктык каттоого коюлуп, мыйзамдуу иш жүргүзүүгө укук алат.

Юридикалык жактарды, анын ичинде жоопкерчилиги чектелген коомдорду жана өндүрүштүк кооперативдерди каттоо Юстиция органдары аркылуу «бирдиктүү терезе» принциби менен жүргүзүлөт. Мамлекеттик каттоодон кийин ишкана тууралуу маалымат салык органдарына жана статистика органдарына берилет.

Акыркы жылдары Кыргызстанда электрондук мамлекеттик кызматтар активдүү өнүгүүдө. Айрым жол-жоболор мамлекеттик санарип кызматтар аркылуу, анын ичинде «Түндүк» ведомстволор аралык электрондук өз ара аракеттенүү системасы аркылуу жүргүзүлөт. Бул система мамлекеттик маалымат базаларын бириктирип, жарандарга жана ишкерлерге ар кандай кызматтарды электрондук форматта алууга мүмкүнчүлүк берет. Электрондук кызматтарды колдонуу документ даярдоого кеткен убакытты кыскартып, административдик тоскоолдуктарды азайтат.

Каттоого арыз берерден мурда ишкер бизнес формасын аныктап, иш багытын тандап жана керектүү документтерди даярдап алышы керек. Бул чечимдер андан аркы иштин уюштурулушуна, салык режимине жана башкаруу түзүмүнө таасир этет.

### Жеке ишкерди каттоонун негизги кадамдары

Кадам	Мазмуну
Иштин түрүн аныктоо	Бизнес багытын жана экономикалык иштин тиешелүү кодун тандоо
Документтерди даярдоо	Кыргыз Республикасынын жаранынын паспорту жана каттоо жөнүндө арыз
Арыз тапшыруу	Салык органына же калкты тейлөө борбору аркылуу кайрылуу
Салыктык каттоого коюу	Ишкерди салык кызматынын системасына каттоо
Салык режимин тандоо	Салык салуу системасын аныктоо
Банктык эсеп ачуу (зарыл болсо)	Сатып алуучулар менен накталай эмес эсептешүү үчүн

Жеке ишкерди каттоо адатта толук документтер тапшырылгандан кийин бир жумуш күнүн алат. Бул жол-жобо салыштырмалуу жөнөкөй жана олуттуу административдик чыгымдарды талап кылбайт. Ошондуктан жаңы баштаган ишкерлер үчүн бул форма эң жеткиликтүү болуп саналат.



Юридикалык жактарды каттоо көбүрөөк даярдыкты талап кылат, анткени уюштуруучу документтерди иштеп чыгуу жана башкаруу түзүмүн аныктоо керек.

### Юридикалык жакты каттоонун негизги этаптары

Кадам	Мазмуну
Уюштуруучу документтерди даярдоо	Уюмдун уставы, түзүү жөнүндө чечим, уюштуруучулар тууралуу маалымат
Юридикалык даректи аныктоо	Ишкананы каттоо дареги
Каттоого документ тапшыруу	Юстиция органдарына же КТБ аркылуу кайрылуу
Каттоо күбөлүгүн алуу	Маалыматтарды юридикалык жактардын мамлекеттик реестрине киргизүү
Салыктык каттоого коюу	Салык кызматында каттоо
Банктык эсеп ачуу	Каржылык эсептешүүлөрдү уюштуруу

Юридикалык жакты каттоо мөөнөтү, эреже боюнча, толук документтер болгондо бир нече жумуш күнүн түзөт.

Айрым иш түрлөрү үчүн кошумча уруксаттар же билдирмелер талап кылынышы мүмкүн. Айрыкча тамак-аш продукциясын кайра иштеткен ишканалар санитардык жана техникалык коопсуздук талаптарын сактоого милдеттүү. Бул санитардык-эпидемиологиялык корутунду алуу жана техникалык жөнгө салуу талаптарын аткарууну камтышы мүмкүн.

Айыл аймактарында көп кездешкен ката — сатуунун көлөмү көбөйгөнчө бизнести каттоону кийинкиге калтыруу. Баштапкы этапта айрым өндүрүүчүлөр ишкердикти расмий каттабай эле продукция сатышат. Бирок бизнес кеңейгенде документтерди бир убакта тариздөө, эсеп системасын кайра түзүү жана баа саясатын салык милдеттери менен ылайыкташтыруу зарыл болуп калат. Бул бизнестин өнүгүшүн кыйындатып, каржылык көйгөйлөрдү жаратышы мүмкүн.

Туруктуураак ыкма — ишкердикти баштапкы этапта эле каттоо. Бул ишкерге эсеп системасын акырындык менен түзүүгө, продукциянын өздүк наркын туура эсептөөгө жана өнөктөштөр менен сатып алуучулар менен туруктуу мамиле түзүүгө жардам берет.

Демек, бизнести мамлекеттик каттоо — туруктуу ишкердикти түзүүнүн маанилүү этабы. Ал ишкердин укуктук корголушун камсыз кылат, сатуу рынокторун кеңейтүүгө шарт түзөт жана чакан жана орто бизнести колдоо инструменттерин пайдаланууга мүмкүндүк берет.

### Салык салуу жана ишкердин жоопкерчилиги

Салык салуу — ишкердик ишмердүүлүктүн ажырагыс бөлүгү. Ал Кыргыз Республикасынын салык мыйзамдарына ылайык ишкер төлөөгө милдеттүү болгон төлөмдөр системасын билдирет. Чакан жана орто бизнес субъекттери үчүн салык режимин туура тандоо жана салык тартибин сактоо бизнестин туруктуулугу, каржылык агымдарды пландаштыруу жана мамлекеттик органдар менен иштөө үчүн абдан маанилүү.

Салык системасы каражат чогултуу милдетин гана аткарабастан, ачык ишкердик чөйрөнү түзүүдө да чоң роль ойнойт. Салыктык эсеп аркылуу мамлекет экономикалык иштин көлөмү, өндүрүш түзүмү жана товарлар менен кызматтардын жүгүртүүсү тууралуу маалымат алат. Ишкерлер үчүн бул каржылык пландаштырууга жана чарбалык операцияларды документтештирүүгө системалуу мамиле кылууну билдирет. Так жана



ачык салык тарыхы банктардын, өнөктөштөрдүн жана мамлекеттик колдоо институттарынын ишенимин жогорулатат.

Кыргыз Республикасында ишкерлер үчүн бир нече салык режими каралган. Уюмдук-укуктук формасына, иштин түрүнө жана жүгүртүү көлөмүнө жараша ишкер жалпы салык режимин же чакан ишкердик субъекттери үчүн атайын каралган жеңилдетилген режимдерди колдоно алат. Бул атайын режимдер чакан бизнеске административдик жүктү азайтуу үчүн киргизилген.

Салык системасынын маанилүү элементтеринин бири — бизнестин өзгөчөлүгүнө жараша салык режимин тандоо мүмкүнчүлүгү. Жаңы баштаган ишкерлер жана чакан өндүрүштөр үчүн жөнөкөйлөштүрүлгөн режимдер ашыкча бухгалтердик талаптарга туш болбой, бизнести өнүктүрүүгө көңүл бурууга мүмкүндүк берет. Ошол эле учурда ишкер салык режими ишкананын чыгым түзүмүнө таасир этерин жана ал болжолдонгон өндүрүш менен сатуу көлөмүнө шайкеш болушу керектигин түшүнүүгө тийиш.

Айыл жериндеги көптөгөн ишкерлер үчүн эң кеңири тараган форма — жеке ишкер катары иш жүргүзүү. Мындай учурда атайын салык режими — жүгүртүүдөн пайыз катары эсептелүүчү бирдиктүү салык колдонулушу мүмкүн. Бул ыкма эсепти жана отчеттуулукту жөнөкөйлөтөт, анткени салык чыныгы сатуу көлөмүнө жараша эсептелет.

Бирдиктүү салык айрыкча жергиликтүү рынокто иштеген чакан өндүрүүчүлөр жана кол өнөрчүлөр үчүн ыңгайлуу. Бул режим кирешелерди салыштырмалуу жөнөкөй эсепке алууга мүмкүндүк берет жана татаал бухгалтердик отчеттуулукту талап кылбайт. Ошол эле учурда ишкер салык кирешеден эмес, жүгүртүүдөн эсептелерин түшүнүшү керек. Ошондуктан продукциянын баасын туура белгилеп, сатуу планында салык жүгүн эске алуу маанилүү.

Бирдиктүү салыктын өлчөмү иштин түрүнө жана эсептешүү формасына жараша болот. Мисалы, соода жана айрым кызматтар боюнча накталай жана накталай эмес эсептешүүдө чендер ар башка болушу мүмкүн. Ошол эле учурда ишкер кирешелерди эсепке алып, отчетту өз убагында тапшырып жана салыктарды белгиленген мөөнөттө төлөп турушу керек.

#### **Эсептешүү формасына жараша бирдиктүү салыктын мисал чендери**

<b>Иштин түрү</b>	<b>Накталай эсептешүү</b>	<b>Накталай эмес эсептешүү</b>
<b>Продукция өндүрүү жана кайра иштетүү</b>	Жүгүртүүдөн 4 %	Жүгүртүүдөн 2 %
<b>Соода ишмердүүлүгү</b>	Жүгүртүүдөн 6 %	Жүгүртүүдөн 4 %
<b>Кызмат көрсөтүү</b>	Жүгүртүүдөн 6 %	Жүгүртүүдөн 4 %

Накталай эмес эсептешүүдө салык ченинин төмөн болушу — мамлекеттин ачык экономиканы өнүктүрүү жана накталай эмес төлөмдөрдү жайылтуу боюнча саясатынын бир куралы. Банк которуулары, төлөм терминалдары жана электрондук төлөм системалары каржылык операциялардын ачыктыгын жогорулатып, салык башкаруусун жеңилдетет.

Бул ишкерлер үчүн төмөнкүлөрдү билдирет: накталай эмес төлөмдөрдү колдонуу салык жүгүн азайтышы мүмкүн. Мындан тышкары, мындай эсептешүү өнөктөштөрдүн, соода тармактарынын жана жеткирүүчүлөрдүн ишенимин да жогорулатат, анткени операциялар банк системасында катталат.

Айылдык өндүрүүчүлөр үчүн накталай эмес төлөмдөр оптом сатып алуучулар, дүкөндөр жана коомдук тамактануу жайлары менен иштөөнү жеңилдетет. Көптөгөн уюмдар дал ушундай формада иштөөнү каалашат, анткени бул бухгалтердик эсепти жүргүзүүнү жана чыгымдарды тастыктоону жеңилдетет.



Белгилей кетүү керек, салыктын так чендери Кыргыз Республикасынын салык мыйзамдарына ылайык өзгөрүшү мүмкүн. Ошондуктан ишкерлерге Мамлекеттик салык кызматынын органдарынан же расмий мамлекеттик порталдардан учурдагы чендерди жана шарттарды тактап туруу сунушталат.

Жеке ишкерлерден тышкары айыл жеринде жоопкерчилиги чектелген коомдор жана кооперативдер сыяктуу юридикалык жактар да иш алып бара алышат. Алар үчүн киреше жана чыгашаларды эсепке алуу менен каржылык отчеттуулукту жүргүзүүнү талап кылган татаалыраак салык системасы колдонулат. Бирок мындай формалар бир нече катышуучунун ресурстарын бириктирүүгө жана ири өндүрүш долбоорлорун ишке ашырууга мүмкүндүк берет.

Айыл экономикасында кооперативдик форма өзгөчө маанилүү. Айыл чарба жана өндүрүш кооперативдери бир нече өндүрүүчүнүн ресурстарын бириктирип, продукцияны чогуу кайра иштетүүгө, жабдууларды биргелешип пайдаланууга жана ири рынокко чыгууга жардам берет. Мындай уюмдардын салык салуусу юридикалык жактар жөнүндө мыйзамдардын негизинде жүргүзүлөт. Бул каржылык отчеттуулукка жана башкарууга катуураак талаптарды коёт.

### Юридикалык жактар үчүн негизги салыктар

Салык	Кыскача түшүндүрмө
Пайда салыгы	Ишкананын чыгымдары алынгандан кийинки пайдасынан төлөнөт
Кошумча нарк салыгы (КНС)	Белгиленген жүгүртүүгө жеткенде же ыктыярдуу катталганда колдонулат
Кызматкерлерден кармалуучу киреше салыгы	Кызматкерлердин айлыгынан кармалып, мамлекетке өткөрүлөт
Социалдык төлөмдөр	Иш берүүчү кызматкерлер үчүн Социалдык фондго төлөйт
Бирдиктүү салык (атайын режим колдонулганда)	Айрым юридикалык жактарга иштин түрүнө жараша колдонулушу мүмкүн

Юридикалык жактар үчүн салык системасы татаалыраак, анткени ишкана бухгалтердик эсеп жүргүзүүгө, киреше-чыгашаларды каттоого жана бир нече салыктын түрү боюнча милдеттерди аткарууга тийиш. Мындай система каржыны уюшкандык менен башкарууну талап кылат, бирок ошол эле учурда инвестиция тартууга, мамлекеттик сатып алууларга катышууга жана ири соода өнөктөштөрү менен иштөөгө кошумча мүмкүнчүлүк берет.

### Бизнес формалары боюнча салык салуунун жалпы мүнөздөмөсү

Бизнес формасы	Салык салуунун негизги өзгөчөлүктөрү
Жеке ишкер (ЖИ)	Атайын салык режимдерин колдоно алат (мисалы, бирдиктүү салык). Эсеп жана отчет жөнөкөйлөштүрүлгөн. Салык жүгүртүүдөн же тандалган салык системасына жараша эсептелет.
Кооператив (айыл чарба же өндүрүштүк)	Юридикалык жак болуп саналат. Бухгалтердик эсеп жүргүзүүгө жана колдонуудагы салык мыйзамдарына ылайык салыктарды төлөөгө милдеттүү. Айыл чарба иши үчүн атайын салык режимдери колдонулушу мүмкүн.
Жоопкерчилиги чектелген коом (ЖЧК)	Юридикалык жак болуп эсептелет. Бухгалтердик эсеп жана каржылык отчет жүргүзүүгө милдеттүү. Салыктар колдонуудагы мыйзамдарга ылайык төлөнөт. Ири өнөктөштөр



менен иштөөгө, келишим түзүүгө жана бизнести кеңейтүүгө көбүрөөк ылайыктуу.

Бул таблица бизнести жүргүзүү формаларынын салык башкаруусу жана каржылык эсепке алуу талаптары жагынан негизги айырмачылыктарын көрсөтөт. Жаңы баштаган ишкерлер үчүн жеке форма жөнөкөйлөштүрүлгөн эсеп жана административдик талаптардын аздыгы менен ыңгайлуураак болушу мүмкүн. Бирок бизнес кеңейип, өнөктөштөр тартылганда юридикалык жак формасы ылайыктуураак болуп калат. Ал жоопкерчиликти бөлүштүрүүгө, ресурстарды бириктирүүгө жана ишти жамааттык башкарууга мүмкүндүк берет.

Салыктардан тышкары, ишкер мыйзамда каралган башка милдеттүү төлөмдөрдү да аткарууга тийиш. Аларга Социалдык фондго камсыздандыруу төгүмдөрү жана иштин түрүнө жараша башка төлөмдөр кириши мүмкүн. Мисалы, эгер ишкер жалданма эмгекти колдонсо, ал кызматкерлер үчүн тиешелүү социалдык төлөмдөрдү эсептеп жана которууга милдеттүү.

Социалдык төлөмдөр кызматкерлерди социалдык жактан коргоо системасында маанилүү роль ойнойт жана пенсиялык топтомдордун калыптанышына жардам берет. Бул ишкер үчүн мындай чыгымдарды эмгек акы фондун жана продукциянын өздүк наркын пландаштырганда эске алуу керек дегенди билдирет. Эмгек мамилелерин туура тариздөө эмгек талаштарынын жана административдик санкциялардын тобокелдигин да азайтат.

Ишкердин жоопкерчилиги тандалган уюмдук-укуктук формага жараша болот. Жеке ишкер өзүнүн бардык милдеттенмелери боюнча өзүнө тиешелүү болгон бардык мүлкү менен жооп берет. Демек, карыз же милдеттенме жаралса, ишкер алар үчүн өзү жеке жооп берет.

Мындай жоопкерчилик ишкерден каржылык чечимдерге жана тобокелдиктерди башкарууга өтө этият мамиле кылууну талап кылат. Ал келишимдердин шарттарын, алынган каражаттардын көлөмүн жана өнөктөштөр менен жеткирүүчүлөрдүн алдындагы мүмкүн болгон милдеттерди кылдат баалашы керек.

Жоопкерчилиги чектелген коом же кооператив сыяктуу юридикалык жактарда катышуучулардын жоопкерчилиги, эреже боюнча, алардын уставдык капиталга же пай фондусуна кошкон салымы менен чектелет. Ошол эле учурда уюмдун жетекчилери мыйзам талаптарын сактоого, бухгалтердик эсеп жүргүзүүгө жана салык милдеттенмелерин өз убагында аткарууга милдеттүү.

Мындан тышкары, юридикалык жактардын жетекчилери ишкананын ишин уюштуруу боюнча башкаруучулук жоопкерчилик да тартышат. Бул каржылык тартипти сактоону, салык мыйзамдарынын талаптарын аткарууну жана уюмдун ресурстарын пайдаланууну көзөмөлдөөнү камтыйт.

Салык мыйзамдарын бузуу ар кандай жоопкерчилик чараларына, анын ичинде айып пулдарга, туумдарга жана башка санкцияларга алып келиши мүмкүн. Ошондуктан ишкер салыктарды өз убагында төлөп, киреше менен чыгашаны эсепке алып жана мыйзам талаптарын так сакташы керек.

Каржылык санкциялардан тышкары, мыйзам талаптарын бузуу ишкананын ишин убактылуу токтотууга же мамлекеттик колдоо программаларына жетүүсүн чектөөгө да алып келиши мүмкүн. Узак мөөнөттүү өнүгүүгө багыт алган өндүрүүчүлөр үчүн мыйзам талаптарын сактоо ишкердик абройдун маанилүү бөлүгү болуп саналат.

Айылдык ишкерлер үчүн салык системасын туура түшүнүү каржылык пландаштыруунун жана бизнестин туруктуу өнүгүшүнүн маанилүү бөлүгү. Салыктар продукциянын өздүк наркын эсептегенде жана бааны түзгөндө сөзсүз эске алынышы



керек. Бул сатуудагы түшкөн акча милдеттүү төлөмдөрдү жабууга жетпей калган жагдайларды алдын алууга жардам берет.

Айрыкча айыл чарба чийки затын кайра иштетүүдө жана тамак-аш өндүрүүдө салык жүгүн эске алуу өтө маанилүү. Мындай иште чыгымдардын негизги бөлүгүн чийки зат, таңгак, ташуу жана сактоо түзүшү мүмкүн. Пландоо этабында салык милдеттенмелерин эске алуу ишкерге бизнестин кирешелүүлүгүн туура аныктоого жана анын туруктуулугун камсыз кылууга жардам берет.

Салыктардын ишкердиктин каржылык жыйынтыгына тийгизген таасирин түшүнүү үчүн жөнөкөйлөштүрүлгөн мисалды карап көрүүгө болот.

### Ишкер үчүн бирдиктүү салыктын эсептөө мисалы

Көрсөткүч	Мааниси
Продукцияны сатуудан түшкөн киреше	100 000 сом
<b>Бирдиктүү салыктын чени (накталай эсептешүү)</b>	4 %
<b>Салыктын суммасы</b>	4 000 сом
<b>Салык төлөнгөндөн кийинки калган сумма</b>	96 000 сом

Бул мисал салыктар продукциянын баасын түзүүдө жана кирешени пландаштырууда сөзсүз эске алынышы керек экенин көрсөтөт. Эгер ишкер салык милдеттенмелерин өздүк наркты жана акыркы бааны эсептегенде кошпосо, анда түшкөн акчанын бир бөлүгү милдеттүү төлөмдөрдү жабууга жетпей калышы мүмкүн.

Демек, салык салуу системасы жана ишкердин жоопкерчилиги туруктуу бизнес жүргүзүүнүн маанилүү бөлүгү болуп саналат. Салык тартибин сактоо ачык жана туруктуу ишкердик чөйрөнү калыптандырат, өнөктөштөрдүн ишенимин жогорулатат жана ишкананын узак мөөнөттүү өнүгүшүнө шарт түзөт. Жергиликтүү продукттарды өнүктүрүү жана айыл аймактарындагы экономикалык активдүүлүктү күчөтүү багытындагы демилгелердин алкагында жоопкерчиликтүү бизнес жүргүзүү жана салык мыйзамдарын сактоо жергиликтүү экономиканы бекемдөөнүн жана коомдоштуктардын туруктуу өнүгүшүнүн маанилүү факторлору болуп саналат.

### 8.3. Бизнес-идеяны түзүү жана баалоо: мүмкүнчүлүктөрдү издөө, уникалдуу сунушту иштеп чыгуу жана ишке ашыруу шарттарын талдоо

Бизнес-идеяны түзүү — бул бизнести баштоонун биринчи кадамы. Бул этапта ишкер эмне менен алектенерин, кандай продукт же кызмат сунуштарын жана кантип киреше табарын аныктайт.

Бизнес-идея — бул келечектеги бизнес жөнүндө жөнөкөй түшүнүк. Ал бир нече маанилүү суроолорго жооп берет:

- 💡 Эмне кылуу керек?
- 💡 Ким үчүн жасалат?
- 💡 Продукт же кызмат кайсы көйгөйдү чечет?
- 💡 Киреше кандай жол менен алынат?

Бизнес үчүн идея ар кандай жолдор менен пайда болушу мүмкүн: адамдардын муктаждыктарын байкоодон, жеке тажрыйбадан жана көндүмдөрдөн, жеткиликтүү ресурстардан же рыноктогу жаңы мүмкүнчүлүктөрдөн. Ийгиликтүү идея сөзсүз түрдө жаңы болушу шарт эмес. Көп учурда ал буга чейин бар болгон товар же кызматтын жакшыртылган түрү болушу мүмкүн.

Ишкердик идеялар ар түрдүү болушу мүмкүн. Алар товар өндүрүү, кызмат көрсөтүү, кол өнөрчүлүктү өнүктүрүү, туризм, мастерскаялар, билим берүү



долбоорлору же интернет аркылуу сатуу менен байланыштуу болушу мүмкүн. Айрым учурда ишкерлер бир нече багытты бириктирип иш алып барышат.

Жакшы бизнес-идея, адатта, үч негизги факторго негизделет: ишке ашыруу мүмкүнчүлүгү, ишкердин билими жана көндүмдөрү, ошондой эле рыноктогу суроо-талап.

Бизнес-идея этап-этабы менен калыптанат. Алгач ишкер ар кандай идеяларды издейт. Андан кийин эң ылайыктуусун тандайт. Кийинки этапта идеяны ишке ашыруу үчүн кандай ресурстар керек экенин жана ал киреше алып келерин баалайт. Мындай ыкма жөнөкөй идеядан реалдуу бизнес-долбоорго өтүүгө жардам берет.

### Практикалык инструмент 1. Бизнес-идеяларды түзүү

Байкоо же көйгөй	Мүмкүн болгон чечим	Потенциалдуу бизнес-идея
Айыл тургундары жаңы бышкан нан сатып алууда кыйналышат	Кичи нан бышыруучу жай уюштуруу	Нан жана нан азыктарын өндүрүү
Туристтер аймакка келишет, бирок жашоого жай жетишсиз	Конок үй уюштуруу	Айыл туризми
Айылда тиричилик техникасын оңдоочу кызмат жок	Мастерская ачуу	Тиричилик техникасын оңдоо
Онлайн сатуу популярдуу болуп жатат	Интернет аркылуу продукция сатуу	Онлайн дүкөн

### Практикалык инструмент 2. Ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү өзүн-өзү баалоо

Бизнес-идеяны тандоодон мурун өз ресурстарыңызды жана мүмкүнчүлүктөрүңүздү баалоо маанилүү.

Суроо	Жооп
Менде кандай билим жана көндүмдөр бар	
Бул тармакта тажрыйбам барбы	
Кандай ресурстарды колдоно алам	
Өнөктөштөр же жардамчылар барбы	
Кандай тобокелдиктер болушу мүмкүн	

### Практикалык инструмент 3. Рынокту алдын ала талдоо

Эң кызыктуу идея да рыноктун муктаждыктарына жооп бериши керек. Ошондуктан суроо-талапты жөнөкөй талдоо жүргүзүү маанилүү.

Суроо	Жооп
Потенциалдуу кардар ким	
Кардарлар кайда жайгашкан	
Ушуга окшош товарлар же кызматтар барбы	
Менин продуктум эмнеси менен айырмаланат	
Адамдар бул продукт үчүн төлөөгө даярбы	

#### Бизнес-идеяны талдоонун мисалы

**Бизнес-идея:** конок үй ачуу.

Талдоо көрсөткөндөй, бул аймакка туристтер көп келишет, бирок жайгашуу үчүн орундар жетишсиз. Ишкердин бир нече бош бөлмөсү бар үйү жана конокторду кабыл



алуу боюнча тажрыйбасы бар. Кичине инвестиция менен туристтер үчүн ыңгайлуу шарттарды түзүп, кошумча кызматтарды — тамак берүү, экскурсиялар жана мастер-класстарды сунуштоого болот.

Мындай шартта идеяны ишке ашырууга болот, эгерде бөлмөлөрдү оңдоо, кызматтарды интернет аркылуу жайылтуу жана туристтик уюмдар менен кызматташуу жүргүзүлсө.

### Практикалык тапшырма

Төмөнкү суроолорго жооп берип, өз бизнес-идеяңызды түзүүгө аракет кылыңыз.

#### Практикалык инструмент 4. Бизнес-идеяны түзүү

Суроо	Жооп
Кандай продукт же кызмат сунуштагым келет	
<b>Менин кардарым ким болот</b>	
<b>Кардардын кандай көйгөйүн чечем</b>	
<b>Менин продуктум башкалардан эмнеси менен айырмаланат</b>	
<b>Кандай ресурстар керек болот</b>	

Бизнес-идеяны түзүү ишкердик ишмердүүлүктүн маанилүү этабы болуп саналат. Бул этапта ишкер келечектеги бизнестин багытын аныктайт жана анын потенциалын баалайт. Идеяларды, ресурстарды жана рынокту талдоонун практикалык инструменттерин колдонуу эң келечектүү багытты тандап алууга жана бизнести баштоодо тобокелдиктерди азайтууга жардам берет.

#### Бизнес-идеялардын булактары

Бизнес-идеяны издөө — ишкерликтин биринчи кадамы. Бул этапта келечектеги бизнес үчүн ар кандай мүмкүнчүлүктөрдү карап чыгуу маанилүү. Көп учурда ийгиликтүү идеялар адамдардын муктаждыктарын байкай билүүдөн пайда болот.

Бизнес-идея көбүнчө айлана-чөйрөнү, адамдардын муктаждыктарын жана жеке мүмкүнчүлүктөрдү талдоонун негизинде пайда болот. Айланасындагы турмушту кылдат байкаган ишкерлер жаңы мүмкүнчүлүктөрдү тезирээк таба алышат.

- 💡 Негизги идея булактарынын бири — рыноктун муктаждыктары. Көптөгөн бизнес адамдар белгилүү товарларга же кызматтарга муктаж болгондуктан пайда болот. Мисалы, айрым айылдарда техника оңдоо, товар жеткирүү, билим берүү курстары, коомдук тамактануу же туристтик кызматтар жетишсиз болушу мүмкүн. Эгер ишкер мындай муктаждыкты байкаса, ал чечим сунуштап, бизнес түзө алат.
- 💡 Идеялардын дагы бир булагы — жеке билим жана көндүмдөр. Көптөгөн адамдар өз тажрыйбасына негизденип бизнес башташат. Мисалы, жакшы тамак жасай алган адам чакан өндүрүш же мастер-класс уюштура алат. Техника оңдоону билген адис мастерская ачса болот, ал эми мугалим окуу курстарын уюштура алат.
- 💡 Идеялардын булагы болуп салттуу кол өнөрчүлүк да кызмат кыла алат. Кийизден, жыгачтан, кездемеден жасалган буюмдар продукциянын сапатын жакшыртуу жана сатуу системасын түзгөн учурда ийгиликтүү бизнеске айланышы мүмкүн.



💡 Заманбап технологиялар да кошумча мүмкүнчүлүктөрдү түзөт. Интернет жана социалдык тармактар аркылуу ишкерлер товарларын жана кызматтарын сатууга, кардарларды табууга жана жаңы рынокторго чыгууга мүмкүнчүлүк алышат.

Ошентип, бизнес-идеялар ар кандай булактардан пайда болушу мүмкүн. Эң негизгиси — айлана-чөйрөнү байкап, мүмкүнчүлүктөрдү талдап, бизнес үчүн эң ылайыктуу багытты тандоо.

### Ишкердик ишмердүүлүктүн багыттарынын мисалдары

Багыт	Бизнес-идеянын мисалы
Тамак-аш өндүрүшү	сыр, нан азыктары, кургатылган жемиштер
Кол өнөрчүлүк өндүрүшү	кийиз буюмдары, сувенирлер
Кызмат көрсөтүү	техника оңдоо, тиричилик кызматтары
Туризм	конок үйлөр, экскурсиялар
Билим берүү кызматтары	мастер-класстар, окутуу
Онлайн-бизнес	интернет аркылуу продукция сатуу

### Практикалык инструмент 5. Көйгөйлөрдү жана муктаждыктарды талдоо

Бизнес-идеяларды табуунун натыйжалуу жолдорунун бири — адамдардын күнүмдүк көйгөйлөрүн талдоо. Эгер ишкер белгилүү бир көйгөйгө чечим сунуштай алса, бул ийгиликтүү бизнестин негизи болушу мүмкүн.

Байкалган көйгөй	Мүмкүн болгон чечим	Потенциалдуу бизнес-идея
Тургундарга тиричилик техникасын оңдоо кыйын	Мастерская уюштуруу	Техника оңдоо кызматы
Туристтер аймакка келишет, бирок жашай турган жай аз	Конкок үй ачуу	Айыл туризми
Адамдарга жаңы нан сатып алуу кыйын	Чакан нан бышыруучу жай ачуу	Нан жана токок өндүрүү
Балдар жана жаштар үчүн курстар жок	Окутуу сабактарын уюштуруу	Билим берүү борбору

### Практикалык инструмент 6. Жеке көндүмдөрдү талдоо

Ишкер өзүнүн билимин жана тажрыйбасын эске алышы керек. Кээде эң келечектүү бизнес-идеялар дал ушул жеке көндүмдөрдөн чыгат.

Көндүм же тажрыйба	Кайсы тармакта колдонсо болот	Мүмкүн болгон бизнес-идея
Тамак жасоо	Продукт өндүрүү	Кондитердик же нан бышыруучу жай
Кол өнөрчүлүк	Сувенир өндүрүү	Буюм жасоочу устакана
Техника оңдоо	Кызмат көрсөтүү	Оңдоо мастерскаясы
Окутуу	Билим берүү	Курстар же тренингдер

### Практикалык инструмент 7. Аймактын мүмкүнчүлүктөрүн талдоо

Идея табуу үчүн аймактын өзгөчөлүктөрүн талдоо пайдалуу. Ага чарбалык ишмердүүлүк, жаратылыш шарттары жана маданий салттар кирет.

Аймактын өзгөчөлүгү	Бизнес үчүн мүмкүнчүлүк	Потенциалдуу бизнес-идея
---------------------	-------------------------	--------------------------



Жаратылыш кооздугу	Туризмди өнүктүрүү	Экскурсиялык турлар
<b>Маданий салттар</b>	Мастер-класстар	Кол өнөрчүлүк борбору
<b>Туристтердин болушу</b>	Жайгаштыруу кызматы	Конок үй
<b>Айыл чарбанын өнүккөнү</b>	Продукцияны кайра иштетүү	Тамак-аш өндүрүшү

### Практикалык тапшырма

Өзүңүздүн айыл же районуңуз үчүн бир нече мүмкүн болгон бизнес-идеяны аныктап көрүңүз.

Төмөнкү суроолорго жооп бериңиз:

1. Сиздин айылда же райондо кайсы товарлар же кызматтарга суроо-талап бар?
2. Сизде же сиздин коомдоштуктун тургундарында кандай билим жана көндүмдөр бар?
3. Бизнес үчүн кайсы ресурстарды же мүмкүнчүлүктөрдү колдонсо болот?
4. Туристтерге же аймакка келген конокторго кайсы ишмердүүлүк кызыктуу болушу мүмкүн?

### Практикалык инструмент 8. Бизнес-идеялардын булактарын аныктоо

Мүмкүнчүлүк	Кандай ресурстар же көндүмдөр бар	Кандай бизнес-идея пайда болушу мүмкүн

### Бизнес-идеяны талдоонун мисалы

Айыл жеринин тургуну аймакка келген туристтер жергиликтүү ашкана менен улуттук тамактарды көп издей турганын байкаган. Айылда улуттук тамактарды жакшы жасай алган аялдар бар. Ушул байкоонун негизинде чакан үй-бүлөлүк бизнес түзүүгө болот — улуттук ашкана кафеси же туристтер үчүн гастрономиялык мастер-класстарды уюштуруу.

Бул мисал бизнес-идея кардарлардын муктаждыгын байкоо, көндүмдөрдүн болушу жана долбоорду ишке ашыруу мүмкүнчүлүктөрүнүн айкалышынан жараларын көрсөтөт.

Бизнес-идеялар ар кандай булактардан чыгышы мүмкүн: рыноктун муктаждыктары, кесиптик көндүмдөр, салттуу иш түрлөрү же жаңы технологиялык мүмкүнчүлүктөр. Ишкер канчалык көп багыттарды карап, айлана-чөйрөнү талдаса, келечектүү жана жашоого жөндөмдүү бизнес-идея табуу мүмкүнчүлүгү ошончолук жогору болот.

### Уникалдуу продуктту же сунушту аныктоо

Бизнес-идея пайда болгондон кийин, ишкер так кандай продукт же кызмат сунуштай турганын аныктоо маанилүү. Ал кардарга кандай пайда берерин жана анын сунушу рыноктогу башкалардан эмнеси менен айырмаланарын түшүнүшү керек. Идеянын өзү эле ийгиликке кепилдик бербейт — сунуш сатып алуучу үчүн пайдалуу жана кызыктуу болушу керек.



Бизнестин уникалдуулугу продукттун сапатында, кызматтын ыңгайлуулугунда, дизайнында, сатуу ыкмасында же кошумча кызматтарда болушу мүмкүн. Кээде буга чейин бар болгон товарды жакшыртуу же аны ыңгайлуураак жана жагымдуураак формада сунуштоо жетиштүү болот. Эң башкысы — кардар эмне үчүн дал ушул продуктту же кызматты тандашы керек экенин түшүнүшү зарыл.

### Практикалык инструмент 9. Уникалдуу сунушту аныктоо

Келечектеги бизнестин уникалдуулугун аныктоо үчүн ишкер төмөнкү негизги суроолорго жооп бериши сунушталат.

Суроо	Жооп
Кандай продукт же кызмат сунушталат	
<b>Негизги керектөөчү ким</b>	
<b>Продукт кардардын кайсы көйгөйүн чечет</b>	
<b>Бул продукт окшош сунуштардан эмнеси менен айырмаланат</b>	
<b>Кардар кандай артыкчылык алат</b>	
<b>Эмне үчүн кардар дал ушул продуктту тандашы керек</b>	

### Практикалык инструмент 10. Атаандаштарды талдоо

Сунуштун уникалдуулугун аныктоо үчүн рыноктогу бар сунуштарды изилдөө маанилүү. Мындай талдоо кайсы товарлар же кызматтар сунушталып жатканын жана аларды жакшыртуу же айырмалоо үчүн кандай мүмкүнчүлүктөр бар экенин түшүнүүгө жардам берет.

Продукт же кызмат	Ким сунуштайт	Күчтүү жактары	Эмнени жакшыртууга болот

### Талдоонун мисалы

Ишкер айыл жеринде конок үй ачууну пландап жатат. Талдоо көрсөткөндөй, бул аймакта буга чейин бир нече конок үй бар. Бирок алардын көбү конокторго жашоо кызматын гана сунуштайт.

Ушул талдоонун негизинде ишкер өз сунушун уникалдуураак кыла алат. Мисалы:

- улуттук тамактарды жасоо боюнча мастер-класстарды уюштуруу
- жаратылыш маршруттары боюнча экскурсия өткөрүү
- туристтерге салттуу айыл иштерине катышуу мүмкүнчүлүгүн сунуштоо
- жергиликтүү продукттардын дегустациясын уюштуруу

Мындай учурда бизнестин уникалдуулугу жөн гана жашоо шартында эмес, турист үчүн кеңири жана кызыктуу тажрыйба түзүүдө болот.

### Практикалык инструмент 11. Кардар үчүн баалуулукту талдоо

Бизнестин уникалдуулугу продукттун өзүндө гана эмес, кардар алган баалуулукта да аныкталат.

Продукттун мүнөздөмөсү	Кардар үчүн кандай баалуулук берет
Жогорку сапат	Ишеним жана туруктуулук



<b>Уникалдуу дизайн</b>	Эмоционалдык баалуулук
<b>Ыңгайлуу сервис</b>	Убакытты үнөмдөө
<b>Кошумча кызматтар</b>	Толугураак тажрыйба

### Практикалык тапшырма

Келечектеги бизнесиңиздин уникалдуулугун аныктап көрүңүз. Төмөнкү суроолорго жооп бериңиз:

- 1 Сиздин аймакта буга чейин кандай товарлар же кызматтар бар?
- 2 Сиздин продукт же кызмат алардан эмнеси менен айырмаланышы мүмкүн?
- 3 Кардарларга кандай кошумча артыкчылыктарды сунуштай аласыз?
- 4 Эмне үчүн кардарлар дал сиздин продуктту тандашы керек?

### Практикалык инструмент 12. Уникалдуу сунушту түзүү

Продукт же кызмат	Уникалдуулугу эмнеде	Кардар кандай артыкчылык алат

Уникалдуу продуктту же сунушту аныктоо бизнес-идеяны түзүүнүн маанилүү этабы болуп саналат. Дал ушул этапта ишкер анын бизнеси рынокто кандайча айырмаланарын жана кардарды кантип тартаарын аныктайт. Уникалдуулук продукциянын сапатында, өндүрүш ыкмасында, кызмат деңгээлинде, дизайнда же бир нече иш багыттарын айкалыштырууда көрүнүшү мүмкүн. Ишкер өзүнүн атаандаштык артыкчылыгын канчалык так түшүнсө, бизнестин ийгиликтүү өнүгүү мүмкүнчүлүгү ошончолук жогору болот.

#### Ресурстарды жана аймактын мүмкүнчүлүктөрүн талдоо

Ишкер бизнес-идеяны тандап алгандан кийин, бизнес кандай шартта өнүгө турганын баалоо маанилүү. Кандай ресурстар буга чейин бар жана дагы кайсылары керек болушу мүмкүн экенин түшүнүү зарыл. Мындай талдоо идеянын канчалык ишке ашуучу экенин аныктоого жардам берет.

Алгач негизги ресурстар бааланат: чийки зат, жабдуу, жайлар, шаймандар жана транспорт. Ошондой эле ишке катыша турган адамдардын билими, көндүмдөрү жана тажрыйбасы да эске алынат. Кээде бизнестин ийгилигинин негизги фактору дал ушул адамдык ресурстар болуп калат.

Мындан тышкары, аймактын шарттары да эсепке алынышы керек: жолдор, транспорт, рынокко жетүү, байланыш жана интернет. Бул факторлор бизнестин өнүгүшүнө жана сатуу мүмкүнчүлүгүнө түз таасир этет. Мындай талдоо идеяны ишке ашыруудагы мүмкүнчүлүктөрдү жана чектөөлөрдү көрүүгө жардам берет.

Ресурстар талданып бүткөндөн кийин кийинки этап — бизнес-идеянын жашоого жөндөмдүүлүгүн баалоо. Бул тандалган идея иш жүзүндө иштей алабы жана киреше алып келе алабы деген суроого жооп берет.

### Практикалык инструмент 13. Ресурстарды баштапкы талдоо

Биринчи кадам — бизнес-идеяны ишке ашырууда колдонула турган негизги ресурстарды баалоо.

<b>Ресурстун түрү</b>	<b>Бар же жок</b>	<b>Комментарий</b>
-----------------------	-------------------	--------------------



Адамдык ресурстар		
Жабдуу		
Жайлар		
Транспорт жана инфраструктура		
Рынокко жетүү мүмкүнчүлүгү		
Интернет жана санариптик мүмкүнчүлүктөр		

#### Практикалык инструмент 14. Аймактын ресурстарынын картасы

Тереңирээк талдоо үчүн аймактын ресурстарынын картасын түзүү сунушталат. Бул ар кандай бизнес түрлөрүн өнүктүрүү үчүн кандай потенциал бар экенин көрүүгө жардам берет.

Аймактын ресурсу	Азыр кантип колдонулууда	Бизнес үчүн мүмкүнчүлүк
Табигый ресурстар		
Тургундардын көндүмдөрү жана кесиптери		
Туристтик объекттер		
Маданий салттар		
Транспорттук жеткиликтүүлүк		

#### Ресурстарды талдоонун мисалы

Ишкер чакан конок үй ачууну карап жатат. Ресурстарды талдоо төмөнкүлөрдү көрсөттү:

- айылда конокторду жайгаштырууга ылайыкташтырууга боло турган бир нече үй бар
- жакын жерде популярдуу туристтик маршруттар өтөт
- жергиликтүү тургундар салттуу тамактарды жасай алышат
- экскурсиялар менен мастер-класстарды уюштурууга мүмкүнчүлүк бар

Ушундай талдоонун негизинде ишкер идеяны ишке ашыруу үчүн жайды ондоо, туристтик кызматтардын программасын иштеп чыгуу жана интернет аркылуу илгерилетүүнү жолго коюу керек экенин түшүнөт.

Бул мисал ийгиликтүү бизнес-идея көп учурда аймактагы бир нече ресурстун айкалышына негизделерин көрсөтөт.

#### Практикалык инструмент 15. Ресурстардын жеткиликтүүлүгүн баалоо

Негизги ресурстар аныкталгандан кийин, алардын кайсылары бар экенин жана кайсыларын кошумча табуу керек экенин түшүнүү маанилүү.

Ресурс	Азыр бар	Сатып алуу керек	Мүмкүн болгон булактар
Жабдуу			
Жай			
Транспорт			
Билим жана көндүмдөр			
Каржылоо			

#### Практикалык тапшырма



Өз бизнес-идеяңыз үчүн ресурстарды талдап көрүңүз. Төмөнкү суроолорго жооп бериңиз:

1. Идеяны ишке ашыруу үчүн кайсы ресурстар азыр бар?
2. Кайсы ресурстарды кошумча табуу керек?
3. Долбоорду ишке ашырууда кандай чектөөлөр болушу мүмкүн?
4. Бизнеси өнүктүрүү үчүн кандай мүмкүнчүлүктөрдү колдонсо болот?

### Практикалык инструмент 16. Долбоордун мүмкүнчүлүктөрүн талдоо

Суроо	Жооп
Кандай ресурстар азыр бар	
<b>Кандай ресурстарды табуу керек</b>	
<b>Аймак кандай мүмкүнчүлүктөрдү берет</b>	
<b>Кандай чектөөлөрдү эске алуу керек</b>	

Ресурстарды жана аймактын мүмкүнчүлүктөрүн талдоо ишкердик долбоорду даярдоонун маанилүү этабы болуп саналат. Ал ишкерге бизнес-идеяны ишке ашыруу үчүн реалдуу шарттарды аныктоого, жеткиликтүү ресурстарды табууга жана мүмкүн болгон чектөөлөргө алдын ала даярданууга жардам берет. Мындай талдоо канчалык кылдат жүргүзүлсө, бизнеси ийгиликтүү баштоо жана туруктуу өнүктүрүү мүмкүнчүлүгү ошончолук жогору болот.

### Бизнес-идеянын жашоого жөндөмдүүлүгүнүн критерийлери

Бизнес-идея тандалып алынгандан кийин, анын иш жүзүндө иштей алабы же жокпу түшүнүү маанилүү. Бул үчүн ишкер продукт же кызматка суроо-талап барбы жана аны ишке ашырууга мүмкүнчүлүк жетиштүүбү деп баалайт. Мындай талдоо тобокелдиктерди алдын ала көрүүгө жана негиздүү чечим кабыл алууга жардам берет.

Негизги критерийлердин бири — рыноктогу суроо-талап. Эгер адамдарга бул товар же кызмат керек болбосо, жакшы идея да ийгиликтүү болбойт. Ошондуктан потенциалдуу кардарлар барбы же жокпу түшүнүү зарыл. Бул үчүн адамдар менен сүйлөшүп, атаандаштардын сунуштарын карап жана рыноктогу бааларды изилдөөгө болот.

Экинчи маанилүү фактор — идеяны ишке ашыруу мүмкүнчүлүгү. Ишкер баштоо үчүн зарыл болгон билим, көндүм жана ресурстар барбы, ошону баалашы керек. Эгер бир нерсе жетишпесе, колдоо, окутуу, өнөктөш же каржылоо табууга болобу — ушуну түшүнүү маанилүү.

Ошондой эле экономикалык натыйжалуулукту баалоо зарыл. Бизнес бардык чыгымдарды жапкандан кийин киреше алып келиши керек. Чийки затка, жабдууга, ижарага, транспортко, эмгек акыга жана башка чыгымдарга кеткен каражат эске алынышы керек.

Мындан тышкары, бизнеси өнүктүрүү мүмкүнчүлүгүн да ойлонуу маанилүү. Айрым идеялар чакан көлөмдө гана киреше алып келиши мүмкүн, ал эми башкаларында өсүү жана кеңейүү мүмкүнчүлүгү болот.

Идеянын келечегин баалоону жеңилдетүү үчүн ишкерлер жөнөкөй талдоо инструменттерин, мисалы, бизнес-идеяны баалоо матрицасын колдоно алышат. Ал ар кандай факторлорду салыштырып, бизнеси баштоо боюнча чечим кабыл алууга жардам берет.



### Практикалык инструмент 17. Бизнес-идеяны баалоо матрицасы

Критерий	Баа	Комментарий
Рыноктогу суроо-талап		
<b>Ишке ашыруу мүмкүнчүлүгү</b>		
<b>Керектүү ресурстардын болушу</b>		
<b>Экономикалык пайдалуулук</b>		
<b>Өнүгүү потенциалы</b>		
<b>Атаандаштыктын деңгээли</b>		

Таблицаны толтурганда ишкер жөнөкөй шкаланы колдоно алат. Мисалы, 1ден 5ке чейин: 1 — төмөн деңгээл, 5 — жогорку деңгээл.

### Практикалык инструмент 18. Рынокту алдын ала талдоо

Бизнес баштоодон мурда потенциалдуу кардарларды жана атаандаштарды жөнөкөй талдоо пайдалуу.

Суроо	Жооп
Потенциалдуу кардар ким	
<b>Кардарлар кайда жайгашкан</b>	
<b>Окшош товарлар же кызматтар кандай бар</b>	
Сиздин сунуштун артыкчылыгы эмнеде	
<b>Окшош товарлар кандай баада сатылат</b>	

### Бизнес-идеяны талдоонун мисалы

Ишкер айыл жеринде чакан нан жана тооч өндүрүшүн уюштурууну карап жатат. Алдын ала талдоо көрсөткөндөй, айыл тургундары нан жана тоочту көп учурда коңшу айылдан сатып алышат. Бул мындай продукттарга суроо-талап бар экенин билдирет. Ишкерде нан бышыруу боюнча көндүмдөр жана өндүрүш үчүн ылайыктуу жай бар. Бизнеси баштоо үчүн чакан жабдуу сатып алып жана ингредиенттерди туруктуу алып туруу керек. Экономикалык эсеп көрсөткөндөй, суроо-талап туруктуу жана баа негиздүү болсо, продукция пайда алып келе алат. Мындай учурда бизнес-идеяны жашоого жөндөмдүү деп эсептөөгө болот.

### Практикалык инструмент 19. Бизнес-идеянын SWOT-талдоосу

SWOT-талдоо стратегиялык талдоонун эң кеңири тараган инструменттеринин бири. Ал ишкерге долбоордун күчтүү жана алсыз жактарын, ошондой эле тышкы мүмкүнчүлүктөр менен коркунучтарды аныктоого жардам берет.

<b>Күчтүү жактар</b>	<b>Алсыз жактар</b>
<b>Мүмкүнчүлүктөр</b>	<b>Коркунучтар</b>



- 💡 **Күчтүү жактарга** продукттун уникалдуулугу, тажрыйбанын болушу же ресурстардын жеткиликтүүлүгү кириши мүмкүн.
- 💡 **Алсыз жактар** тажрыйбанын жетишсиздиги, каржылык мүмкүнчүлүктөрдүн чектелиши же жабдуунун жоктугу менен байланыштуу болушу мүмкүн.
- 💡 **Мүмкүнчүлүктөр** — туризмдин өсүшү же айрым продукттарга суроо-талаптын көбөйүшү сыяктуу тышкы оң факторлор.
- 💡 **Коркунучтар** атаандаштык, чийки заттын баасынын өзгөрүшү же экономикалык тобокелдиктер менен байланыштуу болушу мүмкүн.

### Практикалык тапшырма

Өзүңүздүн бизнес-идеяңызды баалап көрүңүз. Төмөнкү суроолорго жооп бериңиз:

1. Сиздин продукт же кызматка туруктуу суроо-талап барбы?
2. Идеяны ишке ашырууга керектүү билим жана ресурстар сизде барбы?
3. Бизнес чыгымдарды жаап, пайда алып келе алабы?
4. Долбоорду ишке ашырууда кандай тобокелдиктер болушу мүмкүн?

### Практикалык инструмент 20. Бизнес-идеянын жашоого жөндөмдүүлүгүн өзүн-өзү баалоо

Суроо	Жооп
Продуктун негизги баалуулугу эмнеде	
Негизги кардар ким болот	
Кандай ресурстар азыр бар	
Кандай тобокелдиктерди эске алуу керек	

Бизнес-идеяны түзүү ишкердик ишмердүүлүктүн маанилүү этабы болуп саналат. Бул этапта ишкер идеяны издөөдөн тартып, аны алдын ала баалоого чейин жол басат. Идеялардын булактарын ырааттуу талдоо, уникалдуу сунушту аныктоо, ресурстарды изилдөө жана долбоордун жашоого жөндөмдүүлүгүн баалоо келечектеги бизнестин негизин түзүүгө жардам берет.

Бизнес-идеяларды түзүү жана талдоо боюнча системалуу мамиле ишкерлерге негиздүү чечим кабыл алууга, тобокелдиктерди азайтууга жана айыл аймактарында экономиканы өнүктүрүүгө жана жашоо сапатын жогорулатууга көмөкчү болгон туруктуу долбоорлорду түзүүгө жардам берет.

#### 8.4. Продуктун бизнес-моделин иштеп чыгуу жана Бизнес-Модель Canvas инструментин колдонуу

Ишкер бизнес-идеяны аныктап, уникалдуу сунушун тактап, аймактагы ресурстарды жана мүмкүнчүлүктөрдү баалагандан кийин, кийинки этап — **бизнес-модели түзүү** болуп саналат. Дал ушул этапта «жакшы көрүнгөн идея» акырындык менен **так уюштурулган иш схемасына** айланат. Башкача айтканда, негизги процесстер, ролдор, чыгымдар, киреше булактары жана бизнестин туруктуу иштөө шарттары алдын ала түшүнүктүү боло баштайт.

Бизнес-модель жөн гана жалпы ниетти эмес, бизнестин **кантип иштей турган логикасын** көрсөтөт. Ал төмөнкү суроолорго жооп берет: кардар үчүн баалуулук кантип түзүлөт, бул баалуулук сатып алуучуга кантип жеткирилет жана ишкана чыгымдарды



жаба турган, ресурстарды жаңыртууга жана өнүгүүгө жетиштүү акча агымын кантип камсыз кылат.

Бизнес-модель адатта үч негизги багыттын байланышын көрсөтөт:

- 💡 **Продуктук багыт** — кардар так эмне алат, анын практикалык пайдасы эмнеде, кардар кандай сапатты, туруктуулукту, кызматты же мөөнөттү күтөт.
- 💡 **Операциялык багыт** — продукцияны чыгаруу жана жеткирүү үчүн кандай аракеттер жана ресурстар керек, сатып алуу, өндүрүш, сактоо, логистика, сатуу, сапатты көзөмөлдөө жана документ жүргүзүү кантип уюштурулат.
- 💡 **Каржылык багыт** — өздүк нарк эмнеден түзүлөт, баа кантип коюлат, кайсы чыгымдар туруктуу жана кайсылары өзгөрмө, сезондуулук жана суроо-талаптын өзгөрүшү эске алынганда каржылык туруктуулук кантип сакталат.

Эгер ушул үч багыт бирге каралбаса, айыл жериндеги бизнес көп учурда бирдей көйгөйлөргө туш болот. Мисалы, продукт сатып алуучуларга жагат, бирок каржылык жактан өзүн актабайт. Же өндүрүш уюштурулат, бирок сатуу туруктуу болбой калат. Же сатуулар бар, бирок сапат менен мөөнөт дайыма бирдей сакталбай, даттануулар болуп, сатуу каналдары жоголот.

Айылдык ишкерлер үчүн бизнес-моделди иштеп чыгуу өзгөчө маанилүү. Себеби ресурстар көп учурда чектелүү болот, ал эми каталарга жол берүү коркунучу жогору. Чакан өндүрүүчү көп учурда башкаруудагы каталарды чоң көлөм же кошумча каражат менен жаап кете албайт. Эгер өздүк нарк туура эсептелбесе, чийки заттын сезондуулугу туура бааланбаса, сатуу каналы так түзүлбөсө же логистика боюнча резервдик план болбосо, бизнес тез эле шашылыш чечимдер менен иштеген абалга өтүп калат. Мындай учурда чыгым көбөйөт.

Ушундай шартта бизнес-модель башкаруудагы тобокелдиктерди алдын ала көрүүгө жардам берген инструмент болуп калат. Ал кайсы элементтер эрежелерде так жазылышы керек экенин көрсөтөт. Мисалы: сапат стандарттары, сатып алуу тартиби, өндүрүш графиги, сатуу үчүн керектүү документтер. Ошол эле учурда кайсы элементтерди кийинчерээк тактап өнүктүрүүгө болорун да түшүнүүгө жардам берет. Мисалы: ассортиментти кеңейтүү, жаңы рынокко чыгуу же өнөктөштүк мамилелерди өнүктүрүү.

Жергиликтүү продукттарды өнүктүрүү демилгелеринде, анын ичинде БАБП логикасында, бизнес-модель дагы бир маанилүү милдетти аткарат. Ал өндүрүш тобунун ичиндеги жана баалуулук түзүү чынжырындагы кызыкчылыктарды бир багытка келтирүүгө жардам берет. Ишкана чакан болсо да, ал көбүнчө башка катышуучуларга көз каранды болот: чийки зат жана таңгак жеткирүүчүлөргө, транспорт кызматына, соода түйүндөрүнө, ортомчуларга, онлайн-платформаларга же туристтик агымга. Бизнес-модель кайсы байланыштар бизнестин туруктуулугу үчүн эң маанилүү экенин көрсөтөт. Ошондой эле кайсы милдеттер алдын ала так жазылышы керек экенин аныктоого жардам берет: чийки заттын сапаты, жеткирүү графиги, төлөм шарттары. Эгер коркунуч жаралса, кайсы жерде кошумча вариант керек экенин да көрсөтөт. Мисалы: экинчи жеткирүүчү, таңгактын запасы же резервдик жеткирүү жолу.

Ишкердикти өнүктүрүү программаларынын практикасы көрсөткөндөй, бизнес-моделди түшүндүрүү жана жазып чыгуу үчүн **көрнөк-жарнак шаблондорду** колдонуу абдан ыңгайлуу. Алар бардык элементтердин байланышын бир караганда көрүүгө жана жалпы логиканы текшерүүгө жардам берет. Ушундай кеңири колдонулган инструменттердин бири — **Business Model Canvas**. Бул бизнес моделдин негизги элементтерин кыскача жазып чыгууга мүмкүнчүлүк берген жумушчу схема.

Методикалык колдонmodo Canvas инструментин бизнес-моделди талдоого кошумча курал катары пайдалануу сунушталат. Ал бизнестин негизги чечимдерин **бир баракка**



**чогултуп**, алсыз жактарды тез көрүүгө жардам берет. Мисалы, кымбат продукт пландалган, бирок аны сатып алууга даяр кардарлардын тобу аныкталган эмес. Же соода түйүндөрү аркылуу сатуу пландалган, бирок жеткирүү жана документ жүргүзүү тартиби так көрсөтүлгөн эмес.

Canvas стратегиялык башкарууда жана ишкердикте бизнес-моделди сүрөттөө жана түзүү үчүн колдонулган инструмент катары кеңири белгилүү. Анын маанилүү өзгөчөлүгү — ал бир эле жолу толтурулуп калбайт. Идея практикада текшерилген сайын, бизнес өнүккөн сайын, бул схема кайра-кайра такталып, жакшыртылып турат.

### **Практикалык инструмент 21. Бизнес-моделди сүрөттөө үчүн Canvas шаблону (алгачкы долбоорлоо үчүн)**

Төмөндө негизги шаблон берилет. Аны Canvas формасында да, кадимки текст түрүндө да толтурса болот: дептерде, файлда же долбоордун жумушчу журналында.

Бул шаблонду **эки этап менен** толтуруу сунушталат:

- биринчи жолу — азыркы мүмкүнчүлүктөргө таянып
- экинчи жолу — 6–12 айдан кийинки максаттуу абалды эске алып



## 8. Негизги өнөктөштөр

*Жеткирүүчүлөр, кооперациялык өнөктөштөр, логистика, соода түйүндөрү, онлайн-платформалар, туристтик операторлор, төлөм кызматтары*

## 7. Негизги иш түрлөрү

*Өндүрүш / кызмат көрсөтүү, сапатты көзөмөлдөө, сатып алуулар, таңгактоо, логистика, сатуу, илгерилетүү, эсеп жүргүзүү*

## 6. Негизги ресурстар

*Чийки зат / материалдар, жабдуу, жай, кызматкерлер, компетенциялар, таңгактоо, санариптик инструменттер, жүгүртүү каражаттары*

## 2. Кардарлар сегменти

*Продукт же кызмат ким үчүн чыгарылат; кардарлардын кайсы топтору чындап жеткиликтүү (жергиликтүү сатып алуучулар, туристтер, соода түйүндөрү, онлайн-кардарлар, корпоративдик заказдар)*

## 4. Кардарлар менен мамиле

*Сатып алуучуларды кантип сактап калуу; дооматтар кантип каралат; кардардын кайра сатып алышы кантип камсыз кылынат*

## 3. Сатуу каналдары

*Кардар продукт тууралуу кантип билет жана кайдан сатып алат; жеткирүү / өзү алып кетүү кантип уюштурулган; сатуу үчүн кандай документтер талап кылынат*

## 1. Баалуулук сунушу

*Кардар кандай так пайда алат; сунуш эмнеси менен айырмаланат; сапаттын жана кызмат көрсөтүүнүн кайсы параметрлери милдеттүү болуп саналат*

## 9. Чыгымдардын түзүмү

*Өзгөрмө жана туруктуу чыгымдар; негизги чыгым беренелери; сезондук өзгөрүүлөр; сапатты камсыз кылууга жана талаптарды сактоого кеткен чыгымдар*

## 5. Киреше агымдары

*Кардар эмне үчүн жана кантип төлөйт; бир жолку жана туруктуу сатуулар; кошумча киреше булактары (топтомдор, дегустациялар, мастер-класстар, экскурсиялар)*



### Canvas бизнес-моделинин толтурулушунун мисалы (продукт үчүн)

**Продукт:** кургатылган өрүк (нөлдөн башталган чакан үй-бүлөлүк бизнес мисалы). Ишкер үй-бүлөлүк чарбанын негизинде кургатылган өрүк өндүрүүнү баштоону пландап жатат деп элестетели. Өндүрүш айыл жеринде жергиликтүү чийки затты колдонуу менен уюштурулат. Баштапкы этапта ишкер айына болжол менен **500 кг жаңы өрүктү** кайра иштетүүнү пландаштырууда. Орточо эсеп менен **4–5 кг жаңы өрүктөн 1 кг кургатылган продукт** алынат. Демек, **500 кг чийки заттан болжол менен 110–120 кг даяр продукция** чыгарууга болот. Эгер продукция **200 граммдык таңгактарга** салынса, айына болжол менен **550–600 таңгак** даярдалат.

Келечектеги бизнестин түзүмүн түшүнүү үчүн ишкерге өндүрүш көлөмүн, чыгымдарды жана мүмкүн болгон кирешени алдын ала жөнөкөй эсептеп чыгуу пайдалуу. Мындай эсептөөлөр долбоордун экономикасын түшүнүүгө жана Canvas бизнес-моделин толтурууга даярданууга жардам берет.

### Баштапкы өндүрүш көлөмүн эсептөөнүн мисалы

Көрсөткүч	Мааниси
Жаңы өрүктүн көлөмү	500 кг
Кургатуу коэффициенти	4–5 кг чийки зат = 1 кг продукт
Кургатылган өрүктүн чыгышы	110–120 кг
Таңгак форматы	200 г
Таңгактардын саны	550–600 таңгак

### Болжолдуу чыгымдардын мисалы

Чыгымдардын беренеси	Болжолдуу сумма (сом)
Чийки зат сатып алуу (500 кг өрүк)	20 000
Таңгак (600 пакет)	3 600
Кургатууга электр энергиясы	2 000
Транспорт жана жеткирүү	1 500
Башка чыгымдар	2 000
Жалпы чыгымдар	≈ 29 000

### Мүмкүн болгон кирешенин мисалы

Көрсөткүч	Мааниси
Таңгактардын саны	600
Бир таңгактын орточо баасы	90–100 сом
Эсептөө үчүн орточо баа	95 сом
Болжолдуу киреше	≈ 57 000 сом

### Эсептелген пайдасынын мисалы

Көрсөткүч	Мааниси
Киреше	57 000 сом
Жалпы чыгымдар	29 000 сом
Болжолдуу пайда	≈ 28 000 сом

Негизги эсептөөлөр жүргүзүлгөндөн кийин ишкер **Canvas бизнес-моделин** толтурууга өтө алат. Бул моделде келечектеги бизнестин бардык негизги элементтери — продукт, кардарлар, сатуу каналдары, ресурстар, өнөктөштөр, чыгымдар жана кирешелер — **бирдиктүү логикалык схемага** бириктирилип көрсөтүлөт.



<p><b>8. Негизги өнөктөштөр</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Баткен облусунун фермерлери (өрүк жеткирүүчүлөрү);</li> <li>– Таңгактоо материалдарын жеткирүүчүлөр;</li> <li>– Жергиликтүү продукция дүкөндөрү;</li> <li>– Транспорт кызматтары;</li> <li>– Этикетканы жана таңгактын дизайнын иштеп чыгуу үчүн дизайнер.</li> </ul>	<p><b>7. Негизги иш-аракеттер</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Жергиликтүү фермерлерден чийки зат сатып алуу;</li> <li>– Өрүктү сорттоо жана даярдоо;</li> <li>– Кургатуу (2–3 күн);</li> <li>– Сапатты көзөмөлдөө;</li> <li>– Таңгактоо;</li> <li>– Продукцияны маркировкалоо;</li> <li>– Сактоо;</li> <li>– Ар түрдүү сатуу каналдары аркылуу жеткирүү жана сатуу</li> </ul>	<p><b>2. Кардарлар сегменттери</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Баткен облусуна келген туристтер;</li> <li>– Жергиликтүү продукция саткан чакан дүкөндөр;</li> <li>– Кафелер жана конок үйлөр;</li> <li>– Онлайн-заказдар аркылуу Кыргызстандын шаарларындагы сатып алуучулар.</li> </ul> <p>Потенциалдуу сатуу көлөмү — айына болжол менен <b>600 таңгак</b>.</p>	<p><b>4. Кардарлар менен мамиле</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Жарманкелерде жана базарларда дегустациялар;</li> <li>– Сатып алуучулар менен түз байланыш;</li> <li>– Социалдык тармактар аркылуу жаңы продукция партиялары тууралуу маалымат берүү;</li> <li>– Туруктуу кардарлар үчүн арзандатуулар;</li> <li>– Белек топтомдоруна алдын ала заказ берүү мүмкүнчүлүгү.</li> </ul>	<p><b>1. Баалуулук сунушу</b></p> <p>Баткен облусунда өндүрүлгөн табигый кургатылган өрүк — кантсыз жана консервантсыз. Продукт жергиликтүү өрүк сортторунан даярдалып, көзөмөлдөнгөн кургатуу процессинен өтөт жана туруктуу сапатка ээ. 200 г жана 500 г таңгактагы ыңгайлуу фасовка продуктуну күнүмдүк колдонууга да, ошондой эле регионалдык продукциялардан турган белек топтомдоруна да ылайыктуу кылат.</p>
	<p><b>6. Негизги ресурстар</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Жергиликтүү фермерлерден алынган жаңы өрүк (айына болжол менен <b>500 кг</b>);</li> <li>– Чакан кургатуу жабдуусу же кургатуу шкафтары;</li> <li>– Кургатуу жана сактоо үчүн жай;</li> <li>– Таңгак материалдары (600 пакет);</li> <li>– Электрондук тараздар;</li> <li>– Продукцияны жеткирүү үчүн транспорт;</li> <li>– Жүгүртүү каражаттары — болжол менен <b>30 000 сом</b>.</li> </ul>		<p><b>3. Сатуу каналдары</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Баткен шаарынын борбордук базарында жана айылдык жарманкелерде сатуу (болжол менен <b>40%</b>);</li> <li>– Жергиликтүү продукция саткан <b>3–4 дүкөнгө</b> жеткирүү (болжол менен <b>30%</b>);</li> <li>– Социалдык тармактар жана мессенджерлер аркылуу сатуу (WhatsApp, Instagram) — <b>20%</b>;</li> <li>– Туристтерге жана регионалдык иш-чараларда сатуу — <b>10%</b>.</li> </ul>	
<p><b>9. Чыгымдардын түзүмү</b></p> <p>Чийки зат сатып алуу — болжол менен <b>20 000 сом</b>; таңгак — болжол менен <b>3 600 сом</b>; кургатууга электр энергиясы — болжол менен <b>2 000 сом</b>; транспорт — болжол менен <b>1 500 сом</b>; башка чыгымдар — болжол менен <b>2 000 сом</b>. Жалпы айлык чыгымдар болжол менен <b>29 000 сомду</b> түзөт.</p>		<p><b>5. Киреше агымдары</b></p> <p>Негизги киреше кургатылган өрүктүн таңгакталган продукциясын сатуу аркылуу түзүлөт. 200 г таңгактын орточо баасы — <b>95 сом</b>. Айына <b>600 таңгак</b> сатылган учурда болжолдуу айлык киреше <b>57 000 сомду</b> түзөт. Кошумча киреше белек топтомдорун сатуу жана дүкөндөр үчүн оптом заказдар аркылуу түшүшү мүмкүн.</p>		



--	--



### Бизнес-моделдин түшүндүрмөсү (интерпретациясы)

Бул мисалда көрсөтүлгөн модель айыл шартында чакан үй-бүлөлүк бизнес кургатылган өрүктү өндүрүп жана сатуу ишин кантип уюштура аларын түшүндүрөт. Мында бизнес-моделдин негизги элементи — жергиликтүү чийки затты колдонуу жана продукцияны кайра иштетип, аны бир нече сатуу каналдары аркылуу сатуу болуп саналат.

Продуктун негизги баалуулугу анын табигыйлыгында, түшүнүктүү келип чыгышында жана тыкан таңгакталышында жатат. Көптөгөн сатып алуучулар үчүн жергиликтүү өндүрүштөн чыккан сапаттуу азык-түлүктү сатып алуу мүмкүнчүлүгү маанилүү фактор болуп эсептелет. Ошондуктан бул учурда баалуулук сунушу продукциянын сапаты, жергиликтүү келип чыгышы жана жеткиликтүү баанын айкалышына негизделет.

Модель ошондой эле чакан өндүрүш үчүн бир эле учурда бир нече сатуу каналдарын колдонуу маанилүү экенин көрсөтөт. Базарда сатуу продукцияны тез өткөрүүгө жардам берет, дүкөндөр туруктуу сатууну камсыз кылат, ал эми социалдык тармактар аркылуу онлайн-сатуу башка шаарлардагы кардарларды тартууга мүмкүндүк берет. Мындай ыкма тобокелдиктерди азайтып, бизнестин туруктуулугун жогорулатат.

Бул жерде негизги ресурстар жана өнөктөштөр өзгөчө мааниге ээ. Мисалда өрүктү жеткирген фермерлер, жергиликтүү продукция дүкөндөрү жана таңгак материалдарын жеткирүүчүлөр маанилүү ролду ойнойт. Ишенимдүү өнөктөштөрдүн болушу өндүрүш менен сатуунун туруктуулугун камсыз кылууга жардам берет.

Чыгымдардын түзүмү ишкер эске алышы керек болгон негизги чыгымдарды көрсөтөт. Чыгымдардын эң чоң бөлүгүн чийки затты сатып алуу түзөт, ошондой эле таңгак жана продукцияны кайра иштетүүгө кеткен чыгымдар да маанилүү. Чыгымдардын түзүмүн түшүнүү ишкерге продукциянын баасын туура белгилөөгө жана бизнестин рентабелдүүлүгүн көзөмөлдөөгө мүмкүндүк берет.

Алдын ала эсептөөлөр көрсөткөндөй, айына болжол менен **600 таңгак продукция сатылган учурда** болжолдуу киреше **57 000 сомду** түзүшү мүмкүн. Эгер чыгымдар орто эсеп менен **29 000 сом** болсо, анда бизнес оң финансылык жыйынтык бере алат. Бул эсептөөлөр болжолдуу болсо да, алар ишкерге келечектеги бизнестин экономикалык логикасын түшүнүүгө жардам берет.

Ошентип, **Canvas бизнес-модели** келечектеги ишкананын жалпы көрүнүшүн көрсөтүүгө жардам берет: кардар ким, продукт кандай жол менен сатылат, өндүрүш үчүн кандай ресурстар керек жана киреше кандайча түзүлөт. Баштапкы ишкерлер үчүн бул инструмент бизнес-идеяны системалаштырууга жана бизнести андан ары өнүктүрүүгө даярданууга ыңгайлуу ыкма болуп саналат.

### Бизнес-моделди текшерүү үчүн чек-лист

Business Model Canvas толтурулгандан кийин ишкер өзүнүн моделин кыскача текшерип чыгышы пайдалуу. Мындай талдоо бизнестин негизги элементтери бири-бири менен шайкеш келерин жана тандалган идеянын ишке ашуу мүмкүнчүлүгү бар экенин текшерүүгө жардам берет. Эл аралык ишкердикти өнүктүрүү программаларында мындай чек-листтер бизнес-идеяны өз алдынча баалоонун жөнөкөй куралы катары колдонулат.

Биринчи кезекте ишкер продукт кардар үчүн чындап баалуубу же жокпу текшерилиши керек. Сапаттуу продукт да кардардын конкреттүү муктаждыгын чечпесе же башка сунуштардан айырмаланбаса, рынокто суроо-талапка ээ болбой калышы мүмкүн. Ошондуктан биринчи суроо кардарды жана продуктун баалуулугун түшүнүүгө байланыштуу.



Кийинки маанилүү аспект — өндүрүштү уюштуруунун реалдуулугу. Ишкер продукт өндүрүү же кызмат көрсөтүү үчүн керектүү ресурстар бар же жок экенин баалашы керек. Бул чийки зат жана жабдуу гана эмес, ошондой эле билим, тажрыйба, убакыт жана адам ресурстарын да камтыйт.

Үчүнчү маанилүү элемент — сатуу системасы. Жакшы продукт да сатып алуучуга кантип жетерин ишкер түшүнбөсө киреше алып келе албайт. Ошондуктан продукцияны сатуу каналдарын жана кардарлар менен иштөө ыкмаларын алдын ала аныктоо зарыл.

Ошондой эле ишкер бизнестин экономикалык туруктуулугун баалашы керек. Продуктун баасы негизги чыгымдарды жаап, бизнестин өнүктүрүүгө жетиштүү киреше алып келиши керек.

Акырында бизнестин өсүү потенциалын түшүнүү маанилүү. Айрым идеялар чакан көлөмдө гана киреше алып келиши мүмкүн, ал эми башкалары өндүрүш көлөмүн көбөйтүү, жаңы рынокторго чыгуу же ассортиментти кеңейтүү аркылуу өсө алат.

Алдын ала баалоо үчүн төмөнкү чек-листти колдонсо болот.

Текшерүү суроосу	Ооба	Жок	Комментарий
Мен өз продуктумдун негизги сатып алуучусу ким экенин түшүнөмбү?			
<b>Менин продукт же кызмат кардар үчүн баалуубу?</b>			
<b>Продуктту кайсы каналдар аркылуу сатарымды түшүнөмбү?</b>			
<b>Бизнестин баштоо үчүн ресурстар жетиштүүбү?</b>			
<b>Продуктун баасы негизги чыгымдарды жабабы?</b>			
<b>Келечекте өндүрүштү же сатууну көбөйтүү мүмкүнчүлүгү барбы?</b>			

Эгер ишкер бул суроолордун көбүнө ишенимдүү түрдө «ооба» деп жооп бере алса, анда бизнес-модель жетишерлик туруктуу деп эсептелип, андан ары өнүктүрүүгө негиз боло алат. Эгер айрым суроолор боюнча күмөн саноолор пайда болсо, Canvas моделине кайрылып, анын айрым элементтерин тактоо сунушталат.

Мындай чек-листти колдонуу ишкерге өзүнүн бизнес-идеясын сын көз менен баалоого жана долбоордун алсыз жактарын алдын ала аныктоого жардам берет. Бул бизнестин баштоо стадиясындагы тобокелдиктерди азайтып, ишкердик демилгесинин ийгиликтүү ишке ашуу мүмкүнчүлүгүн жогорулатат.

## 7.5. Өзүндүк нарк жана баа түзүү

Ишкер продуктту аныктап, рынокту изилдеп, максаттуу кардарды тандап жана илгерилетүү планын иштеп чыккандан кийин, кийинки маанилүү кадам — бизнестин финансылык пландаштыруусу болуп саналат. Финансылык башкаруунун негизинде продукцияны өндүрүүгө кеткен чыгымдарды түшүнүү жана бааны туура белгилөө жатат.

Көптөгөн жаңы ишкерлер продуктун баасын интуитивдүү белгилешет — атаандаштардын баасына же өздөрүнүн күткөн кирешесине таянышат. Бирок туруктуу бизнес системалуу ыкманы талап кылат. Ишкер продуктту өндүрүү чындыгында канча турарын жана иштин ар бир этабында кандай чыгымдар жараларын түшүнүшү керек. Финансылык пландаштыруунун негизин эки негизги көрсөткүч түзөт:

- **продукциянын өзүндүк наркы** — бир продуктту өндүрүү канча турат
- **сатуу баасы** — продукт сатып алуучуга кандай баада сатылат

Бул көрсөткүчтөрдү туура түшүнүү ишкерге төмөнкүдөй мүмкүнчүлүктөрдү берет:

- чыгымдарды көзөмөлдөө



- продукттун баасы боюнча туура чечим кабыл алуу
- кирешени пландаштыруу
- бизнести туруктуу өнүктүрүү

### **Чыгымдардын түрлөрү**

Ар бир бизнесе чыгымдар болот — бул продукцияны өндүрүү жана сатуу үчүн ишкер тарткан бардык чыгымдар.

Чыгымдар төмөнкүлөрдү камтышы мүмкүн:

- чийки зат жана материалда
- таңгак
- эмгек акы
- транспорт
- коммуналдык кызматтар
- ижара
- маркетинг

Чыгымдардын түзүмүн түшүнүү ишкерге финансылык чечимдерди так кабыл алууга жардам берет.

Чыгымдар бир нече негизги категорияга бөлүнөт.

### **Өзгөрмө жана туруктуу чыгымдар**

**Өзгөрмө чыгымдар** өндүрүш көлөмүнө жараша өзгөрөт. Өндүрүш канчалык көп болсо, мындай чыгымдар да ошончолук көбөйөт.

Мисалы:

- чийки зат
- таңгак
- өндүрүш үчүн электр энергиясы

**Туруктуу чыгымдар** өндүрүш көлөмүнө түздөн-түз байланыштуу эмес жана дайыма пайда болот.

Мисалы:

- жайды ижарага алуу
- интернет
- бухгалтердик кызматтар
- жабдуунун амортизациясы

### **Түз жана кыйыр чыгымдар**

**Түз чыгымдар** конкреттүү продуктту өндүрүүгө түз байланыштуу.

Мисалы:

- чийки зат
- таңгак
- өндүрүштөгү жумуш убактысы

**Кыйыр чыгымдар** бизнестин жалпы чыгымдары болуп саналат.

Мисалы:

- Транспорт
- Байланыш
- ижара

### **Чыгымдардын классификациясы**



Чыгымдын түрү	Сыпаттамасы	Мисал
Өзгөрмө	Өндүрүш көлөмүнө жараша өзгөрөт	чийки зат, таңгак
Туруктуу	Өндүрүш көлөмүнө көз каранды эмес	ижара, интернет
Түз	Продуктка түз байланыштуу	ингредиенттер, таңгак
Кыйыр	Бизнестин жалпы чыгымдары	транспорт, бухгалтерия

### Ишкерлер көп кетирген каталар

Ката	Натыйжа
Чийки зат гана эсепке алынат	өзүндүк нарк төмөн көрсөтүлөт
Таңгак эсепке алынбайт	кирешенин жоголушу
Транспорт чыгымдары эске алынбайт	баа туура эмес эсептелет
Өз эмгеги эсепке алынбайт	чыгымдар бааланбай калат

### Өзүндүк наркты эсептөө

**Өзүндүк нарк** — продукцияны өндүрүүгө кеткен бардык чыгымдардын суммасы. Ал бир продуктту өндүрүү үчүн канча каражат талап кылынарын көрсөтөт.

Өзүндүк нарк ишкерге жардам берет:

- продукттун минималдуу баасын аныктоого
- бизнестин кирешелүүлүгүн түшүнүүгө
- чыгымдарды көзөмөлдөөгө

### Өзүндүк наркты эсептөө формуласы

**Өзүндүк нарк = Жалпы чыгымдар ÷ өндүрүлгөн продукциянын саны**

### Өзүндүк наркты эсептөөнүн практикалык мисалы

Кургатылган өрүк өндүргөн чакан бизнес мисалын карап көрөлү. Ишкер 500 кг жаңы өрүк сатып алат.  
 Жаңы өрүктүн сезон учурундагы орточо баасы: 1 кг үчүн 40 сом  
 Чийки заттын жалпы наркы:  $500 \text{ кг} \times 40 \text{ сом} = 20\,000 \text{ сом}$   
 Кургатуу процессинен кийин 4–5 кг жаңы өрүктөн орто эсеп менен 1 кг кургатылган продукт алынат.  
 500 кг чийки заттан болжол менен: 110 кг кургатылган өрүк алынат. Продукция 200 г таңгактарга салынат.  
 110 кг продукциядан: 550 таңгак даярдалат.

### Чыгымдардын түзүмү

Чыгымдардын беренеси	Эсептөө	Сумма
Чийки зат (500 кг × 40 сом)	өрүк сатып алуу	20 000 сом
Таңгак (550 × 6 сом)	пакеттер жана этикеткалар	3 300 сом
Электр энергиясы	кургатуу жана сактоо	2 000 сом
Транспорт	чийки затты жана продукцияны жеткирүү	1 500 сом
Башка чыгымдар	майда чыгымдар	1 200 сом

Жалпы чыгымдар:  $20\,000 + 3\,300 + 2\,000 + 1\,500 + 1\,200 = 28\,000 \text{ сом}$

### Өзүндүк наркты эсептөө

Өндүрүлгөн продукция: **550 таңгак**



Бир таңгактын өзүндүк наркы:  $28\,000 \div 550 = \approx 51$  сом  
 Демек, кургатылган өрүктүн бир таңгактын өзүндүк наркы болжол менен 51 сомду түзөт.

### Баа түзүү

Өзүндүк нарк эсептелгенден кийин ишкер продукттун сатуу баасын аныктай алат.

Баанын негизги талаптары:

- бардык чыгымдарды жабуу
- киреше алып келүү
- рынокто атаандаштыкка жөндөмдүү болуу

Бааны түзүүнүн бир нече негизги ыкмалары бар.

### Баа түзүүнүн негизги ыкмалары

Ыкма	Маңызы	Мисал
Чыгымга негизделген	баа = өзүндүк нарк + пайда	эң кеңири колдонулган ыкма
Рынокко негизделген	баа атаандаштардын баасына жараша белгиленет	атаандаштык күчтүү болгондо колдонулат
Баалуулукка негизделген	баа продукттун кардар үчүн баалуулугуна жараша	уникалдуу продукттар үчүн

### Баа түзүүнүн мисалы:

Бир таңгактын өзүндүк наркы: **51 сом**

Ишкер ага пайда кошо алат.

Мисалы: **40 сом пайда**

Сатуу баасы:  $51 + 40 = 91$  сом

Рынокко ылайык тегеректелген баа: **бир таңгак үчүн 90–100 сом**

### Пайданы эсептөө:

Сатылган продукция: **550 таңгак**

Баасы: **95 сом**

Түшкөн киреше:  $550 \times 95 = 52\,250$  сом

Чыгымдар: **28 000 сом**

Пайда:  $52\,250 - 28\,000 = 24\,250$  сом

### Практикалык сунуштар:

Бааны эсептөөдө ишкерге төмөнкүлөр сунушталат:

- алгач өзүндүк наркты так эсептөө
- бардык чыгымдарды эске алуу
- атаандаштардын бааларын изилдөө
- продукттун кардар үчүн баалуулугун эске алуу
- чыгымдардын түзүмүн мезгил-мезгили менен кайра карап туруу

### Ишкер үчүн чек-лист:

Продукттун баасын белгилөөдөн мурун төмөнкүлөрдү текшерүү пайдалуу:

- бардык чыгымдар эсепке алындыбы
- өзүндүк нарк эсептелдиби
- атаандаштардын баалары изилдендиби



- белгиленген баа пайда алып келеби
- баа рынокко ылайыктуубу

Туура эсептелген өзүндүк нарк жана негиздүү баа түзүү ишкерге туура финансылык чечимдерди кабыл алууга жана туруктуу бизнес-модель түзүүгө жардам берет.

## **7.6. Бизнесин финансылык пландаштырылышы жана туруктуулугун башкаруу**

Продукт иштелип чыккандан, максаттуу кардар аныкталгандан, сатуу каналдары тандалгандан жана өзүндүк нарк эсептелгенден кийин кийинки маанилүү этап — **бизнесин финансылык пландаштыруу** болуп саналат. Финансылык пландаштыруу ишкерге бизнес канчалык кирешелүү болушу мүмкүн экенин, кандай чыгымдарды эске алуу керектигин жана туруктуу иштөө үчүн канча көлөмдө продукция сатуу зарыл экенин түшүнүүгө жардам берет. Башкача айтканда, бул инструмент бизнес-идеяны конкреттүү финансылык көрсөткүчтөргө айлантат: канча продукция сатылышы керек, өндүрүш үчүн канча каражат талап кылынат жана кандай натыйжаларды күтүүгө болот.

Финансылык пландаштыруу айрыкча бизнестин баштапкы этаптарында маанилүү. Көпчүлүк ишкерлер ишти өндүрүш көлөмүнө же болжолдуу суроо-талапка карап башташат. Бирок финансылык эсептөөлөр болбосо, бизнестин реалдуу экономикасын түшүнүү кыйын. Продукт суроо-талапка ээ болсо да, чыгымдар кирешеден ашып кетсе же акча каражаттары үзгүлтүк менен түшсө, бизнес кыйынчылыктарга туш болушу мүмкүн.

Кичине бизнес болсо да, финансылык абалды дайыма көзөмөлдөп туруу талап кылынат. Кирешелер менен чыгымдардын келечектеги көлөмүн түшүнбөсө, ишкер башкаруучулук чечимдерди кабыл алууда кыйынчылыкка туш болот. Мисалы, ишкер өндүрүштү көбөйтүп жиберип, бирок чийки затка, таңгакка жана жеткирүүгө кеткен чыгымдарды алдын ала эсептебесе, акча каражаттары жетишпей калышы мүмкүн.

Ошондой эле финансылык пландаштыруу мүмкүн болгон тобокелдиктерди алдын ала көрүүгө жардам берет. Мисалы, сатуу убактылуу азайып кетсе же чийки зат кымбаттаса, ишкер алдын ала каржылык резерв түзүп же өндүрүш көлөмүн тууралап алат. Ошентип, финансылык пландаштыруу **бизнесин туруктуулугун башкаруунун маанилүү инструменти** болуп эсептелет.

Финансылык пландаштыруу ишкерге төмөнкүлөрдү аткарууга жардам берет:

- кирешелер менен чыгымдарды болжолдоо
- бизнестин кирешелүүлүгүн баалоо
- сатуу көлөмүн пландаштыруу
- чыгымдарды жабуу үчүн канча продукция сатуу керек экенин түшүнүү
- бизнестин кеңейтүү боюнча чечимдерди кабыл алуу

Бул пункттардын ар бири бизнестин башкаруу менен түздөн-түз байланыштуу. Мисалы, кирешени болжолдоо чийки затты сатып алууну жана өндүрүштү пландаштырууга жардам берет, ал эми сатуу көлөмүн эсептөө реалдуу максаттарды коюуга мүмкүндүк берет.

### **Кирешелер жана чыгымдар планы**

Кирешелер жана чыгымдар планы — бул жөнөкөй финансылык инструмент. Ал бизнес канча каражат табууну пландап жатканын жана ишти жүргүзүү үчүн канча каражат талап кылынарын көрсөтөт. Башкача айтканда, бул план бизнестин



финансылык моделин чагылдырып, киреше кандайча түзүлөрүн түшүнүүгө жардам берет.

Бул инструмент айрыкча пландаштыруу этабында пайдалуу. Ал ишкерге иш учурунда кандай чыгымдар пайда болорун алдын ала баалоого жана аларды күтүлгөн кирешелер менен салыштырууга мүмкүндүк берет. Ошонун негизинде бизнес киреше алып келеби же жокпу жана ар кандай сатуу көлөмүндө канчалык туруктуу боло алаарын түшүнүүгө болот.

Мисалы, ишкер айына **500 даана продукция өндүрүүнү** пландаса, кирешелер жана чыгымдар планы өндүрүшкө, таңгакка, ижарага жана транспортко кеткен чыгымдарды сатуу кирешеси жаап-жаппасын көрсөтөт.

Пландын негизги элементтери:

- сатуу кирешеси
- өзгөрмө чыгымдар
- туруктуу чыгымдар
- пайда

Бул төрт элемент ар бир бизнестин финансылык негизин түзөт.

**Кирешелер** — бул продукция же кызмат сатуу аркылуу бизнес алган бардык каражаттар. Киреше эки фактордон көз каранды: сатылган продукциянын саны, продуктун баасы. Мисалы, бир таңгактын баасы **95 сом**, ал эми айына **500 таңгак** сатылса, киреше:  $95 \times 500 = 47\,500$  сом

**Өзгөрмө чыгымдар** өндүрүш көлөмүнө жараша өзгөрөт. Мисалы: чийки зат, таңгак, транспорт, өндүрүш үчүн электр энергиясы. Өндүрүш көбөйсө, бул чыгымдар да көбөйөт.

**Туруктуу чыгымдар** сатуу көлөмүнө көз каранды эмес жана дайыма пайда болот. Мисалы: жайды ижарага алуу, коммуналдык кызматтар, кызматкерлердин эмгек акысы, интернет жана байланыш чыгымдары. Өндүрүш азайса да, бул чыгымдар сакталат.

**Пайда** — кирешелер менен чыгымдардын айырмасы. Эгер киреше чыгымдан көп болсо — бизнес **пайда табат**, эгер чыгым көп болсо — бизнес **зыянга иштейт**. Ошондуктан ишкер финансылык көрсөткүчтөрдү дайыма талдап турушу керек.

#### Кирешелер жана чыгымдар планынын мисалы

Көрсөткүч	Мисал
Кирешелер	52 250 сом
<b>Өзгөрмө чыгымдар</b>	28 000 сом
<b>Туруктуу чыгымдар</b>	12 000 сом
<b>Жалпы чыгымдар</b>	40 000 сом
<b>Пайда</b>	12 250 сом

Мындай таблица ишкерге финансылык жыйынтыктын түзүмүн көрүүгө жардам берет. Мисалы, бул жерде жалпы чыгымдар 40 000 сомду, ал эми кирешелер 52 250 сомду түзөт. Бул 12 250 сом пайда бар экенин билдирет. Бул бизнестин натыйжалуулугун баалоонун жөнөкөй жолу.

#### Практикалык сунуштар

Финансылык башкарууну натыйжалуу жүргүзүү үчүн төмөнкүлөр сунушталат:

- кирешелер менен чыгымдарды күн сайын же жума сайын эсепке алуу
- финансылык жыйынтыктарды айына кеминде бир жолу талдоо
- жеке каражат менен бизнес каражаттарын бөлүп жүргүзүү



- бардык финансылык жазууларды сактоо
- Мындай эсеп жүргүзүү ишкерге бизнестин финансылык абалын жакшыраак түшүнүүгө жардам берет.

### Сатуулар божомолу (сатуу болжолу)

**Сатуу болжолу** — бул келечекте бизнес канча көлөмдө продукция сата аларын алдын ала баалоо. Бул көрсөткүч финансылык пландаштыруунун негизин түзөт, анткени бизнестин кирешеси негизинен сатуу көлөмүнө жараша болот.

Сатуу болжолу ишкерге өндүрүштү жана чийки затты сатып алууну пландаштырууга жардам берет. Мисалы, ишкер айрым айларда сатуу көбөйөт деп күтсө, ал керектүү ресурстарды алдын ала даярдап, өндүрүш көлөмүн көбөйтө алат.

Бул инструмент ишкерге төмөнкүлөрдү аткарууга жардам берет:

- өндүрүштү пландаштыруу
- чийки затты сатып алууну эсептөө
- кирешени болжолдоо
- акча каражаттарынын агымын пландаштыруу

Мындан тышкары, сатуу болжолу маркетинг иш-аракеттеринин натыйжалуулугун баалоого да жардам берет. Мисалы, жарнамалык кампаниядан кийин сатуу көбөйсө, бул маркетинг инструменттери натыйжалуу иштеп жатканын көрсөтөт.

Сатуу көлөмүнө ар кандай факторлор таасир этиши мүмкүн:

- сезондуулук
- продуктка болгон суроо-талап
- маркетинг активдүүлүгү
- сатуу каналдарынын саны
- атаандаштык

Мисалы, кургатылган өрүк өндүргөн бизнесте сатуу туристтик сезон учурунда же майрам мезгилдеринде көбөйүшү мүмкүн. Мындай учурларда азык-түлүккө жана белек катары колдонулуучу продукцияларга болгон суроо-талап адатта өсөт.

### Сатуу болжолунун мисалы

Ай	Сатуу (таңгак)	Баа (сом)	Киреше (сом)
Январь	400	95	38 000
Февраль	420	95	39 900
Март	450	95	42 750
Апрель	500	95	47 500
Май	520	95	49 400

Мындай болжол ишкерге мүмкүн болгон кирешенин көлөмүн алдын ала түшүнүүгө жана финансылык ишмердүүлүктү пландаштырууга жардам берет.

### Болжол (прогноз) түзүү боюнча сунуштар:

Сатуу болжолун түзүүдө төмөнкү факторлорду эске алуу сунушталат:

- рыноктогу сезондуулук
- мурунку сатуу көрсөткүчтөрү
- маркетинг иш-чаралары
- сатуу каналдарынын кеңейиши

Ошондой эле рыноктогу реалдуу абалга жараша пландарды тууралап туруу үчүн сатуу болжолун мезгил-мезгили менен кайра карап чыгуу пайдалуу.



### Зыянсыздык чекити (Break-even)

**Зыянсыздык чекити** — бул бизнес бардык чыгымдарын жапкан минималдуу сатуу көлөмүн көрсөтөт. Бул көрсөткүч ишкер үчүн маанилүү багыт берүүчү болуп саналат, анткени ал бизнес пайда таба башташы үчүн канча көлөмдө продукция сатылышы керек экенин көрсөтөт.

Бул учурда кирешелер чыгымдарга тең болот. Бул чекитте ишкер пайда албайт, бирок зыян да тартпайт. Бардык чыгымдар кирешенин эсебинен жабылат.

Эгер сатуу бул деңгээлден төмөн болсо — бизнес зыянга иштейт. Эгер сатуу бул деңгээлден жогору болсо — пайда пайда боло баштайт.

Зыянсыздык чекитин түшүнүү ишкерге бааны белгилөө, өндүрүш көлөмүн пландаштыруу жана маркетинг аракеттерин туура аныктоо боюнча чечимдерди кабыл алууга жардам берет.

### Зыянсыздык чекитинин формуласы:

$$\text{Зыянсыздык чекити} = \text{Туруктуу чыгымдар} / (\text{Баа} - \text{өзгөрмө чыгымдар})$$

Бул формула бардык чыгымдарды жабуу үчүн канча даана продукция сатуу керек экенин көрсөтөт.

### Эсептөөнүн мисалы:

Продуктун баасы: **95 сом**

Өзгөрмө чыгымдар: **51 сом**

Маржа: **95 – 51 = 44 сом**

Туруктуу чыгымдар: **12 000 сом**

Эсептөө: **12 000 ÷ 44 = 273 таңгак**

Бул бардык чыгымдарды жабуу үчүн **273 таңгак сатуу керек** дегенди билдирет.

### Зыянсыздык чекитин эсептөө

Көрсөткүч	Маани
Баасы	95 сом
<b>Өзгөрмө чыгымдар</b>	51 сом
<b>Маржа</b>	44 сом
<b>Туруктуу чыгымдар</b>	12 000 сом
<b>Зыянсыздык чекити</b>	273 таңгак

Бул көрсөткүч ишкерге сатуу боюнча реалдуу максаттарды коюуга жана бизнестин финансылык жыйынтыктарын көзөмөлдөөгө жардам берет.

### Акча каражаттарынын кыймыл планы (Cash Flow)

Акча каражаттарынын кыймыл планы бизнестеги акчанын кыймылын көрсөтөт — канча каражат келип түшөт жана канчасы чыгымдалат. Кирешелер жана чыгымдар планы бизнестин кирешелүүлүгүн көрсөтсө, **Cash Flow** бизнесте чыныгы канча акча бар экенин көрсөтөт. Бул инструмент ишкерге ар бир учурда бизнестин карамагында канча акча бар экенин түшүнүүгө жардам берет.

Пайда менен акчанын болушу бир эле нерсе эмес экенин түшүнүү маанилүү. Эсеп боюнча бизнес кирешелүү болушу мүмкүн, бирок ошол эле учурда акча жетишпей калышы ыктымал. Мындай жагдай, мисалы, продукция сатылып бүткөн, бирок сатып



алуучулар төлөмдү ишкер чийки затка, эмгек акыга же башка чыгымдарга төлөшү керек болгон убактан кечирээк жүргүзгөндө жаралат.

Ошондуктан **Cash Flow** ишкерге бизнестин эсептеги кирешелүүлүгүн гана эмес, анын реалдуу финансылык абалын да көрүүгө жардам берет.

Акча каражаттарынын кыймыл планы ишкерге төмөнкүлөргө жардам берет:

- 💡 Учурдагы иш үчүн акча жетиштүүбү же жокпу түшүнүүгө
- 💡 Акча жетишпей калышы мүмкүн болгон мезгилдерди алдын ала көрүүгө
- 💡 Чийки зат сатып алууну жана чыгымдарды төлөөнү пландаштырууга
- 💡 Бизнестин финансылык туруктуулугун көзөмөлдөөгө
- 💡 Кошумча каржылоону тартуу керекпи же жокпу чечүүгө

### Эмне үчүн пайда менен акча бир эле нерсе эмес?

Ишкердик практикада эки көрсөткүчтү айырмалоо маанилүү: **пайда** жана **акча каражаттарынын кыймылы**. Пайда бизнестин эсеп боюнча финансылык жыйынтыгын көрсөтөт, ал эми **Cash Flow** чыныгы акчанын бар-жогун көрсөтөт.

Кээде бизнес пайда көрсөтүшү мүмкүн, бирок учурдагы чыгымдарды төлөө үчүн акча жетишпей калышы мүмкүн.

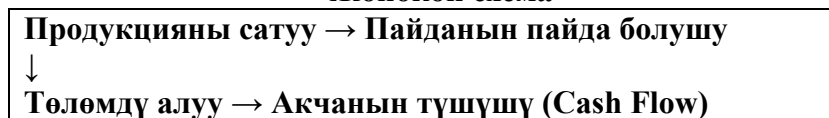
Муну төмөнкүдөй түшүндүрсө болот:

Көрсөткүч	Эмнени көрсөтөт	Мисал
Пайда	Эсеп боюнча кирешелер менен чыгымдардын айырмасын	Ишкер 50 000 сомго продукция сатып, 40 000 сом чыгым тартты. Пайда 10 000 сом болду.
Акча агымы (Cash Flow)	Акчанын чыныгы келип түшүүсүн жана чыгышын	Эгер сатып алуучулар продукция үчүн акыны бир айдан кийин төлөсө, пайда эсептелип калганы менен акча кийин түшөт.

Мындай жагдайда ишкер кагаз жүзүндө пайда көрүп турушу мүмкүн, бирок чийки зат сатып алуу же учурдагы чыгымдарды төлөө үчүн убактылуу акча жетишпей калышы мүмкүн.

Дал ушондуктан акча каражаттарынын кыймыл планы финансылык башкаруунун маанилүү инструменти болуп саналат. Ал акча бизнеске качан түшөрүн жана качан төлөмдөрдү жүргүзүү керек экенин алдын ала көрүүгө мүмкүндүк берет.

#### Жөнөкөй схема



*Эгер сатуу менен төлөмдүн ортосунда убакыт өтсө, анда **кассалык ажырым** жаралуу коркунучу бар.*

Бул инструмент айрыкча бизнестин баштапкы этабында өтө маанилүү. Анткени бул мезгилде ишкер сатуунун туруктуу агымын эми гана түзүп жатат, ал эми чыгымдар туруктуу киреше пайда боло электе эле чыгышы мүмкүн.

Акча каражаттарынын кыймыл планы финансылык башкаруунун эң пайдалуу инструменттеринин бири болуп саналат. Ал ишкерге акча агымын көзөмөлдөөгө,



чыгымдарды пландаштырууга жана бизнестин туруктуу ишин камсыз кылууга жардам берет.

**Cash Flow** инструментин дайыма колдонуу каржылык кыйынчылыктардын алдын алууга гана эмес, бизнестин өнүктүрүү, инвестиция салуу жана өндүрүштү кеңейтүү боюнча негиздүү чечим кабыл алууга да жардам берет.

Жөнөкөй эле акча кыймылынын таблицасы ишкерге бизнестин финансылык абалын жакшыраак түшүнүүгө жана рыноктогу өзгөрүүлөргө өз убагында жооп берүүгө мүмкүнчүлүк берет.

### Акча каражаттарынын кыймыл планы кантип түзүлөт

Акча каражаттарынын кыймыл планы, адатта, айлар боюнча түзүлөт. Таблицада үч негизги көрсөткүч чагылдырылат:

- 1 **Акча каражаттарынын түшүүсү** — продукция же кызмат сатуудан түшкөн акча. Бул продукцияны сатуудан түшкөн киреше, кардарлардын алдын ала төлөмдөрү, инвестициялар, кредиттер же башка каржылык түшүүлөр болушу мүмкүн.
- 2 **Акча каражаттарынын чыгымы** — ишкер иш процессинде төлөшү керек болгон бардык төлөмдөр. Мындай чыгымдарга чийки зат сатып алуу, кызматкерлердин эмгек акысы, жайды ижарага алуу, коммуналдык кызматтар, таңгак, транспорт чыгымдары, маркетинг иш-чаралары жана башка учурдагы төлөмдөр кирет.
- 3 **Акча каражаттарынын калдыгы** — түшкөн акчадан бардык чыгымдар алып салынгандан кийин бизнестин карамагында канча каражат каларын көрсөтөт.

Акча каражаттарынын кыймыл планына чыныгы акча операциялары гана киргизилерин эске алуу маанилүү. Башкача айтканда, акчанын иш жүзүндө түшүшү жана төлөнүшү гана эсепке алынат.

### Cash Flow планынын түзүмү

Финансылык пландаштырууну жеңилдетүү үчүн ишкерлер төмөнкү таблицаны колдоно алышат:

Көрсөткүч	Мазмуну
Баштапкы акча калдыгы	Мезгилдин башында бизнестин карамагында болгон каражат
Акча каражаттарынын түшүүсү	Сатуудан түшкөн киреше, алдын ала төлөмдөр, инвестициялар, кредиттер
Чийки затка жана материалдарга чыгымдар	Чийки затты жана негизги өндүрүш материалдарын сатып алуу
Эмгек акы	Кызматкерлерге төлөнүүчү акча
Ижара жана коммуналдык кызматтар	Жайдын ижарасы, электр энергиясы, суу
Таңгак жана транспорт	Продукцияны таңгактоого жана жеткирүүгө кеткен чыгымдар
Маркетинг жана сатуу	Жарнама, жарманкелерге катышуу, илгерилетүү чыгымдары
Жалпы чыгымдар	Бардык акчалай төлөмдөрдүн суммасы
Жыйынтык акча калдыгы	Бардык чыгымдардан кийин калган каражат



### Жөнөкөй Cash Flow планынын мисалы

Ай	Түшүүлөр (сом)	Чыгымдар (сом)	Акча каражаттарынын калдыгы
Январь	38 000	30 000	8 000
Февраль	39 900	31 000	8 900
Март	42 750	32 000	10 750

Бул мисалда ай сайын түшкөн каражаттар чыгымдардан көп болуп жатканын көрүүгө болот. Ошондуктан акча каражаттарынын калдыгы акырындык менен көбөйүп жатат. Бул бизнестин финансылык жактан туруктуу экенин жана мындан ары өнүгүү мүмкүнчүлүгү бар экенин көрсөтөт.

Бирок практикада чыгымдар убактылуу түшүүлөрдөн ашып кеткен учурлар да болот. Мисалы, ишкер өндүрүш мезгили башталганга чейин чийки затты алдын ала сатып алышы же ири заказ үчүн таңгакка алдын ала төлөшү мүмкүн. Мындай учурда **Cash Flow** каражат жетишпей калышы мүмкүн болгон мезгилди алдын ала көрүүгө жана тиешелүү чечим кабыл алууга жардам берет.

### Кассалык ажырым

Чакан бизнестеги эң кеңири тараган каржылык көйгөйлөрдүн бири — **кассалык ажырым**.

Кассалык ажырым — бул чыгымдарды төлөө керек болгон убакыт менен сатуу үчүн акча келип түшө турган убакыт дал келбей калган учур.

Мисалы, ишкер ай башында өндүрүш үчүн чийки зат сатып алат, ал эми даяр продукция үчүн төлөмдү бир нече жумадан кийин гана алат. Натыйжада чыгымдар буга чейин жасалган, бирок акча али түшө элек абал жаралат.

**Cash Flow** планы мындай учурларды алдын ала көрүүгө жана алардын алдын алуу чараларын көрүүгө жардам берет. Мисалы, ишкер:

- чыгымдардын бир бөлүгүн кийинки мөөнөткө жылдыра алат
- сатып алуучулар менен жарым-жартылай алдын ала төлөм боюнча сүйлөшө алат
- чакан каржылык резерв түзө алат
- кыска мөөнөттүү каржылоону колдоно алат

Кассалык ажырым алдын ала аныкталса, ишкер мүмкүн болгон каржылык кыйынчылыктарга даяр болуп, өндүрүш процессинин токтоп калышына жол бербейт.

### Cash Flow менен иштөө боюнча практикалык сунуштар

Натыйжалуу финансылык башкаруу үчүн ишкерге акча каражаттарынын кыймыл планын үзгүлтүксүз колдонуп, бизнестин өнүгүшүнө жараша жаңыртып туруу сунушталат.

- 💡 Биринчиден, акча каражаттарынын кыймылына болжол **кеминде 6–12 айга** түзүлгөнү жакшы. Бул бизнестин келечектеги каржылык муктаждыктарын алдын ала баалоого мүмкүндүк берет.
- 💡 Экинчиден, пландалган көрсөткүчтөрдү иш жүзүндөгү натыйжалар менен дайыма салыштырып туруу керек. Мындай талдоо айырмачылыктарды өз убагында көрүүгө жана каржылык чечимдерди тууралоого жардам берет.
- 💡 Үчүнчүдөн, күтүлбөгөн чыгымдарды же сатуунун убактылуу төмөндөшүн жабуу үчүн чакан каржылык резерв түзүү сунушталат.

Мындан тышкары, сатуунун сезондуулугун да эске алуу керек. Айрым мезгилдерде суроо-талап жогору болушу мүмкүн, ал эми кээ бир мезгилдерде төмөндөйт. Акча агымынын планы мындай өзгөрүүлөргө алдын ала даярданууга жана бизнестин туруктуулугун сактоого жардам берет.



### Cash Flow колдонуу боюнча практикалык мисал

Өрүктү кайра иштетип, кургатылган жемиш өндүргөн чакан ишкананын жөнөкөй мисалын карап көрөлү.

Ишкер жаңы өрүктү түшүм жыйноо мезгилинде сатып алып, аны кургатылган продуктка айлантат. Андан кийин бул продукт бир нече ай бою сатылат. Чийки затка жана кайра иштетүүгө кеткен негизги чыгымдар сезондун башында эле пайда болот, ал эми сатуу акырындык менен жүрүшү мүмкүн.

Мисалы, январь айында ишкер чийки зат сатып алып жана кайра иштетүүгө **30 000 сом** төлөйт. Ошол эле айда сатуудан **38 000 сом** түшөт. Натыйжада бардык чыгымдар жабылгандан кийин **8 000 сом бош акча каражаты** калат.

Бул акча каражаттарынын кыймыл планында төмөнкүдөй көрүнөт:

Ай	Сатуудан түшкөн акча (сом)	Негизги чыгымдар (сом)	Акча каражаттарынын калдыгы (сом)
Январь	38 000	30 000 (чийки зат сатып алуу, кайра иштетүү)	8 000
Февраль	39 900	31 000 (таңгак, эмгек акы, транспорт)	8 900
Март	42 750	32 000 (маркетинг, логистика)	10 750

Февраль жана март айларында сатуу көлөмү акырындык менен көбөйөт, анткени продукт дүкөндөр жана онлайн-каналдар аркылуу активдүү сатыла баштайт. Ошол эле учурда чыгымдар жайыраак өсөт, анткени негизги чийки зат мурда эле сатылып алынган. Натыйжада акча каражаттарынын калдыгы да акырындык менен көбөйөт.

Бул таблицадан көрүнүп тургандай, ишкер алгачкы айларда чийки зат сатып алууга жана өндүрүштү уюштурууга олуттуу чыгым тартат. Бирок сатуу көбөйгөн сайын түшүүлөр чыгымдардан жогорулай баштайт жана акча калдыгы өсөт.

Мындай талдоо ишкерге баштапкы этапта өндүрүштү баштоо үчүн жетиштүү жүгүртүү каражаты керек экенин түшүнүүгө жардам берет. Кийинчерээк, сатуунун өсүшү менен бизнес туруктуу акча агымын түзө баштайт.

Акча каражаттарынын кыймыл планын колдонуу менен ишкер кайсы мезгилде чийки зат сатып алууга көбүрөөк каражат керек болорун жана кайсы учурда бизнес туруктуу киреше бере баштарын алдын ала аныктай алат.

### Акча каражаттарынын кыймылын өз алдынча эсептөө үчүн таблица

Бизнестин финансылык туруктуулугун пландаштыруу үчүн ишкер өзүнүн акча каражаттарынын кыймылы боюнча болжол түзгөнү жакшы. Мындай болжол, адатта, айлар боюнча түзүлүп, бизнеске акча качан түшөрүн жана ал кайсы максаттарга жумшаларын көрсөтөт.



Төмөндө ишкер өз долбоорунун Cash Flow планын эсептөө үчүн колдоно ала турган жөнөкөй форма берилген.

Ай	Сатуудан түшүүлөр (сом)	Чийки зат сатып алуу	Эмгек акы	Ижара	Башка чыгымдар	Жалпы чыгымдар	Акча каражаттарынын калдыгы
Январь							
Февраль							
Март							
Апрель							
Май							
Июнь							

Бул таблицаны толтурганда ишкер бир нече маанилүү эрежени эске алышы керек:

- 1 Күтүлгөн сатууларды мүмкүн болушунча реалдуу баалоо зарыл. Өтө жогору болжол бизнестин каржылык мүмкүнчүлүктөрү тууралуу туура эмес түшүнүк жаратышы мүмкүн.
- 2 Чыгымдардын бардык түрлөрүн, анын ичинде аз көрүнгөн, бирок дайыма кайталанган төлөмдөрдү да эске алуу керек. Мисалы: транспорт, таңгак, коммуналдык кызматтар, продукцияны илгерилетүү.
- 3 Таблицаны үзгүлтүксүз жаңыртып, пландалган көрсөткүчтөрдү чыныгы жыйынтыктар менен салыштырып туруу маанилүү. Бул каржылык кыйынчылыктарды өз убагында көрүп, чечимдерди тууралоого жардам берет.

Акча каражаттарынын кыймыл планын колдонуу ишкерге сатып алууларды алдын ала пландаштырууга, чыгымдарды көзөмөлдөөгө жана бизнестин туруктуу иштешин камсыз кылууга жардам берет. Cash Flow көрсөткүчүн дайыма талдап туруу кассалык ажырымдардын алдын алып, ишкананын туруктуу өнүгүшүнө шарт түзөт.

#### Акча агымын пландаштырууда көп кетирилген каталар

Практика көрсөткөндөй, көптөгөн ишкерлер каржылык кыйынчылыктарга пайда жоктугунан эмес, акча каражаттарынын кыймылын туура пландабагандыктан туш болушат. Келечектүү бизнес да түшүүлөр менен чыгымдар убакыт жагынан дал келбесе убактылуу каржылык көйгөйгө кабылат.

- 1 **Өтө оптимисттик сатуу болжолу.** Көп ишкерлер суроо-талап тез өсөт деп ойлошот. Бирок иш жүзүндө продукттуу рынокко чыгаруу убакыт талап кылат. Эгер сатуу күтүлгөндөн жай өссө, учурдагы чыгымдарды жабууга акча жетпей калышы мүмкүн.
- 2 **Операциялык чыгымдарды аз эсептөө.** Эсептөөлөрдө көбүнчө чийки зат жана өндүрүш сыяктуу негизги чыгымдар гана эске алынат. Ал эми таңгак, транспорт, маркетинг, жабдууларды тейлөө сыяктуу кошумча чыгымдар көңүл сыртында калат. Натыйжада иш жүзүндөгү чыгымдар пландалгандан жогору болуп чыгат.
- 3 **Кирешенин түшүү мөөнөтү менен төлөмдөрдүн мөөнөтү дал келбеши.** Мисалы, продукция дүкөндөр же соода тармактары аркылуу төлөмдү кечиктирүү шарты менен сатылса, акча сатуу болгон учурдан кыйла кеч түшүшү мүмкүн. Ошол эле учурда чийки зат, эмгек акы жана башка учурдагы чыгымдарды үзгүлтүксүз төлөп туруу керек. Мындай жагдай бизнес кирешелүү болсо да кассалык ажырымга алып келиши мүмкүн.
- 4 **Финансылык эсептөөлөрдү жаңыртып.** Айрым ишкерлер акча агымынын планын бизнес-план түзүү стадиясында эле бир жолу жасап, андан кийин ага кайрылбай коюшат. Бирок финансылык пландаштыруу дайыма жүргүзүлүп турушу керек. Пландалган көрсөткүчтөрдү иш жүзүндөгү жыйынтыктар менен



салыштыруу айырмачылыктарды убагында көрүүгө жана стратегияны оңдоого жардам берет.

Cash Flow инструментин аң-сезимдүү колдонуу ишкерге учурдагы каржылык абалды көзөмөлдөөгө гана эмес, башкаруучулук чечимдерди дагы негиздүү кабыл алууга жардам берет. Акча каражаттарынын кыймылын үзгүлтүксүз талдоо сатып алууларды жакшыраак пландаштырууга, запастарды башкарууга жана бизнестин туруктуу өнүгүшүн камсыз кылууга шарт түзөт.

### **Ишкер ар ай сайын өзүнө бере турган үч финансылык суроо**

Финансылык пландаштыруу бизнес-план түзүү менен эле чектелбейт. Бизнестин туруктуу өнүгүшү үчүн ишкер өз ишинин финансылык жыйынтыктарын үзгүлтүксүз талдап турушу керек. Ай сайын өзүн-өзү жөнөкөй текшерүү мүмкүн болгон көйгөйлөрдү өз убагында көрүүгө жана туура чечим кабыл алууга жардам берет.

- 1) Азыркы сатуулар бизнестин бардык чыгымдарын жаап жатабы? Ишкер чийки затка, эмгек акыга, ижарага, транспортко жана башка милдеттүү төлөмдөргө киреше жетеби же жокпу түшүнүшү керек. Эгер кирешелер чыгымдарды туруктуу жаба албаса, продукциянын баасын, чыгымдардын түзүмүн же сатуу көлөмүн кайра карап чыгуу керек.
- 2) Кийинки айда бизнестин иштеши үчүн акча жетиштүүбү? Кирешелүү бизнес да убактылуу акча тартыштыгына туш болушу мүмкүн. Ошондуктан чийки зат сатып алууга, жеткирүүчүлөргө төлөөгө жана башка милдеттерди аткарууга каражат жетеби же жокпу алдын ала баалоо маанилүү. Эгер каражат жетишпей калышы күтүлсө, ишкер сатып алууларды тууралап, сатууну тездетип же кошумча ресурс тарта алат.
- 3) Бизнестин финансылык туруктуулугу өсүп жатабы? Ишкер негизги көрсөткүчтөрдүн өзгөрүшүн байкап турушу керек: сатуу көбөйүп жатабы, пайда туруктуу болуп жатабы, жоготуулар менен чыгымдар азайып жатабы. Эгер бизнес туруктуу өсүп, акча резервин түзө баштаса, бул анын туруктуулугу күчөп жатканын билдирет.

Бул суроолорго дайыма кайрылып туруу ишкерге учурдагы финансылык абалды гана көзөмөлдөөгө эмес, бизнестин өнүктүрүү стратегиясын да өз убагында тууралоого жардам берет. Мындай мамиле көбүрөөк негизделген чечим кабыл алууга жана ишкананын туруктуу экономикалык моделин түзүүгө шарт түзөт.

### **Бизнестин туруктуулугун баалоо**

Бизнестин финансылык туруктуулугу — бул рынок шарттары өзгөргөн учурда да ишкананын туруктуу иштей алуу жөндөмү. Мисалы, суроо-талап убактылуу азайса же чыгымдар көбөйсө, туруктуу бизнес олуттуу каржылык кыйынчылыктарсыз ишин уланта алат.

**Бизнестин туруктуулугуна төмөнкү факторлор таасир этет:**

<b>Фактор</b>	<b>Мааниси</b>
Сатуунун туруктуулугу	сатуу үзгүлтүксүз жүрүп турушу
<b>Чыгымдарды көзөмөлдөө</b>	чыгымдарды туура башкаруу
<b>Финансылык резерв</b>	запас каражаттын болушу
<b>Сатууну диверсификациялоо</b>	бир нече сатуу каналынын болушу
<b>Туруктуу кардарлар</b>	кайра сатып алуулар

Бул факторлордун ар бири бизнестеги финансылык тобокелдиктерди азайтууга жардам берет.

### **Практикалык сунуштар**



Бизнестин туруктуулугун жогорулатуу үчүн төмөнкүлөр сунушталат:

- чыгымдарды көзөмөлдөө
- финансылык резерв түзүү
- бир нече сатуу каналын өнүктүрүү
- сатууну туруктуу талдап туруу

### Каржылоо булактары

Бизнести баштоо же өнүктүрүү үчүн ишкерге кошумча каржылык ресурстар керек болушу мүмкүн. Каржылоо жабдуу сатып алууга, өндүрүштү көбөйтүүгө, ассортиментти кеңейтүүгө же жаңы рынокко чыгууга пайдаланылышы мүмкүн.

### Каржылоо булактары

Булак	Артыкчылыктары	Чектөөлөрү
Өз каражаты	көз карандысыздык	көлөмү чектелүү
Карыз каражаттар	тез жетүү мүмкүнчүлүгү	кайра кайтаруу милдети
Банктык кредиттер	ири сумма алуу мүмкүнчүлүгү	пайыз төлөнөт
Мамлекеттик программалар	жеңилдетилген шарттар	конкурс берилет
Инвестициялар	кошумча капитал	пайданы бөлүшүү керек

Ар кандай булактар качан колдонулат:

- өз каражаты — көбүнчө бизнести баштоодо колдонулат
- кредиттер — өндүрүштү кеңейтүүдө колдонулат
- гранттар жана колдоо программалары — бизнести өнүктүрүү үчүн колдонулат
- инвестициялар — бизнес ири көлөмгө чыкканда колдонулат

### Ишкерлер көп кетирген финансылык каталар

Ката	Натыйжа
чыгымдарды эсепке албоо	пайданы түшүнбөй калуу
бааны өздүк нарктан төмөн коюу	чыгымга учуроо
финансылык резервдин жоктугу	бизнестин токтоп калуу коркунучу
жеке жана бизнес каражаттарын аралаштыруу	көзөмөлдү жоготуу

### Финансылык башкаруу боюнча чек-лист

Ишти баштоодон мурда ишкерге төмөнкүлөрдү текшерип көрүү пайдалуу:

- кирешелер менен чыгымдардын эсеби жүргүзүлүп жатабы
- продукциянын өздүк наркы эсептелгенби
- зыянсыздык чекити белгилүүбү
- сатуу болжолу түзүлгөнбү
- финансылык резерв барбы
- пайда дайыма талданып турабы

Финансылык пландаштыруу — бизнести башкаруунун маанилүү бөлүгү. Кирешелер жана чыгымдар планы, сатуу болжолу, зыянсыздык чекитин эсептөө жана туруктуулукту талдоо ишкерге негиздүү чечимдерди кабыл алууга жана туруктуу бизнес-модель түзүүгө жардам берет.



Жөнөкөй финансылык инструменттер да бизнестин абалын жакшыраак түшүнүүгө жана аны андан ары өнүктүрүүгө негиз түзүүгө мүмкүнчүлүк берет.

## **2.7. Долбоордун бизнес-планынын түзүмү**

Ишкер идеяны аныктап, сатып алуучуларды белгилеп, сатуу каналдарын тандап жана негизги эсептөөлөрдү жүргүзгөндөн кийин, кийинки кадам — бизнес-планды даярдоо болуп саналат. Бул документте долбоордун бардык элементтери бир жерге чогултулуп, түшүнүктүү жана ырааттуу система менен берилет.

Бизнес-планда эмне жасалары көрсөтүлөт: кандай продукт же кызмат сунушталат, сатып алуучу ким болот, иш үчүн кандай ресурстар керек жана кандай киреше күтүлөт. Мындай документ долбоорду толук көрүүгө жардам берет — идеядан баштап аны ишке ашырууга чейин.

Бизнес-план эң оболу ишкердин өзү үчүн керек. Ал идеяны тереңирээк ойлонууга, рынокту баалоого, чыгымдарды жана мүмкүн болгон кирешелерди эсептөөгө жардам берет. Мындан тышкары, бизнес-планды өнөктөштөргө, инвесторлорго же бизнести колдогон уюмдарга да көрсөтүүгө болот.

Адатта бизнес-план бир нече бөлүмдөн турат: долбоордун сүрөттөлүшү, продукт же кызмат тууралуу маалымат, рынокту талдоо, сатуу планы жана финансылык эсептөөлөр. Мындай түзүм идеянын кантип реалдуу бизнеске айлана аларын так көрсөтүүгө жардам берет.

### **Долбоордун жалпы бөлүгү**

Бизнес-пландын биринчи бөлүмүндө долбоор тууралуу негизги маалымат берилет. Бул жерде бизнес-идея кыскача сүрөттөлөт, анын аталышы, ишке ашырыла турган жери жана иштин түрү көрсөтүлөт. Бул бөлүм долбоор эмне жөнүндө экенин дароо түшүнүүгө жардам берет.

Бул жерде ишкер же уюм тууралуу маалымат да көрсөтүлөт: аты-жөнү же компаниянын аталышы, бизнес формасы жана тажрыйбасы менен көндүмдөрү жөнүндө кыскача маалымат. Ишкер жаңы баштап жаткан болсо да, окуудан өткөнү, колдоо программаларына катышканы же практикалык тажрыйбасы жөнүндө жазса болот.

Мындан тышкары, долбоор кайсы аймакта же кайсы калктуу пунктта ишке ашары көрсөтүлөт. Ошондой эле баштапкы капитал сүрөттөлөт: бизнести баштоо үчүн канча каражат керек жана бул каражат кайдан алынат — өз каражаты, грант, кредит же башка булактарданбы.

Жалпы бөлүк долбоор тууралуу биринчи түшүнүктү берет: бизнести ким баштап жатат, ал кайсы жерде иштейт жана ишти баштоо үчүн кандай ресурстар бар.

### **Долбоордун концепциясы**

Бул бөлүмдө долбоордун негизги идеясы ачылат. Бул жерде ишкер келечектеги бизнес эмнеге негизделерин, кандай продукт же кызмат сунуштарын жана бул сатып алуучуларга кандай пайда берерин түшүндүрөт. Долбоор кардардын кайсы муктаждыгын чечерин жана рыноктогу башка сунуштардан эмнеси менен айырмаланарын көрсөтүү маанилүү.

Ошондой эле долбоордо колдонула турган негизги ресурстар кыскача сүрөттөлөт: чийки зат, жабдуу, ишкердин билими жана көндүмдөрү. Бул бөлүмдө эмне үчүн ушул багыт тандалганы, анын кандай келечеги бар экени жана бизнести өнүктүрүүгө кандай шарттар жардам берери түшүндүрүлөт.



Долбоордун концепциясында бизнестин максаты да белгиленет — ишкер кандай жыйынтыкка жетүүнү көздөйт. Ошондой эле долбоорду баштоо жана өнүктүрүү үчүн аткарылышы керек болгон негизги милдеттер аныкталат.

Мындан тышкары, негизги аракеттер сүрөттөлөт: өндүрүш же кызмат көрсөтүү, таңгактоо, илгерилетүү жана сатууну уюштуруу. Ошондой эле мүмкүн болгон тобокелдиктерди, мисалы, суроо-талаптын өзгөрүшүн же чийки заттын баасынын өсүшүн көрсөтүп, аларды кантип азайтуу жөнүндө ойлонуу керек. Бөлүмдүн аягында ишкер долбоордон күтүлгөн жыйынтыктарды көрсөтөт: кирешенин өсүшү, бизнестин өнүгүшү жана келечекте аны кеңейтүү мүмкүнчүлүктөрү.

### **Маркетинг планы**

Маркетинг бөлүмү ишкер өзүнүн продуктун же кызматын кантип сатарын көрсөтөт. Бул жерде сатып алуучуларды кантип табуу, продуктту рынокко кантип чыгаруу жана туруктуу сатууну кантип камсыз кылуу түшүндүрүлөт.

Алгач продукт өзү сүрөттөлөт: анын аталышы, негизги өзгөчөлүктөрү, сапаты, чийки заты жана таңгагы. Продукт башкалардан эмнеси менен айырмаланарын жана эмне үчүн ал сатып алуучуга кызыктуу болушу мүмкүн экенин көрсөтүү маанилүү.

Андан кийин максаттуу сатып алуучу аныкталат. Ишкер ким анын продуктун сатып аларын, бул адамдардын кандай муктаждыктары бар экенин жана аларды кайдан табууга болорун түшүнүшү керек.

Ошондой эле атаандаштарга кыскача талдоо жүргүзүлөт. Рынокто буга окшогон товарлар же кызматтар барбы, алар кандай баада сатылат жана эмнеси менен айырмаланат — мына ушулар каралат.

Андан кийин ишкер сатуу каналдарын тандайт. Бул базарлар, дүкөндөр, жарманкелер, туристтик жайлар, ошондой эле интернет жана социалдык тармактар аркылуу сатуу болушу мүмкүн.

Мындан тышкары, продуктту илгерилетүү жолдору сүрөттөлөт: жарнама, көргөзмөлөргө жана жарманкелерге катышуу, дегустациялар, таңгакты жасалгалоо жана социалдык тармактардагы илгерилетүү.

Ошентип, маркетинг планы ишкер сатып алуучуларды кантип табарын жана сатууну кантип өнүктүрөрүн көрсөтөт.

### **Өндүрүш планы**

Өндүрүш бөлүмү бизнестин иши кантип уюштуруларын жана продукт же кызмат кантип түзүлөрүн көрсөтөт. Бул жерде ишкер кайсы ресурстар колдонуларын жана иш процесси кантип куруларын түшүндүрөт.

Алгач өндүрүш жайы сүрөттөлөт. Иш жүргүзүү үчүн жай барбы же аны ижарага алуу керекпи — ушуну көрсөтүү зарыл. Ошондой эле анын жайгашкан жери, көлөмү жана иштөө шарттары кыскача сүрөттөлөт.

Андан кийин колдонулуучу жабдуулар жана инструменттер көрсөтүлөт. Ишкер кайсы жабдуулар азыр бар экенин жана ишти баштоо үчүн дагы эмнелерди сатып алуу керек экенин белгилейт.

Бул бөлүмдө негизги иш процесси да сүрөттөлөт. Адатта ал төмөнкү этаптарды камтыйт: чийки затты же материалдарды даярдоо, продуктту өндүрүү же кызмат көрсөтүү, сапатты көзөмөлдөө, таңгактоо жана сактоо.

Мындан тышкары, пландалган иш көлөмү көрсөтүлөт — айына же жылына канча продукция чыгарылары же канча кызмат көрсөтүлөрү жазылат. Ошондой эле продукциянын болжолдуу өздүк наркы да көрсөтүлүшү мүмкүн.



Акырында ишке катыша турган адамдар тууралуу маалымат берилет. Ишкер кызматкерлер кандай милдет аткаруунун жана долбоор канча жумуш ордун түзө аларын көрсөтөт.

### **Финансылык план**

Финансылык план бизнестин баштоо үчүн канча каражат керек экенин, кандай чыгымдар пайда болорун жана кандай киреше күтүлөрүн көрсөтөт. Бул бөлүм долбоор өзүнүн чыгымдарын жаба алабы жана пайда алып келе алабы — ушуну түшүнүүгө жардам берет.

Алгач баштапкы капитал аныкталат — ишти баштоо үчүн керектүү каражаттын жалпы суммасы. Адатта ал жабдууга, жайга, чийки зат сатып алууга жана башка баштапкы чыгымдарга кеткен каражатты камтыйт.

Андан кийин бизнестин негизги чыгымдары эсептелет. Аларга чийки зат жана материалдар, эмгек акы, ижара, транспорт, таңгак, коммуналдык кызматтар жана башка чыгымдар кирет. Ушул маалыматтардын негизинде продукциянын же кызматтын өздүк наркы аныкталат.

Андан кийин сатуудан күтүлгөн кирешелер бааланып, мүмкүн болгон пайда эсептелет. Ошондой эле акча каражаттарынын кыймылы да эске алынат — акча качан түшөт жана кайсы максаттарга жумшалат.

Финансылык план бизнес качан пайда алып келе баштарын, чыгымдарды жабуу үчүн канча сатуу керек экенин жана бизнестин өнүктүрүү үчүн дагы кандай ресурстар керек болушу мүмкүн экенин түшүнүүгө жардам берет.

### **Бизнес-планды текшерүү**

Бардык бөлүмдөр толтурулгандан кийин бизнес-планды кылдат текшерүү керек. Документтин бардык бөлүктөрү бири-бири менен байланышып, чогуу келечектеги бизнестин кантип иштээрин көрсөтүп турушу маанилүү.

Алгач долбоордун идеясы рынокту талдоонун жыйынтыктарына туура келеби же жокпу текшерүү керек. Продуктка суроо-талап барбы жана тандалган сатуу каналдары ылайыктуубу — муну түшүнүү зарыл.

Андан кийин өндүрүш бөлүгүн текшерүү керек. Пландалган иш көлөмү үчүн жай, жабдуу, чийки зат жана адамдар жетиштүүбү — ушуну баалоо маанилүү.

Өзгөчө көңүлдү финансылык эсептөөлөргө буруу керек. Чыгымдар, өздүк нарк, киреше жана мүмкүн болгон пайда туура эсептелгенби — муну текшерүү зарыл.

Ошондой эле бизнестин баштоо үчүн каражат жетиштүүбү же жокпу да каралат. Жакшы даярдалган бизнес-план кайсы продукт сунушталарын, аны ким сатып аларын, иш кантип уюштуруларын жана киреше кайдан түшөрүн так көрсөтөт. Мындай документ долбоорду көрсөтүү үчүн гана эмес, бизнестин башкаруу үчүн да керек.

### **Ишкердик долбоорду даярдоо үчүн бизнес-план формасы**

Бизнес-планды даярдоо — ишкердик долбоорду иштеп чыгуунун жыйынтыктоочу этабы болуп саналат. Бул этапта ишкер рынокту талдоо, өндүрүш мүмкүнчүлүктөрү жана финансылык эсептөөлөрдүн жыйынтыктарын бир документке бириктирет. Ал документ бизнес-идеяны ишке ашыруунун логикасын көрсөтөт.

Түзүмү так бизнес-план долбоорду системалуу түрдө көрсөтүүгө, керектүү ресурстарды аныктоого, мүмкүн болгон тобокелдиктерди баалоого жана күтүлгөн финансылык жыйынтыктарды эсептөөгө жардам берет. Мындай документ ишкерге бизнестин баштоого гана эмес, аны натыйжалуу башкарууга да жардам берет.



Бул колдонмодо практикалык пайдалануу үчүн ишкерлер өз долбоорлорун даярдоодо колдоно ала турган стандарттуу бизнес-план форматы иштелип чыккан.

Бизнес-план формасы 1-тиркемеде берилген жана бул бөлүмдө каралган негизги бөлүктөрдү камтыйт: долбоор тууралуу жалпы маалымат, продукттун концепциясы, маркетинг планы, өндүрүш планы жана финансылык эсептөөлөр.

Бул форманы колдонуу ишкерге өзүнүн бизнес-идеясын системалуу түрдө тариздөөгө жана долбоорду ишке ашырууга же өнөктөштөргө жана бизнести колдоо программаларына көрсөтүүгө даярдоого жардам берет.

### **1.7. Долбоорду тааныштыруу: бизнес-идеянын питчинги**

Ишкер бизнес-планды иштеп чыгып, долбоордун негизги эсептөөлөрүн даярдагандан кийин, кийинки маанилүү этап — долбоорду потенциалдуу өнөктөштөргө, инвесторлорго же бизнести колдоо уюмдарына тааныштыруу болушу мүмкүн. Бул үчүн долбоордун кыска презентациясы колдонулат — питчинг.

Питчинг — бул бизнес-идеяны же долбоорду кыска жана структураланган түрдө тааныштыруу. Анын максаты — кыска убакыттын ичинде аудиториянын кызыгуусун жаратып, долбоордун негизги артыкчылыктарын түшүндүрүү. Адатта мындай презентация бир нече мүнөттөн 10–15 мүнөткө чейин созулат жана долбоордун маңызын, потенциалын жана күтүлгөн жыйынтыктарын тез көрсөтүүгө жардам берет.

Питчинг ишкердик чөйрөдө кеңири колдонулат: бизнес-идеялар конкурстарында, инвестициялык сессияларда, ишкерлерди колдоо программаларында жана потенциалдуу өнөктөштөр менен сүйлөшүүлөрдө. Жаңы баштаган ишкерлер үчүн бул өз идеяларын кыска жана түшүнүктүү түрдө көрсөтүүгө мүмкүнчүлүк берген ыңгайлуу инструмент болуп саналат.

Питчингдин негизги максаты — кыска убакыт ичинде долбоордун маңызын жана эмне үчүн ал ишке ашырууга мүмкүнчүлүгү бар экенин түшүндүрүү.

Питчинг төмөнкүлөргө жардам берет:

- 💡 бизнес-идеяны кыскача тааныштыруу
- 💡 продукттун же кызматтын баалуулугун көрсөтүү
- 💡 рыноктун потенциалын көрсөтүү
- 💡 бизнес кандай уюштуруларын түшүндүрүү
- 💡 долбоордун финансылык эсептөөлөрүн көрсөтүү
- 💡 инвесторлорду, өнөктөштөрдү же колдоо программаларын кызыктыруу

Жакшы даярдалган питчинг бизнес-планды толугу менен алмаштырбайт, бирок анын негизги элементтерин тез жана түшүнүктүү көрсөтүүгө жардам берет.

### **Питчинг презентациясынын түзүмү**

Презентациянын форматы ар кандай болушу мүмкүн, бирок көпчүлүк учурда питчинг бир нече негизги бөлүктөрдөн турат.

#### **1. Долбоорду тааныштыруу**

Башында ишкер өзү жана өзүнүн долбоору тууралуу кыскача маалымат берет. Продукт же кызматтын аталышын айтып, бизнес эмне менен алектенерин түшүндүрүү маанилүү. Мисалы: кандай продукт чыгарылат, долбоор кайсы жерде ишке ашырылат жана ал кайсы көйгөйдү же муктаждыкты чечет.

#### **2. Продукттун сүрөттөлүшү**

Андан кийин продукт же кызмат тууралуу кыскача маалымат берилет. Бул жерде төмөнкүлөр көрсөтүлөт: продукттун негизги мүнөздөмөлөрү, анын артыкчылыктары, рыноктогу башка сунуштардан эмнеси менен айырмаланары. Ошондой эле продукт сатып алуучулар үчүн кандай баалуулук жаратары баса белгиленет.



### 3. Максаттуу рынок жана сатып алуучулар

Бул бөлүмдө ишкер ким анын сатып алуучулары болоорун жана бизнес кайсы рынокто иштей турганын көрсөтөт. Адатта төмөнкүлөр кыскача сүрөттөлөт: кардарлардын негизги топтору, продуктка болгон мүмкүн болгон суроо-талап, рыноктун өзгөчөлүктөрү.

### 4. Сатуу модели

Бул жерде продукт кандай жол менен сатылары түшүндүрүлөт. Ишкер төмөнкүлөрдү көрсөтө алат: негизги сатуу каналдары, продуктту илгерилетүү ыкмалары, кардарларды тартуу жолдору.

Бул бөлүм бизнес кардарларды кантип табарын жана сатуу кандай уюштуруларын көрсөтөт.

### 5. Өндүрүш же ишти уюштуруу

Бул бөлүмдө бизнес кандай уюштурулары кыскача сүрөттөлөт: өндүрүш кайсы жерде жүргүзүлөт, кандай ресурстар колдонулат, долбоордун ишине кимдер катышат.

Бул бөлүмдүн максаты — ишкер өзүнүн идеясын практикалык жактан кантип ишке ашыарын түшүнөрүн көрсөтүү.

### 6. Финансылык көрсөткүчтөр

Питчингдин маанилүү бөлүгү — финансылык эсептөөлөрдү кыскача көрсөтүү. Адатта төмөнкү маалыматтар берилет: болжолдуу чыгымдар, күтүлгөн кирешелер, мүмкүн болгон пайда, каржылоого болгон муктаждык (эгер талап кылынса).

Бул маалымат долбоордун экономикалык жактан жашоого жөндөмдүүлүгүн көрсөтөт.

### 7. Өнүгүү перспективалары

Акырында ишкер долбоор келечекте кантип өнүгө аларын көрсөтө алат. Мисалы: өндүрүш көлөмүн көбөйтүү, ассортиментти кеңейтүү, жаңы рынокторго чыгуу, жаңы жумуш орундарын түзүү. Бул бизнес өсүү потенциалын көрсөтүүгө жардам берет.

## Питчинг өткөрүүнүн форматтары

Питчинг ар кандай форматта өткөрүлүшү мүмкүн.

- 1) Кыска оозеки баяндама - кээде ишкерге долбоор тууралуу айтууга болгону бир нече мүнөт берилет. Мындай учурда бизнес-идеяны жана анын артыкчылыктарын кыска жана так түшүндүрүү маанилүү.
- 2) Слайддар менен презентация - көп учурда питчинг кыска презентация менен коштолот. Адатта ал 5–10 слайддан турат жана долбоордун негизги элементтерин визуалдуу көрсөтүүгө жардам берет.
- 3) Продуктту көрсөтүү - мүмкүнчүлүк болсо, ишкер продукциянын үлгүсүн, таңгакты же продукттун прототибин көрсөтө алат. Бул аудиторияга сунушталган продуктту жакшыраак түшүнүүгө жардам берет.
- 4) Онлайн-питчинг - көптөгөн ишкерлерди колдоо программаларында долбоорлор онлайн форматта — видеоконференциялар же видеопрезентациялар аркылуу сунушталат.

## Питчинг даярдоого сунуштар

Презентация түшүнүктүү жана ынанымдуу болушу үчүн ишкерге төмөнкүлөр сунушталат:

- 💡 кыска жана так сүйлөө
- 💡 идеяны жөнөкөй жана түшүнүктүү тилде түшүндүрүү
- 💡 конкреттүү сандарды жана мисалдарды колдонуу
- 💡 продукттун сатып алуучулар үчүн баалуулугун көрсөтүү



💡 долбоордун реалдуулугун далилдөө

Эң маанилүүсү — питчингдин максаты долбоордун бардык деталдарын толук түшүндүрүү эмес, аудиторияны кызыктырып, бизнес-идеянын потенциалын көрсөтүү экенин унутпоо керек.

Жакшы даярдалган питчинг ишкерге өз долбоорун ишенимдүү тааныштырып, өнөктөштөрдүн көңүлүн бурууга жана бизнести андан ары өнүктүрүү үчүн колдоо алууга жардам берет.



*1-тиркеме. Ишкердик долбоорду даярдоо үчүн бизнес-пландын формасы*

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН КООМЧУЛУКТАРДЫ ӨНҮКТҮРҮҮ ЖАНА  
ИНВЕСТИЦИЯЛОО АГЕНТТИГИ (АРИС)  
КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН МИНИСТРЛЕР КАБИНЕТИНИН  
демилгеси менен  
ДҮЙНӨЛҮК БАНКТЫН  
каржылык колдоосу менен  
КООМДОШТУКТАРДЫН ДЕМИЛГЕСИ БОЮНЧА УЛУТТУК ДОЛБООРУ (НПИС)**

Бул долбоор жергиликтүү экономиканы өнүктүрүүгө жана жергиликтүү коомдоштуктардын демилгелерин колдоого багытталган. Долбоорду ишке ашыруунун инструменттеринин бири болуп «БИР АЙЫЛ БИР ПРОДУКТ» (БАБП) концепциясы саналат. Ал жергиликтүү ресурстарга жана аймактардын потенциалына негизделген продукцияны түзүүгө жана илгерилетүүгө багытталган.

**БИЗНЕС - ПЛАН**

**1. ЖАЛПЫ БӨЛҮМ.**

**1.1** Долбоордун аталышы: \_\_\_\_\_

**1.2** Өтүнмө берилген дата: \_\_\_\_\_

**1.3** Бизнес-долбоор ишке ашырала турчу айылдык аймактын/шаардын аталышы

**1.4** Бизнес-долбоордун түрү: *(тиешелүүсүн белгилеңиз):*

Айыл чарба продукцияларынын өндүрүшү	1
Айыл чарба продукцияларын кайра иштетүү	2
Өнөр-жай өндүрүшү	3
Кол өнөрчүлүк жана креативдүү индустриялар	4
Кызмат көрсөтүүлөр	5
Туризм / агротуризм	6

**1.5** Сиз өндүрүүнү пландап жаткан товарлар/кызматтар *(бул тармактагы тажрыйбанын бар-жогу, буга чейин ишке ашырылып жаткан продукт же кызмат барбы)*

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**1.6** Уюмдун аталышы же бизнес-долбоор тапшыруучунун аталышы *(ишкердүүлүк чөйрөсүндөгү тажрыйбаңыз):*

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**1.7** Уюштуруучулук-укуктук форма (эгер жок болсо, кайсы багытты тандайсыз): (керектүүсүн белгилеңиз)

Жеке ишкер (ЖИ)	<b>1</b>
Дыйканчылык (фермер) чарбасы (ДФЧ)	<b>2</b>



Жоопкерчилиги чектелген коом (ЖЧК)	3
Кооператив	4
Мекеме	5

1.8 Байланыш маалыматтары (телефон номериңиз, электрондук почтаңыздын дареги):

---

1.9 Тапшыруучунун дареги:

---

1.10 Бизнесин ээлери жана алардын үлүштөрү:

№	Уюштуруучулардын аты, фамилиясы	Уюштуруучулардын үлүштөрү, %
1		%
2		%
3		%
4		%
5		%

1.11 Керектүү баштапкы (старттык) капитал (бизне-долбоорду тапшыруу убагында):

Старттык капиталдын жалпы суммасы	Каржылоо булактары					
	АРИС		Бизнесин ээси		Башкалар	
	Сумма	Жалпы сумманын %	Сумма	Жалпы сумманын %	Сумма	Жалпы сумманын %

*Эскертүү: 1.11. пункту бардык эсептөөлөрдөн кийин толтурулат*

1.12 Бизнесин түрү (сезондук, туруктуу)

---



---



---

## 2. ДОЛБООРДУН КОНЦЕПЦИЯСЫ

2.1 Долбоордун актуалдуулугу, максаты жана милдеттери

Кыскача сүрөттөп бериңиз:

- бул долбоор кандай көйгөйдү же муктаждыкты чечет;
- продуктту түзүүдө кандай жергиликтүү ресурстар же чийки зат колдонулат;
- бул продуктту өнүктүрүү эмне үчүн коомчулук жана жергиликтүү экономика үчүн маанилүү.

Төмөнкүлөрдү аныктаңыз:

- **Долбоордун максаты** — жетишүү пландаштырылган негизги жыйынтык.
  - **Долбоордун милдеттери** — максатка жетүү үчүн аткарыла турган негизги кадамдар.
  - Зарыл болгон учурда чийки затты же продукцияны өндүрүүгө таасир этүүчү **климаттык тобокелдиктерди** да көрсөтүңүз.
- 
- 
- 
- 
-





### 2.3. Мүмкүн болгон тобокелчиликтер жана кандай чаралар көрүлөт

Долбоорду ишке ашырууда пайда болушу мүмкүн болгон үч негизги тобокелдикти жана аларды алдын алуу же азайтуу үчүн кандай чаралар көрүлөрүн кыскача сүрөттөп бериңиз.

Тобокелдиктер төмөнкүлөр менен байланыштуу болушу мүмкүн:

- сатып алуучулардын суроо-талаптарынын же артыкчылыктарынын өзгөрүшү;
- чийки заттын, таңгактын, жабдуулардын же транспорттун бааларынын өсүшү;
- чийки затты жеткирүүдөгү үзгүлтүктөр же анын сапаты;
- өндүрүштүк кыйынчылыктар (электр менен камсыздоо, жабдуулар, технологиялар);
- продукциянын сапатына же стандарттарына коюлган талаптардын өзгөрүшү;
- чийки зат өндүрүшүнө таасир этүүчү климаттык жана жаратылыш факторлору.

Ар бир тобокелдик боюнча сунушталган чараларды кыскача көрсөтүңүз (мисалы: альтернативдүү жеткирүүчүлөрдү табуу, продукциянын сапатын жакшыртуу, сатуу рынокторун диверсификациялоо, чийки заттын запасын түзүү, туруктуураак технологияларды колдонуу ж.б.).

№	Мүмкүн болгон тобокелчиликтер, кыйынчылыктар	Тобокелчиликтерди, кыйынчылыктарды чечүү чаралары
1		
2		
3		
4		

### 2.4 Выгоды от развития проекта

Кратко опишите, какие **выгоды принесёт развитие цепочки добавленной стоимости продукта** в рамках проекта.

- какие улучшения произойдут в производстве, переработке, упаковке или продаже продукции;
- какие экономические выгоды ожидаются (рост продаж, увеличение доходов, создание рабочих мест);
- какие социальные выгоды получит сообщество (новые возможности занятости, развитие местных производителей, укрепление сотрудничества);
- какие экологические или климатические выгоды возможны (снижение отходов, рациональное использование сырья, энергоэффективность);
- кто получит выгоду от реализации проекта (производители, предприниматели, жители, покупатели);







Долбоорду координациялоо үчүн ким жооптуу болот?

### 2.5.5 Кайсы көрсөткүчтөр көзөмөлдөнөрүн жана долбоордун мониторингине ким жооптуу болорун көрсөтүңүз

---



---



---



---



---



---

Көрсөткүч	Кантип көзөмөлдөнөт	Жооптуу
Долбоор иш-чараларынын ишке ашырылышы		
Өндүрүш көлөмү		
Продукциянын сатылышы		
Жумуш орундарын түзүү		

### 3. МАРКЕТИНГ БОЮНЧА ПЛАН

#### 3.1 Сиз өндүрүп жана сатууга пландап жаткан продуктту кыскача сүрөттөп бериңиз.

*Төмөнкүлөрдү көрсөтүңүз: продукттун аталышы, негизги жергиликтүү чийки зат, продукттун өзгөчөлүктөрү (даамы, сапаты, технологиясы, салттуулугу), таңгактын түрү.*

Параметр	Сүрөттөлүшү
Продукттун аталышы	
Негизги чийки зат	
Продукттун кыскача сүрөттөлүшү	
Таңгак	
Сактоо мөөнөтү	

#### 3.2 Сиздин продуктту ким сатып аларын аныктаңыз. Негизги сатып алуучулар кимдер?

*Алар кайсы жерде жайгашкан? Эмне үчүн алар дал сиздин продуктту сатып алышат?*

Сатып алуучулардын түрү	Кайсы жерде жайгашкан	Эмне үчүн аларга бул продукт керек
Жергиликтүү тургундар		
Туристтер		
Дүкөндөр		
Башкалар		

#### 3.3 Рынокто буга окшогон кандай продукттар бар экенин сүрөттөп бериңиз

Атаандаш продукт	Өндүрүүчү / жайгашкан жери	Баасы	Сиздин продукт эмнеси менен айырмаланат

#### 3.4 Илгерилетүү жана сатуу

*Сиз продуктту кантип илгерилетип жана сатасыз?*

Мүмкүн болгон сатуу каналдары

жергиликтүү базар

дүкөндөр



- жарманкелер
- туристтик жайлар
- социалдык тармактар
- онлайн-платформалар

Илгерилетүү ыкмасы	Кантип ишке ашырылат	Мезгилдүүлүгү
Жарманкелер / көргөзмөлөр		
Социалдык тармактар		
Дүкөндөр аркылуу сатуу		
Жарнама		

### 3.5 Продукт кандай баада сатылары пландалууда

Продукт	Пландалган баа	Кайсы жерде сатылат

### 3.6 Продуктту илгерилетүү жана сатуу үчүн кандай аракеттерди пландап жатасыз

Маркетинг иш-аракети	Кайсы жерде ишке ашырылат	Качан пландалууда	Күтүлгөн натыйжа
Продуктун таңгактарын жакшыртуу			
Социалдык тармактарда баракча ачуу			
Дүкөндөр аркылуу сатуу			
Жарманкелерге / көргөзмөлөргө катышуу			
Туристтик жайлар аркылуу илгерилетүү			
Продукциянын дегустациясын өткөрүү			

## 4. ӨНДҮРҮШ БОЮНЧА ПЛАН

### 4.1. Имарат

#### 4.1.1. Өзүнүзгө тиешелүү имараттын маалыматтарын көрсөтүңүз

№	Курулуштун түрү (турак, турак эмес, кабаттуулугу, кыштан, бетондон)	Өздүк имараттын учурдагы наркы
1		

4.1.2. Эгер имарат ижарага алынган болсо, айына, сом менен төлөгөн ижара акысы канча

---

4.1.3. Эгер имарат ремонтту/курууну талап кылса керектүү жумуштардын тизмесин жана наркын жазыңыз



№	Жумуштардын түрү	Наркы, сом			
		Бардыгы, сом	АРИСтин эсебинен, сом	Өздүк каражаттардын эсебинен, сом	Заемдук каражаттардын эсебинен, сом
1	Курулуш иштери				
2	Курулуш материалдары				
3	Курулуш техникаларын ижарасы				
4	Консультациялык жана техникалык кызматтар (жер бөлүү, дефекттик акт, топографиялык жана лабораториялык иштер, долбоорду даярдоо, бюджетин бекитүү, окутуу)				
5	Башка чыгымдар ( )				
6	Бардыгы, сом:				

4.1.4. Имаратты ремонттоо/куруу наркы бардыгы:

---

#### 4.2 Жабдуулар жана механизмдер

4.2.1. Өзүнүзгө тиешелүү жабдуулар жана механизмдер:

№	Жабдуунун аталышы	Даярдоочу	Макс. өндүрүш кубаттуулугу	Жабдуулардын учурдагы наркы, сом
1				
2				
	Өзүнүзгө тиешелүү жабдуулар жана механизмдердин жалпы наркы, сом:			

4.2.2. Эгер жабдуулар ижарага алынган болсо, айына, сом менен төлөгөн ижара акысы канча:

---



4.2.3. Эгер жаны жабдууларды алуу керек болсо, наркын жазыңыз

№	Жабдуулардын аталышы	Даярдоочу	Макс. өндүрүш кубаттуулугу	Баасы, сом	Саны	Жалпы наркы, Сом	АРИС каражаттары	Өздүк каражаттар	Башка каражаттар





№	Кызмат орду/аткарган иши	Талап кылынган кызматкердин саны, анын ичинен:		Аялдар үчүн жумуш орундары	Жаштар үчүн жумуш орундары
		Иштейт	Жаңы түзүлөт		

#### 4.6 Бенефициарлар

№	Бенефициарлар	Саны	Анын ичинен аялдар
1	Түз бенефициарлар		
2	Кыйыр бенефициарлар		
	<b>Жалпысы:</b>		

- Түз бенефициарлар — бул долбоорго түздөн-түз катышкан же анын жыйынтыктарынан түз пайда алган адамдар же уюмдар. (Мисалы: цехте иштей турган кызматкерлер, чийки зат жеткирген фермерлер.)
- Кыйыр бенефициарлар — бул долбоорго түздөн-түз катышпаса да, анын жыйынтыктарынан пайда алган адамдар же уюмдар. (Мисалы: айыл тургундары, жергиликтүү дүкөндөр жана базарлар, транспорт кызматтары, таңгак же материал жеткирүүчүлөр, кызматкерлердин үй-бүлөлөрү, жергиликтүү бийлик органдары (салыктар аркылуу), туристтер же продукциянын керектөөчүлөрү.)



## 5. КАРЖЫЛЫК ПЛАН

### 5.1. Старттык/баштапкы капитал

Баштапкы, негизги жана жүгүртүүдөгү капиталдын керектүү суммасы:

№	Капиталдын түрү	Айлык наркы, сом	Кирешелердин чыгымдардын жапканга чейинки айлардын саны	Жалпы наркы, сом	АРИСтин эсебинен, сом	Оздук каражаттар	Башка булактарда
<b>Негизги капитал</b>							
1	Имарат (ремонт) (п.4.1.3)						
2	Жабдуу жана машиналар (п.4.2.3.)						
<b>Жүгүртүү капиталы (АРИСтин салымын эсепке албаганда)</b>							
3	Чийки зат/даяр продукция						
4	Эмгек акы						
5	Ижара (п.4.1.2. + п.4.2.2.)						
6	Электр энергиясы						
7	Маркетингдик чыгымдар (реклама, изилдоолор.)						
8	Административдик чыгымдар (администрациянын эмгеги, телефон, канцтовар, ижара, транспорт и пр.)						
9	Салыктар						
10	Башка чыгымдар						
11	Бардыгы, сом						

\*п.1-2 негизги капитал

**Эскертүү:** жүгүртүүдөгү капитал сатуудан кийинки түшүүлөр учурдагы чыгымдарын жапкан айлардын санын эске алып эсептелет.

### 5.2. Чыгымдардын калкуляциясы

5.2.1. Чийки заттарды эсептеңиз (түз материалдык чыгымдар)

№	Чийки заттын аталышы	Чен бирдиги	Бирдик баасы	Айлык чийки заттын саны	Айлык жалпы сумма, сом
1					
2					
3					
4					



5					
6		-	-	-	
	Бардык чийки зат:				

5.2.2. Негизги жумушчунун эмгек акысын эсептеңиз (прямые затраты труда)

№	Элеген орду	Талап кылынган кызматкерлердин саны	1 кызматкердин пландалган айлык акысы, сом	Соцфондко чегеруулор, сом (17,75 %)	Жалпы айлык, сом
1					
2					
	Негизги кызматкерлердин жалпы эмгек акысы:				

5.2.3. Кыйыр чыгымдарды эсептеңиз

№	Чыгымдардын аталышы	Айлык бардыгы, сом
1	Ижара акысы	
2	Электр энергия	
3	Коммунальные чыгымдар (суу, канализация, газ ж.б.)	
4	Амортизация	
5	Учурдагы ремонт	
6	Административдик чыгымдар	
7	Маркетингдик чыгымдар	
8	Кредиттик пайыздарды жабуу	
9	Башка чыгымдар	
10	Кыйыр чыгымдар, бардыгы	

**5.3. Пайда жана чыгаша жөнүндө отчетту даярдаңыз**

№	Статьянын аталышы	Айлык сумма	Жылдык сумма
+	Продукцияны сатуудан кирешелер		
-	Чийки зат (Пункт 5.2.1)		
-	Негизги кызматкерлердин эмгек акысы (Пункт 5.2.2)		
-	Кыйыр чыгымдар (Пункт 5.2.3)		
=	Салык алынуучу пайда		
-	Салык (физ. тараптардын киреше салыгы, юрид. тараптардын пайдага алынган салык)		
=	Пайда		



#### 5.4. Акча каражаттарынын кыймылы боюнча отчетту даярдоо

	Статьянын аталышы	Айлар боюнча												Бардыгы
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
+	Мезгилдин башындагы акча каражаттар				1									
+	Кредиттер, займдар, гранттар													
+	Продукцияны сатуудан кирешелер													
+	Башка акчалай түшүүлөр													
=	Бардык акчалай түшүүлөр													
-	Чийки зат													
-	Негизги кызматкерлердин эмгек акысы													
-	Кыйыр чыгымдар													
-	Займ жана кредитке төлөөлөр													
-	Салыктар													
-	Негизги каражаттардын наркы*													
-	Башка ишмердүүлүктөн башка чыгымдар													
=	Жалпы акчалай чыгымдар													
+/-	Мезгилдин аягындагы акча каражаттары **													

Жеке өнөктөш тарабынан долбоордун жетекчиси:

Аты- жөнү \_\_\_\_\_

Колу: \_\_\_\_\_ Мөөнөтү “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2026 ж.

Мөөрү

