



**Кыргыз Республикасынын комчулукту өнүктүрүү  
жана инвестициялоо агентствосу**

# **БИЗНЕСИ ПЛАНДАШТЫРУУНУН НЕГИЗДЕРИ**

**Айылды инвестициялоонун үчүнчү долбоору  
(АИД-3 (МАР))**

Бишкек 2021

Мазмуну

1. ТРЕНИНГДИН МАКСАТТАРЫ ЖАНА МИЛДЕТТЕРИ ..	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. ТРЕНИНГДИН ПРОГРАММАСЫ.....	3
3. ДЕТАЛДУУ ПЛАНЫ .....	4
4. ТРЕНЕРЛЕР ҮЧҮН ЖЕТЕКЧИЛИК: ТРЕНИНГДИК МАТЕРИАЛ.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Киришүү.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таанышуу, тренингдин максаттары жана милдеттери. Тренингдин программасы менен таанышуу. Кирүү баалоосу-тестирлөө.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Бизнес-пландаштыруу деген эмне? .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Учурдагы кырдаалды талдоо .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Маркетингдик план.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Өндүрүштүк план.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Финансылык план .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Талдоо жана тобокелдерди башкаруу .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
7-СЕССИЯ. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Бизнес планын ишке ашыруу боюнча андан аркы кадамдар. Негизги каталар .	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Тренингдин жыйынтыгын талкуулоо. Катывуучулардын күтүүлөрүн баалоо. Чыгуу баалоосу-тестирлөө.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
ТИРКЕМЕЛЕР:.....	8
1-Тиркеме. Катывуучулардын билимин эсепке алуу (тренинге чейин жана кийин).....	8
2-Тиркеме. Окутуу модулуна карата таратылуучу материалдар.....	9
3-Тиркеме. Кыргыз Республикасында чакан жана орто бизнесте жөнгө салуучу ченемдик укуктук актылардын тизмеси.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4-Тиркеме. Пайдаланылган адабияттардын тизмеси .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

5-Туркеме. Даяр бизнес-пландын үлгүлөрү ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

## 1. ТРЕНИНГДИН МАКСАТЫ ЖАНА МИЛДЕТТЕРИ

**Модулдун максаты:** Өз бизнесин баштап жаткан ишкер аялдарды бизнес-пландоого үйрөтүү

**Модулдун милдеттери:**

1. Катшыуучуларга бизнес-пландоо боюнча баштапкы этапта зарыл болгон деңгээлдеги билим берүү;
2. Катшыуучуларга өз алдынча бизнес-план иштеп чыгуу боюнча көндүмдөрдү үйрөтүү;
3. Бизнес планы ишке ашыруу үчүн катшыуучуларга кийинки кадамдар боюнча элестетүү жаратуу.

**Күтүлүүчү жыйынтыктар:**

- Катшыуучулар өз алдынча бизнес-план иштеп чыгуу боюнча алгачкы көндүмдөрдү жана жаңы билимдерди алышат.
- Катшыуучулардын тренингден алган бизнес-план боюнча жаңы билимдери жана көндүмдөрү келечекте бизнес-долбоорлорду ийгиликтүү ишке ашырууга өбөлгө түзөт.

## 2. ТРЕНИНГДИН ПРОГРАММАСЫ

Убакыт	Темалар/сессиялар
8:30 - 9:00	Катшыуучуларды каттоо/кофе-брейк
9:00 - 9:45	Таанышуу, тренингдин максаты жана милдеттери. Тренингдин программасы менен таанышуу. Катшыуучулардын күтүүлөрүн аныктоо. Кируу баалоосу-тестирлөө.
9:45-10:45	1-Сессия. Бизнес-план деген эмне? Бизнес-пландын негизги этаптары жана түзүмү.
10:45-11:45	2-Сессия. Учурдагы кырдаалды жана бизнес-идеяларды талдоо.
11:45-12:25	3-Сессия. Маркетингдик план
12:25-13:25	Түшкү тамак
13:25-14:25	4-Сессия Өндүрүштүк план
14:25-15:25	5-Сессия. Финанылык план
15:25-16:05	6-Сессия. Талдоо жана тобокелдерди башкаруу
16:05-16:20	Кофе-брейк

16:20-16:50	7-Сессия. Бизнес планын ишке ашыруу боюнча андан аркы кадамдар. Негизги каталар
16:50-17:30	Тренингдин жыйынтыгын талкуулоо. Катшыуучулардын күтүүлөрүн баалоо. Чыгуу баалоосу-тестирлөө.

### 3. ДЕТАЛДУУ ПЛАН

		<b>Таанышуу, тренингдин максаты жана милдеттери. Тренингдин программасы менен таанышуу. Катшыуучулардын күтүүлөрүн аныктоо. Кируу баалоосу-тестирлөө.</b>		
<i>Милдеттери</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тренингди өткөрүү процессинде ишенимдүү коммуникацияны камсыз кылуу.</li> <li>• Катшыуучуларга тренингдин максаттары жана милдеттери жөнүндө маалымат берүү.</li> <li>• Берилген тема боюнча тренингдин катшыуучуларынын кирүү баалоосун өткөрүү.</li> <li>• Катшыуучулардын күтүүлөрүн каттоо.</li> </ul>			
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>		<i>Ыкма</i>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
Тренингди өткөрүү процессинде ишенимдүү коммуникацияны камсыздоо		Тренер интерактивдүү ыкмалар менен катшыуучулар менен таанышуу жол-жоболорун өткөрөт		15
Тренингдин максаттары жана милдеттери жөнүндө маалымат катшыуучуларына берүү		Тренер катшыуучуларга теманын, окутуунун максаттарынын жана милдеттеринин актуалдуулугун түшүндүрөт	Окутуу программасы № 2 слайд	10
Берилген тема боюнча тренингдин катшыуучуларынын билимине кирүү баалоосун жүргүзүү		Катшыуучуларга теманы базалык түшүнүү боюнча анкеталоо жүргүзүлөт. Кируу тестирлөө	Тесттердин бланктары	10
Тренингдин катшыуучуларынын күтүүлөрүн аныктоо		Катшыуучуларга алардын тренингден күтүүлөрүн жазууга жана алдын ала даярдалган "күтүү дарагынын" флипчартына жабыштырууга тапшырма берилет»	Түстүү карталар, Флипчарттар, Маркерлер	10
<b>Аудиториянын көрүнүшү</b>	<i>Топтор боюнча жайгаштыруу (мүн. 4 адам, макс. 7 адам) бардыгы 4 топ</i>			

1-Сессия	<b>Бизнес план деген эмне? Бизнес-пландын негизги этаптары жана түзүмү.</b>		
<b>Милдеттер</b>	<p>1.1. Катышуучулар менен "бизнес-пландоо", "бизнес-идеясы", "бизнес-максаты" жана "бизнес-план" түшүнүктөрүн талдоо. Нормативдик-укуктук актылар менен тааныштыруу.</p> <p>1.2. SWOT талдоо ыкмасы менен тааныштыруу. Бизнес-идеялардын мисалында ыкма менен иштөө тажрыйбасын алуу.</p> <p>1.3. SMART системасы боюнча бизнес-максаттарды туура коюуга үйрөтүү</p> <p>1.4. Бизнес-план жана бизнес-пландоонун негизги этаптарынын классикалык түзүлүшү менен тааныштыруу.</p>		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
Катышуучулар менен "бизнес-пландоо", "бизнес-идеясы", "бизнес-максаты" жана "бизнес-план" түшүнүктөрүн талдоо. Нормативдик-укуктук актылар менен тааныштыруу	Мээ штурм, жалпы дискуссия, мини-лекция, суроолор-жооптор.	Флипчарт, Маркерлер, 3-7 слайддар жана проектор	15
1.1.SWOT талдоо ыкмасы менен тааныштыруу. Бизнес-идеялардын мисалында ыкма менен иштөө тажрыйбасын алуу.	Чакан лекция, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Түстүү маркерлер, Флипчарттар, проектор, №8-11 слайддар	20
1.2.Бизнес-максаттарын туура коюу. SMART максаттары.		Түстүү маркерлер, Флипчарттар, Проектор, №12-13 слайддар	30
1.3.Бизнес-пландаштыруу этаптары, бизнес-пландын түзүмү	Чакан лекция, жалпы талкуу, суроо-жооп.	Проектор – №14-15 слайддар	10
2-Сессия	<b>Учурдагы кырдаалды талдоо</b>		
<b>Милдеттери</b>	2.1. Бизнес-идея таандык болгон тармак боюнча талдоо ыкмасы менен тааныштыруу.		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
2.1.Сиздин бизнес-идеяңыз таандык болгон тармакты талдайбыз	Чакан лекция, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №16-17 слайддар, флипчарттар, түстүү маркерлер	40
3-Сессия	Маркетингдик план		
<b>Милдетт</b>	3.1.Катышуучуларга маркетинг планынын мазмунун берүү жана аларды		

<i>ери</i>	практикалык мисалдарда иштеп чыгуу		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
3.1.Маркетинг планы жана аны түзүү	Чакан лекция, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №18-19 слайддар, флипчарттар, түстүү маркерлер	40
<b>4-Сессия</b>	Өндүрүштүк планы		
<b>Милдеттери</b>	4.1.Практикалык сабактарда товарларды өндүрүүгө жана кызмат көрсөтүүгө кетүүчү чыгымдардын планын түзүү көндүмдөрүн иштеп чыгуу.		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
4.1.Практикалык мисалдарга ылайык өндүрүштүн чыгымдарынын планын түзөбүз.	Чакан лекция, мээ штурм, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №20-21 слайддар, флипчарттар, түстүү маркерлер	60
<b>5-Сессия</b>	Финансылык план		
<b>Милдеттери</b>	5.1.Практикалык сабактарда финансылык пландарды түзүү боюнча көндүмдөрдү иштеп чыгуу.		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
5.1. Каржы пландарын түзүү – практикалык мисалдарга ылайык болжолдонуп жаткан киреше, пайда жана рентабелдүүлүктү санайбыз.	Чакан лекция, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №22-23 слайддар, флипчарттар, түстүү маркерлер.	60
<b>6-Сессия</b>	Тобокелдиктерди талдоо жана башкаруу		
<b>Милдеттери</b>	6.1.Катышуучулар менен талдоо көндүмдөрүн иштеп чыгуу жана тобокелдиктерди башкаруу боюнча планды түзүү.		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт</b>

			<b>(мин.)</b>
6.1. Практикалык мисалдарга ылайык, коркунучтардын тизмесин жана аларды чечүүнүн/жеңилдетүү чараларын табабыз, тизмелейбиз.	Чакан лекция, практикалык иш, чакан топтордун презентациялары, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – № 24-25 слайддар, флипчарттар, түстүү маркерлер	40
<b>7-Сессия</b>	<b>Бизнес-планды ишке ашыруу боюнча андан аркы кадамдар. Негизги каталар.</b>		
<b>Милдеттери</b>	7.1. Иштелип чыккан бизнес-пландарды биргелешип талкуулоо жана ишке ашырууну баштоо үчүн негизги кадамдык иш-аракеттерди аныктоо 7.2. Бизнес-планды даярдоо жана ишке ашыруу учурундагы негизги каталардын тизмегин берүү.		
<b>Подтема/иш-аракеттер</b>	<b>Ыкма</b>	<b>Каражат</b>	<b>Убакыт (мин.)</b>
7.1. Практикалык мисалдарга ылайык иштелип чыккан бизнес-пландарды иш жүзүнө ашыруу боюнча кадамдар тизмегин табабыз жана түзөбүз.	Чакан лекция, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №26 слайд	15
7.2. Бизнес пландарды түзүү жана ишке ашыруу процессинде негизги каталардын тизмесин белгилөө.	Чакан лекция, талкуулар, суроолор-жооптор	Проектор – №27 слайд	15
	<b>Тренингдин жыйынтыктарын талкуулоо. Катыхуучулардын күтүүлөрүн баалоо. Чыгуу баалоосу-тестирлөө.</b>		
<b>Милдеттери</b>	Тренингдин натыйжалуулугун "күтүү дарагы" методу боюнча катыхуучулардын күтүүлөрүнө шайкеш келүүнү баалоо.  Билим деңгээлин баалоо үчүн катыхуучулардын билимин өркүндөтүү, чыгуу баалоосу- тестирлөө.  Тренингдин катыхуучуларынын канааттануусун баалоо (кайтарым байланыш).		

**ТИРКЕМЕ:**

*1-Тиркеме. Кирүү баалоосу-тестирлөө (чейин жана кийин)*

**КИРҮҮ ЖАНА ЧЫГУУ ТЕСТИРЛӨӨНҮН СУРООЛОРУ (ЖООПТОРУ МЕНЕН)**

(туура жоопторун белгилеп коюңуз)

**1. Бизнес пландоо деген эмне?**

- а) Бул сатуу рыногун баалоо үчүн маалымат чогултуу процесси болот;
- б) Бул бизнес-максаттарды негиздөө үчүн маалыматтарды териштирүү процесси болот;
- в) Бул ишкананын каржылык жана өндүрүштүк көрсөткүчтөрүн талдоо жана баалоосу;

Туура жооп : (б)

**2. Бизнес-пландоонуну негизги этаптары болуп саналат:**

- а) Учурдагы абалды талдоо; Маркетингдик план; өндүрүштүк план; финансылык план; тобокелдиктерди башкаруу
- б) кирешелүүлүктү эсептөө; товардын же кызмат көрсөтүүнүн рыногун талдоо; финансылык план; өндүрүштүк план; Маркетингдик план; тобокелдиктерди талдоо жана башкаруу; бизнес-планды ишке ашыруу;
- в) бизнес-идеяларды генерациялоо; бизнес-максаттарды коюу; учурдагы абалды талдоо; маркетинг планы; өндүрүштүк план; финансылык план; тобокелдиктерди талдоо жана башкаруу; бизнес-планды ишке ашыруу

Туура жооп: (в)

**2. Маркетинг план керек :**

- а) сиздин товар же кызмат көрсөтүүнү алга илгерилетүү стратегиясын иштеп чыгуу үчүн;
- б) даяр продукцияларды же кызмат көрсөтүүлөрдү сатып өткөрүү рыногун аныктоо үчүн;
- в) потенциалдуу кардарларды тартуу үчүн.

Туура жооп: (б)

**3. Өздүк нарк деген:**

- а) бардык кирешелердин суммасы;
- б) бардык чыгымдардын суммасы;
- в) сатуулардан түшкөн каражат.

Туура жооп: (б)

**Финансылык план жеке ишкерлер тарабынан түзүлөт:**

- а) чыгашасыздык чекитин эсептөө;



- б) кирешелердин жана чыгашалардын көлөмүн болжолдоо;
- в) инвестордон каржылоо алуу

## 1-СЕССИЯ

### **Бизнес пландоо деген эмне? Негизги этаптары, бизнес пландын түзүмү.**

Өз бизнесин эртерээк баштоону калаган ишкерлер келечекте алардын иш-аракети кандай болоорун билбестен, дароо эле Старт алышат.

Адам өзүнүн убактысынын көпчүлүк бөлүгүн эч нерсе кылбастан, көктөгүнү эңсеп, бирок эмнеден баштоону билбеген жагдай да болот.

*Эки учурда тең төмөнкүдөй болот: кандай кылыш керек деген так планы жок жаңы иш баштаган ишкер экономикалык чиелишкен дүйнөдө көздөгөн максаттарын жоготот.*

Өз ишиңизди ачуу үчүн, сабаттуу бизнес-планды жазуу абдан маанилүү, ал өзүңүздүн идеяңыз үчүн күрөштө картанын ролун ойнойт.

***Бизнес-план-бул даярдаган адамга жана инвесторлорго бизнес идеяны ишке ашырууга жана белгиленген бизнес-максаттарга жетүү үчүн түшүнүктүү болгон колдонмо.***

***Бизнес пландаштыруу- алдыда турган иш-аракеттердин негизинде маалыматтарды иштеп чыгуу , максаттарга жетүү үчүн мыкты жолдорун аныктоо боюнча процесс.***

Өз ишкердигин пландаштыруу, зарыл. Көпчүлүк учурда технологиялык жактан ишкердик кынтыксыз аткарылат, бирок экономикалык эсептөөлөр аткарылбай калгандыктан ишкердикте ийгиликсиздик жаралат. Ишкананын экономикалык ишмердүүлүгүнүн планын алдын ала түзүү керек. Чийки материалдарды, отун, бөлүктөрдү жана даяр азыктарды сатып алуу боюнча экономикалык жактан сабаттуу план иштеп чыгуу зарыл. Мындан өндүрүштүн натыйжалуулугу, жүгүртүү каражаттарынын айланышы, өндүрүштүн рентабелдүүлүгү көз каранды болот. Продукцияны өндүрүүдө жана сатууда, реалдуу чыгымдарды туура эмес пландаштыруу чарба жүргүзүүчү субъекттин банкрот болушуна алып келет.

Мындай документ өзүнүн идеясы жөнүндөгү үч билимдин негизинде түзүлөт жана кийинки иш-аракеттердин баарынын негизи болуп калат. Бул нерселерди так түшүнүү гана келечекте максатка жеткизе турган старттык аянтчаны бере алат.

Бул 3 билим- ар кандай долбоордун ийгилигинин ачкычы боло алат:

**Сиз азыр кайсы абалда, деңгээлдесиз.** Башкача айтканда, Сиз дүкөн ачууну каалаган жалданма кызматкер болсоңуз, сизге кандай билим, көндүмдөр, канчалык акча каражаты керек экендигин, ошондой эле зарыл болгон жабдуулар, бөлмө, байланыштар жөнүндө түшүнүүңүз керек.

**Акыркы натыйжа.** Бул “бай болууну каалайм” деген кыялдан болбошу керек. Сиздин бизнесиңизде жүгүртүүдө канча каражатыңыз, бизнестин рыноктогу орду, кандай киреше жана ушул багыттагы нерселер жөнүндө так билүүңүз зарыл ;

**Биринчи пункттан экинчи пунктка кайсы кадамдар алып келээрин толуктап так жазып чыгуу жана түшүнүү керек.** Албетте, баарын эсепке алууга мүмкүн эмес, бирок максималдуу так жана сиздин реалдуу элестетүүнүз боюнча кандай иш-аракет жасоо керектигин толук түшүнүүнүз керек.

Бизнес план түзүү боюнча эки негизги максат бар. Ар бир кырдаалда белгилүү бир маалыматка көңүл буруу керек.

### **№1 Максат.** Инвесторлор үчүн бизнес план иштеп чыгуу

Бул кырдаалда сиздин башкы максатыңыз эскертилген документтин аткара турган башкы милдети, - *бул инвесторлордон акча алып, алар рационалдуу пайдаланылаарын далилдеп бериши керектигин түшүнүү керек.*

*Бул каражат кредит катары жана акча катары кайтаруу талап кылынабы же жокпу, же сизге кайтарымызсыз грант же субсидия катары берилгенби айрымасы жок, сиз өзүңүздүн идеяларыңыздын максималдуу татына жана олуттуу ишке ашырылышын элестетүүнүз зарыл.*

*Бул максатка жетүү үчүн сиздин ишиңиз төмөнкүдөй мүнөздөмөгө ээ болушу керек логикалык жактан так айтылган, жакшы баяндалган жана ишенимдүү берилген.*

### **№2 Максат.** Бизнес планды өзү үчүн түзүү

Бул жагдайда бизнес план бир гана СИЗ ҮЧҮН иш-аракет кылганга жетектөөчү колдонмо катары жазылат. Бардык керектүү нерселерди эсептөө менен, өзүңүздүн мүмкүнчүлүгүңүздү карап иш аракет кылып баштоо зарыл.

Бул план сиздин , бизнес ачууга аракет кылган, реалдуу жагдайыңызга абдан жакын болуусу керек.

Мындай көрүнүш: Сиз офистин иштеши үчүн эмерек сатып алуунуз керек. Бул тизмеге 15 отургуч 1500 сомдон, 5 стол 7000 сомдон жана кагаздар үчүн ар бир 4000 сомдон турган 2 шкаф сатып алуу керек. Жыйынтыгында чоң сумма келип чыгат. Бирок гаражда ДСП бар экени , андан шкаф жасоого боло турганын, атаңыздын үйүндө 5 отургуч бар экени, ал эми 1 столду досунуз бекер эле бере турганы сиздин эсиңизде бар. Жыйынтыгында офиске керектүү бюджет көз көрүнөө азайды.

Мындай үнөмдөө, айрыкча, бизнес ачуунун биринчи баскычтарында өтө маанилүү болуп саналат. Булардан сиздин бизнесиңиздин канчалык деңгээлде тез жана эффективдүү өнүгүүсү көз каранды болот.

### **Бизнес-идеялар**

Жаңы ишкананын, жаңы продуктынын, жаңы процесстин башталыш чекити – бул идея. Бизнес-идея, керектөөчүгө сунушталган бизнестин наркын түшүнүүгө багытталган бизнестин концепциясы. Ал өзү ойлоп тапкан( жаңы, оригиналдуу, биринчи ачылыш) болушу менен бирге эле, сырттан көчүрүп алынган, бирөөнү туурап жасалган да болушу мүмкүн.Идеяны генерациялоо инновациялык процесстин биринчи жана өтө маанилүү

этабы болуп, анын натыйжасы уюмга керектүү болгон келечектүү идеялардын белгилүү бир санынын келип чыгышы болуп саналат.

Идеялар ар түрдүү аспектилерге таасирин тийгизиши мүмкүн, жаңы продукттан баштап уюмдун жаңы структурасына чейин. Жакшы бизнес идеяны табуу дайыма эле жөнөкөй эмес. Бизнес идеялардын абдан керектүү булактары катары төмөнкүлөрдү эсептөөгө болот:

- керектөөчүлөрдүн пикири;
- сунуштар жана достор, туугандарынын каалоолору;
- атаандаштар чыгарган продукция;
- социалдык тармактар боюнча Instagramm, facebook, odnoklassniki;
- соода кызматкерлеринин, сатуу агенттеринин пикирлери;
- газета жана журналдардагы ар түрдүү жарыялоолор;
- социалдык кызматтарда же коммерциялык эмес уюмдарда пайда болгон идеялар;

Бизнес-идеяларды генерациялагандан кийин алардын бирин тандап алып формализациялоо зарыл. Бирок, бизнес-идеяны баяндоо-бул жаңы чыккан сонун продуктыны жарнамалоо кагазы эмес жана анын техникалык сүрөттөлүшү эмес. Бул төмөнкү үч суроого жооп берип, чечим кабыл ала турган документ:

1. Бизнес идея кандай көйгөйдү чечет, керектөөчүнүн пайдасы кандай болот? (Эмне?)
2. Сунушталган продуктынын базардагы оруну кандай? (Кимге багытталган?)
3. Киреше механизми кандай? (Кантип?)

Бизнес идея кандай көйгөйдү чечет? (Эмне?) Пайдалануучулар өздөрүнүн муктаждыктарын канааттандыруу үчүн, көйгөйлөрүн чечүү үчүн продуктыны сатып алышат. Рыноктун шарттарында ийгилик, буюмдун же кызматтын уникалдуу касиеттерине караганда, канааттандырылган керектөөчүлөргө көз каранды экени белгилүү болот. Ошентип, ийгиликтүү бизнес идеянын биринчи мүнөздөмөсү-бул ал кайсы муктаждыкты жана кандай формада (продукт же кызмат) канааттандыра тургандыгын ачык айтып турат. Көптөгөн ишкерлердин катасы алар керектөөчүлөрдүн көйгөйлөрүн чечүүгө кайрылып жатканда, алар продуктынын техникалык жактарын карашат.

Сунушталган продуктынын рыногу (өтүшү) кандай? (Кимге?) Адамдар бул буюмду же кызматты сатып алууну каалаган учурда гана бизнес-идея реалдуу экономикалык мааниге ээ болот. Ошондуктан, ийгиликтүү бизнес идеянын экинчи мүнөздөмөсү- ал буюм (кызмат көрсөтүү) үчүн жагымдуу рыноктун бар экендигин көрсөтүп турат жана бул буюмду пайдалануучулардын максаттуу тобун аныктоо болуп саналат. Бул этапта, рынокту толук талдоо жүргүзүү талап кылынбайт. Бирок, рыноктун өлчөмүнө же сегментине карата берген болжолдоолор, бизнес идеяны сүрөттөө үчүн жетиштүү болот.

Киреше алуу механизми кандай? (Кантип?) Бизнестеги пайданы аныктоонун классикалык схемасы жөнөкөйлөтүлгөн түрдө төмөнкүдөй көрүнөт: ишкана жеткирүүчүлөрдөн чийки заттарды, материалдарды же кызматтарды сатып алып, төлөп берет. Төлөөнүн өлчөмү анын чыгымдарын чагылдырат. Ишкана ал чыгарган

продуктыларды же кызмат көрсөтүүлөрдү саткан учурда ал киреше (сатуудан түшкөн каражатты) алат. Кийинчерээк бизнес-планды иштеп чыгууда сиз бизнес жүргүзүүнүн моделин майда-чүйдөсүнө чейин иштеп чыгуу менен киреше алуу механизмдин сүрөттөп чыгууну зарыл. Бизнес-идеяларды иштеп чыгуу этабында чыгымдарды жана кирешелерди жакындатылган баалоо менен чектелсе болот.

Жаңы продуктуну же кызматты алууга багытталган бизнес-идеяларды сүрөттөп жазууда төмөнкү моделден баштоо сунушталат: максаты - акыркы натыйжа - экономикалык эффект. Ошондуктан, сүрөттөп жазууда милдеттүү түрдө үч маалымат блогу ачык-айкын болуш керек.

1. Максат-чечилиши керек болгон көйгөй, же ишке ашыруу үчүн керек болгон мүмкүнчүлүк. Бул жерде төмөнкү көйгөйлөрдүн аспектилерин белгилөөгө болот, бизнестин мүмкүнчүлүктөрүн же башка керектөөлөрүн, алар күтүүчү көрүүгө бул бизнес-долбоор: керектөө рыногун, өндүрүштүк зарылчылык, муктаждык заказчынын техникалык прогресс, юридикалык чектөө же ченемдерин, жалпы коомдук керектөө
2. Акыркы натыйжа-бул көйгөйдү чечүү же мүмкүнчүлүгүн ишке ашыруу үчүн болжолдонгон ыкмасы болуп саналат.
3. Экономикалык натыйжа-бул түпкү натыйжанын рубль, доллар, евро ж. б. менен билдирилген болжолдуу кайтарымдуулугу (натыйжалуулугу).

### **Бизнес –идеянын SWOT анализи**

SWOT-анализ деген эмне?

Ыкманын аталышы түзмө-түз, анын жалпы маанисин камтыйт:

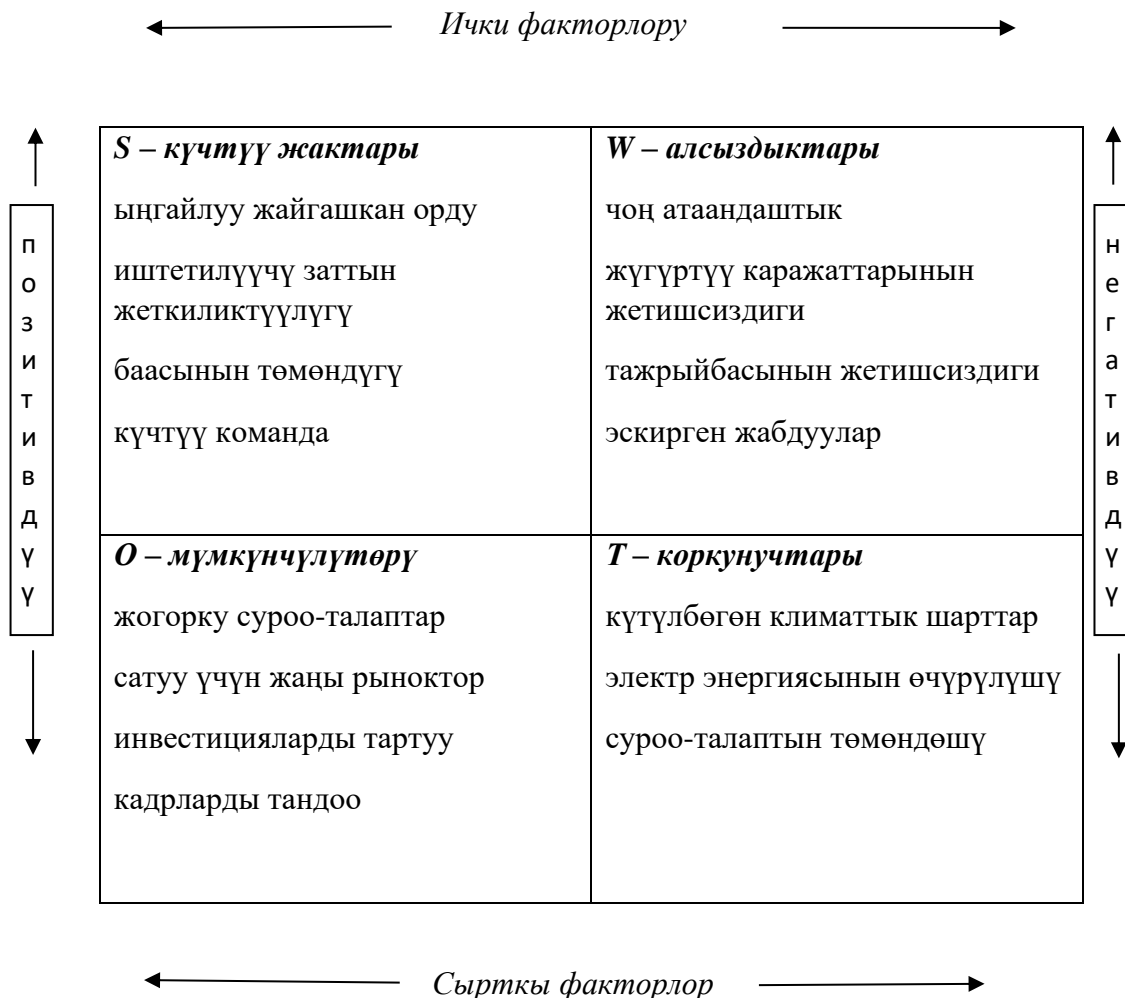
Strengths – *преимущества*- өзгөчөлүктөрү

Weakness – *недостатки*-жетишпегендиктери

Opportunities – *возможности (что может дать)*- мүмкүнчүлүктөрү

Threats – *угрозы (риски)*-коркунучтары.

**SWOT анализдин мисалдары:**



Бул идея бардык факторлор аркылуу дал ушул компаниянын ичиндеги абалды жана тышкы таасирлерди баалоо болуп саналат. Ал мүмкүн болушунча объективдүү болуп, баштапкы позициянын эң реалдуу көрүнүшүн бериши керек.

Бул болжол менен мындай болуусу керек:

**Мындай чечимдин артыкчылыктары (+):**

Өндүрүштүн өздүк наркы жетиштүү төмөн;

Командада жалаң гана адистер ;

Идеянын маңызында инновация бар;

Сырткы таңгак көңүлдү тарта алган, кызмат көрсөтүү көңүл бура алган мүнөзгө ээ.

**Идеянын кемчиликтери (-) :**

Жеке соода аянттары жок;

Бренд көрсөткүчтөрү начар.

Адатта, мүмкүнчүлүктөр жана коркунучтар чогуу бириктирилип, анан эки денгээлге бөлүнөт. Биринчиси сырткы факторлорду камтыйт, бул фирмадан жана анын жетекчилеринен көз каранды эмес жана алар таасир кыла албайт.

Бул рольго туура келет:

Бул областтагы, өлкөдөгү, же жалпы дүйнөдөгү саясий жана экономикалык абал;

Сиздин аймактагы калктын мүнөзүнүн өзгөчөлүктөрү, сатып алууга, анын жөндөмдүүлүгү;

Сиздин иш-аракет жаатында технология жагы канчалык иштелип чыккан;

Мисалы, демографиялык абал, жана башкалар.

Бул факторлорду изилдөөдөн кийин, тиешесиз нерселерди алып салып реалдуу жашоого жакын, идеянын өзүнө гана тиешелүү багыттар чыга келет. Адатта алар, биздин жашоодон алынат.

### ***Мүмкүнчүлүктөр:***

Эгерде сиздин региондо технологиялар өтө өнүккөн эмес болсо, сиз белгилүү бир инновацияларды алып келүү менен рыноктун олуттуу үлүшүн өзүңүзгө ала алсыздар;

Мамлекеттин же башка инвесторлордун кошумча инвестицияларына таянуу;

Жарнама жана дизайнды жасоодо жергиликтүү колоритти эске алуу менен сатууларды жогорулатуу.

### ***Коркунучтар:***

Чийки заттарды ташуу үчүн бажылык ири жыйымдар;

Иштелип жаткан бизнес тармагында чоң атаандаштык.

Мындай SWOT-талдоо бир кыйла оңой жана тез аткарылат, бирок биринчи жолу жүргүзүп жатканда шашпай, ар бир пункт боюнча тыкыр ой жүгүртүү зарыл.

### **Туура максаттарды коюу**

Бизнес пландын бул бөлүгү сиздин эмнеге жетүүнү каалаганыңызга багытталат. Бул белгилүү бир иш, же болбосо жасалып чыгарыла турган продуктылар же кызматтар болот. Бул жерде өзүңүз үчүн абдан так, ачык-айкын жана конкреттүү максаттарды белгилөө абдан маанилүү болуп саналат.

Бул үчүн атайын SMART куралын пайдалануу жакшы болот.

SMART (СМАРТ) технологиясы- иштей турган максаттарды коюу үчүн заманбап ыкма SMART (СМАРТ)-максатын коюу системасы максаттарды аныктоо баскычында бардык болгон маалыматтарды жалпылоого, иштин алгылыктуу мөөнөтүн белгилөөгө, ресурстардын жетиштүүлүгүн аныктоого, процесстин бардык катышуучуларына ачык, так, конкреттүү милдеттерди берүүгө мүмкүндүк берет.

SMART – бул английс тилиндеги алынган аббревиатура, мындайча чечмеленет:

Конкреттүү — Specific.

Өлчөмдүү — Measurable.

Жетишүүгө мүмкүн — Achievable.

Релеванттык (Маанилүү) — Relevant.

Мөөнөтү чектелген — Time-bound.

### ***Specific: Конкреттүү.***

SMART боюнча максат конкреттүү болуп, анын жетишүү ыктымалдыгын жогорулата турган айкын болушу керек. "Конкреттүү" деген түшүнүк максат коюуда жетишүүнүн Сиз каалаган натыйжаны так аныктагандыгын билдирет. Конкреттүү максатты иштеп чыгуу төмөнкү суроолорго жооп берүүгө жардам берет:

Максат ишке ашыруу менен кандай натыйжага жетким келет жана эмне үчүн?

Максатты ишке ашырууга ким тартылган?

Максатка жетүү үчүн зарыл болгон чектөөлөр же кошумча шарттар барбы?

Бир максат — бир натыйжа эрежеси дайыма иштейт. Эгер максатты коюунун натыйжасында бир нече натыйжаларга жетишүү талап кылынгандыгы аныкталса, анда максат бир нече максаттарга бөлүнүшү керек.

### ***Measurable: Өлчөмдүү***

SMART боюнча максат өлчөмдүү болушу керек.

Максатты коюу этабында максатты аткаруу процессин өлчөө үчүн конкреттүү критерийлерди белгилөө зарыл. Өлчөнүүчү максаттарды коюуда бул суроолорго жооп берүү жардам берет:

Качан максат ишке ашырылды деп эсептелет?

Кандай көрсөткүч максат ишке ашкандыгы жөнүндө билдирет?

Максат орундалды деп эсептөө үчүн бул көрсөткүчтүн мааниси кандай болушу керек?

### ***Achievable or Attainable: Жетишүүгө мүмкүн***

SMART боюнча максаттар жетишүүгө мүмкүн болушу керек, анткени, милдеттерди аткаруунун реалдуулугу аткаруучунун мотивациясына таасирин тийгизет. Эгерде максат жетишүүгө мүмкүн эмес болсо — аны аткаруу ыктымалдуулугу 0 багыт алат. Максатка жетишүү мүмкүндүгү бардык ресурстарды жана чектөөлөрдү эске алуу менен, өз тажрыйбасынын негизинде аныкталат.

Чектөөлөр булар болушу мүмкүн:

Чектөөлөр төмөнкүлөр болушу мүмкүн: убактылуу ресурстар, инвестициялар, эмгек ресурстары, аткаруучунун билими жана тажрыйбасы, маалыматтарга жана ресурстарга мүмкүндүк алуу, максатка ылайык чечим кабыл алуу жөндөмү жана максатка жетүү үчүн башкаруу рычагынын болушу.



**Relevant: маанилүү**

Максаттын маанилүүлүгүн аныктоо үчүн кайсы конкреттүү маселени чечүү компаниянын глобалдык стратегиялык милдеттерине жетүүсүнө алып келе тургандыгын түшүнүү маанилүү. Маанилүү максатты коюуда төмөнкүдөй суроо жардам берет: алдыга коюлган милдетти аткаруу компания үчүн кандай пайда алып келет? Эгер бул максатка жетүү компанияга пайда алып келбесе — бул максат пайдасыз болуп эсептелет жана компаниянын ресурстарын текке коротуу дегенди билдирет.

Кээде Relevantты Realistic (реалистичный) менен алмаштырышат.

**Time bound: Мөөнөтү чектелген.**

SMART боюнча максат аткарууда убакыт менен чектелип турушу керек, демек аткаруу мөөнөтү аныкталышы керек, убактысы өтүп кетсе максатка жетише албай турганы белгилүү. Максатка жетишүүнүн чектерин жана убакыт алкактарын белгилөө максатка жетүү процессин башкарууга мүмкүндүк берет. Мында убакыт алкагы белгиленген мөөнөттө максатка жетүү мүмкүнчүлүгүн эске алуу менен аныкталышы керек.

**Бизнеси пландоонун этаптары**

- I. Бизнес идеяны генерациялоо
- II. Бизнес максатты аныктоо
- III. Азыркы абалды талдоо
- IV. Маркетингдик план
- V. Өндүрүштүк план
- VI. Финансылык план
- VII. Коркунучтарды талдоо жана башкаруу
- VIII. Бизнес планды ишке ашыруу боюнча пландар

**Бизнес пландын структурасы**

- I. Титулдук барак
- II. Резюме
- III. Учурдагы абалды талдоо
- IV. Маркетингдик план
- V. Өндүрүштүк план
- VI. Уюштуруу планы
- VII. Каражат планы
- VIII. Коркунучтарды талдоо
- IX. Тиркемелер



## 2-Сессия

### Учурдагы абалды талдоо

Тандалган тармакты же иштин түрүн талдоо. Сиз биринчиден –иштөөгө багыт алган рынокту талдооңуз керек. Ал жакта абал кандай, эмне жакшы сатылат, эмнелер жакшы сатылбайт, ошондой эле ал техникалык жактан кандай жабдылган жана кайсы жактан артта калган. Маалымат канчалык жаңы жана актуалдуу болсо, ошончолук жакшы болот.

*Мунун баарын жазып чыгуу менен, сиз идеяларыңызды ишке ашыруу үчүн негиз аласыз. Бул жерде сиздин долбоор кандай абалды ээлерин, анын өнүгүүгө болгон келечеги кандай болоорун сүрөттөп көрсөтүүгө болот.*

Рыноктун ички абалынан тышкары анын тышкы факторлорун да аныктап чыгуу зарыл, мисалы, жалпы кризис же аймактагы окутулган эмгек күчтөрүнүн жетишсиздиги сыяктуу сырткы себептерин сүрөттөө керек. Сиздин идеяңыздын эффективдүүлүгүнө эмне таасир этиши мүмкүн.

Канчалык көп нерсени эсепке алсаңыз, аларды чечүүнүн жолдорун тапсаңыз, ошончолук сизге жакшы. Бул сиздин ишкананын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатат жана бизнес ээсине көйгөйлүү маселелерди чечүү үчүн алдын ала даяр алгоритмдерди берет.

Бул багыттагы атаандаштарды эсепке албай коюу мүмкүн эмес. Эгерде сиздин долбоор өтө уникалдуу (мисалы, бул региондо эч ким гүлжө китеп сатпаса) болбосо анда, алардын продукциясын эсепке алуу, алардын өзгөчөлүгүн, алардын бизнесинин мүмкүнчүлүгүн эске алуу инвесторлордун сизге болгон ишенимин жогорулатат. Албетте, сиздин идеяңыз булардын алкагында **өзгөчөлөнүп** туруусу керек.

Ошондой эле, сиздин продуктыны же кызматыңызды сатып ала турган кардарды сүрөттөө жакшы толуктоо болмок. Өзүңүздүн максаттуу аудиторияңызды белгилөө, бул сатып алуучунун сиздин продукцияга муктаждыгы эмнеде, сизге келүүсүнүн себеби кайсы.

Ар кандай кырдаалдарды өтө боёп жазуунун кажети жок. Сиз өндүргөн продукциянын негизги идеясын камтыган жалпы образды тактап түзүп жана сүрөттөп жазыңыз. Бул негизинен жалпыланган болушу мүмкүн, бирок бул коркунучтуу эмес. Эгерде муну түзүүдө психологиянын кандайдыр бир элементтерин эске алуу менен же статистика мисалга келтирилсе жакшы болот.

### **Тармактын алкагында ишкананын мүмкүнчүлүктөрүн баалоо**

Чынында эле бул абдан маанилүү пункттардын бири болуп саналат, анткени жана сиз өзүңүздүн идеяңыз менен эмнеге жөндөмдүү экениңизди көрсөтөт.

Бул бөлүмгө төмөнкү маалыматты киргизиңиз:

сиздин уюм сата турган кызматтар жана продуктылар, анын ишинин багыты;

бардык башкаруу жана укуктук маалыматтар: уюм качан түзүлүп, анын канча кызматкери бар, канча өнөктөштөрү бар, алар кимдер, жалпы структурасы кандай, конкреттүү ээси ким, уюштуруу-укуктук түрү жөнүндө маалымат;

Уюмдун экономикалык жана финансылык көрсөткүчтөрү жөнүндө жалпы маалымат;

Уюмдун жеке менчиги жөнүндө маалымат, анын физикалык жайгашкан жери, ага таандык жалпы жайлардын дареге, картадан көрүүгө мүмкүн болгондун бардыгы;

Тандап алган ишмердүүлүк боюнча маалымат, мисалы, айыл чарба болсо, иштин сезондуулугу жана башкалар жөнүндө.

Жаңы иш ачылган учурда бул пунктка өзгөчө көңүл буруу зарыл. Мындай учурда ар бир пунктун сыпаттап жазуу деталдуураак болуп, кыйла кылдат иштелип чыгышы керек. Дагы кошумча пункттар киргизилип, ишти ийгиликтүү алып кетүү мүмкүнчүлүгү, иш ээсинин жөндөмдүүлүктөрү жана көндүмдөрү жөнүндө маалыматтар кошулат.

### **Сиз сатууну көздөгөн продукты жөнүндө толук маалымат**

Бул жерде сиз, керектөөчүнүн көз карашы менен сатылып жаткан продукты тууралуу бардык маалыматтарды айтып беришиңиз керек. Техникалык параметрлери жана так сыпаттамасы жөнүндө жазуу талап кылынат.

Бул төмөнкүдөй ырааттуулукта баяндалууга тийиш:

Продукциянын аталышы;

Кантип пайдаланууга болот, ал эмнеге арналган;

Негизги мүнөздөмөлөрүн сүрөттөө, кошумча өзгөчөлүктөрү ;

Пайдалуулугун бөлүп көрсөтүү, анын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүнө басым жасоо;

Эгер товарга автордук укук бар болсо же товарга толугу менен патент же анын тетиктеринин бирине патенттер болсо-аны белгилеңиз;

Сизге лицензия алуу талап кылынган болсо, өндүрүү же сатуу укугуна - сөзсүз көрсөтүңүз;

Товардын сапаты жөнүндө күбөлөндүрүүчү сертификаттар ушул Тизмеге киргизилиши керек;

Адамдын ден соолугуна жана айлана-чөйрөгө таасири;

Жеткирүү жөнүндө толук маалымат, сырткы орому;

Бул товарга кандай кепилдиктер бар, сервистик тейлөөнү кайсыл жерде жана кантип алууга болот;

Бул буюм эксплуатациялоонун мүнөздөмөсү жөнүндө маалымат;

Эксплуатациялоо мөөнөтү бүткөндөн кийин аны кантип утилдештирүүгө болот;

Бардык пункттарды эске алуу менен, сапаттуу сүрөттөмөнү ала аласыз.

### 3-СЕССИЯ

#### Маркетингдик план

Тармакты, продукцияны жана анын ушул рыноктогу ордун баалоону түшүнгөндөн кийин, аны илгерилетүү стратегиясына түздөн-түз өтүү керек. Бул үчүн, керектөө көлөмүн жана потенциалдуу сатып алуучуларды эсептөө керек. Мындан тышкары, сиз суроо-талапка таасир этүүчү рычагдарды сүрөттөп беришиңиз керек, алар баалардын өзгөрүшү, жарнамалык компанияны ишке киргизүү, товарлардын сапатын жакшыртуу жана ушул сыяктуу нерселерди камтышы мүмкүн.

Ошондой эле, сиз продукцияны кандайча сатууну көздөп жаткандыгыңыз, анын баасы канча, жарнама саясаты кандай болот жана жарнама саясаты кандай болот жана жарнаманын башка чоо-жайы жөнүндө отчет беришиңиз керек.

Сатып алуучуларды эсиңизден чыгарбаңыз, алар товарды кандайча, дүң же чекене сатып алаарын, акыркы керектөөчү үчүн иштейсизби же кайра сатасызбы, сатып алуучулардын абалы, ал жөнөкөй калк болобу, юридикалык же жеке адам болобу, көрсөтүңүз.

Сиз продуктынын параметрлерин анын сырткы көрүнүшү, наркы, кандай милдеттерди аткарышы кызмат мөөнөтү, сактоо мөөнөтү, аны пайдаланууда жана адамдын ден соолугу жана айлана-чөйрө үчүн коопсуздугу менен баалооңуз керек.

Бул үчүн, сиз төмөнкү планды аткарышыңыз керек:

Келечектеги керектөөчүүлөрдү изилдөө жана талдоо;

Өнүмдүн же кызматтын атаандаштык жөндөмүн аныктоо;

Аларды жүзөгө ашыруу үчүн кандай мүмкүнчүлүктөр бар?

Товарды өндүрүү башталгандан баштап акыркы кардардын колуна өтүү жолу:

Тышкы оромдун сүрөттөлүшү;

Сактоочу жайлар;

Сактоо ыкмалары;

Сатып алгандан кийин тейлөө;

Кайсы формада сатуу керек;

Керектөө аудиториясын тартуу ыкмалары:

Рекламалык компаниялар жана акциялар;

Сыноо үчүн продуктыны бекер таратуу;

Ар кандай көргөзмөлөр жана башкалар.

Үч параметрдин ортосундагы байланыш айкын көрүнүп турганы маанилүү: **баа, кирешелүүлүк жана сапат.**

Бул пунктту бизнес планга түзүү көп күч аракетти талап кылат. Ал аудиториянын жүрүм-турум жагына тиешеси бар механизмдерди жана факторлорду, жарнама ыкмаларын, ачык

жана жашыруун, максаттуу аудиториянын кызыкчылыктарын аныктаган, прогноздорду жана башка көптөгөн татаал манипуляцияларды эске алышы керек.

#### 4- СЕССИЯ

##### Өндүрүштүк план

Бул бөлүм жалаң гана ушул техникалык процессти коштогон товарларды өндүрүү этаптарына арналган. Бул сиздин активдериниздеги жайлар, техникалык жабдуулар, сиздин көзөмөлүңүздө иштеген же иштей турган даярдалган жана квалификациялуу персонал жөнүндө маалыматты камтышы керек. Ошондой эле, бул жерде ыкмаларды сүрөттөө керек, алардын жардамы менен сиз зарыл болгон учурда түзүлгөн материалдын көлөмүн көбөйтө же азайта аласыз.

*Эгерде сиз өзүңүздүн ишиңизде кандайдыр бир жумушчу процессти жана бүтүндөй өндүрүштү кандайча түзүүнү пландап жатканыңызды айтсаңыз, анда товарларды түзүүнүн чынжырчасы сүрөттөлүшү керек. Муну чийки заттын жана элементтердин наркы жана даяр продукциянын таңгактоо менен бүтүрүү керек. Бул жерде сиз баардыгын, а түгүл эң майда-чүйдөсүнө чейин ойлонушуңуз керек.*

Эгерде сизде милдеттенмелердин бөлүгүн өзүнө алган өнөктөшүңүз болсо, анда анын бардык маалыматтары, ага сарптаган суммасы жана аткарган көлөмү кеңири көрсөтүлүшү керек. Ошондой эле бул компания менен келишим эмне үчүн түзүлгөнүн, анын ушул рыноктогу артыкчылыктары, бардык ушул сыяктуу маалыматтарды түшүндүрүшү керек.

*Эгер шерик сиздин ишиңизди керектүү чийки зат же жабдуулар менен камсыз кылса, анда бир өнүм же жабдуунун бренди өзүнчө сүрөттөлүшү керек. Ошондой эле сизден канча каражат кетээрин жана канча кирешелүү экендигин эсептеп алыңыз.*

Бул жерде товардын өздүк баасы канча болоорун эсептөө керек. Сатып алынган чийки заттын көлөмүнө же ушул сыяктуу факторлорго жана эч кандай шартта өзгөрбөгөн туруктуу чыгымдарга жараша өзгөрүлмө чыгымдарды көрсөтүңүз.

##### **Бул бөлүктү туура жана толук жазуу үчүн төмөнкү кадамдарды аткарыңыз:**

Өндүрүш канчалык өнүккөн, оригиналдуу же инновациялык инженердик чечимдер кандай, транспорттук система канчалык деңгээлде жакшы жана алар кандай сапатта;

Колдонулган технологияны толук сыпаттамасы, бул тандоонун объективдүү себептерин кошо алганда;

Кошумча жайларды сатып алууга же ижарага алууга муктаждык барбы;

Сиздин идеяңызга, анын мүнөздөмөлөрүнө, билимине, иш тажрыйбасына, керектүү кызматкерлердин саны, кошумча маалыматтар үчүн дагы кандай кадрлар талап кылынат;

Сиз өндүрүп жаткан продукциянын кеңири колдонуу үчүн коопсуз экендигин жана адамдарга же дүйнө жүзүнө зыян келтирбестигин далилдөөгө туура келет;

Өндүрүштүк кубаттуулуктун талап кылынган көлөмүн отчет берип, бар болсо, бардыгын сүрөттөп берүү;

Сизге кандай кошумча ресурстар же чийки заттар керек экендигин жана канча өлчөмдө айтып бериңиз;

Бардык субподрядчиктердин ,материалдарды берүүчүлөрдүн, үчүнчү жактардын келишимдеринин жана аларадын шарттарынын сүрөттөлүшү;

Ар бир чыгарылган продукциянын же кызматтын өзүнүн эсептик баасы болушу керек;

Учурдагы чыгымдарды эсепке алуу керек;

Өндүрүш чыгымдарынын структурасы эске алынуучу анализи түзүү.

## **5-СЕССИЯ.**

### **Финансылык план**

Эгерде сиз бул жерге төмөнкүдөй ырааттуу пункттар боюнча маалымат киргизсеңиз, бизнес-пландын бул бөлүгү мыкты иштелип чыгат:

Бир нече жылга кирешелердин жана чыгымдардын планы;

Мүмкүн болушунча биринчи жылын, ай сайын,жаза турган болсоңуз,идеяны качанга чейин ишке ашырууну пландапжатасыз?

Акча каржаттарын которуу жана акча которуу планы;

Пландын биринчи жылына болжолдуу балансы;

Перспективдүү талдоо, анын ичинде перспективалар каржылык иш аракет тердин графиги ,бузулган чекиттерди аныктоо иликтенет.

*Каржылоо мүмкүнчүлүктөрүн,акча алуу мүмкүнчүлүктөрүн кылдаттык менен карап чыгуу керек, аларды пайдалануу канчалык пайдалуу экендиги эсептелет, ошондой эле ушул бардык карыздарды кантип төлөй турганыңызды сүрөттөп бериңиз.*

Ушул бөлүктүн аягында сиз иштин эффективдүүлүгүнө анализ беришиңиз керек.

Керектүү манипуляциялар үчүн кандайдыр бир ыкманы колдонсоңуз болот, мисалы, финансы-чарбалык иш аракеттерди талдоо. Бул долбоордун кирешелүүлүгүн,финансылык туруктуулугун жана башка көптөгөн көрсөткүчтөрдү аныктоо үчүн жасалат.

### **Бул бөлүмдүн ушул түзүмүн сактап калуу керек:**

Пайда жана чыгым жөнүндө жылдык отчет;

Салык төлөмдөрүнүн түзүмү;

Биринчи жылдагы каржылоонун динамикасын сүрөттөө планы;

Бизнес-планды ишке ашыруунун биринчи жылына пландаштырылган баланс;

Канча инвестиция талап кылынат;

Жалданма акчаны пайдалануудан кийинки чыгымдар;

Белгилүү бир техниканы колдонуу менен бизнес-пландын бардык документтерине талдоо жүргүзүү.





## 6- СЕССИЯ.

### Тобокелдиктерди талдоо жана башкаруу

Ар бир бизнес, кандай татаалдыктагы иш болсо да, өз жолунда көптөгөн кыйынчылыктарга туш болот. Ушундай эле нерсе бизнес планды ишке ашырууга да тиешелүү. Ошондуктан бул бөлүм ушунчалык маанилүү. Сабаттуу автор бул бөлүмгө мүмкүн болушунча көбүрөөк көңүл бурат.

Мүмкүн болгон бардык тобокелдиктерди эсептөө жана аларды болтурбоо же чечүүнүн натыйжалуу жолдору жөнүндө кылдат ойлонуу маанилүү. Бул жерде кабыл алынган бардык кыйынчылыктарды чечүү үчүн стратегияларды берүү керек. Бул инвесторлор үчүн чоң стимул болот жана идеянын ээси үчүн ыңгайлуу курал болот, анткени ал көптөгөн кыйынчылыктарды жоюунун мыкты тажрыйбаларына ээ болот.

*Ар бир тобокелдиктин дегээлин аныктап, ишенимдүү, фактылар менен негиздеңиз. Маселени түшүнүү-аны чечүү жолундагы эң маанилүү кадамдардын бири.*

Чыгашаларды жабуу, мүмкүн болгон чыгымдардын ордун толтуруу үчүн альтернативдүү иш-аракеттерди түзүү актуалдуу болмок. Башынан баштап канчалык көп алдын-ала болжолдосонуз, келечекте ошончолук аз кейийсиз. Бул үчүн тааныш SWOT анализин же сапаттуу изилдөө жүргүзүңүз.

Эгерде сиз акыркы вариант жөнүндө сүйлөшүп жатсаңыз, анда бул жерде мүмкүн болгон тобокелдиктерди гана эмес, ошондой эле мүмкүн болгон чыгымдарды да эсептей аласыз. Бул жерде ар кандай ыкмалар дагы актуалдуу болот, эксперттиктен баштап статистикалыкка чейин.

Тобокелдиктерди кылдат карап чыгуу, аларды чечүүнүн даяр алгоритмдери өнөктөштөрдү жана инвестицияларды тартат.

Эң маанилүү чечимдер:

- Ар кандай деңгээлдеги бийлик органдарынан колдоо жана кепилдик алуу;
- Камсыздандыруу ;
- Күрөө түзүү;
- Банктын кепилдиктери;
- Укуктарды өткөрүп берүү мүмкүнчүлүгү;
- Кепилденген даяр товарлар .

## 7-СЕССИЯ .

### Бизнес планды ишке ашыруунун акыркы кадамдары. Негизги каталар.

Бизнес планды даярдоонун бардык баскычтарынан өткөндөн кийин, кийинки маанилүү этап-ишке ашыруу баскычы башталат. Белгилей кетүүчү нерсе, бизнес-пландардын көпчүлүгү түзүлгөн документ болуп токтоп калып, ишке ашпай калууда.

Себептердин ар түрдүү болушу мүмкүн. Мисалы, жүгүртүү каражаттарынын жоктугу, инвесторлордун же өздүк инвестициялардын жоктугу, өндүрүш боюнча билимдин же кошумча техникалык маалыматтын жоктугу, лицензияларды жана башка уруксаттарды алуудагы кыйынчылыктар, бизнес –долбоордун актуалдуулугун жоготуу же бизнес проектке кызыгууну жоготуу, өзгөрүүлөр тенденциялар ж.б. Бир сөз менен айтканда, алардын көпчүлүгү бар жана айрымдары сиздин анализиңизде ТОБОКЕЛдиктер бөлүмүндө жазылып калган болушу мүмкүн, ал эми кээ бирлери үчүн анализди жана тобокелдиктерди башкаруунун өнүгүү баскычында, бизнес-планды ишке ашырууга тоскоол болгон ш-чаралар жана иш-аракеттер белгиленген.

Төмөнкү кадамдардан баштоо сунушталат, бирок ар бир ишкер өз ишинин мүнөзүнө жана түрүнө жана ишинин уюштуруучулук деңгээлине жараша өзү үчүн артыкчылыктуу тартипти аныкташы керек:

- Каттоо формасын тандоо (жеке ишкер, жеке эмгек иши, жоопкерчилиги чектелген коом ж.б);
- Салык органдарында каттоо, салыктын формасын тандоо;
- Милдеттүү жана ыктыярдуу патенттин негизинде салынуучу салыктардын түрлөрүн аныктоо;
- Товарларды өндүрүү же кызматтарды ордун уюштуруу маселелерин чечүү;
- Жеткирүүчүлөр жөнүндө маалыматтарды чогултуу, жеткирүү боюнча уюштуруу маселелерин, келишимдерин түзүү;
- Керектүү шайтмандарды, техникаларды эмеректерди чийки заттарды сатып алуу;
- Зарыл болгон учурда кызматкерлерди сатып алуу;
- Дүң сатып алуучуларды издөө жана келишим түзүү.

Ар бир үйрөнчүк ишкер “сыйкырдуу таблетка” жок экендигин жана белгилүү бир кадамдар же иш-аракеттер ырааттуулугу менен бизнес-долбоорунуздун ийгилигин кепилдеген даяр формула жок экендигин түшүнүшү керек. Жеке ишкердик ишин баштап, ишкер тобокелдик жана коркуу сезими менен иш-аракет кыла баштайт, ошондой эле эч ким ката кетирбей койбойт, алар сөзсүз болот. Бирок сиз бизнес чөйрөсүндө тажрыйбага ээ болуп, өзүңүз алгачкы кадамдарды жасай баштаганда гана тажрыйба аласыз. Себеби, планды ишке ашыруу процессиндеги кетирилген катаны ар бир конкреттүү учурда топтолгон тажрыйбага айландырышыбыз керек, ал эми топтолгон тажрыйбаныны наркы мисалы, ийгиликсиздикке же акча каражаты түрүндөгү жоготууга караганда көбүрөөк болушу керек. Мунун бардыгын, эртеңки күнү сиз топтогон тажрыйбаңызды көбүрөөк пайда табууга инвестицияласаңыз болот.

Бизнес планды түзүүдө жана ишке ашырууда типтүү каталар

Бизнес планды түзүүдө башка акыл эс ишиндегидей эле, алган иш тажрыйбасы жок болгондуктан ката кетирүү оңой. Жада калса бардык керектүү бөлүктөрдү этияттык менен иштеп, адистердин кеңешине кулак кагып, даяр варианттарды кабыл алып жатып да туура эмес жолго түшүп кетүү мүмкүн. Андыктан, бул маселеде кандай типтүү каталар бар?

**Тыкыр көңүл бура турган типтүү каталардын үч негизги түрү бар:**

**Техникалык каталар**, аларга начар иштелип чыккан маалымат, жалган фактыларды чогултуу, такталган маалыматтарды туура эмес берүү, эсептөөлөрдө каталар,

жыйынтыктардын жана кортундулардын жазылбай калышы, маалымат булактарынын көрсөтүлбөгөндүгү;

**Концептуалдык каталар** бизнес чөйрөсүндөгү билмидин жоктугунан? Сатуу технологиясын түшүнбөгөндүктөн, тандап алган технологияны ишке ашыруудан жана башкалардан келип чыгат;

**Методикалык**, жакшы бизнес план менен болсо дагы, сизге жагымсыз сюрприз алып келиши мүмкүн, бул өтө кейиштүү.

Эң көп кездешүүчү каталар:

### №1 ката. Панда каралбаган чыгымдар

Бизнес пландын түзүүчүсү бир нече чыгымдарды унутуп койгон методикалык жагымсыз абал көп кездешет. Бул өндүрүш процессин толук түшүнбөгөндүктөн, этиятсыздыктан, пашылыштыктан жана башка толугу менен адам факторлоруна байланыштуу. Кетирилген мындай кемчиликтер олуттуу кесепеттерге алып келиши мүмкүн.

Эң көп таралган унутулган чыгымдар:

- Жүктөрдү түшүрүү же жүктөө;
- Кардар тарабынан акча төлөбөгөндүгү;
- Бузулган товарлардын айынан өндүрүштүн белгилүү бир пайызын жоготуу;
- Комиссиялар, салыктар, КНС жана башка төлөмдөр;
- Товарларды сактоо учурунда жоготуулар;
- Жабдууларды орнотуу;
- Кызматкерлерди атайын көндүмдөргө үйрөтүү жана башкалар.

Эгерде өз жөндөмүңүзгө ишенбесеңиз? Тандалган тармактын адиси жана тажрыйбалуу финансист менен кеңешиңиз. Алар сиз кайсы чыгымдарды тизмеге киргизбей калгандыгыңызды тактап беришет.

### 2 ката. Тобокелдиктерди изилдөөгө кайдыгерлик мамиле кылгандан.

Бул маалыматта камтыган пландын милдеттүү пункту акыркы болуп саналат. Бирок алдын ала иштелип чыгышы керек болгон эң маанилүү бөлүмдөрдүн бири.

Тобокелдик жөнүндөгү бөлүктү кылдат жана этияттык менен иштеп чыгуу керек. Айрыкча эгерде сиз инвесторду тартууну кааласаңыз. Демек инвестордо, сиздей эле глобалдык тобокелчиликтерди жеңүү жөнүндө аракет алгоритми менен бирге, кыйынчылыктарды минималдуу жоготуулар менен жеңүүгө мүмкүндүк берген ишенич болушу керек.

Эгерде сиз сизден көз каранды болбогон тобокелдиктерди, мисалы, валютанын кескин түшүшү же экономикалык кризис жөнүндө жазсаңыз, андан да жакшы болот.

Бул методикалык 2 ката өтө эле типтүү болгондуктан, бизнес планды биринчи жолу иштеп чыгып жаткан адам эмне үчүн анын иши ийгиликсиз боло тургандыгын толук түшүнбөйт. Бардык зарыл маалыматтарды алуу менен баардыгын оңдоп түзөөгө болот, жана оң натыйжа чыгат деп күтүлөт.



3-тиркеме. Кыргыз Республикасында чакан жана орто бизнестин жөнгө салуучу ченемдик укуктук актылардын тизмеси

- Кыргыз Республикасынын Президентинин 2019-жылдын 11-январындагы №1 жарлыгы “ 2019-жылды региондорду өнүктүрүү жана өлкөнүн санариптик жылы деп жарыялоо жөнүндө;
- Кыргыз Республикасынын Салык Кодекси
- “Чакан бизнестин мамлекеттик колдоо жөнүндө 2007-жылдын 25-майындагы №73 Мыйзамы
- Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 2011-жылдын 16- мартындагы №109 “Салыктарды жана салыктык эмес кирешелерди тескөө боюнча отчеттордун, патенттердин, эсептөөлөрдүн, эскертүүлөрдүн, маалыматтык жана маалыматтык эсептөөлөрдүн формаларын бекитүү жөнүндө токтому”

4-тиркеме. Колдонулган адабияттардын тизмеси

- Наумов В.Н. Ишкердикти уюштуруу: окуу куралы. Питер, 2010, 384с.
- Корниенко Е.В. Бизнес-план жана Долбоорду башкаруу: окуу куралы. Таганрог, 2012, 83с.
- Ронда Абрамс. 100% бизнес план: натыйжалуу бизнестин стратегиясы жана тактикасы. Англис тилинен котормо АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР 2014, 486 с.

5-тиркеме Даяр бизнес пландардын мисалдары

Шилтемелер:

- эсептөө менен чач тарачтын бизнес-планы;
- автоунааларды тейлөө боюнча бизнес план;
- тез тамактануучу кафенин бизнес планы;
- сулуулук салонуну үчүн бизнес план;
- унаа жүүчү бизнес-план;
- мейманкананын бизнес планы;
- чарбанын бизнес планы;
- дарыкана бизнес планы.