

Кыргыз Республикасынын Билим берүү жана илим министрлиги

# ИШКЕРДИКТИН НЕГИЗДЕРИ ЖАНА ИШКЕРДИК КӨНДҮМДӨР

## ОКУУ КУРАЛЫ

Кыргыз Республикасынын Билим берүү жана илим министрлиги тарабынан орто кесиптик билим берүү окуу жайларынын студенттери үчүн окуу куралы катары уруксат берилди

Бишкек - 2021

УДК

ББК

ISBN

**Рецензенттер:** Омуров Н.К., э.и.к., Алибаева Д.К. доценттин м.а.

**Автордук топ:**

Долбоордун жетекчиси: Атаканов Н.Ч. , СӨПИӨК ДИБ менеджери

Долбоордун координатору: Сейдахматова С.З. э.и.к., доцент, АТБ жана ишкердикке окутуу боюнча адис.

Авторлордун жумушчу тобу: Инно Чейнж компаниясынын эксперттери э.и.к., доценттин м.а. Жолонбаева А.Ж., Кристан Вагнер

Эксперименталдык аянтча: Бишкек архитектура жана курулуш менеджменти колледжи; ЖАМУнун Жалал-Абад колледжи; Ысык-Көл индустриалдык-педагогикалык колледжи; ОшМУнун индустриалдык - педагогикалык колледжи; Кара-Балта техникалык-экономикалык колледжи; Т. Кулматов атындагы Кызыл-Кыя тоо-техникалык, инновация жана экономика колледжи; Нарын Агрардык экономикалык колледжи; Токмок агро-өнөр жай колледжи

Кыргыз тилине которгон: Мамбетмусаева Н.К.

Бул окуу куралы ишкердик ишмердүүлүк жөнүндө билимдерди алууга жана студенттерде “жумшак” көндүмдөрдү - ишкердик ой жүгүртүүнү, демилгечиликти, креативдүүлүктү, инновациялык мамилени, өз алдынча окууну ж.б. өнүктүрүүгө багытталган. Өз кезегинде ишкердик жана демилгечилик көндүмдөрүнө окутуу студенттердин жеке жана кесиптик өнүгүүсүндө, ошондой эле эмгек рыногунда жана жалпысынан коомдо өзүн татыктуу көрсөтүү мүмкүнчүлүктөрүн жогорулатат.

Окуу куралындагы материал жеткиликтүү жана түшүнүктүү тилде баяндалган жана орто кесиптик билим берүүнүн (ОКБ) студенттерине арналган. Окуу куралы БКБ жана ЖОЖдордун студенттери, ошондой эле ишкердикке кызыккандар тарабынан өз алдынча окуу үчүн колдонулушу мүмкүн.

Колдонмо Азия өнүктүрүү банкынын финансылык колдоосу менен “Секторду өнүктүрүү программасы: Инклюзивдүү өсүү үчүн көндүмдөр” долбоорунун алкагында жарыяланды. Материалдардын мазмуну авторлордун жоопкерчилигинин предмети болуп саналат жана милдеттүү түрдө Азия өнүктүрүү банкынын көз карашын чагылдырбайт.

Автордук укуктар Кыргыз Республикасынын Билим берүү жана илим министрлигинин Кесиптик билим берүү башкармалыгына өткөрүлүп берилди. Бардык укуктар корголгон жана ушул булакка шилтеме кылуу милдеттүү болуп саналат.

## Мазмуну

МАЗМУНУ.....	4
СҮРӨТТӨРДҮН ТИЗМЕСИ .....	9
ТАБЛИЦАЛАРДЫН ТИЗМЕСИ .....	9
АББРЕВИАТУРАЛАРДЫН ЖАНА КЫСКАРТУУЛАРДЫН ТИЗМЕСИ .....	10
КИРИШҮҮ .....	11
1-ГЛАВА. ЭМНЕ ҮЧҮН ИШКЕРДИК МААНИЛҮҮ?.....	15
2-ГЛАВА. ИШКАНА ДЕГЕН ЭМНЕ? .....	24
4-ГЛАВА. БИЗНЕС-ИДЕЯЛАРДЫ ГЕНЕРАЦИЯЛА! .....	43
5-ГЛАВА. БИЗНЕС-ПЛАНДЫ КАНТИП ИШТЕП ЧЫГУУ КЕРЕК?.....	53
6-ГЛАВА. ТОВАРДЫ ЖАНА КЫЗМАТТЫ МАРКЕТИНГДИК ИЛГЕРИЛЕТҮҮ.....	58
7-ГЛАВА. КИРЕШЕЛЕРДИ ЖАНА ЧЫГЫМДАРДЫ ПЛАНДА! .....	78
8-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ УЮШТУРУУ МАСЕЛЕЛЕРИ: ПАТЕНТ, ЖИ же ЖЧК.....	84
11-ГЛАВА. ИШКАНАНЫН ФИНАНСЫЛАРЫН ЖҮРГҮЗҮҮНҮН АЙРЫМ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ.....	108
ОКУУ ДОЛБООРУН АТКАРУУ БОЮНЧА СУНУШТАР .....	114
ГЛОССАРИЙ.....	Ошибка! Закладка не определена.
АДАБИЯТ .....	Ошибка! Закладка не определена.

## МАЗМУНУ

### 1-ГЛАВА. ЭМНЕ ҮЧҮН ИШКЕРДИК МААНИЛҮҮ

13

Ишкердиктин маңызы  
Бизнес жана ишкердик  
«Жаратмандык кыйроо» жана «бүлдүрүүчү инновациялар»

Бизнестин социалдык жоопкерчилиги  
Бизнес-процессти түзүүчүлөр

Керектөөлөрдүн чексиздиги жана  
ресурстардын чектелиши

Суроо-талап жана сунуш

Товарлар жана кызматтар

Өндүрүш факторлору

Ишкердиктин функциялары

КР мыйзамында ишкердикти аныктоо  
жөнүндө маалымкат

Экономиканын туруктуу өнүгүүсү жөнүндө  
маалымкат

«Бизнести түзүүчү процесстер»

тапшырмасы

«Өндүрүш факторлору» тапшырмасы

Текшерүү үчүн суроолор

Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар: ТӨМ,  
ишкердиктин концепциялары

«Менин бизнесим» окуу долбоору. 1-  
кадам.

### 2-ГЛАВА. ИШКАНА ДЕГЕН ЭМНЕ 22

Ишкана түшүнүгү

Кирешелердин жана чыгашалардын  
айлануу модели

Ишканаларды классификациялоо

Чакан ишканалар

Ишканалардын уюштуруу-укуктук  
формалары

Жеке ишкерлер

Социалдык ишканалар

ЧОБ боюнча статистика

КР мыйзамында ишкананы аныктоо  
жөнүндө маалымкат

Социалдык ишкерлер ассоциациясы  
жөнүндө маалымкат

Ишкердик чөйрөдө ЧУА жана МСКнын call-  
борбору жөнүндө маалымкат

«Ишканалар тизмеси» тапшырмасы

«Ишканаларды көлөмү боюнча

классификациялоо» тапшырмасы

«Бала бакча: керектүү кызматтар жана

коомчулук үчүн жумушчу орундар» кейси

Текшерүү үчүн суроолор

Өз алдынча иш үчүн тапшырма: ийгиликтүү  
жергиликтүү чакан ишканалар

«Менин бизнесим» окуу долбоору. 2-  
кадам.

### 3-ГЛАВА. ИШКЕР – БУЛ КИМ? 28

Ишкер деген ким?

Эмне үчүн адамдар ишкер болууга  
умтулушат?

Өтмө көндүмдөр (transferable skills)

«Жумшак» жана «катуу» көндүмдөр (hard &  
soft skills)

Ишкердик ой жүгүртүү

SWOT-талдоо

Барьерлер жана коммуникациянын  
көндүмдөрү

Коммуникативдик көндүмдөр, ишкердик  
кат алышуу, маданияттар аралык

коммуникациялар

Ишкердик жөнүндө мифтер

Ийгиликтүү ишкерлердин мүнөздөмөсү

Аялдардын ишкердиги жөнүндө маалымкат

«Демилгечиликтин ийгилиги» тапшырмасы

«Жалданма жумушчу vs. Өзүн-өзү жумуш

менен камсыздоочу» тапшырмасы

«Ийгиликтүү ишкердин портрети»

тапшырмасы

«Ишкер болгум келет!» кейси

«Жеке SWOT-талдоо» тапшырмасы

«Келечектин кесиптери» тапшырмасы

«Менин жөндөмдөрүм» тапшырмасы

«Менин резюме» тапшырмасы

«Колледжди аяктагандан кийин мен эмне  
кылам?» тапшырмасы

«Баарлашуу көндүмдөрүн жакшыртуу  
ыкмалары» тапшырмасы

«Коммуникативдик көндүмдөр: ишкердик кат алмашуу» тапшырмасы

«Ишкердикке жөндөмдүүлүк» тести»

тапшырмасы

Текшерүү үчүн суроолор

Өз алдынча иш үчүн тапшырма: ийгиликтүү ишкердин окуясы

«Менин бизнесим» окуу долбоору. 3-кадам.

#### 4-ГЛАВА. БИЗНЕС-ИДЕЯЛАРДЫ ГЕНЕРАЦИЯЛА! 41

Бизнес-идеялардын булактары

Ишкердик мүмкүнчүлүктү баалоо

Эффективдүү презентациялар

SMART-максаттарды коюу

Креативдүү ой жүгүртүү: брейнсторминг.

Уолт Диснейдин ыкмасы жана «Ой жүгүртүүнүн алты шляпасы» ыкмасы жөнүндө маалымкат

«Мисс Рио: Ишкердик идеялар ушунчалык көп, алардын бардыгын ишке ашырууга жетишпей жатам!» кейси

«Креативдүү ой жүгүртүүнү өнүктүрүү» тапшырмасы

«Бизнес-идеямды презентациялоо жана баалоо» тапшырмасы

«Финансылык SMART- максат» тапшырмасы

Текшерүү үчүн суроолор

Өз алдынча иш үчүн тапшырма: көйгөйдү эффективдүү стандарттуу эмес чечүү

«Менин бизнесим» окуу долбоору. 4 - кадам.

#### 5-ГЛАВА. БИЗНЕС-ПЛАНДЫ КАНТИП ИШТЕП ЧЫГУУ КЕРЕК? 51

Бизнес-пландын зарылчылыгы, максаттары жана функциялары

Бизнес-пландын элементтери

Бизнес-пландын резюмеси жана өндүрүмдү баяндоо

Маркетингдик план

Финансылык план

Уюштуруучулук план

Бизнес-планды түзүү учурундагы каталар

Бизнес-пландарды түзүү боюнча интернет-сервистер жөнүндө маалымкат

«Бизнес-пландын резюмеси»

тапшырмасы

«Жаңы кайнатылган кофени эмес, пакеттеги кофени жана пирожкини каалайбыз!» кейси

«Ийгиликтүүлөрдөн үйрөнөбүз» тапшырмасы

Текшерүү үчүн суроолор

Өз алдынча иш үчүн тапшырма

«Менин бизнесим» окуу долбоору. 5 - кадам.

#### 6-ГЛАВА. ТОВАРДЫ ЖАНА КЫЗМАТТЫ МАРКЕТИНГДИК ИЛГЕРИЛЕТҮҮ 56

«Маркетинг-микс», 4P+3P

Максаттуу рынокту аныктоо

Өндүрүмдү керектөөчүнүн профили

Маркетингдик изилдөөлөр

Атаандаштарды талдоо

Сатып алуучуларды кармап калуу

Маркетингдик стратегия

Ансофтун маркетингдик стратегиялар матрицасы

Маркетингдик максаттар

Өндүрүмдүн баасы, суроо-талап жана сунуш

Рыноктогу түзүмдөрдүн типтери жана алардын баага болгон таасири

Туруктуу жана өзгөрүүчү чыгымдар

Өндүрүмдүн өздүк наркы

Сатып өткөрүүдөн түшкөн акча (киреше) жана пайда

Баа түзүү ыкмалары

Өндүрүмдү позициялоо жана бренддөө

Өндүрүмдү сатуу (жайылтуу, дистрибуциялоо)

Өндүрүмдү сатуу каналдары

Бизнестин жайгашкан жери

Өндүрүмдү илгерилетүү жана сатып алуучуларды кызыктыруу, жарнама

Сатып алуучуларды кармап калуу

Маркетингдик пландын элементи

Сурамжылоо жүргүзүү үчүн интернет-сервистер жөнүндө маалымкат  
Интернет-жарнамага карата чыгымдар жөнүндө маалымкат  
SMM-адиси кесиби жөнүндө маалымкат  
CANVAS бизнес-моделинин үлгүсү  
«Максаттуу аудитория» тапшырмасы  
«Максаттуу аудитория жана өндүрүмүмдү керектөөчүнүн профили» тапшырмасы  
«Маркетингдик изилдөөлөр» тапшырмасы  
«Атаандаштарымды талдоо» тапшырмасы  
«Маркетингдик максаттар» тапшырмасы  
«Рынокто бааны түзүү» тапшырмасы  
«Өндүрүмүм үчүн рыноктогу түзүмдүн тиби» тапшырмасы  
«Өндүрүмүмдүн өздүк наркын жана баасын эсептөө» тапшырмасы  
«Баа түзүүнүн кошумча ыкмалары» тапшырмасы  
«Өндүрүмүмдү бренддөө» тапшырмасы  
«Таңгак мааниге ээ» кейси  
«Өткөрүүнүн альтернативдүү каналдары» тапшырмасы  
«Бизнесимдин жайгашкан жери жана өткөрүү каналы» тапшырмасы  
«Өндүрүмүмдүн жарнамасы» тапшырмасы  
**Текшерүү үчүн суроолор**  
Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар: бизнес боюнча кеңештер жөнүндө макала, эң кымбат бренддер, бизнесмендер менен интервью  
**«Менин бизнесим» окуу долбоору. 6 - кадам.**

## **7-ГЛАВА. КИРЕШЕЛЕРДИ ЖАНА ЧЫГЫМДАРДЫ ПЛАНДА! 76**

Кирешелерди жана чыгымдарды пландоо этаптары  
Баштапкы чыгымдар  
Ар айлык чыгымдар  
Чыгымдарды жана мүмкүн болуучу кирешелерди эсептөө  
Ишкананын чыгашасыздыгы  
«Бизнесим үчүн баштапкы жана ар айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасы

«Ишканамдын кирешелерин жана чыгашаларын пландоо» тапшырмасы  
**Текшерүү үчүн суроолор**  
Өз алдынча иш үчүн тапшырма: кирешелер жана чыгымдар пландарын салыштыруу  
**«Менин бизнесим» окуу долбоору. 7 - кадам.**

## **8-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ УЮШТУРУУ МАСЕЛЕЛЕРИ: ПАТЕНТ, ЖИ же ЖЧК 82**

Жеке жана юридикалык жактар  
Патент түшүнүгү  
Ыктыярдуу патенттин негизинде иш алып баруу  
Жеке ишкердик  
ЖИни мамлекеттик каттоо жөнүндө күбөлүк (арыз)  
Патент же ЖИби?  
СИН  
Шериктик, ЖЧКны каттоо  
ЖИ же ЖЧКбы?  
ЧУАда юридикалык жактар жөнүндө маалымкат  
ЖЧК жөнүндө маалымкат  
«Патент жана камсыздандыруу полиси» тапшырмасы  
**Текшерүү үчүн суроолор**  
Өз алдынча иш үчүн тапшырма: жергиликтүү салык органына баруу  
**«Менин бизнесим» окуу долбоору. 8 - кадам.**

## **9-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ КАРЖЫЛОО БУЛАКТАРЫ 88**

Каржылоо булактары  
Ишкердин жеке каражаттары  
Банктык эсеп-счёт жана депозиттер  
Жеке жактардан зайым алуу  
Коммерциялык банктарда, микрокредиттик уюмдарда жана кредиттик бирикмелерде насыя алуу  
Пайыздарды эсептөө ыкмалары  
Насыялык калькулятор  
Инвестициялар  
Бизнести ачуу үчүн гранттар

Краудфандинг  
 Финансылык сабаттуулук жөнүндө  
 маалымкат  
 Займ келишими жана КРдин Жарандык  
 кодекси жөнүндө маалымкат  
 «Депозиттер боюнча пайыздык коюмдар»  
 тапшырмасы  
 «Жеке кирешелерди жана чыгашаларды  
 үчөттөө» тапшырмасы  
 «Коммерциялык насыяны төлөп бүтүрүү  
 графигим» тапшырмасы  
**Текшерүү үчүн суроолор**  
 Өз алдынча иш үчүн тапшырма: насыялык  
 таржымал  
 «Менин бизнесим» окуу долбоору. 9 -  
 кадам.

#### **10-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ БАШКАРУУ НЕГИЗДЕРИ** 94

Менеджмент  
 Жетекчинин негизги көндүмдөрү  
 Лидерлик сапаттар жана өзүн-өзү тартипке  
 салуу  
 Чечимдерди кабыл алуу үчүн көндүмдөр  
 Көйгөйлөрдү чечүү модели  
 Каталардан сабак алууну билүү  
 Тайм-менеджмент  
 Максатты коюу жана артыкчылыктарды  
 аныктоо  
 Эйзенхауэрдин милдеттерди  
 артыкчылыкташтыруу матрицасы  
 Пландоо  
 Жагымсыз иштер  
 Команданы башкаруу  
 Ишкананын уюштуруучулук түзүмү  
 Ишти баяндоо жана кызматкерлердин  
 функционалдык милдеттери  
 Кызматкерлерди жалдоо зарылдыгын  
 баалоо  
 Жумушка кабыл алуу жөнүндө аңгемелешүү  
 Тобокел-менеджмент  
 Долбоордук менеджмент  
 Пландоону автоматташтыруу жөнүндө  
 маалымкат  
 Жумушту жана кызматкерлерди издөө үчүн  
 ресурстар жөнүндө маалымкат

«Көйгөйдү кантип чечүү керек?»  
 тапшырмасы  
 «Убакытты сезе билүүнү машыктыруу:  
 калибровкалоо» тапшырмасы  
 «Ишканамдын уюштуруучулук түзүмү»  
 тапшырмасы  
 «Бизнесимдеги тобокелдиктерди аныктоо»  
 тапшырмасы

#### **Текшерүү үчүн суроолор**

Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар:  
 бизнести башкаруу боюнча кеңештер  
 жөнүндө макала, камсыздандыруунун  
 түрлөрү, убакытты пландоо ыкмалары GTD  
 «Менин бизнесим» окуу долбоору. 10 -  
 кадам.

#### **11-ГЛАВА. ИШКАНАНЫН ФИНАНСЫЛАРЫН ЖÜRГүзүүнүн айрым өзгөчөлүктөрү 105**

Ыктыярдуу жана милдеттүү патенттер  
 Электрондук патент  
 Камсыздандыруу төгүмдөрү,  
 камсыздандыруу полиси  
 Салык режимдери  
 Патентти жана ЖИни алууда салык салуунун  
 жана отчеттуулуктун өзгөчөлүктөрү  
 Бирдиктүү салык декларациясы  
 Бухгалтердик үчөт  
 Салык органдарына отчет  
 КНС боюнча минималдуу босого  
 ККМ, ЧОБ, мөөрлөр, ТТБ  
 Кассалык китеп, жыйынтыктоочу суткалык  
 отчет  
 Финансылык абал жөнүндө отчет  
 /Бухгалтердик баланс  
 Активдер, милдеттенмелер, жеке капитал  
 Салыктар жөнүндө маалымкат  
 Санариптештирүү жана отчеттордун  
 электрондук формалары, БСД, электрондук  
 ККМ жөнүндө маалымкат  
 «КРде салыктардын түрлөрү» тапшырмасы  
 «КНДны төлөө зарылдыгын билген  
 эмесмин» кейси  
 «Атайын салык режимдери» тапшырмасы  
 «Мага ККМ керекпи?» тапшырмасы

«Кассалык китеп» тапшырмасы  
«Баланс/финансылык абал жөнүндө отчет  
жана Пайдалар жана чыгашалар жөнүндө  
отчёт» тапшырмасы  
Текшерүү үчүн суроолор

1-С системасы жөнүндө өз алдынча иш үчүн  
тапшырма  
«Менин бизнесим» окуу долбоору. 11 -  
кадам.

ДОЛБООР



**СҮРӨТТӨРДҮН ТИЗМЕСИ**

1-сүрөт. Ишкердикти аныктоо .....	16
2-сүрөт. Бизнес жана ишкердик .....	17
3-сүрөт. Бизнеси түзүүчү процесстер.....	19
4-сүрөт. Өндүрүш факторлорунун мүнөздөмөсү .....	20
5-сүрөт. Ишкердиктин функциялары .....	21
6-сүрөт. Кирешелердин жана чыгымдардын айлануу модели .....	25
7-сүрөт. Билдирүүнү жиберүү процесси.....	36
8-сүрөт. Калктын жынысы жана курактык топ боюнча жумуштуулугу, 2018 –ж. ....	38
9-сүрөт. Бизнес-пландын зарылдыгы, максаттары жана функциялары.....	53
10-сүрөт. Бизнес-пландын элементтери.....	54
11-сүрөт. “Маркетинг-микс” модели .....	58
12-сүрөт. Бренддөө тармактары .....	69
13-сүрөт. Өндүрүмдү өткөрүү каналдары .....	71
14-сүрөт. Кирешелерди жана чыгашаларды пландоо этаптары.....	78
15-сүрөт. I бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз.....	86
16-сүрөт. II бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз.....	86
17-сүрөт. III бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз.....	87
18-сүрөт. Көйгөйлөрдү чечүү модели .....	98
19-сүрөт. Ишкананын уюштуруучулук түзүмүнүн мисалы .....	102

**ТАБЛИЦАЛАРДЫН ТИЗМЕСИ**

1-таблица. Бизнесин социалдык жоопкерчилиги .....	18
2-таблица. Ишканаларды классификациялоо.....	25
3-таблица. Чакан жана орто ишканалардын үлүшү .....	26
4-таблица. SWOT-талдоо .....	33
5-таблица. Барьерлер жана коммуникациянын көндүмдөрү .....	36
6-таблица. Бизнес-идеялардын булактары.....	43
7-таблица. SMART-максаттар .....	50
8-таблица. Өндүрүмдү керектөөчүнүн профили .....	60
9-таблица. Атаандаштарды талдоо .....	62
10-таблица. Ансофтун маркетингдик стратегиялар таблицасы .....	63
11-таблица. Рыноктогу түзүмдөрдүн типтери жана алардын баага болгон таасири .....	64
12-таблица. Өндүрүм бирдигинин өздүк наркы .....	66
13-таблица. Киреше жана пайда .....	67
14-таблица. Чыгымдарды эсептөө .....	80
15-таблица. Кирешелерди жана чыгашаларды эсептөө .....	81
16-таблица. ЖИ жана ЖЧКнын ортосундагы негизги айырмачылыктар.....	88
17-таблица. Эйзенхауэрдин милдеттерди артыкчылыктуу кылуу таблицасы.....	100

## АББРЕВИАТУРАЛАРДЫН ЖАНА КЫСКАРТУУЛАРДЫН ТИЗМЕСИ

АӨБ	–	Азия өнүктүрүү банкы
АК	–	Акционердик коом
БСД	–	Бирдиктүү салык декларациясы
БКБ	–	Башталгыч кесиптик билим берүү
ЖОЖ	–	Жогорку окуу жай
ЖЧК	–	Жоопкерчилиги чектелген коом
ЖК	–	Жогорку Кенеш (Парламент)
ЖИ	–	Жеке ишкер
КОБ	–	Катуу отчеттуулук бланктары
ККМ	–	Контролдук-кассалык машина
КР	–	Кыргыз Республикасы
ЧОБ	–	Чакан жана орто бизнес
КНС	–	Кошумча нарк салыгы
КР СК	–	Кыргыз Республикасынын Салык кодекси
КБ	–	Коомдук бирикме
КР ГК	–	Кыргыз Республикасынын Граждандык кодекси
КЭУ	–	Коммерциялык эмес уюм
МСК	–	Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнө караштуу Мамлекеттик салык кызматы
ОКБ	–	Орто кесиптик билим берүү
ӨФ	–	Өндүрүш факторлору
ТТБ	–	ККМди техникалык тейлөө борбору
СИ	–	Социалдык ишкердик
СИН	–	Салык төлөөчүнүн идентификациялык салык номери
ЧУА	–	Ченемдик укуктук актылар

## КИРИШҮҮ

Ишкердикти жана өзүн-өзү иш менен камсыздоону өнүктүрүү Кыргызстандын экономикасы үчүн өзгөчө мааниге ээ, чакан ишканалар ири баштапкы инвестициялык салымдарды талап кылбайт, бирок ошол эле учурда эмгек рыногундагы керектөөлөрдү канааттандырууга, жумуштуулук көйгөйлөрүнө, жалпысынан экономиканы реструктуризациялоого тез, натыйжалуу түрткү бере алат. Мындан тышкары, ишкердик стандарттуу эмес, инновациялык чечимдерди жана мамилелерди киргизүүгө жөндөмдүү.

Ишкердик жана демилгечилдик көндүмдөрү – бул тез өзгөрүп туруучу дүйнөдө жана эмгек рыногунда алмаштыргыс көндүмдөр, кесиптер суроо-талапка ээ болбой, башка билимдерге жана көндүмдөргө суроо-талап пайда болуп жаткан учурда дал ошолор азыркы студенттерге, болочок бүтүрүүчүлөргө жана учурда иштеп жаткан адамдарга тез ыңгайлашууга жана өмүр бою билим алуу процессинин алкагында керектүү көндүмдөргө ээ болууга мүмкүндүк берет. Ошентип, ишкердик жана демилгечилик көндүмдөрүнө окуу бардык деңгээлдеги студенттерге эмгек рыногунда жана жалпысынан коомдо өзүн татыктуу көрсөтүү үчүн мүмкүнчүлүктөрдү берет. Ишкердик креативдүүлүк, инновацияларга жөндөмдүүлүк деген көндүмдөр менен бирге болоорун түшүнүү зарыл.

*«Кыргызстандын жаңы экономикасы – бул жаңы муундагы ишкерлердин билимдерине жана демилгесине негизделген экономика»* [13]. 2040-жылга чейин КРдин Улуттук стратегиясы дал ушул ишкердик, өзгөчө чакан жана орто бизнес коомчулук үчүн керектүү байкерликти, жумушчу орундарды түзгөндүгүн, социалдык маселелерди чечкендигин, экономиканын өнүгүүсүнө жана калктын жашоо сапатынын жакшыруусуна көмөктөшкөндүгүн түшүнүп, ишкерлерди коомдун маанилүү бөлүгү катары аныктайт.

Айрыкча маанилүү түзүүчү болуп социалдык ишкердикти өнүктүрүү саналат, ал социалдык маселелерди чечүүгө жардам берип, бир гана өлкөнүн экономикасын күчөтүү бардыгын камтуучу социалдык көйгөйлөрдү чечүү үчүн жетишпеген аракет экенин эскертип турат. Социалдык ишканалар калктын аярлуу катмарлары үчүн жумушчу орундарды түзүп, жергиликтүү коомчулуктардын өнүгүүсүнө салым кошуп, социалдык кызматтарды көрсөтүп жана киреше алууга умтулуп, коомдун туруктуу өнүгүүсүнө көмөктөшөт. Социалдык ишкерлер социалдык көйгөйлөрдү чечүүнүн жаңы жолдорун табуу менен инноваторлор да болуп саналат. Ошондуктан ушул колдонмо өзүнүн коомчулуктарынын жашоосун күн сайын жакшы жакка өзгөртүп турган ата мекендик жана чет өлкөлүк социалдык ишкерлердин шыктандыруучу мисалдарын келтирүү менен социалдык ишкердиктин идеяларын да илгерилетет.

Ушул колдонмонун максаты болуп окуучуларда ишкердик чөйрө жөнүндө билимдерди калыптандыруу, ошондой эле ишкердик ой жүгүртүүнү, демилгечилик, креативдүүлүк, инновациялуулук, өз алдынча окуу көндүмдөрүн, жеке жана кесиптик өнүгүү, бардык деңгээлдеги студенттерге эмгек рыногунда жана жалпысынан коомдо өзүн татыктуу көрсөтүү мүмкүнчүлүктөрүн түзүү үчүн мындайча аталган «жумшак» көндүмдөрдү өнүктүрүү саналат.

Ишкер болууга үйрөтүү мүмкүнбү? Класста ишкердиктин сыйкырын түшүнүүгө болобу? Эч болбосо, керектүү билимдер жана көндүмдөр менен куралданса, бул кандай иштегендигин

түшүнсө, мотивациянса, тез өзгөрүүчү технологияларга жана рынокко адаптациялоонун маанилүүлүгүн түшүнсө жана буга даяр болуп турса болот.

Жогорудагыга байланыштуу ишкердик жөнүндө билим алуу менен ишкердик үчүн билим алуунун ортосундагы айырманы түшүнүү зарыл. Ишкердик жөнүндө билим алуу өзүнө ишкердиктин концепциясы жөнүндө билимдерди, анын экономикага кошкон салымы жөнүндө билимдерди камтышы мүмкүн, жалпысынан бул ишкердик чөйрөсү жөнүндө билим берүү. Жана бул **ишкердикке окутуунун** маанилүү бөлүгү экени шексиз, бирок бардыгын камтуучу, студенттерди керектүү көндүмдөр менен куралдантуучу эмес. Ал эми ишкердик үчүн билим берүү ишкердик процеске окутууну, эмгек рыногуна чыгуу, өзүн-өзү иш менен камсыз кылуу, тажрыйбага ээ болуу, өзүнүн ишканасын ишке киргизүү үчүн керектүү билимдерди жана көндүмдөрдү берүүнү божомолдойт, башкача айтканда негизги көңүл ишкердик жана демилгечилдик көндүмдөрүн өнүктүрүүгө бурулат.

Рыноктогу бардык субъекттер белгисиздик шартында мындайча аталган VUCA-дүйнөдө болууда (volatility — турксуздук, uncertainty — белгисиздик, complexity — татаалдык жана ambiguity — бир маанисиздик, эки маанилүүлүк). Ишкердикке окутуу курсу милдеттүү түрдө тобокелдикти кабыл алуу, команда түзүү, каржылоо булактарын табуу, бизнес-план түзүү боюнча билимдерди жана көндүмдөрдү бериши керек, бирок өз ишканасын ачуу же өзүн иш менен камсыздоого бардыгы эле дароо жетише албайт, кимдир бирөө тажрыйба аркылуу келет, башка бирөөгө ар кандай чөйрөдө иштөө керек болот, ал эми кимдир бирөө жеке ишкана – менин жолум эмес дегенди түшүнөт, ошондуктан ишкердиктин гана эмес, ошондой эле демилгечилдик компетенцияларын өнүктүрүү, ар кандай көндүмдөргө ээ болуу маанилүү, мисалы, өзүн эмгек рыногунда илгерилетүү боюнча, силер иштөөгө барган ишканада карьералык тепкич боюнча, убактыңарды башкаруу боюнча, чыр-чатак болгон кырдаалдарды башкаруу боюнча жана албетте коммуникативдик көндүмдөр. Демек, **өтмө же портативдик көндүмдөрдү** да өнүктүрүү (transferable skills) керек. Булар белгилүү бир адистикке таандык болбогон көндүмдөр жана жөндөмдөр, аларды “жанына алып алууга болот (портативдик)” же “өтмө” бир жумуштан экинчи жумушка өтүүдө, бир адистиктен экинчи адистикке кайра квалификацияланууда, жумушчу чөйрөдө да, үй чөйрөсүндө да колдонуу, башкача айтканда ишмердүүлүктүн ар кандай чөйрөлөрүндө жана коомчулуктун жалпысынан жашоосунда зарыл.

Ошентип, ишкердикке окутуу милдетинин ичинен ишкердик чөйрө жөнүндө билим алуу гана эмес, ошондой эле окуучуларга ишкердик ой жүгүртүүнү, демилгечилдик көндүмдөрүн, креативдүүлүктү, инновациялуулукту, өз алдынча окууну, мындайча аталуучу “жумшак көндүмдөрдү” өнүктүрүүгө жардам берүү милдети турат. Ошондуктан аталган модулга аталган көндүмдөрдү жана компетенцияларды өнүктүрүү үчүн суроолор жана тапшырмалар интеграцияланган.

Кесиптик компетенциялардын таблицасы, анын ичинде социалдык-инсандык көндүмдөр КТБО системасында ишкердикке окутуу боюнча Улуттук концепцияга ылайык (адаптацияланды):



Компетенциялар – окуучу жөндөмдүү болот:	Компетенцияны өнүктүрүүчү темалар
<i>Ишкердик көндүмдөр</i>	
Ишкердиктин негизги концепциясын талдоого жана талкуулоого	1
Ишкердик, коммерциялык ой жүгүртүүнү колдонууга жана андан ары өнүктүрүүгө	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Бизнес үчүн мүмкүнчүлүктөрдү аныктоого жана баалоого	1,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Коомчулуктун туруктуу өнүгүүсү үчүн социалдык жоопкерчиликтүү бизнести түзүүнүн маанилүүлүгүн эске алууга	1,2,3,6,7
Базалык бизнес-план түзүүгө	4,5,6,7,9,11
Бизнестин тобокелдиктерин аныктап таанууга жана аларды кантип башкаруу керек экенин түшүнүүгө	4,5,7,8,9
Өздүк наркты, баштапкы чыгымдарды эсептөөдө жана ишкананын базалык финансыларын жүргүзүүдө алган билимдерин колдонууга	6,7,8,9,11
Ишкананын уюштуруу-укуктук формасын тандоодо, патент жана камсыздандыруу полисин алууда алган билимдерин колдонууга	2,6,7,8,9,11
Кесиптик ишмердүүлүктө ишкердик билимдерди жана көндүмдөрдү колдонууга	5,6,7,8,9,11
<i>Демилгечилдик көндүмдөр, өтмө көндүмдөр</i>	
Ишке орношуу жана өзүн-өзү иш менен камсыздоо мүмкүнчүлүктөрү үчүн ишкердикке жана ишкердик көндүмдөргө окутуунун маанилүүлүгүн түшүнүүгө	1,2,3,4,6,8,9,10,11
Креативдүү жана критикалык ой жүгүртүү көндүмдөрүн демилгелөөгө жана иш жүзүндө колдонууга	2,3,4,6,8,9,10
Көйгөйлөрдү комплекстүү чечүү үчүн ээ болгон көндүмдөрдү колдонууга	3,4,7,8,9,10
Коммуникативдик көндүмдөрдү, анын ичинде маданияттар аралык коммуникация көндүмдөрүн натыйжалуу колдонууга жана өнүктүрүүгө	2,3,6,10
Өзүнүн убактысын туура башкарууга	3,10
Финансылык сабаттуулукту өнүктүрүүгө	3,4,6,7,8,9,11
Резюме түзүүгө, бош орунга арыз берүүгө жана алган сунуштарды аңгемелешүүдөн натыйжалуу өтүү үчүн колдонууга	2,10
Мыкты презентацияларды даярдоого дана презентация менен чыгып сүйлөөгө	2,3,4,6,10

Колдонмо өзүндө ой жүгүртүү үчүн суроолорду, аткаруу үчүн тапшырмаларды жана өз алдынча иш алып баруу үчүн тапшырмаларды камтыйт. Суроолорго карата жооптор жана тапшырмаларды аткаруу негизги көндүмдөрдү калыптандыруу жана окуучунун ишкананы уюштурууга жана башкарууга даярдоо үчүн багытталган. Андан тышкары, маанилүү коштоочу маалымат жөнүндө маалымкаттар жана тиркемелер бар. Ошондой эле, колдонмо окуучулар тарабынан индивидуалдуу же топ ичинде «Менин бизнесим» окуу

долбоорун даярдоону божомолдойт, ал идеяны тандоонун жана бизнес-планды даярдоонун бардык негизги баскычтарынан өтүүгө мүмкүндүк берет.

ДОЛБООР

## 1-ГЛАВА. ЭМНЕ ҮЧҮН ИШКЕРДИК МААНИЛҮҮ?

<p>Максат</p> 	<p>Коомдун жана мамлекеттин өнүгүүсүндө ишкердиктин маанилүүлүгүн түшүнүү үчүн анын маңызы менен таанышуу.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ишкердик түшүнүгүн билем жана түшүнөм;</li> <li>○ ишкердик демилгечиликти, өз алдынча, инновациялык жана креативдүү ишмердүүлүктү божомолдоп жатканын түшүнөм;</li> <li>○ сатып алуучулардын, жеткирип берүүчүлөрдүн, жергиликтүү коомчулуктун, айлана-чөйрөнүн жана инвесторлордун алдында бизнестин социалдык жоопкерчилигинин маанилүүлүгүн түшүнөм;</li> <li>○ ишкердик ишмердүүлүктүн максаттарын чече билем;</li> <li>○ товарларды жана кызматтарды өндүрүүдө өндүрүүнүн керектүү факторлорун аныктоого жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ жумушка орношуу жана өзүн-өзү иш менен камсыздоо мүмкүнчүлүгү үчүн ишкердиктин маанилүүлүгүн талкуулай алам;</li> <li>○ туруктуу өнүгүүнүн зарылдыгын түшүнөм жана туруктуу өнүгүү жаатындагы глобалдуу максаттар жөнүндө билем;</li> <li>○ экономикадагы ишкердиктин негизги концепциялары менен таанышмын.</li> </ul>

Туура экономиканын негизин ишкердик түзөт. Ишкердик жумушчу орундар менен камсыздоо, товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү өндүрүүнү көбөйтүү, калктын кирешесин жогорулатуу жана мамлекеттик салыктар менен камсыздап, элдин жана жалпысынан өлкөнүн бакубатчылыгынын өсүүсүндө маанилүү ролду ойнойт. Кандай болбосун жаңылыктар түрмөгүн ачсаңар, сөзсүз элдин жыргалчылыгы үчүн ишкердиктин өнүгүүсү канчалык маанилүү экендиги, өлкөнүн экономикалык өнүгүүсү жана анын гүлдөп өсүүсү үчүн чакан жана орто бизнесте колдоо керектиги жөнүндө макалаларды табасыңар. Ошондой эле, силер бул макалалардан ишкерлер жөнүндө, алардын ийгилиги, алар ишкердик жолдун башында дуушар болгон кыйынчылыктар жөнүндө окуяларды таба аласыңар. Мүмкүн силер оюңарда окуялардын эки тибин элестеттиңер.

Окуялардын биринчи тиби – бул кимдир бирөөдө ошол учурда эч ким ойлоп таппаган жана ал идеяга эч ким ишенбеген уникалдуу идеянын болуусу жөнүндө окуялар. Ошол кимдир бирөө керектүү убакытта керектүү жерде болуп калып, бардыгын ийгиликтин үлүшү менен коштоп, талыкпай эмгектенип, керектүү учурда туура чечим кабыл алып, ийгиликтүү ишкер болуп калган. Бул окуяга ошол ийгиликтүү ишкер окуусун таштап, бизнес менен алектенгенин кошсо окуянын дагы бир түрү келип чыгат.

Окуялардын экинчи тиби – таанымал ишкер негиздөөнүн өзгөчө датасын, бизнесинин пайда болуу жылдыгын белгилеп жатып, кеңейтүү пландары, бизнесинин социалдык жоопкерчилиги тууралуу айтып жаткандыгы жөнүндө окуя. Көп учурда бул биз тааныган жана колдонуп жүргөн өндүрүм болушу мүмкүн.

Бул окуяларды эмне бириктирет? Биринчиден, алар кызыктуу жана алар биз үгүп жүргөн тирүү адамдар жөнүндө. Экинчиден, бул кыялдардын орундалышы жөнүндө баяндар, ошондуктан алар кызыктырат. Үчүнчүдөн, алар бизге дем берет, биз «мен да ошондой кыла алам, мен да бул сыяктуу канааттанууну жана кирешени алып келген бир нерсени таап

алсам» - деп ойлоно баштайбыз. Мындай ойлор пайда болду беле, ойлонуп көргүлөчү. Бул үчүн окуяңар сөзсүз бул ишкердик жолдордун бири менен кетүүгө тийиш эмес, ишкердик менен алектенүү үчүн окууну таштабаш керек, ийгиликтүү болуш үчүн сөзсүз эле 40-50 жашта болуу керек эмес.

«Ишкердик – бул баалуулукка ээ болгон кандайдыр бир жаңы нерсени түзүү процесси; убакытты жана күчтү талап кылуучу, өзүнө финансылык, моарлдык жана социалдык жоопкерчиликти алууну божомолдоочу процесс; акчалай киреше жана жетишилгенге жеке канааттанууну алып келүүчү процесс» [22, 15-б].

**Маалымкат:** КР Мыйзамдарында төмөнкүдөй аныктамалар берилген:

«Ишкердик деген жеке жана юридикалык жактардын өз атынан өзүнүн менчик же карызга алган каражаттарынын эсебинен, өз тобокели жана өзүнүн мүлктүк жоопкерчилиги астында киреше алуу үчүн жүргүзгөн демилгеси, өз алдынча экономикалык ишкердиги болуп эсептелет.» (Ишкерлердин укуктарын коргоо жөнүндө мыйзамдын 2-беренеси).

«Пайда алууга багытталган, мыйзамда белгиленген тартипте ушундай сапатта катталган адамдар тарабынан өз алдынча, өзүнүн тобокелге салуусу менен жүзөгө ашырылган ишмердүүлүк ишкердик болуп эсептелет» (КР Граждандык кодексинин 1-беренеси).

Суроо:



Окуу куралында жана ченемдик укуктук актыларда ишкердиктин аныктамалары кандай жана эмне себептен айырмаланат?

Ошентип, ишкердик – төмөнкү түшүнүктөргө негизделген экономикалык ишмердүүлүктүн өзгөчө түрү:



1-сүрөт. Ишкердикти аныктоо



“Ишкердик” жана “бизнес” сөздөрү көп колдонулат жана бул окуу куралында эки сөз тең колдонулат. Алардын ортосунда айырма бар, бирок ал окутуу максаттары үчүн принципиалдуу эмес.



2-сүрөт. Бизнес жана ишкердик

Тиркеме:



**Ишкердик: «жаратмандык (креативдүү) кыйроо» жана «бүлдүрүүчү инновациялар»**

Окутуу процессинде биз ишкердик аныктамасын козгоп жатып, дайыма Йозеф Шумпетерди (1883 – 1950) австриялык экономистти эстейбиз. Ал экономика ишкер жасаган жаңы нерселерди (инновацияларды) киргизүү менен өнүгөт деп айткан. Жаңы керектөөчүлөр, жаңы товарлар, өндүрүүнүн жаңы ыкмалары, товарлардын жана ресурстардын жаңы рыноктору, ишканалардын жаңы формалары – мунун баары эскиден кетип жаңы нерсенин пайда болушуна түрткү берет. Бул процесс үчүн Шумпетер жаңы түшүнүктү өнүктүргөн: «жаратмандык кыйроо» - «экономикалык түзүмдү ичинен үзгүлтүксүз реконструкциялоо менен эски түзүмдү кыйратып жаңы түзүмдү жараткан индустриалдык мутациянын процесси» [38].

Мисалы: интернет-технологиялардын өнүгүүсү сатуу аяччалардын интернет-мейкиндикке өтүшүн алып келди: онлайн-туристтик агенттиктер, дарыгерлердин онлайн-консультациялары, мүмкүн болгон бардык нерселердин онлайн-тапшырыктары, онлайн-дүкөндөр.

«жаратмандык» же «креативдүү кыйроо» түшүнүгүн өнүктүрүү үчүн америкалык окумуштуу Клейтон Кристенсен (1952 – 2020) «бүлдүрүүчү инновациялардын» моделин сунуштады, аны XXI кылымдын башындагы эң таасирдүү бизнес-идея деп да аташкан [27]. Бул модель рыноктун түзүмү жана айрым компаниялардын доминанттуулугу «бүлдүрүүчү технологиялар (инновациялар)» өзүнүн сатып алуучусун тапканда, буга чейин жок болгон жерде рынокту түзгөндө өтө тездик менен өзгөрөөрүн божомолдойт.

Мисалы: iPhone, мобилдик телефон катары эмес, «чөнтөк компьютерлери» чөйрөсүндөгү биринчи кадам катары же Airbnb – мейманкана бизнесинин чөйрөсүндө бүлдүрүүчү инновация.

Ал эми силер «креативдүү кыйроонун» жана «бүлдүрүүчү технологиялардын» кандай мисалдарын келтире аласыңар?

Адам менен жана адамдар үчүн иштөө менен бизнесиңердин социалдык жоопкерчилиги жөнүндө дайыма эстөө зарыл. Адам катары силер жакындарыңардын, досторуңардын алдында жоопкерчиликтүүсүңөр, ишкер катары силер иш алып барган адамдардын, силер жайгашкан коомчулуктун алдында жана жаратылышты кошуу менен айлана-чөйрөнүн алдында жоопкерчиликтүүсүңөр.

1-таблица. Бизнесин социалдык жоопкерчилиги

<p><b>Сатып алуучулардын алдындагы жоопкерчилик</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ керектөөчүлөргө сый мамиле кылуу;</li> <li>❖ ак ниет болуу;</li> <li>❖ силердин өндүрүмүңөрдү пайдалануудагы мүмкүн болуучу терс таасирдүү кесепеттер жөнүндө керектөөчүлөргө маалымат берүү;</li> <li>❖ керектөөчүлөрдүн макулдугусуз алар жөнүндө жеке маалыматты ачыкка чыгарбоо.</li> </ul>	<p><b>Жеткирип берүүчүлөрдүн алдындагы жоопкерчилик</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ бардык жеткирип берүүчүлөргө сый мамиле кылуу;</li> <li>❖ жеткирип берүүчүлөр жөнүндө туура эмес маалыматты жайылтпоо;</li> <li>❖ бардык талаш-тартыштарды адилеттүү чечүү;</li> <li>❖ жеткирип берүүчүлөргө жеткирип берүүлөрдүн мүнөзүнө тиешелүү өзгөрүүлөр жөнүндө чечимдериңер тууралуу маалымат берүү.</li> </ul>
<p><b>Айлана-чөйрөнүн алдындагы жоопкерчилик (жаратылышты сыйлоо)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ айлана-чөйрөнү булгоодон коргоо;</li> <li>❖ таштандыларды чыгарууну кыскартуу жана аны туура утилдештирүүгө көмөк көрсөтүү;</li> <li>❖ газды, сууну, электр энергиясын, көмүрдү ж.б. үнөмдөө жана натыйжалуу колдонуу.</li> </ul>	<p><b>Силердин бизнес жайгашкан коомчулуктун алдындагы жоопкерчилик</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ коомчулукту өнүктүрүүгө каражаттарды салуу;</li> <li>❖ колдон келишинче кайрымдуулук кылуу;</li> <li>❖ шаарыңардын, райондун коомдук жашоосуна катышуу.</li> </ul>
<p><b>Кредиттик мекемелер менен инвесторлордун алдындагы жоопкерчилик</b></p>	

Эң жөнөкөй түшүнүүдө бизнес-процесс өзүнө 4 элементти же ишмердикти камтыйт. Берилген ишмердиктин ар бири калган үчөөнөн көз каранды, ансыз бизнес ийгиликтүү болбойт. Силер өндүрүмдү өндүрө аласыңар, бирок тиешелүү башкаруусуз же финансылык эсептөөлөрсүз, же болбосо маркетингдик изилдөөлөрсүз начар маркетингдик стратегия менен керектүү көлөмдөгү өндүрүмдү сатай албайсыңар же силер койгон баа керектөөчү үчүн абдан кымбат болот, мүмкүн тескерисинче өтө арзан болуп силер киреше ала албай каласыңар [23, 47-б]. Бул 4 элементтин бары ушул колдонmodo ачылат.

ӨНДҮРҮҮ	МАРКЕТИНГ жана САТУУЛАР	МЕНЕДЖМЕНТ	ФИНАНСЫ
• сатуу үчүн өндүрүмдү түзүү	• сатуу рыногун өздөштүрүү, атаандаштарды талдоо, керектөөчүлөрдү тартуу ж.б.	• максаттарды коюу, пландоо, көйгөйлөрдү чечүү, персоналды башкаруу, долбоорлорду башкаруу ж.б.	• бизнестин каржыланышын издөө, ишкананын финансыларын пландоо жана башкаруу

3-сүрөт. Бизнеси түзүүчү процесстер

**Тапшырма:****«Бизнеси түзүүчү процесстер»**

Силер машина оңдоо боюнча устакана ачууну пландап жатасыңар деп божомолдойлу. Силердин учурда жогоруда көрсөтүлгөн бизнестин түзүүчүнүн ар бири кантип иштей тургандыгын баяндап бергиле, силердин устакана ийгиликтүү иштөө үчүн ар бир процесстин алкагында эмнелерди жасоо керек?

Ишкердик акуталдуу болгон көйгөйлөрдүн бирин – **ресурстардын чектелгендиги жана адамдардын керектөөлөрүнүн чексиздиги көйгөйүн** чечүүдө оптималдуу балансты табууда, ал айлана-чөйрөнүн глобалдык өзгөрүүсүнө, анын ичинде климаттын өзгөрүүсүнө байланыштуу курчуп бара жатат. Бул көйгөй ишкердик үчүн мүмкүнчүлүк болуп саналат, анткени ишкерлер минимумдан максимум алуу үчүн бардык ресурстарды натыйжалуу пайдаланууга аракет кылууда, ошол эле учурда айлана-чөйрө жана коомчулук үчүн чыгымдарды эске алуу менен, ал эми чексиз керектөөлөр аларды канааттандыруу үчүн чексиз мүмкүнчүлүктөрдү түзүүдө, чектелген ресурстар – инновациялык идеялар, энергия үнөмдөөчү чечимдер үчүн талаа. Мисалы, эгерде силер походго бара жатсаңар, анда силер палатка саты алуу менен чектелбейсиңер же мисалы, биздин өлкөдөгү K-POP маданиятты жайылтуу менен, өлкөбүздөгү аялдар корей косметикасынын ар кандай түрүнө болгон керектөөнү дароо эле сезип калды. Дүйнөлүк жана локалдык тренддер адамдардын керектөөлөрүн пайда кылат, аларсыз биз зымсыз кулакчындарга, фотоаппаратка салыштырмалуу мегапиксели көбүрөөк болгон камерасы менен телефонго, планшеттерге, смарт-сааттарга абдан муктаж экендигибизди билмек эмеспиз.

**Маалымкат:** Туруктуу өнүгүү.

Туруктуу өнүгүүнүн жалпы кабыл алган аныктамасы кийинкидей: «Туруктуу өнүгүү – бул азыркы муундун керектөөлөрүн канааттандыруу келечектеги муундун жеке керектөөлөрүн канаттандырууга заян келтирбестен ишке ашырыла турган өнүгүү».

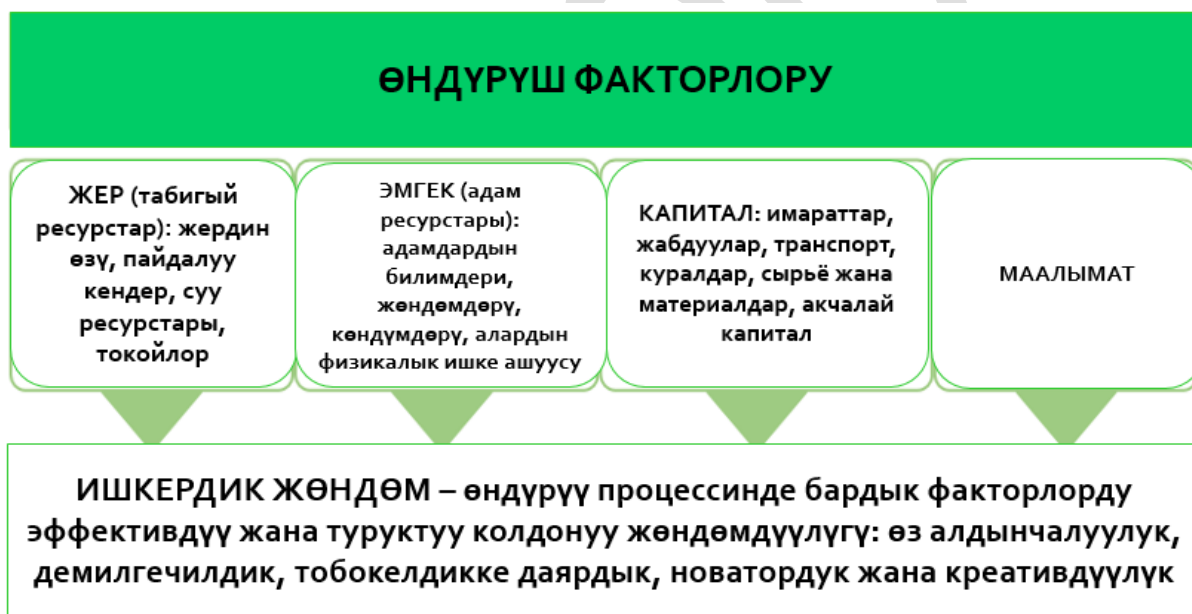
Заманбап дүйнөдө экономиканын туруктуу өнүгүүсү энергиялык жана ресурстук натыйжалуу ыкмаларды жана технологияларды пайдаланууда гана мүмкүн. Дал ошондуктан биздин өлкөдө жаратылышты коргоо

чараларынын системасы иштейт жана бизнестин “жашыл” демилгелерине дем берилет.

Адамдардын керектөөлөрү **калктын суроо-талабын** түзөт, ал эми ишкерлер товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү (**сунуштарды**) сунуштоо менен бул керектөөнү канаттандырат. Бул экономиканын негизги түшүнүктөрүнүн бири – суроо-талап жана сунуш.

**Товарлар** – бул биз көрө алган, кармап көргөн, сатып алып анан колдонгон продукция. **Кызмат көрсөтүүлөр** – бул өндүрүлгөн учурда керектелүүчү продукция. Мисалы, тарак – бул товар, ал эми чач кыркуу – бул кызмат көрсөтүү.

Эгерде керектөөлөр чексиз болсо, анда ресурстар тескерисинче, чектелүү. Өтө чектелген ресурстар кымбатыраак, бул товарларды өндүрүүнү да, тиешелүү түрдө кызматтарды көрсөтүүнү да чектейт жана алар кымбат баада болот. Мисалы, нукура териден тигилген баштык терини алмаштыруучу материалдан тигилген баштыкка салыштырмалуу кымбат. Өндүрүү процессинде колдонулуучу ресурстар өндүрүш фактору аталышына ээ.



4-сүрөт. Өндүрүш факторлорунун мүнөздөмөсү

**Тапшырма:**



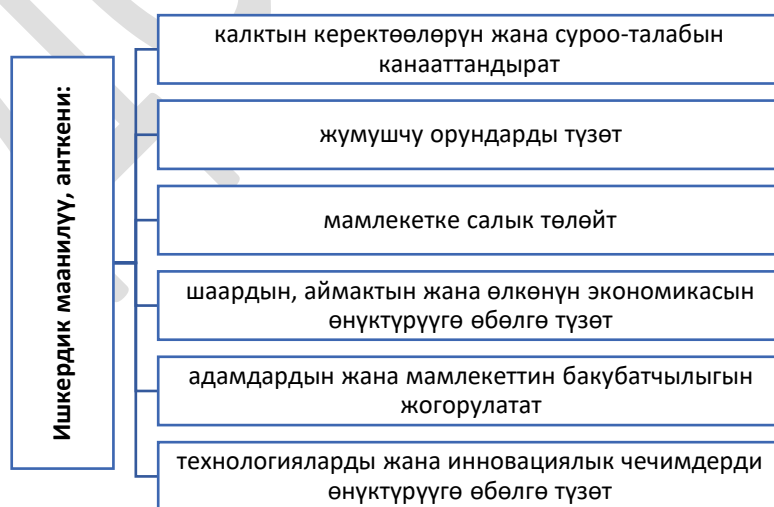
**«Өндүрүш факторлору»**

Көрсөтүлгөндөрдүн кайсынысы товар, ал эми кайсынысы кызмат көрсөтүү экендигин аныктагыла. Аталган товарларды өндүрүү жана кызмат көрсөтүүлөр үчүн керектүү өндүрүш факторлорун атагыла жана төмөнкү таблицаны толтургула. Акыркы үч сапка товарлардын жана кызмат көрсөтүүлөрдүн аталыштарын – силер үчүн буга чейинки тапшырмада дээрлик жагымдуу болгон ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү жазгыла.

Аталышы	Товар же кызмат көрсөтүү	Өндүрүш факторлору			
		ЖЕР	ЭМГЕК	КАПИТАЛ	МААЛЫМАТ

Чач тарачта чач кыркуу					
Дүкөндөгү ун					
Мобилдик интернет					
Банкта эсеп- счет ачуу					
Базардагы картошка					
Спорт сарайындагы концерт					
Дүкөндөгү нан					
Ашканадагы түшкү тамак					
...					
...					
...					

Ошентип, ишкердик коомду өнүктүрүүдө маанилүү ролду ойнойт, ошондой эле шаар, регион жана өлкө экономикасынын өнүгүүсүнө, адамдардын жыргалчылыгынын өсүүсүнө көмөктөшөт.



5-сүрөт. Ишкердиктин функциялары

Тыянактар:

- ❖ Ишкердик баалуулукка ээ болгон жаңы бир нерсени жасоо процессин билдирет, башкача айтканда ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү ишкердик ишмердикке кайра өзгөртүү.
- ❖ Ишкерлер жана бизнес-коомчулук өзүнүн ишин уюштурган коомчулук жана айлана-чөйрө үчүн өзгөчө жоопкерчилик тартат, ошондуктан ресурстарды туруктуу колдонуу зарыл, КР эмгек мыйзамдарын жана башка мыйзамдарды урматтоо керек, эгерде ишмердик социалдык ишкердикке байланыштуу болсо, сапаттуу социалдык кызмат көрсөтүүлөрдү сунуштоого аракет кылуу зарыл.
- ❖ Ишкер керектөөчүлөрдүн, жеткирип берүүчүлөрдүн, кредиторлордун, инвесторлордун, жергиликтүү коомчулуктун жана жаратылышы менен айлана-чөйрөнүн да алдында социалдык жоопкерчилик тартат.
- ❖ Ишкердик жөндөм калгандарын товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү өндүрүү үчүн бириктирген өндүрүштүн өзгөчө фактору болуп саналат.
- ❖ Ишкердик калктын керектөөлөрүн жана суроо-талаптарын канааттандыруу, жумушчу орундарды түзүү, мамлекетке салыктарды төлөө, технологиялардын өнүгүшүнө жана инновациялык чечимдерди иштеп чыгууга өбөлгө түзүү менен коомчулукту, өлкөнү өнүктүрүүдө, адамдардын бакубатчылыгынын жогорулашында маанилүү ролду ойнойт.

Текшерүү үчүн суроолор:

1. Эмне үчүн ишкердик өлкөнүн экономикасын өнүктүрүү үчүн маанилүү? Мисалдарды келтиргиле.
2. Бизнес кандай мүнөздөгү социалдык жоопкерчилик тартат жана кимдердин алдында?
3. Товар менен кызмат көрсөтүүнүн ортосунда кандай айырма бар?
4. Экономикада өндүрүлүп жатканды түзүүдө керектөөлөр кандай ролду ойнойт? Мисалдарды келтиргиле.
5. Бизнес процесстин 4 түзүүчүсүн баяндап бергиле. Алардын бирдиктүү ишмердик катары иштеши эмне үчүн керек?
6. Өндүрүш факторлору деген эмне, алардын түрлөрү кандай? Ишкердик ишмердик башка факторлордон эмнеси менен айырмаланат?

Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар:



1. БУУ мүчөлөрү 2030-жылга чейинки мезгилге туруктуу өнүгүү жаатындагы күн тартибинин алкагында 2015-ж. кабыл алган Туруктуу өнүгүү жаатындагы максаттар жөнүндө маалыматты тапкыла. Ишкерлер ар бир максатка жетүү үчүн эмне кыла алышат?
2. Экономикада ишкердиктин негизги концепциялары жөнүндө маалыматты тапкыла жана аларды өздөштүргүлө: Р. Кантильондун ишкердик теориясы, Й. Шумпетердин теориясы, Л. Мизестин жана Ф. Хайектин теориясы. Ар бир концепциянын 5 негизги идеяларынан жана мүнөздөмөлөрүнөн турган тизмени даярдагыла.



<b>Түшүндүрмө</b>	Дисциплинаны жана Ишкердик боюнча бул окуу куралын өздөштүрүү мезгилинде базалык бизнес-планды даярдоо керек жана иш жүзүндө пландарды ишке ашыруу боюнча кандайдыр бир аракеттерди көрүү зарыл. Ар бир теманы өздөштүрүүдө белгилүү бир тапшырмалар, ал эми ар бир теманын аягында – окуу долбоорун аткаруу үчүн ар бир тапшырманын натыйжаларын кантип колдонуу керек экендиги тууралуу көрсөтмөлөр берилет.
<b>Эмне кылуу керек?</b>	Ишкердик ишмердигин жүргүзүүнү каалайт белеңер, ойлонуп көргүлө. Эгерде ооба десеңер, анда конкреттүү эмне менен алек болууну каалай турганыңарды ойлонгула: кандай товарды өндүрөсүңөр же кызмат көрсөтөсүңөр.

ДОЛБООР

## 2-ГЛАВА. ИШКАНА ДЕГЕН ЭМНЕ?

<p>Максат</p> 	<p>Ишкананын маңызын, анын ишмердүүлүгүнүн негиздерин жана ар бир адам ишканалардын ишмердүүлүгүнө тартылганын түшүнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ ишкана түшүнүгүн билем жана түшүнөм;</li><li>○ ишкердик көндүмдөрүн да, демилгечилик көндүмдөрүн да жана мындайча аталган өтмө көндүмдөрдү өнүктүрүүнүн зарылдыгын түшүндүрө алам;</li><li>○ ишканалардын ар кандай түрлөрүн жана формаларын айырмалай алам;</li><li>○ экономикадагы кирешелердин жана чыгымдардын айлануу моделин түшүнөм;</li><li>○ социалдык ишкердиктин маанилүүлүгүн жана анын жергиликтүү коомчулуктун жана калктын аярлуу катмарынын жашоосун жакшыртуу менен байланышын түшүнөм;</li><li>○ чакан, орто жана ири бизнестин ортосундагы айырманы классификациялай алам;</li><li>○ ишкердик чөйрөсүндөгү мыйзамдарды сактоо маанилүү экендигин, аларды кайдан өздөштүрүүгө болорун билем.</li></ul>

Ишкердик жалпысынан өзү менен товарларды өндүрүү жана кызматтарды көрсөтүү боюнча ишмердүүлүктү билдирет, ал эми бул ишмердүүлүктү ишке ашыруучу ишкердиктин бирдиги ишкана болуп саналат. **Ишкана** – идеяны товарларды өндүрүүгө жана кызматтарды көрсөтүүгө айландыруучу жеке же юридикалык жак.

**Маалымкат:** Кр мыйзамдарында төмөнкүдөй аныктамалар келтирилет:

«Ээлик кылуу ишкердигин жүзөгө ашыруу үчүн пайдаланылган мүлктүк комплекс граждандык укуктардын объектиси катары ишкана деп таанылат.» (КР ЖК 33-беренеси).

**Тапшырма:**



**«Ишканалардын тизмеси»**

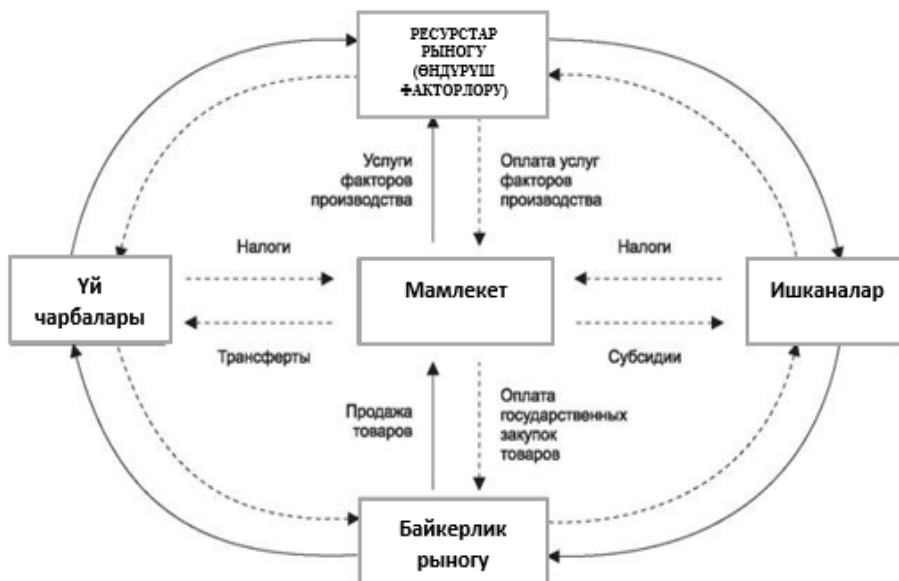
Акыркы 3 жыл ичинде силер ишмердигинин натыйжасын колдонгон ишканалардын тизмесин түзүлө. Алар эмнелерди өндүрөт: товардыбы же кызматтарды көрсөтөбү?

Ишканалар рыноктогу экономикалык агенттер болуп саналат. Экономисттер кирешелер жана чыгашалардын айлануу модели деп атоочу схеманын жардамы менен көрсөтүүгө болот.

Бул модель өлкөнүн экономикасындагы бардык субъекттердин өз ара байланышын көрсөтөт. Ишканалар товарларды өндүрөт жана сатат, кызматтарды көрсөтөт, үй чарбалары керектейт, инвестициялоо үчүн аманаттарды чогултат жана ӨФнын жеткирип берүүчүлөрү болуп саналат, мамлекет салыктарды алат жана жеке сектор тарабынан өндүрүлбөгөн жакшылыктарды өндүрөт (мисалы, көчөнү жарыктандыруу). Ошондой эле аталган моделде жалпыланган түрдө эки рынок берилген: ишканалар керектүү ресурстарды алган ӨФ рыногу жана алар өндүрүлгөн товарларды жана кызмат



көрсөтүүлөрдү ишке ашыра труган товарлар жана кызмат көрсөтүүлөр рыногу. Жебелер – бул агымдар: үзүк-үзүк жебе - табигый-заттык агым, түз жебе – акча агымы.



6-сүрөт. Кирешелердин жана чыгашалардын айлануу модели

Моделде мамлекеттиктен ташкары бардык ишканалар бир жалпы субъектке бириктирилген. Бирок, классификацияны тандоого жараша ишканалардын ар кандай формалары бар. Мисалы, коммерциялык эмес ишканалар же кеңири жайылган аталыш – коммерциялык эмес уюмдар (КЭУ) бар. Коммерциялык ишканалардан айырмаланып, алардын негизги максаты киреше алуу болуп саналбайт. Бул коомдук бирикмелер (КБ), союздарга, ассоциацияларга биригүүчү фонддор да болушу мүмкүн. Алар ишкердик ишмердүүлүк менен алектене алат, бирок ишкердик ишмердүүлүктүн түрү жана КЭУнун максаты дал келүүгө тийиш.

2-таблица. Ишканаларды классификациялоо

<b>Уюмдун максаты боюнча:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ коммерциялык;</li> <li>❖ коммерциялык эмес</li> </ul>
<b>Менчик формасы боюнча:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ мамлекеттик; муниципалдык;</li> <li>❖ жеке;</li> <li>❖ башка менчик формалары</li> </ul>
<b>Экономикалык ишмердиктин түрлөрү боюнча [1]:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ айыл чарба;</li> <li>❖ өндүрүштүк (тоо-кендерин казуучу, кайра иштетүү)</li> <li>❖ курулуш;</li> <li>❖ соода-сатык;</li> <li>❖ транспорттук;</li> <li>❖ кызмат көрсөтүү чөйрөсүндөгү ишканалар ж.б.</li> </ul>
<b>Көлөмү боюнча:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ чакан жана орто ишканалар (ЧОБ – чакан жана орто бизнес)</li> <li>❖ чоң ишканалар (ири бизнес)</li> </ul>

**Чакан ишканалар** өлкөнүн жалпы экономикасы ийгиликтүү болуш үчүн абдан маанилүү. Анын бир нече себеби бар. Мисалы, алар жергиликтүү калкты иш менен камсыз кылат жана көп сандагы адамдарга көз карандысыз жана социалдык маанилүү иш менен алек болууга мүмкүндүк берет. Чакан ишканалар жергиликтүү коомчулуктун керектөөлөрүн канааттандырууга багытталган: менчик мончо, белгилүү бир конуштагы чач-тарач, ТТС, жакын жердеги дүкөн, басып чыгаруу жана ксерокөчүрмө ж.б. кызматтарды көрсөтүү.

**Кыскача статистика.** КР Улуттук статистика комитетинин маалыматына ылайык Кыргыз Республикасындагы ишканалардын дээрлик 95% чакан болуп саналат, 400 миңге жакын адам жеке ишкер катары катталган. Чакан жана орто ишканалар, анын ичинде жеке ишкерлер өлкөнүн ИДПнын дээрлик 45% өндүрүшөт. Чакан жана орто ишканалар өлкөдөгү 22% өндүрүштүк, 63% айыл чарба продукцияларын өндүрүшөт, 93% подряддык иштерди аткарышат, дүң жана чекене сатуу, автоунааларды жана мотоцилдерди оңдоо чөйрөсүндө 80% ээлейт, 97% мейманкана жана ресторандар ишмердиги чөйрөсүндө алектенишет.

3-таблица. Чакан жана орто ишканалардын үлүшү

	<b>22%</b> өндүрүштүк продукция		<b>63%</b> айыл чарба продукциясы
<b>80%</b> дүң жана чекене сатуу, автоунааларды жана мотоцилдерди оңдоо чөйрөсүндө		<b>97%</b> мейманкана жана ресторандар ишмердиги чөйрөсүндө	
	<b>93%</b> подряддык иштер		жарым миллиондон ашуун иш менен камсыз болгон адамдар

**Тапшырма:**



**«Ишканаларды көлөмү боюнча классификациялоо»**

КР Өкмөтүнүн «Ишканалар тибинин классификаторунун негизги схемасы жөнүндө» токтому менен таанышкыла. Кандай критерийлер боюнча өлкөбүздүн Өкмөтү ишканаларды чакан, орто жана ири деп бөлүүдө? Силердин көз карашыңар боюнча эмне себептен өндүрүштүк жана өндүрүштүк эмес тармактардагы ишканалар үчүн босоголор айырмаланып турат?

Ошондой эле, КР мыйзамдары физикалык жактан ишкананын өзүн түзбөстөн ишкердик менен алектенүүгө мүмкүндүк берет, башкача айтканда юридикалык жакты түзбөстөн. КРде **ишканалардын төмөнкү уюштуруу-укруктук формаларын белгилешет** [2]:

- ❖ **чарбалык шериктештер жана коомдор:**
  - ачык/жабык акционердик коомдор;
  - чектелген/кошумча жоопкерчилиги менен коомдор;

- толук / командиттик шериктештик;
- ❖ *дыйкан (фермер) чарбалары (юридикалык жакты түзүү менен), кооперативдер;*
- ❖ *коммерциялык эмес уюмдар: мекемелер, турак жай менчик ээлеринин шериктиги, диний уюмдар, коомдук бирикмелер жана фонддор, ассоциациялар, союздар;*
- ❖ *жеке ишкерлер.*

Жеке ишкерлер (ЖИ) жана ишканалар (шериктештиктер, ЖЧК ж.б.) салык органдарында каттоодон өтүшөт. ЖИ – юридикалык жакты түзбөстөн ишкердик ишмердиги менен алектенген жеке жак.

Буга чейин айтылгандай, ишкердик коомдун кызыкчылыктарына кызмат кылат, мисалы, жумушчу орундарды түзүү, калкты керектүү жыргалчылыктар менен камсыздоо. Көптөгөн ишканалардын арасынан **социалдык ишканаларды** белгилөөгө болот – бул белгилүү бир социалдык миссиясы менен ишканалар. Бул учурда биринчи орунда киреше алуу жана ишкананын туруктуулугу, андан кийин социалдык миссияны аткаруу турарын белгилей кетүү керек, анткени киреше албастан социалдык миссияга жетишүү мүмкүн эмес [34, 9-б]. Дал ушул социалдык ишканалар ден соолугунун мүмкүнчүлүгү чектелген адамдарды, калктын белгилүү бир катмарларын, жаштарды, аялдарды ишке орноштуруу үчүн мүмкүнчүлүктөрдү берет.



Кейс:

**Бала бакча: коомчулук үчүн керектүү кызмат көрсөтүүлөр жана жумуш ордундары [https://ekonomika.media/sotsialnoe-predprinimatelstvo-v-deystvii/ материалдары боюнча]**

Бала төрөлгөндөн кийин Айжамал бала бакчалардын жетишсиздиги жана өзүнүн кичи мекени Каракол шаарындагы жеке менчик бала бакчаларынын баасынын кымбаттыгы боюнча көйгөйгө туш болду. Анын айтымы боюнча жеке кырдаалы жана курбу кыздарынын балалуу болгондон кийин жумушсуз көп убакыт үйдө отургандыгы Айжамалга өзүнүн баласы жана курбуларынын, коңшуларынын балдары үчүн бала бакча ачуу жөнүндө ой келди.

Ал күйөөсү экөө 40 кв.м чакан үйдү кайра жабдышты, балдар үчүн аянтчаны жасашты. Ал үчүн алар эл аралык компаниялардын биринен социалдык ишкерлердин арасындагы сынактын жыйынтыгында ээ болгон гранттык каражаттарды колдонушту. Бардык ишти жубайлар өз күчү менен аткарышты жана бала бакчаны ишке киргизгенден баштап эки жылдын ичинде имарат балдарды багуу боюнча эки кабаттуу үй-бүлөлүк “Наристе” борборуна айланды, ага 20дан ашуун бала барат.

Айжамалдын күйөөсү Чыңгыз өзүнүн коому жана жалпысынан өлкө үчүн мүнөздүү көйгөйдү түшүнөт, гендердик теңсиздик социалдык түп тамырга да ээ болушу мүмкүн экендигин, аялдар бала төрөп, аны тарбиялоо менен иштөө жана киреше алуу мүмкүнчүлүгүнөн ажырашы мүмкүн экендигин түшүнөт. Айжамалдын курбу кыздарынын айтуусу боюнча уюмдар кичинекей балдары бар аялдарды көңүлдөнбөй жатып алышат, декреттик өргүүдөн кийин ишке чыгуу үчүн балдарды ден соолугу жана тарбиясы үчүн коркпостон орноштуруу зарыл болот.

Социалдык миссияны аткаруу менен бала бакча киреше алып келүүчү бизнес да болуп саналат. Ошондой эле, “Наристе” борбору ашпозчу, тарбиячылар жана бала багуучу адамдар үчүн жумушчу орундарды түздү.

Кейске карата суроолор жана тапшырмалар:

1. Эмне үчүн Айжамалды социалдык ишкер деп атоого болот?
2. Айжамалдын бизнеси жергиликтүү коомго кандай пайда алып келүүдө?
3. Силердин көз карашыңар боюнча аялдарда иштөө мүмкүнчүлүгүнүн болушу маанилүүбү? Кыргызстандын заманбап коомунда буга кандай факторлор тоскоолдук кылышы мүмкүн, алардын терс таасири кандай жана кантип болтурбоого болот?
4. Туугандарыңардын, досторуңардын, тааныштарыңардын арасынан аялдар иштөө мүмкүнчүлүгүнөн баш тарткан учурлардан мисалдарды келтиргиле. Эмне үчүн алар баш тартты жана азыркы учурда эмне менен алек болушат? Алардын кесиби кандай? Алар иштесе жана киреше алса, силердин көз карашыңар боюнча алардын жашоосу кандай өзгөрмөк?

**Маалымкат:** Кыргыз Республикасында 2011-жылдан тартып Социалдык ишкердер ассоциациясы (СИА) иш алып барат, анын максаты болуп ишкердик ишмердикти өнүктүрүү аркылуу жарандардын социалдык бакубатчылыгын жогорулатуу саналат. СИА социалдык ишкерлерди окутуу жана даярдоо, каржылоо жана СИ боюнча стартаптарды ишке киргизүү боюнча, анын ичинде жаштардын социалдык ишкердиги багытында да иш алып барат.

СИА ошондой эле мамлекеттик буйрутманын алкагында ден соолугунун мүмкүнчүлүгү чектелген адамдар үчүн Социалдык ишкердик мектебин жүргүзөт. Мындан тышкары Жаш социалдык ишкерлер клубу иш алып барат. СИ боюнча окутуучу видеолорду жана КРдин социалдык ишкерлеринин ар кандай окуяларын СИАнын Фейсбук социалдык тармактагы расмий баракчасынан [@ASE.Kyrgyzstan \(Association of Social Entrepreneurs of Kyrgyzstan\)](#) теги боюнча табууга болот.

Кандай болбосун ишкананын, жеке ишкердин ишмердиги өлкөнүн мыйзамдарына ылайык жүргүзүлүшү керек, ошондуктан Салык кодексин же ЖИни каттоо үчүн арыздардын формаларын, патентти кайдан алууга болорун билүү маанилүү ж.б. суроолор. Кыргызстанда ишкердин статусу ар кандай мыйзамдарда же ченемдик укуктук актыларда (адабиятта кыскартылган аббревиатура ЧУА колдонулат). Мисалы, КР “Чакан ишкердикти мамлекеттик колдоо жөнүндө” мыйзамы, КР “Ишкерлердин укуктарын коргоо жөнүндө” мыйзамы, КР “Айлана-чөйрөнү коргоо жөнүндө” мыйзамы, КР “Бажылык жөнгө салуу жөнүндө” мыйзамы, Салык кодекси, Эмгек кодекси, Граждандык кодекс.

**Маалымкат:** Бардык ЧУАларды (мыйзамдар, КР ЖК, КР Өкмөтүнүн токтомдору, эл аралык келишимдер ж.б.) кыргыз жана орус тилдеринде КР Юстиция министрлигинин алдындагы Укуктук маалыматтардын борбордук банкынын сайтынан табууга болот: <http://cbd.minjust.gov.kg/>

КР Мамлекеттик салык кызматында (МСК) **call-борбор 1240** иштейт. МСКнын call-борборунун негизги максаты – “Кыргыз Республикасынын салык мыйзамдарынын ченемдерин түшүндүрүү боюнча кызматтарды көрсөтүү, салык кызматынын ишмердиги жөнүндө ар кандай

маалыматтарды ыкчам берүү, ошондой эле салык төлөөчүлөрдүн салык салуу чөйрөсүндөгү салыктык сабаттуулугун жана маалымдуулугун жогорулатуу”.

#### Тыянактар:

- ❖ Ишкана – бул идеяны товарды өндүрүүгө же кызматтарды көрсөтүүгө айландыруучу жеке же юридикалык жак.
- ❖ Социалдык ишкердик ишкананы туруктуу өнүктүрүү жана киреше алуудан тышкары калктын аярлуу катмары үчүн ишке орношуу мүмкүнчүлүктөрүн берүү менен социалдык миссияны аткаруу максатын көздөйт.
- ❖ Ишкана ар кандай максаттарды, киреше алуудан да айырмалануучу максатты көздөшү мүмкүн.
- ❖ Чакан ишканалар жергиликтүү коомчулукту социалдык-экономикалык өнүктүрүүдө маанилүү ролду ойнойт.
- ❖ Кандай болбосун ишкананын, жеке ишкердин ишмердиги өлкөнүн мыйзамдарына ылайык жүргүзүлүшү керек. Салык кызматынын сайты бар, анда тиешелүү ченемдерди табууга болот жана call-борбор 1240 иштейт.

#### Текшерүү үчүн суроолор:

1. Ишкана деген эмне жана өлкөнүн экономикасында кирешелер жана чыгашалардын айлануусунда ал кандай орунду ээлейт?
2. Классификациянын кандай типтери бар? Кыргыз Республикасынын “Экономикалык ишмердиктин түрлөрү” Мамлекеттик классификатору ишканалардын кандай уюштуруу-укуктук формаларын белгилейт?
3. Эмне үчүн чакан ишканаларды өнүктүрүү маанилүү?
4. Социалдык ишкердик деген эмне жана кадимки ишкердиктен ал эмнеси менен айырмаланат? Социалдык ишкананын кандай формаларын билесиңер?





#### Өз алдынча иш үчүн тапшырма:

Силердин көз карашыңар боюнча силердин жергиликтүү коомчулукта (райондо, шаарда) дээрлик ийгиликтүү болгон 10 чакан ишкананын тизмесин түзгүлө. Алар кандай товарларды өндүрөт жана кызматтарды көрсөтөт?

«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ		2-КАДАМ
Түшүндүрмө	Болочок ишкананын уюштуруу-укуктук формасын тандоо көптөгөн факторлордон көз каранды, бирок өзгөчө силер эмне менен алек болууну каалагандан.	
Эмне кылуу керек?	Алган билимдерден улам жана 1-кадамды аткаргандан кийин силер тандаган ишмердик чөйрөсү үчүн кандай уюштуруу-укуктук форма ылайык келерин ойлонгула.	

## 3-ГЛАВА. ИШКЕР – БУЛ КИМ?

<p>Максат</p> 	<p>Ишкерлер кандай көндүмдөргө жана мүнөздөргө ээ экенин көрсөтүү жана студенттерде ишкердикке болгон шыктуулукту аңдап-түшүнүүгө жардам берүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ийгиликтүү ишкер үчүн кандай сапаттар жана көндүмдөр керек экенин түшүнөм;</li> <li>○ ишкердик же жалдоо боюнча иш менен алектенүүнүн артыкчылыктарын жана кемчиликтерин айырмалай билем;</li> <li>○ SWOT-талдоону жүргүзө алам;</li> <li>○ өзүмдүн күчтүү жактарымды жана дагы эмненин үстүндө иштөө керектигин баалай алам, жөндөмдөрүмдү түшүнөм;</li> <li>○ резюмеми түзө алам;</li> <li>○ коммуникативдик көндүмдөрдү, анын ичинде ишкер кат алышуу көндүмдөрүн жакшырттым;</li> <li>○ ийгиликтүү ишкерлердин негизги мүнөздүү белгилерин билем;</li> <li>○ ар кандай чөйрөлөрдө өзүн-өзү иш менен камсыздоо, жумушка орношуу жана карьералык өсүү мүмкүнчүлүктөрү үчүн ишкердик көндүмдөрдү жана демилгечилик көндүмдөрдү өнүктүрүүнүн маанилүүлүгүн түшүнөм;</li> <li>○ ишкердик менен алектенүү шыктуулугумду баалай алам;</li> <li>○ коомдун көп түрдүүлүгүн жана стереотиптерден эркин ой жүгүртүү зарылдыгын түшүнөм;</li> <li>○ ийгиликтүү ишкер аялдардын жана башкалардын окуялары менен таанышмын.</li> </ul>

Күн сайын адам ар кандай көйгөйлөргө жана жагдайларга туш болот. Айланабыздагы шарттар умтулуучу күч менен өзгөрүүдө. 15 жыл мурун 1,44 Мб көлөмүндөгү дискеталар азыр бир нече Тб көлөмдөгү эс тутумдун жеткиликтүү карталар заманында фантастика болуп сезилет. Айрым кесиптер актуалдуулугун жоготот, жаңы суроо-талаптар пайда болот. Мындай шарттарда эмгек рыногу үчүн даяр адистерди даярдоо татаал болууда жана ар бир адам жалданып иштөөнү же өз бизнесин ачууну көздөгөндүгүнө карабастан, мындай өзгөрүүлөргө ыңгайлашуу үчүн көндүмдөргө, өз алдынча окуу жана кандай болбосун жаңы жагдайларда кандайдыр бир нерсени кабыл алууга даяр болуу көндүмдөрүнө ээ болууга тийиш. Жагдайдын чечилишин курчап турган адамдардан күтпөстөн, өздөрү аракет кылган демилгечил адамдардын айырмасы ушунда. Кээ бир керектүү көндүмдөрдү алууга ушул колдонмо жардам берет.

Ошентип, заманбап дүйнө **өтмө же портативдик көндүмдөрдү** иштеп чыгууну талап кылууда, аларды англис тилдеги адабияттарда transferable skills деп аташат. Булар белгилүү бир адистикке таандык болбогон көндүмдөр жана жөндөмдөр, аларды “жанына алып алууга болот (портативдик)” же “өтмө” бир жумуштан экинчи жумушка өтүүдө, бир адистиктен экинчи адистикке кайра квалификацияланууда, жумушчу чөйрөдө да, үй чөйрөсүндө да колдонууга болот. Ушундай көндүмдөргө ишкерлер ээ, мындай көндүмдөр өзүн эмгек рыногунда ийгиликтүү көрсөтүү үчүн бардыгына керек. Мисалы, командада иштөө, натыйжалуу коммуникациялар, тайм-менеджмент сыяктуу “жумшак” көндүмдөр (soft skills) же критикалык ой жүгүртүү, финансылык көрсөткүчтөрдү эсептөө жөндөмү, тилдерди билүү, ар кандай программалык камсыздоолор менен иштөө жөндөмү сыяктуу

“катуу” көндүмдөр (hard skills) – булардын бардыгы ишмердиктин ар кандай чөйрөлөрүндө жана жалпысынан коомдогу жашоодо зарыл болуучу өтмө көндүмдөргө кирет.

Ар бирөөбүз ийгиликтүү ишкерлерди билебиз же тааныйбыз. **Ишкер түшүнүгү эмне менен аныкталат? Адамдан эмне ишкерди жасайт?** Ишкерлер тарыхка кандай таасир тийгизген? Алар азыр кандай ролду ойноп жатат? Дүкөндөр тармагын негиздеген Уолмарт Сэм Уолтондун айтуусун келтирели: «Биз бардыгыбыз бирге иштейбиз – бул биздин сыр. Биз жашоонун наркын төмөндөтөбүз, биз бардыгы үчүн Америкадага гана эмес, бардык дүйнөдө да коопсуз жана эң жакшы жашоо тиричилик шарттарына, жашкы жашоого ээ болуу деген эмне экенин көрүү мүмкүнчүлүгүн беребиз. Биз жетишкен нерсебиз менен сыймыктанабыз, бирок бул башталыш гана». Ишкердиктин жана ишкерлердин ролу ушунда – өзүнүн жыргалчылыгын жакшыртуу менен элдин жана өлкөнүн жыргалчылыгын жогорулатуу.

#### Тапшырма:



#### «Демилгечиликтин ийгилиги»

Дүйнөдөгү эң ири дүң жана чекене сатуунун тармагы Walmartдын ишмердүүлүгүнүн тарыхы жөнүндө маалымат менен таанышкыла. Негиздөөчү Сэм Уолтондун инсандыгы, анын демилгечилиги менен дүкөндөр тармагынын ийгилигинин ортосундагы байланыш эмнеде? Ийгиликтин факторлорун бөлүп чыгаргыла. Ишкананы кеңейтүү стратегиясынын өзгөчөлүктөрү эмнеде? Ошондой эле, акыркы он жылдын ичинде Walmart тармагын сынга алуу жөнүндө маалыматты да карагыла, алар кандай аспектилерге тиешелүү?

Ишкер идеяны ишмердикке айландырат. Ишкер деп ишканага ээлик кылган, башкарган жана өзүнө анын тобокелдиктерин алган адамды айтат. Ишкерлер ар кандай билимдерге, тажрыйбага ээ болушу мүмкүн жана бизнестин ар кандай тибин түзө алат. Кандай болбосун куракта ишкер болууга болот. Кимдир бирөө жасалгаларды өндүрүү боюнча кичинекей устаканага, ал эми кимдир бирөө ири курулуш компаниясына ээ болушу мүмкүн. Ишкерлер рыноктогу керектөөлөрдүн суроо-талаптарын идентификациялоого, андан кийин канааттандырууга аракет кылат. Эгерде ишке ашса, анда алардын бизнеси гүлдөп-өсөт жана алар акча табышат, эгерде идея ишке ашпай калса, анда аларда бизнеске, ишканасына инвестициялаган акчаларды жоготуу тобокелдиги пайда болот.

Ишкерлер өздөрүнө тобокелдиктерди алышат. Кимдир бирөөгө жалданып иштеген адамдардан ушунусу менен айырмаланышат. Экөө тең чечим кабыл ала алат, бирок ишкер гана түздөн-түз жоопкерчилик тартат жана өзүнүн чечимдеринин кесепеттеринин таасиринин алдында түздөн-түз калат.

#### Суроо:



Эмне үчүн адамдар ишкер болууга жана өз ишин баштоого умтулушат?

#### Тапшырма:



#### «Жалданма жумушчу vs. Өзүн-өзү иш менен камсыздоочу»

Жалданма жумушчу болуунун артыкчылыктарынын жана кемчиликтеринин тизмесин түзгүлө. Өзүн-өзү иш менен камсыздоонун

артыкчылыктарынын жана кемчиликтеринин тизмесин түзгүлө. Тизмелерди салыштыргыла. Силер үчүн кайсынысы дээрлик жагымдуу болууда жана эмне үчүн?

Атактуу ишкерлердин - миллиардерлердин биографиялары бестселлер болот. Алар кыялын ишке ашыруу боюнча өздөрүнүн окуяларын айтап беришет. Силер Стив Джобстун, Марк Цукербергдин же Табылды Эгембердиевдин (“Шоро” компаниясынын негиздөөчүсү) биографияларынын деталдарын эстей алышыңар мүмкүн, бирок социалдык ишкер Каныбек Бегиматов жөнүндө укпасаңар керек, ал көзүнөн майып болуу менен бардыгы үчүн ишке орношуу мүмкүнчүлүгүн камсыздоо үчүн ишке ден соолугунун мүмкүнчүлүгү чектелген адамдарды гана жалдоо менен өзүнүн ашканасынын иштерин ийгиликтүү жүргүзүүдө.

Тапшырма:



«Ийгиликтүү ишкердин портрети»

Силердин көз карашыңар боюнча ишкер кандай сапаттарга ээ болушу керек? Ал эмнеге жөндөмдүү болууга тийиш? Ийгиликтүү ишкердин портретин сүрөттөп бергиле. Ишкананын ийгилиги деген эмне, ал эмнеде? Кеп киреше гана алуудабы же башка нерседеби?

Көп учурда биздин башыбызда ишкерди кыраакы, эмгекти сүйүүчү, амбициялуу, тобокелдиктерден коркпогон, лидердик сапаттарга ээ, эч качан колун түшүрбөгөн жана идеялардын генератору, дем берүү жана суктануу үчүн булак болгон адамды элестетибиз. **Ишкердик ой жүгүртүү** сөзү көп колдонулат.

Кейс:



Ишкер болгум келет!

Бермет жакшы тигет. Ал тикмечиге окуган, тигүүчү цехтерде 6 жыл штеген. Бала төрөгөндөн кийин үйдө көп убакыт отуруп Бермет таттууларды жасоого кызыга баштаган. Ал кубануу менен туугандардын жана достордун бардык иш-чараларында таттуу нандарды, тортторду жасайт жана аларды белекке кошумча тартуулайт.

Бермет наабайчылык искусствосун эч качан өздөштүргөн эмес. Бирок, бул хобби үшүнчалык аны кызыктырып, ал керектүү аспаптарды сатып алды: ар кандай формаларды, лопаткаларды, шпателдерди, текстуралык үбөлүк жана тортторду текшилөө үчүн тегерек аспапты сатып алды.

Уламдан-улам анын торттору жакшы боло баштады. Күн сайын ал социалдык тармактардагы наабайчылардын баракчаларын карайт жана өзүнүн кызыккан нерсесинен киреше алуу жөнүндө ойлонот.

Кейске карата суроолор жана тапшырмалар:

1. Бермет үчүн андан аркы иш-аракеттер планын түзгүлө?
2. Берметке өзүнүн оюн ишке ашыруу үчүн кандай билим жана көндүмдөр керек?



3. Идеяны ишке ашыруу үчүн кандай кошумча өндүрүш факторлору керек?

Тапшырма:



**«Жеке SWOT-талдоо»**

Силер кандай сапаттарга ээ экениңерди аныктоо үчүн жеке SWOT-талдоо жүргүзгүлө, эмнелерди өзүңөрдүн күчтүү жактарыңар деп айта аласыңар, эмнелерди жакшыртуу керек, силерге максатыңарга жетүү үчүн, мисалы, ишкер болуу үчүн кандай кошумча көндүмдөр керек. SWOT-талдоо жеке өнүгүү планын түзүүгө жардам берет, ал кыялыңардын орундашына алып келет. Башкача айтканда, өзүңөрдү баалайсыңар. Андан кийин ишкердин сапаттары жана мүнөздөрү жөнүндө биз сөз кылганга жараша аларды өздүк талдооңор менен дайыма салыштырып тургула.

4-таблица. SWOT-талдоо

Тиркеме:



**SWOT-талдоо**

SWOT-талдоо – стратегиялык менеджменттин жөнөкөй, бирок натыйжалуу куралы, кырдаалдык талдоонун түрү. Мындай талдоонун объекти товар же кызмат көрсөтүү, компания, ишкана, өлкө жана адам да болушу мүмкүн. Ал өздөштүрүлүп жаткан объект боюнча иштин абалын тез кароого жана учурдагы, келечектеги абалын баалоого мүмкүндүк берет.

SWOT аталышы англис сөздөрүнүн биринчи тамгаларынан келип чыккан. Талдоону таблица түрүндө жүргүзүү сунушталат.

<b>S – Strengths – Күчтүү жактар</b>	<b>W – Weaknesses – Алсыз жактар</b>
<b>O – Opportunities – Мүмкүнчүлүктөр</b>	<b>T – Threats – Коркунучтар</b>

Тапшырма:

**«Келечектин кесиптери»**



Дүйнөлүк экономикалык форумдан “Жумуш орундарынын келечеги – 2018” докладынын кыскача серебин өздөштүргүлө. Кайсы көндүмдөргө суроо-талап өсүп жаткандагына көңүл бургула. Докладдан суроо-талапка ээ кесиптердин тизмесин КР Эмгек жана социалдык өнүктүрүү министрлигинин жумуштуулукка көмөктөшүү боюнча порталындагы [www.zanyatost.kg](http://www.zanyatost.kg) тизме менен салыштыргыла. Айырмасы эмнеде жана силердин көз караш боюнча мындай айырмачылыктардын себеби эмнеде?

Ишмердүүлүктүн ар кандай түрү ар кандай жөндөмдөрдү жана айрым спецификалык көндүмдөрдү талап кылат. Автомеханикте механикалык көйгөйлөрдү чечүү жөндөмдөрү жана шыгы болушу керек. Сатуу менен алектенген адамдар жакшы коммуникативдик көндүмдөргө ээ болууга тийиш. Өзүнүн күчтүү жактарын аныктоо жөндөмдөр жана кызыкчылыктар менен дал келген ишкердик мүмкүнчүлүктөрдүн типтерин аныктоого жардам берет.

#### Тапшырма:



#### «Менин жөндөмдөрүм»

Жеке SWOT-талдоо жүргүзгөндөн кийин силерге ишкердик мүмкүнчүлүктөрдүн чөйрөсүн аныктоого жардам бере ала турган иштердин ар кандай түрлөрүнүн мүнөздүү белгилерин [23, 14-б, адаптацияланган] белгилеп көргүлө:

- мен цифралар менен иштегенди жакшы көрөм.
- мен таза абада иштегенди жакшы көрөм.
- мен кол менен иштегенди жакшы көрөм.
- мен сатканды жакшы көрөм.
- мен адамдар менен иштегенди жакшы көрөм.
- мен жалгыз иштегенди жактырам.
- башка адамдарга насаат бергенди жакшы көрөм.
- мен эмне кылышым керек экендигин так билгенди жактырам.

Ишкердик өзүнө ишенүүнү, күч-аракетти, эркти, дайыма өзүнө-өзү дем берип турууну жана адамдар менен иштөөгө даяр болууну талап кылат.

Буга чейин айытылып кеткендей, маанилүү көндүмдөрдүн бири болуп эмгек рыногунда өзүн көрсөтө билүү көндүмү же өнөктөштөрдүн, силер сата турган товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү керектөөчүлөрдүн алдында өзүн көрсөтүү көндүмү саналат. Ал үчүн резюме түзүү керек жана аны иш тажрыйбасына, кошумча билимдерге жана көндүмдөргө ээ болгонго жараша жаңылап туруу зарыл.

#### Тапшырма:



#### «Менин резюмем»

Жеке SWOT-талдоого, аныкталган жөндөмдөрүңөргө жана ээ болгон билимге негизделип жеке резюмеңерди түзгүлө. «Келечектин кесиптери» тапшырмасын аткаруу учурунда силер таанышкан белгилүү бир вакансияларга максат коюңуз. Азырынча ал көлөмү

боюнча чоң болбошу да мүмкүн, бирок бул башкысы эмес, башкысы – силер бул резюмеде өзүңөрдү канчалык жагымдуу көрсөтөсүңөр.

### Тиркеме:



### Резюме

Резюме француз тилинен которгондо «кыскача жыйынтык» дегенди билдирет. Резюме андан аркы жумушка орношуу, ЖОЖдордо билим алууну улантуу ж.б. үчүн зарыл. Резюмеде болушу керек:

- ❖ аты-жөнүңөр, дарегиңер, телефонүңар, электрондук почтаңар;
- ❖ билимиңер (мектеп, колледж), билген тилдериңер, компьютердик көндүмдөрүңер жөнүндө маалымат;
- ❖ кошумча билим жөнүндө маалыматтар (квалификацияны жогорулатуу курстары, стажировкалар);
- ❖ эгерде иш алып баруу тажрыйбасына ээ болсоңор, анда аны кызматтык милдеттериңерди баяндоо менен көрсөткөн жакшы;
- ❖ ийгиликтериңер (конференцияларда катышуу, алынган сыйлыктар, олимпиадалардагы жеңиштер ж.б.);
- ❖ волонтерлук, коомдук маанилүү ишмердүүлүктү көрсөтүү мүмкүн;
- ❖ кошумча көндүмдөр (коммуникабелдүүлүк, командада иштөө жөндөмү, стресске туруктуулук, аткаргычтык, айдоо, шахмат ойноо ж.б.).

Интернет мейкиндигинде резюме үчүн жакшы түзүмдөштүрүлгөн үлгүлөрдү табуу мүмкүн, мисалы, Майкрософт корпорациясынан шаблондору менен сайт: [www.templates.office.com](http://www.templates.office.com).

### Тапшырма:



### «Колледжди аяктагандан кийин мен эмне кылам?»

Жеке SWOT-талдоодон, силерге жакын болгон ишкердик мүмкүнчүлүктөр чөйрөсүн жана резюмеңерди аныктоодон улам колледжи аяктагандан кийин силерде кандай альтернативалар бар экендигин аныктагыла. Ар бир альтернативаны тагыраак айтканга аракет кылгыла, башкача айтканда, мисалы, жалданма жумушта иштөө эмес, компанияда веб-дизайнер болуп иштөө же жеке ишти ачуу эмес, энчилүү тортторду даярдоо боюнча жеке ишкана ачуу. Ар бир альтернативанын кандай артыкчылыктары жана кемчиликтери бар экендигин жазгыла.

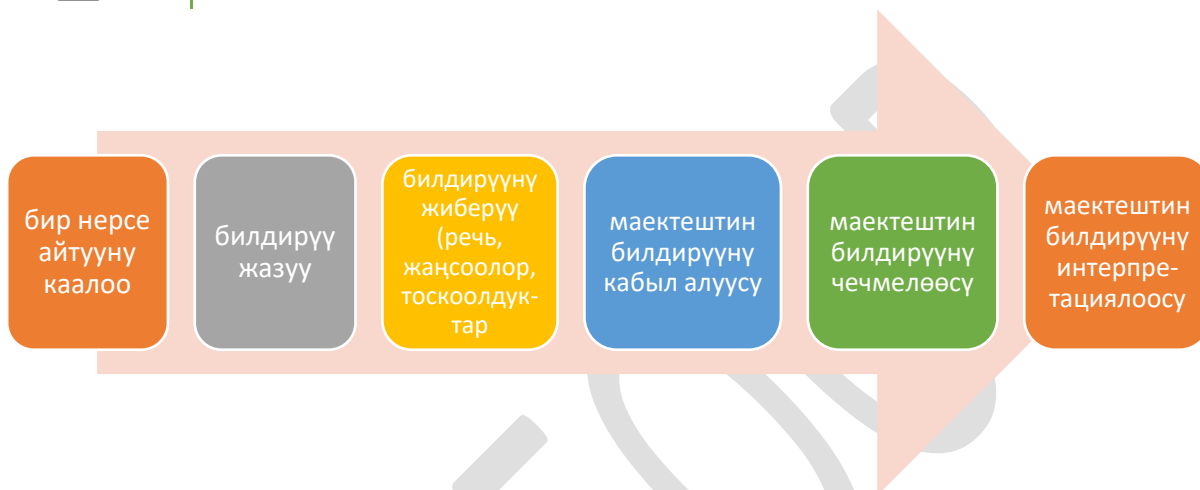
Ишкерге жакшы коммуникативдик көндүмдөр зарыл жана алар иш берүүчүлөр тарабынан жогору бааланат. Азыр интернет-технологиялардын өнүгүүсү менен вербалдуу жана вербалдуу эмес коммуникабелдүүлүктү бөлүп чыгаруу мүмкүн, бирок эки учурда тең коммуникативдик көндүмдөрдүн өзү маанилүү болот. Андан тышкары, глобалдаштыруу жана бизнести интернационалдаштыруу процесстеринин күчөшү менен маданияттар аралык коммуникация көндүмдөрүнүн маанилүүлүгү да өсүүдө.

Силерди туура эмес түшүнгөн же силер башка адамдардын сөзүн туура эмес түшүнгөн учурлар болду беле? Эгерде болсо, анда кайсы жерде көйгөй бар экендигин түшүнүү үчүн билдирүүлөрдү жиберүү жана кабыл алуу процессинин өзүн талдоого үйрөнүү зарыл.

**Суроо:**



Коммуникативдик көндүмдөр кантип бизнести жүргүзүүгө жардам берет? Жумушка орношууда коммуникативдик көйгөйлөр зарылбы? Эмне үчүн?



7-сүрөт. Билдирүүнү жиберүү процесси

**Тапшырма:**



**«Баарлашуу көндүмдөрүн жакшыртуу ыкмалары»**

«[Брайан Трейси – баарлашуу көндүмдөрүн жакшыртуу: 3 ыкма](#)» видеосун көргүлө. Кайсы үч ыкма жөнүндө сөз болуп жатат? Видео көрсөтүлгөн аталышта YouTube сервисинде жеткиликтүү.

Эгерде силер түшүнбөсөңөр же силерди түшүнбөй жатса, анда коммуникацияда тоскоолдуктар бар, бирок көндүмдөр да бар, аларды өнүктүрүү бул тоскоолдуктарды жеңүүгө жардам берет.

5-таблица. Коммуникациядагы тоскоолдуктар жана көндүмдөр

<b>Коммуникация-дагы тоскоолдуктар</b>	маектешиңиздин сөзүнө кызыккан жоксуз жана эмпатияны билдирген жоксуз; терминдер менен ашыкча жүктөлгөн татаал тилди колдоносуз; башка бирөөнү айыптайсыз, демек анын сөздөрүнүн маанисин түшүнгөн жоксуз жана жаман мамиле кыласыз; сурабаган кеңештерди бересиз.
<b>Коммуникациянын көндүмдөрү</b>	активдүү угуңуз: сүйлөгөнгө караганда эки эсе көбүрөөк угуу керек, дене менен угуңуз - жаңсоолорду, көздү аракетке келтириңиз; ал эмне дегиси келгенин тактаңыз жана түшүнүктүү кылыңыз, суроолорду бериңиз; аңдап-түшүнүү менен угуңуз, ошондо сиз маектешиңизди айыптабайсыз, сындабайсыз жана түшүнүп, талдаганга аракет кыласыз; сүйлөө речиниз так, конкреттүү, баяндоочу жана сыпайы болушуна көңүл буруңуз.

Керектүү ишкердик коммуникативдик көндүмдөрдүн бири - өнөктөштөр, жеткирип берүүчүлөр, кардарлар, текшерүүчү органдар жана башкалар менен ишкер кат алышуу саналат. Бул көндүм силерди так түшүнүү үчүн кат алышуунун натыйжалуугу үчүн керек. Бул достор же жакын адамдар менен кат алышуудан айырмаланат, мында каттын формалдуулугу маанилүү. Ишкер кат алышууда сактай турган бир нече эреже бар:

1. Бардык ысымдарды жана даректерди туура жазганыңарга ынангыла, ашыкча эркиндиктин кереги жок. Туура эмес жазылган ысым жакшы таасир калтырбайт.
2. Дайыма датаны көрсөткүлө.
3. Кыска, конкреттүү жана ишенимдүү болгула. Пикириңерди объективдүү жеткирип жатканыңарды баалагыла.
4. Коркутуусуз жана кысымсыз оң, позитивдүү, сыпайы тонду колдонула.
5. Заманбап жаргондорду колдонуунун кереги жок.
6. Катты тиешелүү түрдө аяктоо керек, мисалы “Урматтоо менен, ФА”.
7. Орфографиялык жана грамматикалык каталарды текшерүү үчүн катты же билдирүүнүн кайра бир жолу окуп чыккыла.
8. Журнал жүргүзгүлө, анда даталарды, даректерди жана каттардын, билдирүүлөрдүн темаларын көрсөтүү менен кирген жана чыккан расмий корреспонденцияны белгилейсиңер.

#### Тапшырма:

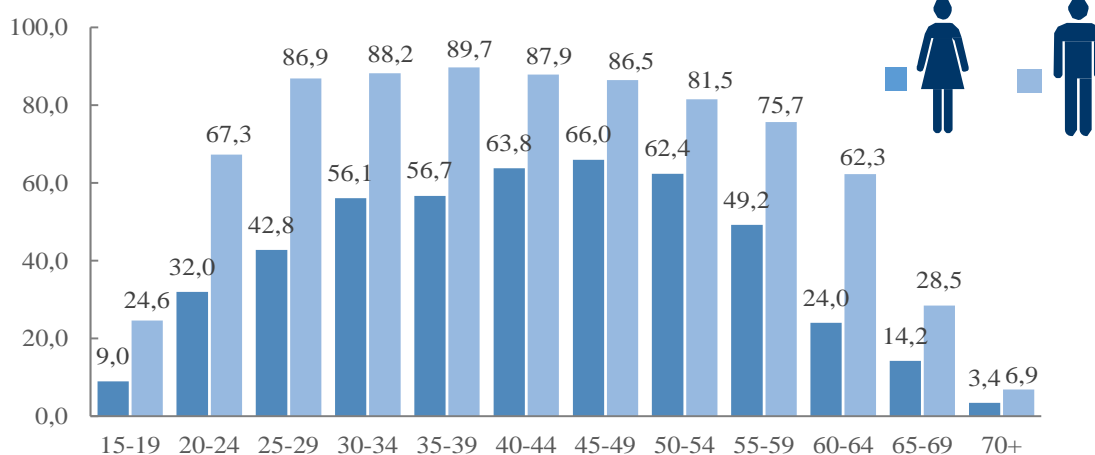


#### «Коммуникативдик көндүмдөр: ишкер кат алышуу»

Силердин айымдардын кийимин саткан дүкөнүңөр бар деп божомолдойлу. Анын аталышын ойлоп тапкыла. Силердин акыркы буйрутма бир жумага кечигип келди жана үч модель буйрутма берген сайтта көрсөтүлгөн сүрөттөргө ылайык келбегендиги аныкталды. Жеткирип берүүчүгө бул жөнүндө билдирип жана же товарды алмаштыруу же акчаны кайтарып берүү, же болбосо арзандатууну талап кылуу менен кат жазгыла. Силердин катыңар жогоруда көрсөтүлгөн эрежелерге жооп бере турганына ынангыла.

Ишкердик жөнүндө бир нече миф бар, алар өздүк иш менен алектенүү чечимин кабыл алууда тоскоолдук кылышы мүмкүн. Мисалы, ишкердик белгилүү бир сандагы тандалган адамдар үчүн гана деген миф же ишкердик менен алектенүү үчүн эркек болуш керек деген миф, же болбосо ишкерлер өз бизнесин баштаганга чейин жетишээрлик байлыгы бар болгон деген миф.

**Кыскача статистика.** Мисалы, КРде эркектердин жумуштуулук деңээли бардык курак боюнча аялдардын жумуштуулук деңгээлинен жогору, бирок 20дан 39 жашка чейинки курактык топтун көрсөткүчү жогору. Бул аялдар мындай куракта балдардын төрөлүшүнөн улам иштебегенине байланыштуу. Мындай тенденция айыл жергесинде даана байкалат, анда жумуштуу аялдардын деңгээли 38,5%, ал эми эркектер – 71,3% түзөт, ошол эле учурда шаар жергесинде КР Улуттук статистика комитетинин маалыматы боюнча 47% каршы 70,6% [32].



8-сүрөт. Калктын жынысы жана курактык топтор боюнча жумуштуулугу, 2018-ж.

Мындай айкын курактык өзгөчөлүктөрдөн тышкары эркектер менен аялдардын жумуштуулук деңгээлинде эркектер менен аялдардын жумуштуулугунда экономикалык ишмердүүлүктүн түрлөрү боюнча да айырмачылыктар бар. Сөз мындайча аталган “эркектердин” жана “аялдардын” кесиби деп бөлүү жөнүндө болуп жатат. КРде аялдардын үлүшү кыймылсыз мүлк менен операциялар (80%), билим берүү (80,2%), саламаттык сактоо жана калкты социалдык тейлөө (83,2%) сыяктуу кызмат көрсөтүү секторуна кирген кесиптерде олуттуу басымдуулук кылат. Ал эми жалдоо боюнча иштебегендердин арасынан, башкача айтканда өздүк ишине ээ болгон аялдардын үлүшү 32,7%, эркектер – 67,3% түзөт.

**Маалымкат:** Дүйнөлүк Нобелев сыйлыгынын лауреаты профессор Мухаммед Юнус жакыр үй-бүлөлөрдөгү аялдарга басым жасоо менен Грамин Фондун түзгөн ([www.GrameenFoundation.org](http://www.GrameenFoundation.org)). Анын пикири боюнча адатта үй-бүлөдө аялдар акчаны сарптоого жооп берет, азык-түлүк алышат, коммуналдык эсептерди төлөшөт, үйгө жана балдарга керектүү нерселерди сатып алуу менен аялдар үй-бүлөдөн башка да нерселерге акча сарптай турган эркектерге салыштырмалуу насыяларды жабууга көбүрөөк шыктуу. Профессор Юнус үй-бүлө жана балдар үчүн жоопкерчилик тартуу менен аялдар тобокелдиги менен ишканаларга акча каражатын сейрек багытташат деген фактыга таянган жана бул жөнүндө анын Грамин Банкынын ийгилиги

күбөлөндүрөт. Аялдар туруктуу ишканаларды түзүүгө жана өзүнүн үй-бүлөсүн колдоого, балдардын билим алуусуна акча салууга жана үй-бүлөсүнүн жана жергиликтүү коомчулуктун жашоо шартын жакшыртууга көбүрөөк шыктанат. Көрсөтүлгөн сайттагы Грамин Фонду тарабынан колдоого алынган ийгиликтүү ишкер аялдар жөнүндө видеону көргүлө (бул окуяларды социалдык ишкердик категориясына киргизүүгө болот). Ушундай концепцияны Дүйнөлүк Аялдар Банкинги колдонот, алардын сайтынан көбүрөөк окуяларды көргүлө: [www.WomensWorldBanking.org](http://www.WomensWorldBanking.org)

**Суроо:**



Ишкананын ийгилиги деген эмне, ал эмнеге негизделген? Маселе пайда алууда ганабы же башка бир нерседеби?

**Тапшырма:**



**«Ишкердикке жөндөмдүүлүк» тести»**

Бул ишкердик менен алектенүүгө даярдыкты өз алдынча баалоо тести. Кырдаалды окугула жана силерге дээрлик ылайык келген жоопту тандагыла [19, адаптацияланган].

Кырдаал	А жообу	Б жообу	В жообу
<b>Адамдар менен өз ара аракеттенүү</b>			
Башка колледжден досуңуз сизди өзүнүн туулган күнүнө чакырды. Ал жактагы адамдардын көбүн сиз тааныбайсыз.	Мен барам! Мага ар кандай адамдар менен баарлашуу жана жаңы адамдар менен таанышкан жагат.	Мен барбайм го. Убакытты өткөрө турган досторум жетиштүү.	Жок, мен барбайм. Үйдө калганым жакшы, мен жакшы көргөн сериалдын жаңы сериясы чыгыптыр.
<b>Лидерлик</b>			
Студенттик кеңеш аңгемелешүү өткөрүүдө, алар кеңештин президентине талапкерлерди тандоодо.	Эң жакшы! Колледждеги студенттердин жашоосун жакшыртүү үчүн менде бир нече идея бар. Ал үчүн мен администрация, кеңеш жана башка студенттер менен тыгыз иш алып барам.	Мен жакшы аткаруучумун, мыкты идеяларды колдоого алам, бирок кеңештин башында турууну каалаганымга күмөн санап жатам.	Ооба! Мен президент болом. Бул кызыктуу жана көңүлдүү да, көптөгөн тааныштар, иш-чаралар болот.
<b>Тобокелдикке даяр болуу</b>			
Досуңуз өз идеясын ишке ашырууга акча каражат салууну суранууда. Сиз бардык акчаңызды жоготосуз же үч эсе пайда көрөсүз.	Тобокелдик кайда болсо, мен да ошол жактамын! Эч жерде жүз пайыздык кепилдик жок. Ким тобокелдикке барбаса, ал шарап ичпейт!	Мен адатта кандайдыр бир кепилдиктин болушун каалайм, бирок бул сүнүш кызыктуу болууда.	Жок. Эч кандай тобокелдикке барбайм, акчам кайра кайтып келбей калышына жол бербейм.
<b>Көз карандысыздык</b>			
Сиздин үй-бүлөңүз башка шаарга көчүүдө. Сиз башка шаарга көчсөмбү же ушул шаарда эле калсамбы деп ойлонуп жатасыз.	Мен өзүмө кам көрө алам жана мен кимдир бирөөнүн жардамына муктаж эмесмин.	Мага өз алдынча болгон жагат, бирок мен үчүн үй-бүлөм керек болгон учурда жанымда болгонун билүү маанилүү.	Андай болбойт. Мен жалгыз жашай албайм, мени менен бирге болуп, мага жардам берген бирөө керек.

<b>Өзүнө ишенүү</b>			
Сизди ишке чакырышты, бирок сиз жаңы иш жана ага карата талаптар жөнүндө эч нерсе билбейсиз.	Эч нерсе эмес. Мен бардык жерде иштей алам.	Мен иштей алам деп ойлойм, ишеништи актай алам деп үмүттөнөм.	Бул жакшы идея экенине ишене албайм, бул иш жөнүндө мен эч нерсе билбейм, ошондуктан мен иштеп кете албайм деген ыктымалдык бар.
<b>Чечкиндүүлүк жана тырышчаактык</b>			
Сиз иш алып барып жаткан долбоор абдан оор болууда.	Мен тырышчаакмын, мен ишти аягына чыгарам.	Мен аябай аракет кылам, бирок эгерде абдан оор болсо жана көп убакытты алса, анда долбоорду аягына чыгара аларымды билбейм.	Долбоорду илгерилетүү абдан оор болгондо мага кетип башка бир нерсе менен алек болгонум жакшыраак, башка адамдар аны аягына чыгарат деп үмүттөнөм.
<b>Максаттарды коюу</b>			
Сиз аңгемелешүүгө даярданып жатасыз жана сиздин окутуучуңуз максаттарыңыз жөнүндө сөзсүз сурай тургандыгын билдирди.	Мен бир жылдан, 5 жылдан, 10 жылдан кийин кайда болорумду билем.	Максаттарды коюу керек, бирок мен аларды дайыма эле сактай бербейм.	Максаттарды ойлоп табууга убакытты коротуунун эмне кереги бар? Боло турган нерсе болот да.
<b>Жетишкендиктерге муктаждык</b>			
Кандай ойлойсуз, акыркы коңгуроодо, коштошуу кечесинде группага жана колледжге болгон сиздин салымыңыз жөнүндө адамдар эмне деп айтат?	Эми сен жок биз кантебиз жана сен группанын жүрөгү болгондуктан ордуңа башканы таба алабызбы, билбейбиз.	Рахмат, сен мыкты, жакшы аткаруучу жана акылдуу студент болдуң.	Сиз кайсы группада болдуңуз? Сиздин сабактарга келгениңиз эсимде жок.
<b>Креативдүүлүк</b>			
Окутуучуңуз окуу долбоорун ишке ашыруу максатында демөөрчүлөрдү тартуу үчүн жаңы идеяларды издөөдө.	Мен бөлүшкүм келген идеяларым көп.	Кимдир бирөөнүн идеясын ишке ашырууга, аны өнүктүрүүгө жардам бере алам, бирок азыркы учурда өзүмдө идея жок.	Креативдүүлүк жана мен – айкалышпаган түшүнүк. Мен башкалардын идеяларын интернеттен карай алам.
<b>Чечимдерди кабыл алуу</b>			
Сиздин колледжди чоң реформалар күтүүдө жана чечимди тез арада кабыл алуу керек.	Мен тез эле студенттерди сурамжылоону жүргүзүп, биринчи кезекте эмнелерди өзгөртүүлөр зарыл экенин айта алам.	Ойлонуп көрүү керек. Мүмкүн жалпы чогулуш өткөрөбүз. Шашылыш чечимдерди кабыл алуунун кереги жок.	Жок ай, мен сизге толугу менен ишенем, биринчи кезекте эмнени өзгөртүү керек экенин сиз жакшыраак билесиз.
<b>Жоопту тандоонун жыштыгы:</b>			
<b>Жыйынтыктарды интерпретациялоо:</b>	Ишкерлердин жоопторунда А варианттары көбүрөөк болмок, бир нече Б жана дээрлик болмок эмес. Ишкердик жөндөмдөрү жакшы болгон адамдар негизинен Б жоопторун тандашмак, бирок бир нече А жана В жооптору да болмок.		



Ийгиликтүү ишкерлердин мүнөздүү сапаттары өзүнүн кесибинде мыкты болгон амбициялуу адамдардыкындай, ал юрист, медик же пилот болобу, маанилүү эмес. Бул контекстте ишкердик ой жүгүртүү көндүмдөрү маанилүү. Ишкердик аны менен алек болгусу келгендер жана өзүнүн энергиясын сарптагысы келген бардык адамдар үчүн. Эркектер да, аялдар да ишкер болушу мүмкүн; улуту жана диний ишеними мааниге ээ эмес; кандай болбосун куракта ишкер болууга болот; генийлер гана ишкер болбойт; атлетикалык ден соолугу менен да, ден соолугунун мүмкүнчүлүгү чектелген адамдар да ишкер боло алат; ишкердик менен алектенүү үчүн сөзсүз эле Бишкек шаарында жашаш керек эмес; жашоодогу кандай кырдаалда болбосоңор да ишкер боло аласыңар. Аныктоочу фактор болуп силердин ой жүгүртүүңөр саналат.

Ийгиликтүү ишкерлерди айырмалоочу белгилерди бөлүп чыгарабыз [23, 11-б.]:

1. Ийгиликтүү ишкерлер **көз каранды эмес жана өзүнө ишенишет**. Алар чечимди өз алдынча кабыл алышат жана канааттануу алып келген нерсе менен алектенишет.
2. Ийгиликтүү ишкерлер **чечкиндүү, тырышчаак жана туруктуу** болушат. Алар өзүнүн максатына жетпейинче оор кырдаалдарда туруштук бере алышат.
3. Ийгиликтүү ишкерлер **максатка багытталат**. Алар эмнени каалаганын билишет жана ага жетишүүгө көңүлүн бурууга жөндөмдүү.
4. Ийгиликтүү ишкерлерде **өзүнө карата жогорку стандарттарды белгилөө жана жетишүү** зарылчылыгы бар. Алар чакырык-максаттарды коюу жана жетишүү менен шыктанышат.
5. Ийгиликтүү ишкерлер **креативдүү**. Алар сатуунун жаңы ыкмалары, өзүнүн бизнесин рынокто позициялоо жөнүндө ойлонушат жана дайыма жаңы чечимдерди издешет.
6. Ийгиликтүү ишкерлер **тез аракеттенишет жана өзгөрүүлөргө тез ыңгайлашат**. Алар керектүү учурларда тез чечим кабыл алуудан коркушпайт, ал атаандаштардын алдында артыкчылыкка ээ болууга жардам берет.
7. Ийгиликтүү ишкерлер **убакыт жана технологиялык прогресс менен кадамдаш болушат**. Натыйжалуу бизнес жүргүзүү үчүн ишкерлер дайыма аларга жардам бере турган жаңы технологияларды эске алышат.
8. Ийгиликтүү ишкерлер жакшы **коммуникативдик көндүмдөргө** ээ. Бул өнөктөштөр, өзүнүн командасы, керектөөчүлөр менен баарлашууга жардам берет.
9. Ийгиликтүү ишкерлер **аналитикалык көндүмдөргө ээ жана критикалык ой жүгүртүшөт**.
10. Ийгиликтүү ишкер **ишкердик этикасын жана маданиятын** сактайт.

#### Суроо:



Эмне үчүн акыркы технологиялык жетишкендиктерди:

- автоустанананын ээсине;
- сулуулук салонунун ээсине;
- наабайканын ээсине эске алуу зарыл?

Тыянактар:

- ❖ Ийгиликтүү ишкерлер көз каранды эмес, өзүнө ишенишет, максатка жетишүүгө багытталган жана креативдүү.
- ❖ Ишкерлер жакшы коммуникативдик көндүмдөргө жана адамдар менен иштөө үчүн командада иштөө көндүмдөрүнө ээ болушу керек.
- ❖ Ишкерлик силерге ылайык келерин түшүнүү үчүн өзүңөрдүн күчтүү жана алсыз жактарыңарды, кызыкчылыктарыңарды жана кызыгууларыңарды, жөндөмдөрүңөрдү баалоо керек.

- ❖ Жынысына, динине, этникалык таандыгына жана белгилүү бир физикалык чектөөлөргө карабастан, ар бир адам ишкер боло алат.

Текшерүү үчүн суроолор:

1. Ишкерлик менен алектенүү үчүн негизги себептер кайсылар?
2. Эмне үчүн ишкерлер жана демилгечилдик көндүмдөргө ээ болгон адамдар коом жана экономика үчүн маанилүү?
3. Ийгиликтүү ишкерлердин негизги мүнөздөмөлөрүн атагыла.
4. SWOT-талдоо деген эмне жана аны кантип жүргүзүү керек?
5. Ишкерлик жөнүндө кандай мифтерди билесиңер?
6. Жалданма жумуш жана өзүн-өзү иш менен камсыздоонун артыкчылыктары жана кемчиликтери кандай? Силер эмнени тандайсыңар жана эмне үчүн?
7. Эмне үчүн коммуникативдик көндүмдөр маанилүү? Баарлашуу көндүмдөрүн жакшыртуунун кандай ыкмаларын билесиңер? Коммуникациянын тоскоолдуктары жана көндүмдөрү кандай?





**Өз алдынча иш үчүн тапшырма:**

Ийгиликтүү ишкерди тандагыла жана анын тарыхын, интервьюсун окугула. Анын ийгиликке жетишүүгө мүмкүндүк берген сапаттарын жана жөндөмдөрүн атагыла. Өзүңөрдүн жеке SWOT-талдооңор менен салыштыргыла. Силердин оюңар боюнча кайсы көндүмдөр силерге жетишпейт. Бул изилдөөнүн тажрыйбасы менен классташтарыңар же досторуңар менен бөлүшкүлө.

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>3-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Бизнес-идеяны жана аны ишке ашырууну андан ары аныктоого жардам берүүчү өзүңөрдүн жөндөмдөрүңөрдү, күчтүү жактарыңарды, билимдериңерди жана көндүмдөрүңөрдү билүү маанилүү. Ошондой эле бул силерге кандай кошумча көндүмдөр жана билимдер талап кылынарын билүүгө жардам берет.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	Даярдалган блокнотко же документке “Жеке SWOT-талдоо”, “Менин жөндөмдөрүм”, “Ишкердикке шыктуулук” тести” тапшырымаларынын натыйжаларын жазгыла.	

## 4-ГЛАВА. БИЗНЕС-ИДЕЯЛАРДЫ ГЕНЕРАЦИЯЛА!

<p>Максат</p> 	<p>Бизнес үчүн жарактуу идеяларды генерациялоого үйрөнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ бизнес-идеяларды генерациялай алам;</li> <li>○ ар кандай ишкердик мүмкүнчүлөктөрдү аныктай алам;</li> <li>○ «акылдуу» максаттарды коюга жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ креативдүү жана критикалык ой жүгүртүү көндүмдөрүн колдоном.</li> </ul>

Дүйнөдө миллиондогон адамдар өз бизнесин баштоодо. Эмне менен алек болууну алар кантип чечишет? Алар өздөрүнүн бизнес-идеясын табышат. Идеяны мүмкүнчүлүктөрдөн айырмалоо зарыл, алар жөнүндө биз буга чейин айтып өткөнбүз. Мүмкүнчүлүктөр – учурдагы шарттардан келип чыгуучу ыктымалдык. Идеялар – креативдүү ой жүгүртүүнүн жүрүшүндө пайда болуучу ойлор. Идеялар үчүн булактар абдан көп.

6-таблица. Бизнес-идеялардын булактары

Булактар	Идеялардын мисалдары (келтирилген окуялар реалдуу)
<p><b>Хобби, кызыкчылыктар, таланттар</b> (жагымдуу нерсени пайдалуу нерсе менен айкалыштыруу)</p>	<p>Социалдык тармактардагы баракчалардан мындай көптөгөн мисалдарды табууга болот, алардын ичинен эң кеңири жайылгандар:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ наабайчылык, кондитердик, кулинария;</li> <li>❖ кол өнөрчүлүк, курак (мисалы, кыздардын себин даярдоо боюнча сервис популярдуулукка ээ болууда), самын, шам жасоо;</li> <li>❖ программалоо, компьютердик оюндар (белгилүү Minecraft оюнунун тарыхын караңыз, анын түзүүчүсү бала кезинен оюндар жана программалоого кызыккан, оюнду бир жуманын ичинде жазган, пикирлер абдан жакшы болгондуктан ал кийин компания түзгөн, команда топтогон жана өткөн жылы таза киреше 4,16 млн. \$ түзгөн, ал эми бул оюнду forbes.ru маалыматы боюнча 18 млн. адам ойнойт) ж.б.</li> </ul>
<p><b>Буга чейинки иш алып баруу тажрыйбасы, ээ болгон кесип</b> (ишмердүүлүк чөйрөсүн көбүрөөк билүүгө жана бир нерсени жакшыраак кылуу, каталарды кетирбөө үчүн эмнеге көңүл буруу керек экендигин билүүгө жардам берет)</p>	<p>Бул мурдагы мугалим өзүнүн билим берүү курстарын ачкан, ашпозчу өзүнүн ресторанын, юрист адвокаттык конторасын ачкан, куруучу өзүнүн бригадасын түзгөн ж.б. окуялар категориясы.</p> <p>Сейил 9-класстан кийин №18 кесиптик лицейге – “Тикмечи” адистигине тапшырган. Окуу учурунда ал Бишкек шаарынын кийим тигүүчү цехтеринде мезгил-мезгили менен иштешчү. Лицейди аяктагандан кийин</p>

**Өздүк байкоолор, жакын адамдардын, достордун, тааныштардын ишине байкоо жүргүзүү**

**Ачылыштар, ойлоп табуулар, бар болгон нерсени жакшыртуу (учурдагы нерсенин эффективдүүлүгүн жогорулатуу, жакшыртуу үчүн сиз бир нерсени ойлоп тапкан, патенттөөгө мүмкүн болгон нерсе)**

**Учурдагы окуялар, тренддер**

КМКАТУга “Костюмду көркөм долбоорлоо” адистигине тапшырууну чечти. Окуу учурунда жаш дизайнерлер сынактарына катышып жатты, кийим тигүүчү цехтердеги ишин Бишкектеги аялдардын кийимин тигүүчү butikтердин бириндеги ишке алмаштырды. Турмушка чыгып, балалуу болуу менен Сейил топтогон каражаттарына өз бизнесин баштоону чечти. Бир нече моделдин дизайнын иштеп чыкты, ал эми курсташ кызы лекалдарды долбоорлоого жана басып чыгарууга жардам берди, андан кийин буюмдарды тигүүгө буйрутма берип, инстаграм-дүкөн ачты. Ал жаңыдан гана өнүгүп баштады, бирок булардын бардыгы билимдеринин жана ээ болгон тажрыйбасынын жардамы менен мүмкүн болду.

“Көп жылдан бери компьютерде отурган Банктын программистинин бели ооруп калды. Ал жумуштан бошоп, Таиландга кетти, ал жакта тай массадын өздөштүрүп баштады. Кайтып келүү менен ал өзүндөй болгон кеңсе кызматкерлери – жапа чеккендер үчүн тай массажы кабинетин ачты. Андан кийин туура тамактанууга кызыгып баштады жана сүтсүз балмуздакты ойлоп тапты” [Источник: vedomosti.ru].”

Бул категорияга, мисалы, жаш ишкер Тынчтык Бакыт уулу өндүрүүчү жана сатуучу таңгакталган курутту, бөтөлкөдөгү салттуу ичимдиктерди же банккаларга салынган сүмөлөктү киргизүүгө болот. Азыркы учурда анда Бишкекте, Москвада бир нече сатуу түйүндөрү бар, ал качандыр бир убакта кичинекей көлөмдөн баштаган, аларга карата чыгымдар 2000 сомду түзгөн [Источник: limon.kg].

Компьютерлер, интернет, сакал алуучу станоктор, космостук туризм, тефлондук сковородкалар, өзү сыгуучу швабралар жана башка көптөгөн нерселер – биздин жашообуздун бир бөлүгү болгон нерселердин бардыгы идеядан башталган жана чоң бизнеске айланган.

Бул категорияда учурдагы тренддер, азыркы учурда суроо-талапка ээ болгондор:

- ❖ беткаптар, антисептиктер, пандемия учурунда жеке коргонуу каражаттары (айрым кийим тигүүчү цехтер толугу менен аларды тигүүгө кайра квалификацияланышты);
- ❖ туура тамактануу кафелери, дүкөндөр;
- ❖ биринчи жолу өлкө рыногуна алынып келинген башка өлкөлөрдүн тренддери (сулуулук индустриясынан мисалдар, корей косметикасы) ж.б.

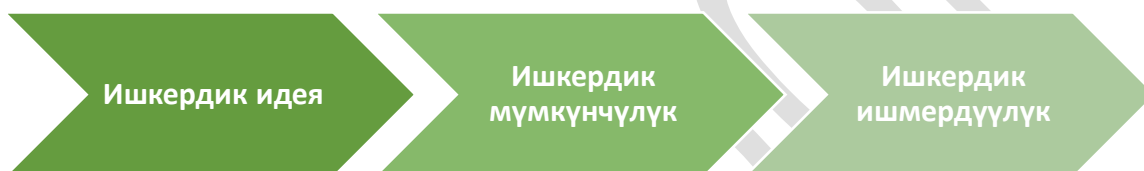
Мүмкүнчүлүктөрдү изилдөө рынокту өздөштүрүүнү божомолдойт – азыркыга чейин канааттандырылбаган дагы кандай керектөөлөр бар. Ишкердик мүмкүнчүлүктөн киреше алууну мүмкүн кылган аракет.

### Суроо:



Силер кандай ойлойсуңар, ишкердик мүмкүнчүлүк деген эмне? Оюңарга биринчи келген мүмкүнчүлүктөрдү атоого аракет кылгыла. Атап өткөн мүмкүнчүлүктөрдүн практикалык ишке ашуусун баалагыла.

**Ишкердик мүмкүнчүлүк** - бул өндүрүш наркынан жогору баа боюнча товарларды жана кызматтарды өндүрүү, өзгөртүп түзүү жана сатуу мүмкүнчүлүгү. Бардык эле ишкердик мүмкүнчүлүк аракетке айлана бербейт, ошондуктан ишкердик ишмердүүлүк түшүнүгүн айырмалашат. Ишкердик ишмердүүлүк - бул товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү өндүрүү боюнча иш-аракеттердин топтому.



### Кейс:

**Мисс Рио: Ишкердик идеялар ушунчалык көп, алардын бардыгын ишке ашырууга жетишпей жатам!**

Мисс Рио - эмгекчил, мамилечил, бизнес үчүн миллиондогон идеялары менен эр жүрөк аял. 2009-жылы ал өз өлкөсү Ботсванадагы партияга 20 жылдан ашык иштегенден кийин иштен кетүүнү чечти. Ага ыраазычылык кат беришти жана бошоо жөлөкпулун төлөп беришти. Ал буга чейин партиялык иштен башка эч нерсе менен алектенген эмес.

“Пенсияга” чыгуу менен Мисс Рио өз участогун жакшыртууну чечти. Ал дайыма гүлдөрдү өстүргөндү жакшы көргөндүктөн, өсүмдүктөрдү өстүрүү тажрыйбасы бар эле. Ал өзүнүн бакчасын гүлдөрдү жана газонду автоматтык түрдө сугаруучу каражатты орнотуп жасады жана эми ал фермага бир нече жумага коркпостон кете алат. Жаан жаап баштаганда – сугаруу токтотулат, абанын температурасы жогорулайт – сугаруу көбөйөт. Бакчаны көргөндөр булардын бардыгын ушундай кылып жасаган компания менен тааныштырууну өтүнүшкөн. Мына ушул жерде Мисс Риого идея келди, заказ алып, бул иштен акча табуу, ал бул ишти жакшы көрөт да. Ал эки кызматкерди жалдап, ишке киришти. Ал өзүнүкүндөй кылып эжесинин бакчасын жасады, бул ага эжесинин тааныштарынан дагы бир нече заказ алууга мүмкүндүк берди. Мына ушинтип сүйүктүү хобби бизнеске айланды. Автор Мисс Рио менен таанышкан учурда компаниясы жана 45 адамдан турган штаты бар эле.

Мисс Рио авокадону абдан жакшы көрөт, анткени ал ден соолукка абдан пайдалуу. Бирок, алардын шаарында авокадо табуу кыйынга турган жана баасы да кымбат эле. Сатылып алынган авокадону жеген сайын ал сөөгүн ыргытпастан, ар кандай ыкма менен отургуза берген, кайсы ыкма менен тез өсө тургандыгын салыштырган. Бир канча убакыттан кийин анын үйүндө авокадонун көчөттөрү пайда болду жана аларды каякка

отургузсам болот деп ойлонуп калды. Үй-бүлөсүнүн кээ бирде баруучу шаардын чегинен тышкары жерде участогу бар эле. Ал участоктун бир бөлүгүнө 40 авокадо багын отургузду. Мисс Рио шаардагы бир нече дүкөн менен жеткирип берүүлөр жөнүндө сүлөштү, ошентип өзүнүн сүйүктүү продуктун бизнеске айлантты. Авокадо бактары жайылып өскөндүктөн, ал аларды бири биринен алыс отургузду, бактардын айланасындагы жер бош калбаш үчүн ар кандай ашкөктөрдү айдайт, мисалы, шпинат. Авокадонун түшүмүн жергиликтүү тургундар – анын кошуналары жыйнашат, акча алышпайт, Мисс Рио аларга бактардын арасындагы ашкөктөрдү сатуу үчүн чогултууга мүмкүндүк берет.

Мисс Рионун үйүндө көп пайдаланылуучу эт – тоок эти. Авокадо өстүрүү менен ал фермада көп убактысын өткөрөт жана ал ал жакта тоок багууну чечти, тоокторунун жарымын кошуналарынан, ал эми жарымын базардан сатып алды. Эми ал ай сайын сатуу үчүн 70 тоокту соет. Ал заказчыларды издебейт, анткени анын туугандары, достору, туугандарынын достору Мисс Рионун тооктору жөнүндө билишет жана тоок жана жумурткаларды алдын ала заказ кылышат, аларды өзү жеткирет. Тоокторду союуга жана бөлүүгө жергиликтүү тургундар – кошуналары жардам беришет, алар тооктун ич этин жана жумуртканын бир бөлүгүн алышат.

50 жаштан ашкан аял үчүн бул иштер жетиштүү деп ойлойсузбу? Жок, андай эмес! Өзүнүн үйүн оңдоо үчүн Мисс Рио өзү жашаган шаардан алыс эмес жайгашкан дарыянын жээгинен сары таштарды алып келди. Мына – дагы жаңы идея! Таштарды казуу жана курулуш компанияларына сатуу. Мисс Рио өз өлкөсүндө бул ташты ишке ашырууга карата лицензия сатып алган биринчи ишкер болду. Ал эки чоң жүк ташуучу фураны сатып алды жана өзү айдаганды үйрөндү. Айдоочулардын бири рейске чыга албай калган учурларда жеткирип берүүлөр графигин бузбоо үчүн Мисс Рио джинсыны, шляпаны кийип алып таштарды өзү жеткирет, анткени кардарларынын ишеничинен кеткиси келбейт.

Мисс Рионун бизнес-идеялары туугандарына да жетет. Анын эжеси – кесиби боюнча мугалим, канчадыр бир убакыт анын үй-бүлөсү акчалай кыйынчылыктарга дуушар болду, анткени анын күйөөсү оорусуна байланыштуу ишинен кетүүгө мажбур болду. Мисс Рио Ботсванада эмне суроо-талапка дайыма ээ экендигин ойлонуштуруп, мындай нерсени ойлоп тапты! Ботсванда ар бир дүкөндө муз сатылат, аны ысык болондуктан дайыма сатып алышат. Шаардын чет жагына чыгуу менен тургундар муз сатып алышат жана аны тамак-аштын үстүнө коет, антпесе тамак-аш тез эле жарабай калат. Бул мыкты идея – туруктуу салым – бул крандан аккан суу. Ал Кытайдан муз жасаган машинаны заказ кылды, авокадолор боюнча сүйлөшүлгөн тааныш дүкөндөр менен сүйлөштү. Ошентип, эжесинин үй-бүлөсү муз жасап, аны таңактап дүкөндөргө сатып, акча таба баштады.

Мисс Рио өзүнүн бизнеси, кардарлар анын продукциясын тандаганы менен абдан сыймыктанат жана ага жардам сурап келген бардык адамдар менен өз идеялары менен бөлүшөт. Ал авторго бакчаларды жасоодо жардам берген өзүнүн мурдагы кызматкеринин сүрөтүн көрсөттү. Ал балада мектептик аттестат жок эле. Мисс Рио аны кечки мектепке орноштуруп, аяктагандан кийин жогорку окуу жайга тапшырууга жардам берди. Ал азыркы учурда шаардык ооруканада хирург болуп иштейт жана ар бир майрамда Мисс Риого сүйүктүү момпосуйун жиберип турат.

Мисс Рио өзүнүн жашоосуна ыраазы жана бизнес үчүн идеяны бардык жерден табууга болот дейт. Анын кеңештери: идея таптыңызбы – аракеттениңиз! Көп салымды талап кылбаган бизнестен баштагыла, ал туруктуу болгон жана киреше алып келген абалга чейин жеткиргиле. Андан кийин башка чөйрөдө бизнес баштагыла. Жумуртакаларды бир корзинага салбагыла, бирок бир нече ишти да бир убакта баштабагыла.

**Кейске карата суроолор жана тапшырмалар:**

1. Дүйнө картасынан Ботсвананы тапкыла. Анын борбор шаары, Мисс Рио жашаган шаар кандай аталат?
2. Мисс Рионун бизнес-идеяларынын жана алардын булактарынын тизмесин түзгүлө.
3. Ар бир бизнес-идеяны ишке ашыруу үчүн кандай өндүрүштүк факторлор зарыл болду?
4. Кандай факторлор, кандай сапаттар жана кандай көндүмдөр Мисс Рионун бизнесине ийгилик алып келүүдө?
5. Мисс Риону социалдык ишкер деп айтууга болобу жана эмне үчүн?
6. Эмне үчүн Мисс Рио мындай кеңештерди берүүдө? Аны менен макулсуңарбы?

Ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү аныктап алгандан кийин алардын кайсынысы ийгиликтүү болорун баалоо керек. Аны ар кандай жол менен жүргүзүүгө болот, алардын бири төмөнкү суроолорго жооп берүү:

1. Менин коомчулугумда ушундай типтеги бизнес барбы? Адамдар бул товарды сатып алабы же кызмат көрсөтүүлөрдү пайдаланбы?
2. Мага бул бизнести баштоо үчүн канча акча керек болот? Ушундай суммадагы акчаны карызга ала аламбы?
3. Бул бизнес менен алек болууга жумасына канча саатым кетет? Мен бул ишке ушунчалык убакыт арнай аламбы?
4. Бизнестин бул түрүнүн кандай өзгөчө тобокелдиктери бар? Ийгиликсиз болуп калат деген ыктымалдык канчалык?
5. Бизнестин бул түрү менен алектенүүгө менин тажрыйбам, билимим жана көндүмдөрүм жетиштүүбү? Бизнестин бул түрү менен алектенген адамдардын тажрыйбасы мага караганда көбүрөөкпү?
6. Бул бизнести жүргүзүү менен мен кача акча таба алам?

Бизнес-идеяларды генерациялоо жана көйгөйлөрдү чечүү боюнча тез жана стандарттуу эмес мамиле үчүн креативдүү ой жүгүртүү көндүмдөрүн өнүктүрүү зарыл. Бир нече техникалар бар, аларды өздөштүрүп алсаңар дайыма колдоно аласыңар. Стив Джобс «креативдүүлүк – бул кандайдыр бир нерселердин ортосунда байланышты түзүү» деп айткан. Башкача айтканда, силер стандарттуу нерселерди көрүп, аларды стандарттуу эмес колдонуунун ыкмасын тапкан учур. «Матрица» фильми эсиңердеби, ал бизге «алкак» башыбызда гана бар деп үйрөтөт.

**Тапшырма:**



**«Креативдүү ой жүгүртүүнү өнүктүрүү»**

Креативдүү ой жүгүртүүнү өнүктүрүү үчүн бир нече ыкма бар. Каалаган эки сөздү алгыла жана эки сөз тең болгон 10 сүйлөм түзгүлө. Мисалы, тепкич жана сүрөтчү. Дароо эле силер жөнөкөй жана түшүнүктүү 3-4



сүйлөм түзөсүңөр, бирок андан ары алардын ортосундагы байланышты аныктоо үчүн жакшылап ойлоонууга жана чыграмачылык менен мамиле кылууга туура келет. Мындай көнүгүүнү күнүнө бир нече жолу аткаруу менен кадимки нерселерге башкача көз караш менен карай баштаганыңарды байкайсыңар.

Көйгөйлөрдү чечүү үчүн, жаңы, стандарттуу эмес бир нерсени издөө үчүн идеяларды генерациялоонун ар кандай техникалары бар. Эң жөнөкөй, түшүнүктүү жана натыйжалуу ыкма – бул “мээ чабуулу”.

Брейнсторминг же “мээ чабуулу” ыкмасы креативдүү ой жүгүртүүнү жана адамдардын чыгармачыл активдүүлүгүн стимулдаштырат, мүмкүн болуучу альтернативалардын максималдуу санын сунуштайт, алардын ичинен кийин дээрлик ылайык келгендери тандалат. “Мээ чабуулун” жүргүзүүнүн негизги этаптары:

1. Көйгөйдү коюу, башкача айтканда силер эмнени каалайсыңар, бизнес үчүн идея табууну, сатууларды кантип көбөйтүү керек деген суроого жооп берүүнү, жайды ижарага алуу көйгөйүн чечүүнү же кантип салмакты азайтуу керек, ыкма бардыгына ылайык келет.
2. Идеяларды генерациялоо. Бул этапта бардык тартылган адамдар жөн гана ар кандай идеяларды, чектөөсүз ар кандай варианттарды сунушташат, идеялар биринчи көз карашта маанисиз, аткарылбас болуп көрүнөт, бул этапта идеяларды сындагандын кереги жок, эң башкысы максималдуу сандагы идеяларды табуу жана аларды белгилеп алуу (кагазга, доскага жазуу, басып чыгаруу). Канчалык көп адам катышса, сиз ошончолук көп идея аласыз.
3. Идеяларды системалаштыруу, комбинациялоо жана баалоо. Бул этапта окшош идеяларды топтоштуруу керек, критикалык баалоо жана таптакыр ылайык келбегендерин алып салуу, натыйжалуу чечим табуу зарыл.

Пайдалуу болуп текшерилген жана белгилүү ыкма саналат, аны **менталдык карталар** же байланыш диаграммасы (mind map) деп аташат. Менталдык карталар өзү менен бир борбордук идеядан ойдун жүрүшүн көрүнөө кылууну билдирет. Кээ бирде аны дарак сымал тизме деп да аташат. Бул курал бардык пайда болгон идеяларды чагылдыруу үчүн мээ чабуулунда да колдонулат. Ал конспекттерди түзүү, кандай болбосун көйгөйдү коюу жана чечүү үчүн, презентациялоодо ж.б. пайдалуу.

**Маалымкат:** Идеяларды генерациялоонун дагы башка кызыктуу ыкмалары бар, алар менен интернеттен тааныша аласыңар. Мисалы, Уолт Диснейдин ыкмасы, ал өзүнө ар кандай ролдорду алып көрүүдө, көйгөйгө ар кандай көз карашта карап көрүүдө: кыялкеч, реалист жана сынчы көз карашынан. Дагы бир ыкма – Эдвард де Бононун “Ой жүгүртүүнүн алты шляпасы” ыкмасы. Бул оюн ыкмасы алмак-салмак 6 шляпанын бирин кийип көрүү менен көйгөйгө 6 жактан кароого мүмкүндүк берет: көк (модератор), ак (фактылар, керектүү маалымат), кызыл (көйгөйгө карата эмоционалдуу мамиле, туюм), кара (пессимисттик көз караш, сыңдоо), сары (оптимисттик көз караш, пайда) жана жашыл (милдетти чечүүнүн стандарттуу эмес ыкмасын издөө).

Тапшырма: | «Бизнес-идеямды презентациялоо жана баалоо»





Силер бизнес баштоону каалайсыңар, бирок конкреттүү кайсы бизнес менен алектенүүнү каалай турганыңарды билбейсиңер. Баштоо үчүн эмне менен алек болгонду жакшы көрөрүңөрдү ойлонгула. “Мээ чабуулу” ыкмасын колдонгула. Эми кайсы ишмердикти бизнеске айландырууга болорун ойлонгула. Шаарыңардагы/коомчулуктагы ушундай же ушуга окшош нерсе менен алектенген ишканалардын тизмесин түзгүлө. Бизнес-идеяңардын презентациясын даярдагыла жана тизмеңердеги ишканалардан эмнеси менен айырмаланарын түшүндүргүлө, ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү баалоо боюнча 6 суроого жооп берүүгө аракет кылгыла. Презентацияга түзүлгөн таблицаны, схеманы же диаграмманы кошкула.

### Тиркеме:



### Эффективдүү презентациялар

Ишкерге презентациялоо көндүмдөрү керек, мисалы, өзүнүн бизнес-идеясына потенциалдуу инвесторлорду тартуу же өз өндүрүмүн потенциалдуу сатып алуучуларга сатып алууга ынандыруу максатында презентациялоо үчүн. Ал тургай силер бирге иш алып барууну көздөгөн адамдарга өзүңөрдү кандай презентациялаганыңар да чоң таасирин тийгизет.

Шартуу түрдө презентациялоонун 3 бөлүгүн бөлүп чыгаруу мүмкүн:

1. визуалдаштыруу – слайддардын өзү кандай көрүнөт;
2. мазмун – презентация өзүнө алып жүргөн маалымат;
3. презентатордун өзүнүн жүрүм-туруму.

Даярдануу, репетициялар жана практика гана презентациялардын мастери болууга мүмкүндүк берет!

**Визуалдаштыруу**

- слайдда көп текст жакшы эмес - спикерлерди алаксытат, кызыксыз болот;
- шрифттин өлчөмү 26-30дан кем эмес;
- фон жана шрифттин түсү контрастуу;
- тексттин ордуна сүрөттөрдү, схемаларды колдонгула.

**Мазмуну**

- тема боюнча так мазмун жана маалыматты систематизациялоо;
- силер теманы билүүгө милдеттүүсүңөр, ошондо аны айтып жана бардык суроолорго жооп бере аласыңар;
- презентацияда көңүлдү бура турган негизги чекиттер, блоктор болууга тийиш;
- «break the ice!» - музду сындыргыла, кызыгууну пайда кылуу жана көңүл бурдуруу үчүн презентацияны анча чоң эмес кызыктуу же тамашалуу окуядан, укмуштуу факттан баштагыла.

**Презентатордун/спикердин жүрүм-туруму**

- слайддарды окубагыла;
- «mmm», «хм» ж.б. мите сөздөрсүз ишенимдүү речь (күзгүнүн алдына туруп алып машыккыла);
- көрүү контакты (көрүүчүлөрдүн көзү менен жолукканга аракет кылгыла);
- дене тили максималдуу түрдө кадимкидей болушу керек.

Ишкер дайыма максаттарды коюуга тийиш. Максаттар бизди ага жетишүү боюнча бир багытта кармоого жана пландарды түзүүгө жардам берет. Мыкты максаттар – бул “акылдуу” максаттар (SMART). Бул долбоордук менеджментте колдонулуучу ыкма, ал реалдуулугун текшерүү менен чоң максаттарды түзүмдөштүрө алат жана аларды дээрлик жетише тургандай кылат. Дайыма өз максаттарыңарды SMART боюнча койгула, бул туура жана ишке аша тургандай пландоого жана натыйжага жетишүүгө жардам берет.

7-таблица. SMART-максаттар

<p><b>Specific</b> конкреттүү</p> <p><b>S</b></p> <p>Мен конкреттүү эмнеге жетишким келет?</p>	<p><b>Measurable</b> өлчөнүүчү</p> <p><b>M</b></p> <p>Мен натыйжага жетишкенимди кантип түшүнөм?</p>	<p><b>Attainable</b> жетишилүүчү</p> <p><b>A</b></p> <p>Көз жеткен келечекте мен максатыма жетемби?</p>	<p><b>Realistic</b> реалдуу</p> <p><b>R</b></p> <p>Максатка жетишүү үчүн бардык керектүү нерселерди кыла аламбы, мага ресурстар жетеби?</p>	<p><b>Time bound</b> убактысы чектелген</p> <p><b>T</b></p> <p>Максатка жетишүү үчүн мага канча убакыт керек?</p>
--	--	---	---	---

**Максаттын мисалы:**

Мен жеке бизнесимди ачам, көп акча табам, босс болом жана адамдар мага жалданып иштейт.

**SMART-максаттын мисалы:**

Мен кытай жана түркия сайттарынан аялдардын кийимин сатуу боюнча жеке интернет-дүкөн ачам, жылдын аягына чейин аны каттоодон өткөрөм, ал кийинки жылдын март айынан баштап иштей баштайт, ай сайын киреше X сомду түзөт, кийинки жылдын сентябрь айына киреше алып келе баштайт, ошондо мен бизнести кеңейтүү үчүн варианттарды ойлоно алам: бүтүктү ижарага алуу, сатуучуну жалдоо.

Өз ишти баштоого чейин финансылык максаттарды коюу керек, мисалы, канча акча таба аласыңар жана карыздарды канчалык тез төлөй аласыңар. Максаттарыңардын реалдуулугу жөнүндө унутпагыла. Эгерде бизнесиңердин эң башында эле чоң суммадагы акча табуу максатын койсоңор, анда капаланып каласыңар. Бизнес туруктуу болуп, киреше алып келиш үчүн бир канча убакыт керек. Ошондой эле, бул силер жалданып иштеп жана эмгек акы алганга караганда, ишкер катары биринчи убакытта азыраак акча таба аларыңарды да билдириши мүмкүн.

Тапшырма: | «Финансылык SMART-максат»



Силер комузду жакшы чертесиңер, аспабыңар бар жана колледждеги сабактардан кийин каалоочуларга комуз чертүүнү үйрөтүүгө даярсыңар дейли. Бир саат сабак өтүү үчүн кандай баа коёсуңар? Бул үчүн кандай ресурстар керек (2-темадан өндүрүш факторлорун эстегиле)? Бир саат сабак өтсөңөр тийиштүү чыгымдарды кемиткенден кийин канча акча таба аласыңар? 1 айга кандай финансылык «акылдуу» максатты коёт элеңер?

Финансылык максаттар финансылык эмес максаттар менен толукталашы мүмкүн. Ишкер катары силер жеке керектөөлөрдү канааттандырууну каалайсыңар: социалдык ишкер болгондуктан жашаган коомчулукка пайда алып келүү, же болбосо көз каранды болбогондукка ырахаттануу. Финансылык эмес максаттарды койгондон кийин ишкердик көптөгөн чөйрөлөрдө пайда алып келээрин түшүнөсүңөр.

**Суроо:**



Бизнес-идеяларыңарды ишке ашырууда кандай финансылык эмес максаттар пайда болушу мүмкүн? Алар коомчулукка кандай пайда алып келиши мүмкүн?

**Суроо:**



Досуңар: мен туура тамактанууну пландап жатам деген максатты койду дейли. Бул SMART-максатпы? Эмне себептен ооба же жок экенин түшүндүрүп бергиле. Силер бул максатты кандай кылып жакшыртат элеңер?

**Тыянактар:**

- ❖ Бизнес үчүн идеялардын булагы кызыкчылыктарыңар, хоббиңер, силердин же жакындарыңардын мурдагы иш алып баруу тажрыйбасы, дүйнөдөгү кандайдыр бир жаңы жетишкендиктер ж.б. боло алат.
- ❖ Бизнес-идеяларды генерациялоо жана көйгөйдү чечүү боюнча тез жана стандарттуу эмес мамиле үчүн креативдүү ой жүгүртүү көндүмдөрүн өнүктүрүү зарыл. Идеяларды генерациялоонун эң жөнөкөй жана популярдуу ыкмасы - бул «мээ чабуулу» ыкмасы.
- ❖ Силер бизнес-идеялар менен Интернет, башка ишкерлер жөнүндө макалалар, сатуу жарманкелери, радио, телеберүү, тааныштардын айтуулары аркылуу тааныша аласыңар.
- ❖ Ишкер «акылдуу» (SMART) максаттарды коюуга тийиш, алар конкреттүү, өлчөнүүчү, жетүүгө мүмкүн, реалдуу жана убактысы чектелген болушу керек.

**Текшерүү үчүн суроолор:**

1. Бизнес-идеялардын булактарын атагыла. Ар бир булакка өзүңөрдүн бизнес-идеяларыңарды ойлоп таба аласыңарбы?
2. Ишкердик идея менен ишкердик мүмкүнчүлүктүн ортосундагы айырма эмнеде?
3. Ишкердик мүмкүнчүлүктүн ийгилигин кантип баалоого болот?
4. Креативдүү ой жүгүртүү көндүмдөрү эмне үчүн керек? «Мээ чабуулу» ыкмасын кандай колдонуу керек?
5. Менталдык карталар ыкмасы өзү менен эмнени билдирет жана ал кайда колдонушу мүмкүн?

6. Эффективдүү презентация деген эмне, ал кандай элементтерден турат?
7. «Акылдуу» (SMART) максатты кантип коюу керек?
8. Эмне үчүн финансылык максаттарды коюу маанилүү?





**Өз алдынча иш үчүн тапшырма:**

Силерди кызыктырган кандай болбосун көйгөйдү алгыла жана Уолт Диснейдин, ошондой эле «Ой жүгүртүүнүн алты шляпасы» ыкмасын колдонуп группалаштар менен бул көйгөйдүн эффективдүү жана стандарттуу эмес чечимин табууга аракет кылгыла. Кандай ыкма силерге натыйжалуу көрүндү жана эмне үчүн.

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>4-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Бул этапта силер курс ичинде өнүктүрө турган, ага тийиштүү бизнес-планды түзүүчү бизнес-идеяны аныктап алуу керек.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	<p>1.«Бизнес-идеямды презентациялоо жана баалоо» тапшырмасынын жыйынтыгы боюнча өз бизнес-идеяңарды жазып алгыла, эгерде тапшырманы аткаргандан кийин күмөн саноолор болсо, анда креативдүү ой жүгүртүүнүн көрсөтүлгөн ыкмаларынын жардамы менен башка идеяны тандап алгыла.</p> <p>2. Чечим кабыл алгыла, идеяны жалгыз же 3 адамга чейинки топто өнүктүрөсүңөрбү, чечкиле, тобуңарды «бизнес-топ» деп атап коёлу. Топто болсо, анда бизнес-топтун мүчөлөрүн аныктап алгыла жана бизнес-идея тууралуу бир ой-пикирге келгиле.</p>	

## 5-ГЛАВА. БИЗНЕС-ПЛАНДЫ КАНТИП ИШТЕП ЧЫГУУ КЕРЕК?

<p>Максат</p> 	<p>Бизнес-пландын маанилүүлүгүн жана зарылдыгын түшүнүү жана аны түзүүгө үйрөнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ бизнес-пландын маанисин жана зарылдыгын түшүнөм;</li> <li>○ бизнес-план кандай элементтерден турганын билем;</li> <li>○ бизнес-планды кантип жазыш керек экенин билем;</li> <li>○ бизнес-пландын резюмесин жазууга жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ бизнес-планды түзүү боюнча интернет-сервистер жөнүндө маалыматым бар.</li> </ul>

Бизнес-идеяларды генерацияладыңар, ишкердик мүмкүнчүлүктөрдү бааладыңар, эмне менен алектенүүнүн каалаганыңарды аныктадыңар. Андан ары эмне кылуу керек? Андан ары пландоо керек. Эң жакшы курал - бизнес-план - бул ийгиликтүү бизнести ачуу жана иштетүү үчүн бардык керектүү аракеттерди баяндаган документ.

### Бизнес-план эмне үчүн керек (максаттар)?

- бизнес-план бизнес-идеяны жана силердин өндүрүм кандай өндүрүлөөрүн жана сатылаарын ачып берет;
- бизнес-план конкреттүү максаттарды коёт жана бизнесиңер ага кандай жетише ала тургандыгын көрсөтөт;
- бизнес-план ушул бизнести жүргүзө тургандардын тажрыйбасын жана билимин баяндайт.

### Бизнес-план эмне кылат (функциялар)?

- эмнени, кандай жана ким үчүн өндүрөөрүңөрдү баяндайт;
- бизнести жүргүзүүгө ким жана кандай тартылаарын баяндайт;
- бизнесиңер атаандаштыкты кандай жеңээрин жана сатып алуучуларды кантип сактап калаарын аныктайт;
- бизнесиңер кирешени кандай алаарын көрсөтүүчү деталдуу финансылык маалыматты камсыздайт.

### Бизнес-план эмне үчүн керек (түзүүнүн себептери)?

- бизнес-план бизнесиңердин ар бир аспектиңерди жакшылап ойлоноууга мажбурлайт жана реалдуу кароого жардам берет;
- бизнес-план бизнесиңердин финансылык стратегиясын түзүүгө, анын ичинде насыяларды алууга жардам берет;
- бизнес-план бардык картинаны көрүүгө, силерди жана айланадагыларды бизнесиңердин ийгилигине ынандырууга жардам берет;
- бизнес-план – бизнесиңерди башкаруу куралы.

*9-сүрөт. Бизнес-пландын зарылдыгы, максаттары жана функциялары*

Чакан ишканалар үчүн бизнес-план ири компаниялардын бизнес-пландарынан айырмалангандыгы шексиз. Ири компаниялардын бизнес-планы жүздөгөн барактардан турушу мүмкүн. Бирок, ар бир бизнес-планда болуучу бир нече элемент бар: резюме (анын ичинде өндүрүмдүн сыпаттамасы), маркетингдик план (сатуулар планы), финансылык план.

Резюме да бизнес-идеянын кыскача баяндалышын божомолдойт, ал эми резюмеден кийин бизнес-идеянын кеңири баяндамасы берилет. Бирок, бул колдонmodo биз резюменин жана бизнес-идеянын баяндамасын бириктирип, аны кененирээк кылабыз.



10-сүрөт. Бизнес-пландын элементтери

**Резюме жана өндүрүмдү баяндоо** бизнесиңер жөнүндө төмөнкү маалыматты камтыйт:

1. Бизнес-идеяны жана бизнестин максаттарын кеңири баяндоо. Эмне үчүн бул идеяны тандап алганыңарды баяндап бергиле, булак катары эмне кызмат кылды – тажрыйбаңар, кызыгууларыңар же башка бир нерсе. Максаттар кыска мөөнөттүү мезгил (3 ай – 1 жыл), орто мөөнөттүү мезгил (2-5 жыл) жана мүмкүн узак мөөнөттүү мезгил (5 жылдан ашуун) үчүн болууга тийиш.
2. Бизнеси уюштуруу формасы. Бизнестин бир же мүмкүн бир нече ээси (шериктештик) же көп адам (акционердик коом) болобу? А мүмкүн бул бизнес юридикалык жакты түзбөстөн болот, мисалы, патенттин негизинде иш алып баруу. Мындан кандай салыктарды төлөйсүңөр, кандай уюштуруучулук чыгымдарды тартарыңар көз каранды.
3. Көндүмдөрүңөрдү жана тажрыйбаңарды баяндоо. Бул жерде кандай курстарды өткөнүңөрдү, окуу процессинде кандай көндүмдөргө жана билимдерге ээ болгонуңарды баяндай аласыңар, мүмкүн силерде бул чөйрөдөгү акы төлөнүүчү же төлөнбөөчү иш алып баруу тажрыйбасы бар, кызыгууларыңар жана канча убакыттан бери аны менен алексиңер, мүмкүн волонтерлук ишмердүүлүк же силер уюштурган колледждеги иш-чаралар.
4. Бизнесиңердин рыноктогу башка ушул сыяктуу бизнестерден артыкчылыктары жана айырмалоочу белгилери. Алар төмөнкү суроолорду камтышы мүмкүн:
  - ❖ баалар (мүмкүн өндүрүмүңөр кандайдыр бир себептен улам арзан турат);
  - ❖ сапат (өндүрүмүңөр рыноктогу башка өндүрүмгө караганда жогорураак сапат менен айырмаланат);
  - ❖ өндүрүмдүн айырмалоочу касиеттери, керектөөчүлөр үчүн жагымдуулук.

Ташпырма: | «Бизнес-планымдын резюмеси»



Бизнес-планыңар үчүн резюме жазгыла. Сөзсүз кыска мөөнөттүү жана узак мөөнөттүү максаттарды бөлүп чыгаргыла, узак мөөнөттүү максатты түзүүгө аракет кылгыла. Бизнес-планыңардын резюмесин топ алдында презентациялагыла.

**Маркетингдик план** бизнесиңер, рынок, тармак, бизнестин жайгашкан жери, ошондой эле илгерилетүү жана сатуу процесси сунуштаган товарды же кызмат көрсөтүүнү баяндайт. Маркетингдик план жөнүндө кененирээк 5-темада сүлөшөбүз. Ал өзүнө төмөнкү элементтерди камтыйт:

1. товардын же кызмат көрсөтүүнүн баяндамасын, анын айырмалоочу же уникалдуу касиеттери;
2. максаттуу аудитория: курагы, жынысы, ишмердүүлүктүн түрү;
3. бизнес тиешелүү болгон тармактын мүнөздөмөсү, анын ичинде бизнесиңерге таасирин тийгизе турган тышкы факторлор (жеткирүүчүлөр, атаандаштар), тренддер жана тармак боюнча божомолдор (мисалы, тигүү өнөр жайынын өнүгүү божомолу), бул тармактын өнүгүүсүнө таасирин тийгизген технологиялар;
4. бизнестин жайгашкан жери;
5. баа түзүү стратегиясы;
6. өндүрүмдү илгерилетүү стратегиясы;
7. өндүрүмдүн сатылышын башкаруу.



**Кейс:**

**Жаңы кайнатылган кофени каалабайбыз, баштыкчадагы кофени жана пирожкини каалайбыз!**

Реалдуу учурду алалы, ысымдар өзгөртүлдү. Айнура – эки баланын энеси. Бизнесмен күйөөсүнүн иши жакшы жүрүүдө. Балдары бала бакчага барышат жана өзүнүн чакан бизнесин жүргүзүү идеясы ага тынчтык берген жок. Ал өзү кофе сүйүүчүсү болгондуктан жана балдарды бала бакчага алып баргандан кийин кофейняда отуруп же жанына алып ичүү менен идея өзүнөн-өзү келди. Ал күйөөсү экөө мобилдик кофе-машинаны сатып алышты, атасынын эски машинасына орнотушту жана кофе, стакандарды сатып алышып, дем алыш күнү машина базарына барышты. Бирок, ал жактан анын маанайы түштү. Потенциалдык кардарлар келип, кофенин баасын уккан соң кетип калып жатышты. Ал баштыкчалардагы кофени эмес, жаңы кайнатылган кофени сунуштап жаткандыгын белгилей кетүү керек, тиешелүү түрдө баасы 90 сомдон жогору эле. Кофеден тышкары, элдер чай, пирожки, сендвич сатылабы деп сурап жатышты. Жыйынтыгында бул идеяны алар четке кагышты, бул идеяга көп каражат сарпталбагандыгы жакшы болду.

**Кейске карата суроолор жана тапшырмалар:**

1. Кандай ойлойсуңар, Айнуранын катасы эмнеде? Эмне үчүн идея ишке ашкан жок? Ал эмнени эске алган жок?
2. Мындай жөнөкөй идея үчүн бизнес-план керек беле? Эгерде керек болсо, эмне үчүн?
1. Идеяны өнүктүрүүнүн кандай варианттарын силер сунуштай аласыңар?

**Финансылык план** финансылык ресурстарга болгон муктаждыгыңарды аныктоого, тобокелдерди, пландалуучу акча агымдарын баалоого, кирешени жана чыгашаларды саноого жардам берет.

1. Чакырыктарды жана тобокелдерди аныктоо. Бизнесиңер дуушар боло турган потенциалдуу көйгөйлөрдү атоодон коркпогула. Тескерисинче, бул силерге аларды жеңүүгө даяр болууга мүмкүндүк берет. Мисалы, бул сыяктуу товарлардын баалар деңгээлинин жалпы төмөндөшү, өндүрүмүңөргө болгон сурамдын төмөндөшү ж.б.
2. Өзүнө пландалуучу чыгымдарды жана кирешелерди, өндүрүмдүн өздүк наркын камтыган базалык финансылык көрсөткүчтөр.
3. Финансылык каражаттарды издөө. Силерге канча акчаны карызга алуу керек, канчасын өзүңөр сала аласыңар, бул акчаларды кандай пайдалана турганыңарды аныктоо керек.

**Уюштуруучулук план.** Бул жерде бизнесиңер күн өткөн сайын кандай иштээрин баяндоо керек, силерге жалданма жумушчулар керепки, керек болсо, кандай көндүмдөр менен, кандай эмгек акы менен. Ошондой эле, бул жерге өндүрүмдү жеткирүү, кызмат көрсөтүү маселелери да киргизилет.

Маркетингдик, финансылык жана уюштуруучулук план бизнес-план үчүн маанилүү жана өзүнө көлөмдүү маалыматты камтыйт, ошондуктан алардын ар бирөөсү ушул колдонмонун кийинки главаларында өз-өзүнчө каралат.

Ошентип, бизнес-планыңар – бул айланадагыларга бизнесиңердин маңызын көрсөтүүнүн жана бизнесиңер ийгиликтүү болоруна ынандыруунун эң жакшы мүмкүнчүлүгү. Эгерде насыя алууну пландап жатсаңар, анда бизнес-план өтүнмө берүү үчүн милдеттүү документтердин бири болуп саналат. Жана албетте, бизнес-планды түзүп жатып силер бизнесиңерди тургузуунун жана өнүктүрүүнүн ар бир этабын ойлоносүңар, ал эми бул ийгиликке алып барары шексиз.

**Тапшырма:**



**«Ийгиликтүүлөрдөн үйрөнөбүз»**

2-3 адамдан турган топту түзгүлө. Кандай болбосун ийгиликтүү бизнести тандагыла, мүмкүнчүлүккө жараша өз коомчулугуңардан. Силердин көз караш боюнча бул ишкананын бизнес-планы кандай болмок, жазгыла. Аны өз аудиторияңардын алдында презентациялагыла.

Бизнес-планды түзүүдөгү негизги каталар, аларды болтурбоо жакшыраак:

1. ойлонуштурулбаган жана реалдуу болбогон финансылык план;
2. максаттуу аудитория жана рынок жетишээрлик түрдө аныкталган эмес, ал эми андан бардык маркетингдик план көз каранды;
3. атаандаштарды тоотпоо.

**Суроо:**



Бизнес-планды түзүүдө көрсөтүлгөн ар бир катанын кесепети кандай болушу мүмкүн?



**Маалымкат:** Интернетте бизнес-планды түзүүгө жардам берген көптөгөн сервистер жана программалар бар, акы төлөнүүчү жана акысыз версиялар, акысыз онлайн-конструкторлор бар, болгону браузердин издөө талаачасына аларды жазуу керек. Мобилдик телефондор үчүн программаларды-тиркемелерди табуу мүмкүн, алар жүктөө үчүн PlayMarket же AppStoreдо жеткиликтүү. Андан тышкары, консалтингдик агенттиктер бар, алар акы төлөнүүчү негизде жана кесипкөйлүк менен түрдүү татаалдыктагы бизнес-пландарды иштеп чыгышат.

#### Тыянактар:

- ❖ Бизнес-план өзү менен ишкананы ачуу жана иштетүү үчүн бардык керектүү кадамдарды баяндоочу документтерди билдирет. Ал бизнес-идеяны түшүндүрөт жана өндүрүмүңөр кандай өндүрүлөөрүн жана сатылаарын көрсөтөт. Ал так максаттарды белгилейт жана бул максаттарга кандай жетүү керек экендигин түшүндүрөт.
- ❖ Бизнес-план керек, анткени ал силерди бизнесиңердин бардык аспектилерин, анын ичинде маркетингдик жана финансылык пландоону ойлоонууга мажбурлайт, ошондой эле кызыкдар адамдарга, анын ичинде потенциалдуу инвесторлорго бизнес-идеяңарды презентациялоого мүмкүндүк берет.
- ❖ Бизнес-план өзүнө резюмени, өндүрүмдүн баяндалышын, маркетингдик, финансылык жана уюштуруучулук планды камтыйт.

#### Текшерүү үчүн суроолор:

1. Эмне үчүн бизнес-план ишкер үчүн маанилүү?
2. Бизнес-пландын максаттары жана функциялары эмнеде?
3. Бизнес-пландын элементтерин мүнөздөп бергиле. Эмне себептен ар бир элемент ишкананын ийгилиги үчүн маанилүү?
4. Бизнес-планды түзүүдө кеткен негизги каталарды атагыла. Алар кандай кесепеттерге алып келиши мүмкүн?



#### Өз алдынча иш үчүн тапшырма:

Интернеттен силер тандап алган бизнес-идеяга, бизнес-долбоорго окшош бизнес-планды тапкыла. Алар менен таанышкыла жана өзүңөр үчүн башкысын бөлүп алгыла.



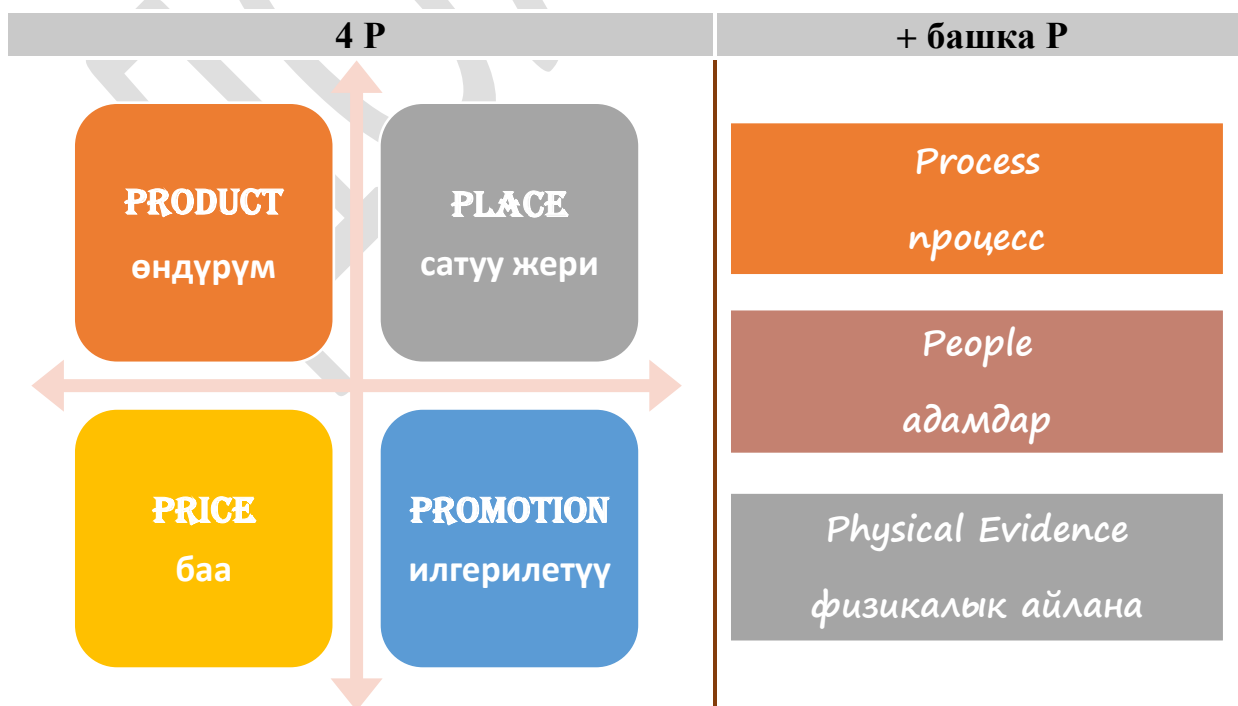
<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>5-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Бизнес-планды силер этап-этабы менен түзөсүңөр. Бул этапта бизнес-пландын резюмесине көңүл буруу зарыл. Калган элементтерди кийинки темаларда карап чыгабыз.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	1. Өзүңөдүн бизнес-тобуңар менен «Бизнес-планымдын резюmesi» тапшырмасын аткаруунун натыйжаларын талкуулагыла. Керектүү корективаларды киргизгиле жана аны блокнотуңарга же документке жазгыла.	

## 6-ГЛАВА. ТОВАРДЫ ЖАНА КЫЗМАТ КӨРСӨТҮҮНҮ МАРКЕТИНГДИК ИЛГЕРИЛЕТҮҮ

<p>Максат</p> 	<p>Бизнес-пландын маркетингдик стратегиясын жана маркетингдик планын түзүүгө үйрөнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ өндүрүмүмдүн максаттуу рыногун аныктоого жана аны талдоого жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ өндүрүмүмдү керектөөчүнүн профилин түзө алам;</li> <li>○ өндүрүмүн үчүн маркетингдик изилдөөлөрдү жүргүзө алам;</li> <li>○ атаандаштарымдын талдоосун жүргүзө алам;</li> <li>○ маркетингдик планды кандай түзүү керек экенин түшүнөм;</li> <li>○ өндүрүмдүн өздүк наркын эсептей алам, баа коё алам жана кирешени санай алам.</li> </ul>

Көп учурда баштапкы этапта ишкерлер өзүнүн бизнес-идеясына жана эмнени, кантип өндүрүү керек деп берилип кетиши мүмкүн, кимдер үчүн өндүрүүнү каалганын эстен чыгарып жиберешет. Ийгилик үчүн силердин сатып алуучулар кимдер жана силердин өндүрүмдү алар сатып алууну каалайбы дегенди аныктоо керек. Ал үчүн маркетингдик изилдөө жүргүзүшөт. Маркетинг – товарларды өндүрүүчүдөн керектөөчүгө илгерилетүү жана киреше алуу үчүн бизнес менен сатып алуучулардын өз ара мамилелерин башкаруу боюнча процесстердин топтому.

Негизги маркетингдик куралдарды бириктирүү «**маркетинг-микс**» модели деп аталат. Бул универсалдуу модель, анын максаты өндүрүмдү өнүктүрүү жана рынокто ага болгон сурамды жогорулатуу. Бул моделде маркетингдик куралдар төрт багыт боюнча классификацияланган: өндүрүм, баа, сатуу жери жана илгерилетүү (англис тилинде бул сөздөр **P** тамгасы менен башталат).



11-сүрөт. “Маркетинг-микс” модели

4P модели базалык модел болуп саналат. Кээде ал башка Pлар менен толукталат. Мисалы, Process, People жана Physical Evidence. People – бул өндүрүмүңүздү көрсөтүүгө жана кабыл алууга таасир эткен адамдар: сатуучулар, керектөөчүлөр тобу ж.б. Process – бул процесс, мисалы, сатуучу менен керектөөчүнүн ортосундагы өз ара аракеттенүү процесси, алсак, тейлөө ылдамдыгы. Physical Evidence – бул физикалык айлана, башкача айтканда керектөөчүнү сатып алуу учурунда эмне күрчап турат. Мисалы, ыңгайлуу шарттар, имидждик түзүүчү.

Ошентип, маркетинг өзүнө пландоону, баа түзүүнү, өндүрүмдү рынокто позициялоону жана сатууларды камтыйт. Бул бардык процесстерди аныктоо маркетинг планды түзүү үчүн талап кылынат, ал өз кезегинде бизнес-пландын бир бөлүгү болуп саналат. Ар бир түзүүчүнү өз-өзүнчө карап чыгалы жана аягында маркетингдин планды чогултуп алабыз.

## 1. Максаттуу рынок

Өндүрүмүңөрдү сатып алууну каалаган адамдарды же компанияларды потенциалдуу сатып алуучулар, максаттуу аудитория же максаттуу рынок деп атасак болот. Кандай көлөмдө өндүрүү жана кандай баа коюу керек экенин билүү үчүн өндүрүмүңөргө болгон сурамды баалап алуу маанилүү. Максаттуу аудиторияңарды билүү аларды тартуу боюнча күч-аракеттерди багыттоого жардам берет, мисалы, жарнама аркылуу – таргеттелген жарнама, башкача айтканда курагын, жынысын, социалдык статусун, кызыкчылыктарын эске алуу менен белгилүү бир аудиторияга багытталган жарнама.

Максаттуу аудиторияңарды аныктоо үчүн төмөнкү суроолорго жооп берүү керек [23, 93-б.]:

1. Өндүрүмүңөрдү ким сатып алат: адамдарбы же компанияларбы?
2. Эгерде бул жеке жактар - адамдар болсо, анда алардын болжолдуу курагы кандай? Алардын болжолдуу кирешеси кандай? Алар кайсы жерде жашашат? Алар өз убактысын жана акчасын эмнеге сарпташат?
3. Эгерде менин сатып алуучуларым – компаниялар болсо, анда алар кандай тармакка тиешелүү? Алар көбүнчө кайсы жерде орун алышкан?
4. Өндүрүмүңө (товар же кызмат көрсөтүү) кандай муктаждыктарды жана керектөөлөрдү канааттандырат?
5. Мен бизнесимди ача турган жерде болжолдуу канча потенциалдуу сатып алуучу жашайт?
6. Бул потенциалдуу сатып алуучулар мен аларга сатууну каалаган товарларды жана кызмат көрсөтүүлөрдү азыр кайсы жерден сатып алууда?
7. Алар өндүрүмүңө үчүн кандай болжолдуу бааны төлөөгө даяр болушат?
8. Мен потенциалдуу сатып алуучуларым үчүн башка компаниялар кылбаган кандай нерсени кыла алам?

### Тапшырма:



#### «Максаттуу аудитория»

Коомчулугуңарда бар болгон кандай болбосун товарды же кызмат көрсөтүүнү тандап алгыла жана бул өндүрүм үчүн жогоруда көрсөтүлгөн 8 суроого жооп бергиле.

Бул суроолорго жооп берүү менен өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профилин түзүү мүмкүн.

Керектөөчүнүн мүнөздөмөлөрү	Мисалы: «5 жаштан 12 жашка чейинки балдарды коштоо кызматы»
Демографиялык мүнөздөмөлөр: курагы, социалдык статусу (никеси бар, никеси жок), жынысы, кесиби, билими, орточо кирешеси ж.б.	23 жаштан 45 жашка чейинки энелер Орточо киреше: 25 миң сомдон жогору
Жашоо позициясы, жашоо мүнөзү	Шаарда иштегендер жана жашагандар
Өндүрүмдү сатып алуунун мүмкүн болуучу жыштыгы	Иш күндөрү 8.00дөн 18.00гө чейин
Негизги керектөөчүлөрдүн жайгашкан жери	Шаардын баары

**Тапшырма:****«Максаттуу аудитория жана өндүрүмдү керектөөчүнүн профили»**

Буга чейинки темада тандап алган өндүрүм үчүн жогоруда көрсөтүлгөн 8 суроого жооп бергиле. Анын негизинде өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профилин түзгүлө.

Ишкер катары силер сатып алуучуларыңардын керектөөлөрү жөнүндө күн сайын ойлоносуңар. Өз рыногуңарды дайыма баалоо менен гана силер дайыма өзгөрүүчү талаптарды канааттандырууга даяр болосуңар жана ишти токтотпой «калкып» жүрөсүңөр.

Максаттуу рынокту аныктагандан кийин маркетингдик стратегияны түзүүгө болот. Ал потенциалдуу сурамды аныктоого жана өндүрүмдүн дизайнын долбоорлоого, бааны коюуга жана өндүрүмдүн жарнамасын ойлонууга жардам берет.

## 2. Маркетингдик изилдөө

Эгерде маалыматтар жетиштүү болбосо, жалпыга белгилүү булактардан өзүңөргө керектүүсүн таба албасаңар, анда өзүңөрдүн маркетингдик изилдөөнөрдү жүргүзө аласыңар. Маркетингдик изилдөө өзү менен сатып алуучулар, атаандаштар жана өндүрүм жөнүндө маалыматты топтоо, жазуу жана талдоо процессин билдирет. Ири маркетингдик изилдөөлөр көбүнчө кымбат турат жана көп убакытты талап кылат, бирок белгилүү компаниялар буга өзүнүн маркетингдик стратегиясын жакшыртуу үчүн, тиешелүү түрдө сатууларды жана кирешени жакшыртуу үчүн барышат. Маркетолог кесиби жана ага вакансиялар бар, бардык ири компанияларда мындай бөлүмдөр да бар.

Рынокту изилдөөнү туруктуу негизде жүргүзүү зарыл, жок дегенде эң жеңөкөй түрдө, өзүңөрдүн да, атаандаштардын да товарлары сатылган түйүндөрдө физикалык болуу, кандай жаңы товарлар пайда болгонун, атаандаштар кандай ыкмалар менен колдонгонун, баа стратегиясы кандай экенин ж.б. билүү сыяктуу.

Эгерде силер маркетингдик изилдөө жүргүзүүнү чечсеңер, анда:

1. Алгач силерге кандай маалыматтар керек болорун аныктап алуу зарыл. Мисалы, мүмкүн шаарыңардын тынч райондорунун биринде үй жаныбарлары үчүн товарлар менен дүкөндү ачууну каалайсыңар, анда силер бул райондо үй жаныбарлары бар адамдар канчалык көп жашаганын билүүнү да каалайсыңар.

2. Маалыматты кантип чогултасыңар, аныктап алгыла: телефон аркылуу сурамжылоо жүргүзөсүңөрбү, батирлерди кыдырып анкеттөөнү өткөрөсүңөрбү же короолордо байкоо жүргүзөсүңөрбү, а балким сурамжылоо үчүн интернет-технологияларын колдоносүңар.
3. Силерге кандай маалымат керек болгондугуна жараша суроолорду түзгүлө.
4. Маалыматты чогулткула.
5. Маалыматты талдагыла.
6. Аракеттенгиле!
7. Бир аз убакыттан кийин силер изилдөөңөрдүн эффективдүүлүгүн баалай аласыңар.

**Маалымкат:** Интернетте акысыз сервистер бар, алардын жардамы менен сурамжылоо баракчасын түзө аласыңар, сурамжылоо жүргүзө аласыңар жана маалыматтарды талдай аласыңар. Эки популярдуу сервис: Google формалар жана SurveyMonkey. Бул сервистер сурамжылоо баракчаңарды толтуруу үчүн электрондук почта, WhatsApp, Telegram мессенджерлери жана башка аркылуу жөнөтүүгө же сурамжылоо баракчасын социалдык тармактарда жарыялоого жардам берет. Ошондой эле, алар силерге жооптордун жыштыгы боюнча алынган маалыматтардын жөнөкөй талдоосун дароо берет.

#### Тапшырма:



#### «Маркетингдик изилдөө»

5-8 суроодон турган сурамжылоо баракчасын түзгүлө жана өндүрүмүңөр үчүн маркетингдик изилдөө жүргүзгүлө. Маалыматтарды талдагыла.

### 3. Атаандаштарды талдоо

Бизнесиңердин ишке ашышын ойлонуп жатып, силер жок дегенде ошондой сапаттагы жана атаандаштар сунуштаган баадан кымбат эмес баага өндүрүмдү сунуштап жатканыңарга ынануу үчүн атаандаштардын бар болуусун дайыма эске алуу жана аларды «жакшы таануу» зарыл, антпесе силер бардык керектөөчүлөрдөн кур калуу тобокелине туш болосуңар [23, 107-б.].

Атаандаштардын талдоосун жүргүзүү үчүн төмөнкүлөрдү аткаруу зарыл:

1. Атаандаштарыңардын тизмесин түзгүлө. Аны интернет издегичтер аркылуу, Инстаграмда хештегдер аркылуу же керектөөчүлөр мындай өндүрүмдү көбүрөөк сатып алган жерде алар менен баарлашуу аркылуу кылуу мүмкүн.
2. Атаандаштар сунуштаган ассортиментти жана баасын талдагыла. Алар силердин өндүрүмдөн жана баадан кандай айырмаланаарын карагыла.
3. Атаандаштарыңардын артыкчылыктары жана кемчиликтеринин тизмесин түзүүгө аракет кылгыла. Мисалы, ийгиликтүү жайгашуу жери, туруктуу сатып алуучулар үчүн лоялдуулук программасы, эсте калуучу жарнама, социалдык тармактардагы баракчаларда прайс-баракчанын жоктугу ж.б. Силер бардык артыкчылыктарды жана кемчиликтерди маркетингдик стратегияңар үчүн колдоно аласыңар.
4. Атаандаштарыңардын окуясына көңүл бургула: аларга идеясын чоң ишке айландыруу үчүн канча убакыт керек болду, социалдык тармактарда канча

жазылуучулар бар, алардын постторунун астына кандай комментарийлерди калтырышат.

9-таблица. Атаандаштарды талдоо

Атаандаш	Ассортимент	Баалар	Артыкчылыктар	Кемчиликтер	Башка өзгөчөлүктөр
1-атаандаш					
2-атаандаш					
....					
Менин бизнесим					

**Тапшырма:**



**«Атаандаштарымды талдоо»**

Өндүрүмүңөрдүн атаандаштарын талдагыла. Маалыматтарды талдагыла, тыянактарды чыгаргыла. Кандай мүнөздөмөлөр боюнча силер жакшырааксыңар, кайсылар боюнча начарсыңар? Атаандаштарды талдоого чейин эмнеге көңүл бурбай жүрдүңөр?

**4. Маркетингдик стратегия**

Эң жөнөкөй түшүнүүдө маркетингдик стратегия биз жетүүгө аракет кылган максаттарды билдирет + бул максаттарга жетүү үчүн маркетингдик план. Максаттар «акылдуу» болушу керек (SMART-максаттар – 2-темадан кененирээк карагыла). Максаттар бизнеске карата силердин кыска -, орто - жана узак мөөнөттүү пландарыңарды чагылдырышы керек. Бизнесин максаттары менен маркетингдик максаттардын ортосунда ичке чек бар. Сатуулар деңгээлин, кирешелүүлүктү, рентабелдүүлүктү жогорулатуу – бул бизнестин максаттары, алар жөнүндө биз 5-главада сөз кылганбыз. Ал эми жаңы кардарларды тартуу, сатып алуучуларды кармап калуу, сатып алуулардын жыштыгын жогорулатуу – бул маркетингдик максаттар. Айырмалап билишет:

- 1. Кыска мөөнөттүү максаттар** – бул бизнести баштаган күндөн тартып силер жыл ичинде жетүүнү каалаган нерселер. Бул силер тандаган стратегияга таасирин тийгизет. Мисалы, силер кардарлар базасын топтоону каалайсыңар, анда мүмкүн силер бааларды атаандаштарга салыштырмалуу төмөн деңгээлде кармоого, жарнамага жана илгерилетүүгө көбүрөөк акча сарптоого аракет кыласыңар.
- 2. Орто мөөнөттүү максаттар** – бул бизнести баштаган күндөн тартып силер 2-5 жылдын ичинде жетүүнү каалаган нерселер. Адатта стратегия кыска мөөнөттүү максаттарга жетүүнү эске алат, бирок маркетингдик стратегия келечекте орто мөөнөттүү максаттарга жетүүнү мүмкүн кыларына ынануу үчүн кыска мөөнөттүү максаттарды дароо коюу керек. Мисалы, силерде баштапкы этапта интернет-дүкөн бар жана 1-2 жылдын ичиндеги бизнес-максатыңар – соода борборунда бутик ачуу, анда силерге алдын ала ижаранын акысын, стандарттуу бутиктердин аянтын, керектүү шаймандарды, өндүрүмдүн ассортиментин эске алуу зарыл.
- 3. Узак мөөнөттүү максаттар** – бул бизнести баштаган күндөн тартып силер 5 жана андан көп жылдын ичинде жетүүнү каалаган нерселер. Мисалы, силер кийимдерди кайра сатуу ишинен баштадыңар, бирок келечекте кийимдердин өздүк линиясын чыгарууну (бизнес-максат) каалап жатасыңар дейли, анда силерге кыска мөөнөттүн

ичинде алдын ала интернет-дүкөнүңөрдүн аталышын ойлоп табуу керек, ал кийин кийимиңердин брендинин аталышы болушу мүмкүн (бул маркетингдик максат).

**Тапшырма:**



**«Маркетингдик максаттар»**

5-темадагы «Бизнес-планымдын резюмеси» тапшырмасына кайрылгыла. Силер койгон бизнес-максаттарды критикалуу баалагыла. Кыска-, орто-, жана узак мөөнөттүү максаттар боюнча келтирилген маалыматты эске алуу менен маркетингдик максаттарыңарды түзгүлө.

Маркетингдик стратегия өзүнө товарларды илгерилетүү стратегияларын да камтыйт, ал жөнүндө биз төмөндө, ушул темада сөз кылабыз. Бул жерде товарды илгерилетүү жөнүндө айтуу зарыл, аны позициялоо бизнес эң башында иш алып барган ишмердүүлүктүн түрүнө жараша кандай маркетингдик стратегияны тандаганынан көз каранды болот. Бул жерде мындайча аталган Ансоффтун матрицасы дээрлик популярдуу, ал 4 негизи маркетингдик стратегияны баяндайт.

10-таблица. Ансоффтун маркетингдик стратегиялар матрицасы

	Салттуу товар	Жаңы товар
Салттуу рынок	<b>Рынокко тереңирээк кирүү:</b> сурамды, сатып алуулардын жыштыгын жогорулатуу, башка өндүрүүчүлөрдүн сатып алуучуларын которуу	<b>Товарды өнүктүрүү (жакшыртуу):</b> жаңы товарларды түзүү же аларды жакшыртуу (жаңы түр, жаңы таңгак)
Жаңы рынок	<b>Рыноктун чектерин кеңейтүү:</b> жаңы рынокко мурдагы товар менен чыгуу – керектөөчүлөрдүн жаңы тобун издөө	<b>Диверсификациялоо:</b> салттуу рыноктогу мүмкүчүлүктөр жок болгондо, ишкананын ишмердүүлүктүн жаңы чөйрөлөрүнө чыгуусу

5. Өндүрүмдүн баасы

Баа – бул керектөөчүлөр товар же кызмат көрсөтүү үчүн чындыгында төлөгөн акы. Силердин бааңар сатып алуучуларды тартуу үчүн жетишээрлик төмөн, ошол эле учурда чыгымдарды жабуу жана киреше алып келүү үчүн жетишээрлик жогору болушу ишенимдүү калат.

Эмне үчүн базар экономикасында көбүнчө бардыгына товарлар жана кызмат көрсөтүүлөр жетиштүү болуп калат? Керектөөчүлөр өзүнүн керектөөлөрүн канаатандыруу үчүн сатып алууга мотивацияланган, сатуучулар/өндүрүүчүлөр керектөөчүлөрдүн керектөөлөрүн канааттандыруу менен пайда алуу үчүн мотивацияланган.

Экономикада эки күч бар, алар керектөөчүлөр жана өндүрүүчүлөр өз ара кандай аракеттенгенин жана бул аракеттенүү баага кандай таасирин тийгизерин түшүнүүгө жардам берет – бул суроо-талап жана сунуш.

Өндүрүүчүлөр өзү менен сунуш тарапты билдирет. Комузга үйрөтүү үчүн жеке сабактарды берүү боюнча тапшырмалардын бирин эстегиле. Мисалы, бир сааттын баасы 300 сом турса, анда силер күн сайын сабактарга 4 саат сарптоого даярсыңар дейли. Эгерде окуучуларыңар 400 сомдон төлөгүсү келбей 150 сомдон төлөөгө даяр болсо, анда силер бул нерсе менен алектенүүнүн кереги барбы деп ойлоносуңар, анткени жол киреге, тамактанууга акча сарптоо керек, же болбосо бул убакытты башка бир нерсеге арнай алат элеңер (бул алтернативдүү мүмкүнчүлүктөр деп аталат). Ал эми баа 450 сомго чейин жогоруласа, анда силерге бул сабактарга 4 сааттан ашуун убакытты сарптоону да каалашыңар мүмкүн. Башкача айтканда, баа канчалык жогору болсо, ошончолук силердин сунуш жогору болот. Бирок, комузга үйрөтүү үчүн силер күнүнө 6 сааттан көп арнай албайсыңар, анткени колледжде окуп жатасыңар, тагыраак айтканда убакыт деген ресурс силерде чектелүү.

Керектөөчүлөр өзү менен суроо-талап тарапты билдирет. Мисалы, бир саатка 300 сом баа боюнча силер жумасына 1 сабакты сатып ала аласыңар дейли. Эгерде баасы 150 сомго чейин түшсө, анда силер жумасына 2 саат алектенүүнү каалашыңар мүмкүн. Ал эми баасы саатына 450 сом болсо, силер бул курстарды алуудан баш тартасыңар жана башка мугалимди издеп көрөсүңөр. Башкача айтканда, баасы канчалык төмөн болсо, өндүрүмгө болгон суроо-талап ошончолук жогору болот.

Суроо-талап сунушка туура келген учурда **өндүрүмдүн тең салмактуу баасы** түзүлөт. Мындай баада суроо-талап сунушка барабар болот. Биздин мисалда тең салмактуу баа болуп 300 сом саналат. Тең салмактуу баадан төмөн баага өндүрүүчүлөр сатууну каалабайт, ал эми 300 сомдон жогору баага сатып алуучулар сатып алгысы келбейт.

**Тапшырма:**



**«Рыноктогу бааны түзүү»**

Базарда кандай болбосун өндүрүмдүн баасы жөнүндө соодалашуунун мисалын келтиргиле. Суроо-талап кылган тарапты жана сунуш тарапты түшүндүргүлө жана тең салмактуу баанын түзүлүшүн көрсөткүлө.

Эгерде, силерде комуз чертүүгө үйрөнүү муктаждыгы болсо жана шаарыңарда башка мугалим болбосо, мүмкүн силер башка кошумча булактарды таба аласыңар, өзүңөрдүн башка чыгымдарыңарды кыскартасыңар жана саатына 350 сомдон турган сабактарды сатып аласыңар, башкача айтканда өндүрүм сейрек кездешет жана аны алмаштыруучулар жок. Анда комуз чертүүгө үйрөткөн бул мугалим шаарыңардагы монополист болуп саналат, ал мындай кызмат көрсөтүүнү жалгыз жеткирүүчү, демек ал тең салмактуу баадан да жогору бааны коё алат жана сатып алуучуда анын өндүрүмүн сатып алуудан башка тандоо болбойт. Монополиядан тышкары башка рыноктук түзүмдөр бар, бир эле товарды өндүрүүчүлөрдүн саны баага кандай таасир тийгизерин түшүнүү үчүн аларды кыскача карап көрөлү.

*11-таблица. Рыноктук түзүмдөрдүн типтери жана алардын баага таасир этүүсү*



Рыноктук түзүмдүн тиби	Монополия	Олигополия	Монополисттик атаандаштык	Жеткилең атаандаштык
Мүнөздөмө	уникалдуу өндүрүмдүн бир өндүрүүчүсү	бир нече өндүрүүчү болжолдуу бирдей өндүрүмдү өндүрүүдө	жетишээрлик сандагы өндүрүүчүлөр бири-биринен бир аз айырмаланган өндүрүмдү өндүрүүдө	көп сандагы өндүрүүчүлөр бирдей өндүрүмдү өндүрүүдө
Бааларга таасир этүү	олуттуу, бирок абсолюттук эмес, эгерде бааны дайыма жогорулата берсе, жыйынтыгында сатып алуучулар бул продукциянын кереги жок деген тыянакка келишет	жетиштүү, атаандаштар менен баа жөнүндө келишим болушу мүмкүн	бир аз гана	таасир жок, анткени алмаштыруучулар көп
Мисал	газ, электр энергиясы	уюлдук байланыш оператору	ресторандар	айыл чарба өндүрүмү

**Суроо:**



Чачыңарды канчалык тез кырктырып турасыңар, эстегиле. Чачыңарды кырктырып жүргөн жерде бул кызмат канча турат? Чач кыркуунун баасы башка чач-тарачтардагы баадан айрмаланабы? Силердин көз караш боюнча чач кыркуунун баасынын жогору же төмөн болушуна эмне өбөлгө түзөт?

**Тапшырма:**



**«Өндүрүмүм үчүн рыноктук түзүмдүн тиби»**

«Атаандаштарымды талдоо» тапшырмасынын натыйжаларын эске алып, өндүрүмүңөрдүн рыногу рыноктук түзүмдүн кайсы тибине тийшелүү экенин божомолдогула. Бааны аныктоодо силерге атаандаштарыңардын баа диапазонун эске алуу керекпи?

Өндүрүмдүн баасына суроо-талап жана сунуш гана таасирин тийгизбестен, өндүрүмдү өндүрүүдө кеткен чыгымдар да таасирин тийгизет. Башкача айтканда, ишкерлерге өндүрүмүн өндүрүү канча тураарын эсептөө керек. 1-главадагы өндүрүш факторлорун эстегиле.

Ар бир бизнес туруктуу жана өзгөрүүчү чыгымдарга ээ. **Туруктуу чыгымдар** – бул силер канча өндүрүмдү чыгарууну каалаганыңарга карабастан тарткан чыгымдар (мисалы, ижара акысы, коммуналдык чыгымдар, административдик персоналдын эмгек акысы, салыктардын кээ бир түрлөрү ж.б.). **Өзгөрүлмө чыгымдар** өндүрүлгөн өндүрүмдүн

санынан көз каранды болот (мисалы, сырьёго жана материалдарга чыгымдар, кызматкерлердин эмгек акысы ж.б.).

Мисалы, силер наабайкананы ачууну чечтиңер. Силер 20 бөлкө жана пирог сатасыңарбы же 100 бөлкө жана пирог сатасыңарбы айырмасы жок, силерге ижара акысын, жабдуулардын амортизациясын, сатуучунун, кароолчунун базалык ставкасын төлөө зарыл. Бул силердин туруктуу чыгымдарыңар. Силер эч нерсе сатпасаңар аларды да төлөйсүңөр. Ал эми унду жана шекерди, башкача айтканда сырьёну жана материалдарды, газды, электр энергиясын сатып алууга чыгымдар өндүрүлгөн өндүрүмдүн санынан түздөн-түз көз каранды болот. Мисал келтирүү жана жеңил эсептөө үчүн бул наабайкана ишкананын формасына карабастан, төлөгөн бардык салыктар туруктуу жана өзгөрүүчү чыгымдардын наркына кошулду дейли.

Туруктуу жана өзгөрүлмө чыгымдардын ортосундагы айырманы түшүнүү зарыл. Ири туруктуу чыгымдары менен бизнес дээрлик тобокелдүү болуп саналат, анткени иш оңунан чыкпаса жана бизнес кирешелүү болбосо да ижара, жабдууларды сатып алуу акысын баары бир төлөө зарыл, ал эми өзгөрүлмө чыгымдарды дароо токтотууга болот.

Мисалы, силер жумасына 200 бөлкө нан бышырасыңар дейли. 200 бөлкөнү өндүрүү үчүн өзгөрүлмө чыгымдар 1000 сомду түзөт. Анда 1 бөлкөнү өндүрүү наркы –  $1000/200 = 5$  сом. Эгерде силер өндүрүүнүн көлөмүн 400 бөлкөгө чейин жогорулатсаңар да, өзгөрүлмө чыгымдар 2000 сомду түзөт жана өндүрүмдүн наркы  $2000/400 = 5$  сом бойдон кала берет (1 бөлкөгө карата өзгөрүлмө чыгымдар).

Туруктуу чыгымдар жумасына 500 сомду түзсүн дейли, анда 1 бөлкөнү өндүрүү үчүн чыгымдар  $500/200 = 2,5$  сомду түзөт. Эгерде силер өндүрүмдүн көлөмүн 400 бөлкөгө чейин жогорулатсаңар да, туруктуу чыгымдар 500 сом деңгээлинде калат, бирок өндүрүмдүн наркы төмөндөйт жана  $500/400 = 1,25$  сомду түзөт (1 бөлкөгө туруктуу чыгымдар). Ушундан улам ири ишканалардын өндүрүмүнүн өздүк наркы чакан өндүрүүчүлөрдүкүнө караганда азыраак болот – бул **масштабдан эффект** деп аталат.

Анда **өндүрүмдүн өздүк наркы** (бардык туруктуу жана өзгөрүлмө өндүрүштүк чыгымдардын суммасы), жумасына 200 бөлкө өндүрүүдө  $5+2,5 = 7,5$  сомду түзөт.

12-таблица. Өндүрүмдүн бирдигинин өздүк наркы

Өндүрүмдүн көлөмү	200 бөлкө	400 бөлкө
Туруктуу чыгымдар	500 сом	500 сом
Өзгөрүлмө чыгымдар	1000 сом	2000 сом
Жалпы чыгымдар	$500+1000 = 1500$ сом	$500+2000 = 2500$ сом
Өндүрүмдүн бирдигинин өздүк наркы	$1500 / 200 = 7,5$ сом	$2500 / 400 = 6,25$ сом

Эмне үчүн өздүк нарк маанилүү? Анткени өздүк нарк – товардын бирдигинин баасынын төмөнкү чеги. Эгерде өндүрүмдүн баасы өздүк наркка барабар болсо, анда өндүрүүнүн бардык чыгымдары акталат, бирок ишкана киреше албай калат.

Башкача айтканда, баасы 7,4 сом болсо, биздин ишкана зыян тартып, чыгашага иштейт. Эгерде баасы 7,5 сомго барабар болсо, анда биз нөлгө чыгабыз. Эгерде баасы 9 сом болсо, анда пайда ар бир бөлкөдөн 1,5 сомду түзөт.

Жумасына 200 бөлкө өндүрүү менен силер жума сайын 2000 сом киреше алууну күтүп жатасыңар дейли. Анда ар бир бөлкөдөн силер  $2000/200 = 10$  сом киреше алашыңар керек. Өздүк нарк 7,5 сомду түзгөн учурда күтүлүүчү пайданы алуу үчүн силер 17,5 сом баасын коюшуңар керек.

Эгерде силер 200 бөлкөнүн баарын 17,5 сом баа боюнча сатсаңар, сатуудан түшкөн киреше  $200 * 17,5 = 3500$  сомду түзөт. 200 бөлкөнү өндүрүүнүн өздүк наркы =  $200 * 7,5 = 1500$  сом. Ал эми силердин пайда =  $3500 - 1500 = 2000$  сом.

13-таблица. Киреше жана пайда

Өндүрүмдүн көлөмү	200 бөлкө	400 бөлкө
Өндүрүмдүн бирдигинин баасы	17,5 сом	17,5 сом
Жалпы чымдар (өздүк нарк)	$200 * 7,5 = 1500$ сом	$400 * 6,25 = 2500$ сом
Сатуудан түшкөн киреше (түшкөн каражат)	$200 * 17,5 = 3500$ сом	$400 * 17,5 = 7000$ сом
Киреше	$3500 - 1500 = 2000$ сом	$7000 - 2500 = 5500$ сом

Өздүк наркты аныктоодо бардык чыгымдарды эске алуу зарыл, мисалы, силер жарнама ролигине акча сарптадыңар же жеткирүү кызматына төлөйсүңөр же таңгактоо үчүн пакеттерди сатып аласыңар же бааны жазуу үчүн маркерди сатып аласыңар ж.б.

Чыгымдарды эсептөөдө убакыт жөнүндө унутпоо зарыл, эгерде силер чач-тарач болсоңор, анда чач алууга канча саат коротосуңар, эгерде силерде наабайкана болсо, анда нан же пирог бышыруу жана аны жеткирүү үчүн канча убакыт кетет ж.б.

Демек, пайданы максималдаштыруу өндүрүмдүн өздүк наркын төмөндөтүүдөн да көз каранды болушу ыктымал.

**Суроо:**

Өздүк наркты төмөндөтүүнүн жолдору кандай болушу мүмкүн? Алар өндүрүмдүн (товардын жана кызматтардын) сапатына кандай таасирин тийгизе алат? Мисалдарды келтиргиле.

Ошентип, өндүрүмүңөрдүн баасына төмөнкүлөр таасирин тийгизет:

- ❖ атаандаштардын баасы;
- ❖ өндүрүмдүн өздүк наркы (чыгымдарыңар);
- ❖ киреше ченеми (ишкананын ишмердүүлүгү үчүн керектүү киреше);
- ❖ өндүрүм үчүн керектөөчүлөр канча акча төлөөгө даяр экенин аныктоо, башкача айтканда керектөөчүлөр үчүн өндүрүмдүн баалуулугу;
- ❖ максаттарыңар (кардарларды мезгилдик тартуу, калдыктарды сатып түгөтүү ж.б.).

**Тапшырма:****«Өндүрүмүңөрдүн өздүк наркын жана баасын эсептөө»**

Өндүрүмүңөрдүн өздүк наркын эсептөөгө жана анын баасын аныктоого аракет кылгыла. Жогоруда көрсөтүлгөн бардык факторлорду эске алгыла. Тапшырманы аткарууда кандай кыйынчылыктар пайда болду?

Баа түзүүнүн кошумча ыкмалары:

- ❖ психологиялык белги боюнча баа коюу:
  - кадыр-барктын баасы – өндүрүм жогорку сапатта жана кадыр-барктуу деген сезимди пайда кылуу үчүн жогорку бааны койгон учур;
  - «тегерек» баалар эффекти: 199 сом баасы 200 сом баасына караганда бир кыйла жагымдуураак көрүнгөн учур;
- ❖ бааны арзандатуу, мисалы, стимулдаштыруучу баа түзүү же аныкталган товарды сатып түгөтүү үчүн же рынокко биринчи жолу чыгып, сатып алуучуларды тартуу үчүн же товардын 2 жана андан көп бирдигин сатып алуу же, мисалы, мезгилдик арзандатуулар учурунда төмөнкү баалар убактылуу коюлган учур.

Суроо:



Баа түзүүнүн кошумча ыкмалары боюнча кандай мисалдарды келтире аласыңар?

Тапшырма:



**«Баа түзүүнүн кошумча ыкмалары»**

Силердин массаж салонуңар үчүн 29 сүлгү сатып алуу керек дейли. Сүлгү сатуучу заказ 1000 сомдон жогору болсо, акысыз жеткирүүнү сунуштап жатат. Бир сүлгүнүн баасы – 65 сом. Үч сүлгүдөн турган топтом 150 сом турат. Силер сүлгү сатып алуу үчүн канча акча сарпташыңар керек жана акысыз жеткирип береби?

## 6. Өндүрүмдү позициялоо жана бренддөө

Сатып алуу учурунда сатып алуучулар көбүнчө алгач бренддин таанымалдыгына багытталышат. Ошондуктан бирдей керектөөчүлүк касиеттери менен, бирок ар кандай бренддеги товарлар ар кандай баада сатылат, таанымал бренд баага бир топ кошумча наркты берет. Өндүрүмдү позициялоо - керектөөчүлөрүңөрдүн оюнда товарыңардын же кызмат көрсөтүүнүн образын канчалык бекемдей ала турганыңарды билдирет, ал эми бренддөө – бул өндүрүмүңөрдү аныктоого жардам берген: аталыш, логотип, мүнөздөмөлөр, фирмалык стил. Мисалы, качан музыканы жана «Праздник к нам приходит, праздник к нам приходит...» сөздөрүн укканда, биз дароо «Всегда Кока-Кола» деген сөздөрдү кошкубуз келет жана герлянда менен кызыл жүк ташуучу машинаны көз алдына келтиребиз жана Жаңы жылдын «жытын» сезебиз.

Буга чейин айтылгандай, товарларды позициялоонун стратегиясын аныктоодо ал кандай аудиторияга багытталганын эске алуу керек. Силер өндүрүмдү райондун, шаардын, областтын, өлкөнүн ичинде сатууну же тышкы рынокторго чыгып сатууну көздөп жатасыңарбы.

Бренддөө тармактары:

- ❖ өндүрүмдү бренддөө: ар бир товарга логотибиңерди жайгаштыруу (фирмалык таңгак, фирмалык баштык, чаптамалар)
- ❖ жайгашкан жерди бренддөө (дүкөндү, кеңсени): дүкөндүн көрнөгүн, кире беришин жасалгалоо, баннердик стенддер, меню, интерьер, кеңселик тактачалар, калемдер, папкалар, ежедневниктер, календарлар, кружкалар, желектер





- ❖ транспорттуу бренддөө: автомобилге, кичи автобуска же мопедке фирмалык логотипти түшүрүү, брендиңердин түстөрүнө боёо же коомдук транспортту бренддөө, ошентип транспорт жүргөндө аудиторияны камтуу жогорулайт.
- ❖ персоналдын тышкы келбетин бренддөө: фирмалык кийим, аксессуарлар, шарфтар, галстуктак, кепкалар, бейджиктер
- ❖ азем белектерди бренддөө: фирмалык символика түшүрүлгөн белектер - керектөөчүлөр дайыма колдонуучу нерселер, андыктан бул белектер керектөөчүлөргө өндүрүмүңөрдү эстетип турат (календарлар, кружкалар, футболкалар, кепкалар, блокноттор ж.б.).

**Тапшырма:**



**«Өндүрүмүңдү бренддөө»**

Ишканаңар же өндүрүмүңөр үчүн аталышты ойлоп тапкыла. Логотибиңер кандай болот? Сүрөтүн тарткыла. Бизнесиңерди баштоо үчүн бренддөөнүн кайсы тармактарын тандайсыңар? Өндүрүмүңөрдүн мүнөздөмөлөрүн атагыла.

<p><b>Өндүрүмдү бренддөө</b></p> 	<p><b>Транспорттуу бренддөө</b></p> 	
<p><b>Азем белектерди бренддөө</b></p> 	<p><b>Персоналдын тышкы келбетин бренддөө</b></p> 	<p><b>Жайгашкан жерди бренддөө</b></p> 

12-сүрөт. Бренддөө тармактары<sup>1</sup>



**Кейс:**

**Таңгак мааниге ээ [23, 128-б., адаптацияланган]**

Катя иттер үчүн шампундун жаңы линиясын иштеп чыкты. Шапмунь иттер үчүн коопсуз болуш үчүн ал шампундун курамын аныктоого көп убакыт кетирди. Анын кийинки кадамы – шампунду кантип таңгактоону тандоо. Ал шампунду бөтөлкөгө куюу жолун тандабастан, шампунду бир жолу колдонуу үчүн таңгактарды жасоону чечти. Ошондой

<sup>1</sup> Сүрөттөр «Альфа-Телеком» ЖАКтын [www.megacom.kg](http://www.megacom.kg) расмий сайтынан алынган

эле, кутучага мындай бир жолу колдонулуучу шампундун 6 даанасын салууну ойлоп тапты, баасын белгиледи жана сатууларды баштады.

Алгачкы сатуулар жакшы болду, бирок ошол эле кардарлардан кайталанган буйрутмалар түшкөн жок. Үч айдан кийин анын кирешеси бир топ кыскарды. Мындай абалда бизнести жүргүзүү ага мүмкүн болбоду, анткени чыгымдарды жабуу үчүн акча каражаты жетишпей калды.

Катя эмне үчүн кардарлар анын шампунун албай калгандыгын аныктоо максатында өз керектөөчүлөрүн сурамжылоо жолу менен изилдөө жүргүзүүнү чечти. Ал байланышкан биринчи 10 кардар шампунь жакшы болсо да, таңгак ыңгайсыз болгонун билдирди. Аларга бир кол менен итти кармоо жана бир жолу колдонулуучу таңгактагы шампунду сыгуу кыйынчылыкка турду. Ошондо Катя таңгактын формасын тандоодо чоң ката кетиргенин түшүндү. Бирок, ал болгон акчасын бир жолку таңгактагы шампундун бул партиясын чыгарууга сарптагандыктан, эмне кылуу керек экендигин билген эмес жана бизнести жабуу чечимин кабыл алды.

**Кейске карата суроолор жана тапшырмалар:**

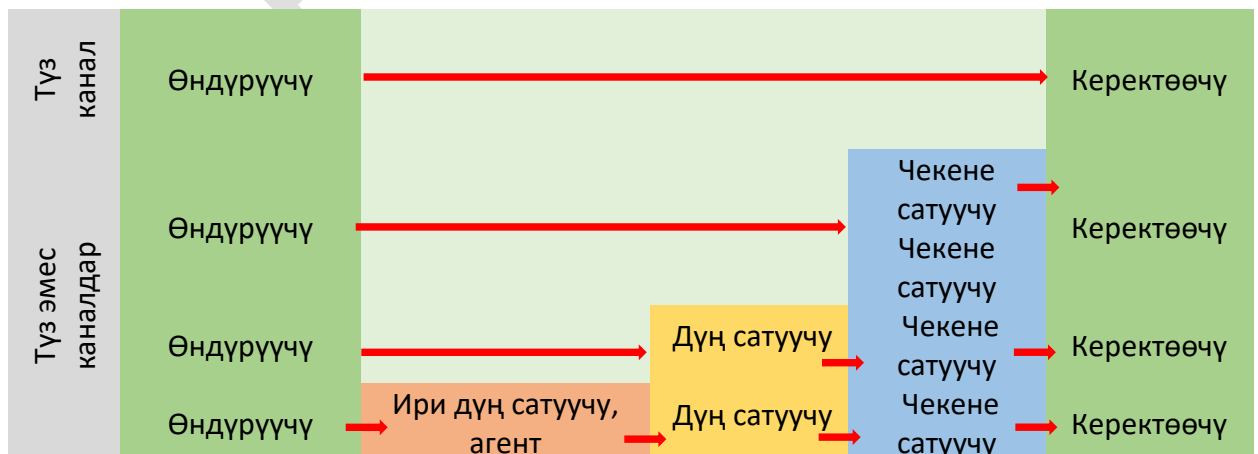
1. Бул катаны болтурбоо үчүн Катяга эмнени кылуу зарыл эле?
2. Бизнесинин жабылышын алдын алуу үчүн Катя кандай аракеттерди көрсө болмок?

#### 7. Өндүрүмдү сатуу (өткөрүү, жайылтуу, дистрибуциялоо) жана жайгашкан жери

Бул маркетингдик пландын маанилүү компоненти, ал өзүнө ишканаңардын жайгашкан жерин жана керектөөчүлөр товарыңарды сатып алуусуна жардам берген ыкмаларды камтыйт. Керектүү өндүрүм керектүү жерде жана керектүү убакта болгондугуна ынануу зарыл.

Өндүрүмдү өткөрүү каналдары – товар же кызмат өндүрүлгөн учурдан баштап керектөө чейин басып өткөн жол. Өндүрүмдү өткөрүүнүн туура каналын тандоо убакытты үнөмдөөгө жана өндүрүмдүн өздүк наркын азайтууга жардам берет.

Өндүрүмдүү өткөрүү каналдары түз болушу мүмкүн, башкача айтканда өндүрүүчү өз өндүрүмүн өзү саткан учур, мисалы өз дүкөнү аркылуу жана түз эмес, башкача айтканда сатуу процессинде аяккы керектөөчүгө чейин бир же бир нече ортомчу катышкан учур. [23, 149-б., адаптацияланган].



## 13-сүрөт. Өндүрүмдүү өткөрүү каналдары

Бизнесиңер таблицада көрсөтүлгөн кайсы болбосун этаптардын бирөөсүндө болушу мүмкүн, мисалы, даяр өндүрүмдү кайра сатуу менен чекене соодада.

Кызмат көрсөтүүлөрдү өндүрүүчүлөр көбүнчө ортомчуларга ээ болбойт жана керектөөчүлөрүнө түздөн-түз сатышат, анткени өндүрүү жана сатуу бир эле убакытта ишке ашырылат. Мисалы, эгерде силер кафеде тамактанып жатсаңар, бул жерде ортомчулар болбойт, тамакты даярдап келишти жана силер ошол эле жерден аны жеп алдыңар. Ал эми силер тамакты үйгө заказ кылсаңар, мисалы, курьердик кызмат аркылуу, анда курьердик кызмат түрүндөгү ортомчу пайда болот, тиешелүү түрдө силердин тамак сатып алуу чыгымдарыңар жогорулайт.

## Тапшырма:



## «Өткөрүүнүн альтернативдүү каналдары»

Силер Ысык-Көлдө жашайсыңар жана үй-бүлөңөр балык ыштоо менен алектенет дейли. Силер жай жана эрте күздө балыкты активдүү сатасыңар. Ал эми калган убакта сатып алуучулар анча көп болбойт. Жыл ичинде сатууларыңарды канткенде жогорулата алат элеңер, баяндап бергиле.

Өндүрүмдү физикалык сатууда сатуучунун коммуникативдик көндүмдөрү өтө маанилүү (2-темада кененирээк карагыла). Андан тышкары, өндүрүм, анын касиеттери, артыкчылыктары жөнүндө билимдер жана бул артыкчылыктарды көрсөтө билүү жөндөмдүүлүгү маанилүү.

*«Тозокто сатуучу-консультанттар «Бул казанды сунуштайм, өзүм ушундайда кайнап жатам» деген сөздөр менен «жаңы келгендерди» тосуп алат» (элдик анекдот).*

Эгерде бизнесиңер адамдардын келүүсү менен байланышкан болсо, анда бизнестин жайгашкан жери чечүүчү мааниге ээ болушу ыктымал. Мисалы, силер кийим сатуучу дүкөндүн ээси болсоңор, анда соода жакшыраак болгон чоң соода борборунда butik ачууну каалашыңар мүмкүн. Же сулуулук салондору, ресторандар, наабайканалар ж.б.

Бизнестин жайгашкан жери азыраак ролду ойнойт, мисалы, өндүрүүчүлөр үчүн шаардын борборунда тигүү цехи катары кымбат имаратты издөөдөн пайда жок, анткени аны ошондой эле башка райондордо да ийгиликтүү жайгаштыруу мүмкүн. Же килем тазалоо боюнча кызматтар, алар уктоочу райондорго жакыныраак жайгашышы ыктымал.

Жайгашуу жеринин минимум чыгымдарды талап кылган дагы бир түрү, өзгөчө баштапкы этапта – бул, мисалы, үйүңөрдө. Өзгөчө, интернет-сатуулар менен алектенүүнү чечсеңер. Бирок, бул жерде да ар кандай кемчиликтер бар, группалаштарыңар менен аларды талкуулап көргүлө.

## Суроо:



Бизнесиңиздин жайгашкан жерин тандоодо атаандаштарыңыздын бизнесинин жайгашкан жерин эске алуу зарылбы? Эмне үчүн?

Бизнестин жайгашкан жери менен катар имараттын планировкасы да маанилүү, башкача айтканда эмне жана кайсы жерде жайгашат, касса жана башкалар кайда болот.

**Тапшырма:**



**«Бизнесимдин жайгашкан жери жана өткөрүү каналы»**

Өндүрүмүңөрдү ийгиликтүү сатуу үчүн эмне керек? Өндүрүмдүн жогорку өтүмдүүлүгү маанилүүбү («Максаттуу аудитория жана өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профили» тапшырмасын эстегиле)? Өндүрүмүңөрдүн максаттуу аудиториясы кайсы жерде жайгашкан? Бизнесиңер үчүн дээрлик ыңгайлуу жайгашуу жерин тандагыла. Өндүрүмүңөрдү өткөрүү каналы түзбү же түз эмеспи?

**8. Өндүрүмдү илгерилетүү жана сатып алуучуларды тартуу**

*«Жылдыздар согушунун» ийгилиги темасы боюнча өзүнүн кызыктуу изилдөөсүндө «Адамдар башка бирөөгө жаккан нерсени жактырышат, – деп белгилейт Касс Санстейн. – Эгерде бир жерде ызы-чуу көбүрөөк болсо, көпчүлүгүбүз ал эмне менен байланышканын билгибиз келет. Биздин маркетингдик кампаниябыз дал ушундай реакцияны түзүшү керек». (Р. Холлидей. Как создавать и продвигать творческие проекты. Попурри: 2018. 256-б.)*

Өндүрүм канчалык жакшы болбосун, сатып алуучулар ал жөнүндө эч нерче билбесе силер аны сата албайсыңар. Илгерилетүү деп керектөөчүлөрдүн көңүлүн өндүрүмгө тартуу, өндүрүм жөнүндө маалыматты жана аны керектөө муктаждыгын калыптандыруу үчүн багытталган бардык маркетингдик коммуникациялардын жана кадамдардын топтому экенин түшүнүү зарыл.

Өндүрүмдү илгерилетүүнүн башкы формасы болуп жарнама саналат. Жарнама керектөөчүлөргө өндүрүмүңөрдүн мүнөздөмөлөрүн жана анын бар экенин билүүгө жардам берет, позитивдүү образды жаратат жана аны унутуп калууга жол бербейт.

**Маалымкат:** 2017-жылдан баштап интернет-жарнамага болгон дүйнөлүк чыгымдар телеберүүдөгү жарнаманын чыгымдарынан ашып, жарнама рыногунун 50% жакынын түзүүдө, башкача айтканда телеберүүдөгү, басылмалардагы, радиодогу ж.б. жарнама бардыгы биригип канча түрса ошончо тура баштады. Мисалы, расмий сайттын маалыматы боюнча Амазон компаниясы 2019-жылы жарнамага 11 млрд. долл. сарптаган. Компаниялар жарнамага жылдык кирешеден орточо 12%, ири компаниялар – 13-14%, чакан компаниялар – 10% сарпташат.

Булак: [www.gartner.com](http://www.gartner.com)

Силер кандайдыр бир товарды же фирманын жайгашуу жерин издеп жатканда, алгач бардыгын билүүчү интернет тармагынан сурайсыңар. Интернет-жарнамалар жыл сайын популярдуу боло баштаганы таң калыштуу эмес. Интернет бизнеске керектөөчүлөр менен социалдык тармактардагы баракчалар, комментарийлер, мессенджерлердеги группалар аркылуу өз ара аракеттенүүгө мүмкүнчүлүк берүүдө.

Интернет-жарнаманын түрлөрү көп, алардын арасында башка сайттарда (жаңылыктар жана у.с.) туруктуу жарнамалык (кыймылсыз) баннерлер, калкыма жарнама, жарнама-



обойлор (бир нече секундага бүт экранга чыгат), электрондук почта аркылуу жиберүүлөр жана көптөгөн башка варианттар бар.

Телеберүүдөгү (жарнаманын эң кымбат түрүү), радиодогу, гезиттердеги жана журналдардагы, ошондой эле тышкы жарнаманы, мисалы билборддогу жарнаманы (жарнаманын бул тибин саясий ишмерлер жана партиялар шайлоо алдындагы кампаниялар учурунда өтө жакшы көрүшөт), ошондой эле ар кандай иш-чараларда демөөрчү катары чыгып компаниянын логотиби түшүрүлгөн кепкаларды, футболкаларды, калемдерди таратуу түрүн да эсептен чыгарбоо керек.

### Суроо:



Кандай жарнамалык акцияларды эстей аласыңар? Көз карашыңар боюнча алар ийгиликтүү болдубу? Алар эмне үчүн эсиңерде калды?

Жарнаманын дээрлик ыңгайлуу түрүн тандоо бюджеттиңерден жана максаттуу аудиториядан көз каранды.

**Маалымкат:** Акыркы жылдары жаңы жакшы төлөнүүчү SMM-адиси кесиби популярдуу боло баштады. SMM - Social Media Marketing деп чечмеленет, башкача айтканда социалдык тармактарда илгерилетүү. SMM-адис социалдык тармактардагы баракчаларды, группаларды, пабликтерди, аккаунттарды, анын ичинде мессенджерлерди түзүү, алып баруу, өнүктүрүү, баракчаны таанымал кылуу, ошондой эле контентти, фото-, видео-материалдарды тартуу, социалдык тармактарда жарнаманы жүргүзүү, жазылуучулар менен баарлашуу, кадыр-барктын үстүндө иштөө, негативдүү сындарды нейтралдаштыруу менен алектенет. SMM-адиси кесибине ээ болуу үчүн курстарды аяктоо жана сертификат алуу гана жетиштүү, ошентип онлайн-курстарды да тандап алуу мүмкүн.

### Тапшырма:



#### «Өндүрүмүңдүн жарнамасы»

Өндүрүмүңөрдүн жарнамасынын мазмунун жана аны кайсы жерде жарнама кылаарыңарды ойлоп тапкыла. Өндүрүмүңөр үчүн слоганды ойлонуштургула.

## 9. Сатып алуучуларды кармап калуу

Сатып алуучуларды тартуу жетиштүү эмес, аларды сактап калуу зарыл. Биринчиден, сатып алуучуларыңарды уккүла жана кайтарым байланыш бергиле (сурамжылоолорду жүргүзгүлө, ой-пикирин сурагыла, канааттанбоо сындарын тоотпой койбогула, алар бардык кемчиликтерди көрүү үчүн жана аларды оңдоо үчүн маанилүү). Мисалы, Бишкек шаарындагы «Аладдин» кулинариясы дайыма заказдан кийин WhatsAppка билдирүү жиберип, керектөөчү анын өндүрүмү менен канааттандыбы деп сурайт. Бул кардарлар үчүн туруктуу байланыш жана алар бизнеске маанилүү деген сезимдерди пайда кылат, бул өтө маанилүү.

Экинчиден, сатып алуучуларды сактап калуу боюнча ар кандай стратегиялар жөнүндө унутпагыла, эгерде керектөөчүдө тандоо болсо да, ал баары бир силерди тандап алгандай

болушу керек. Мисалы, эң жакшы шарттарды түзүүчү топтоо карталары, бонус карталары, туруктуу сатып алуучулардын карталары, туруктуу сатып алуучуларды туулган күнү менен куттуктоо. Мисалы, керектөөчү авиабилеттерди тандап алууда жана анда Turkish Airlineдин картасы бар дейли, ошондо ал түрдүү варианттардын ичинен бул авиакомпаниянын рейстерин тандап алышы мүмкүн, анткени карта менен ага бонустук миляларды топтоо жеткиликтүү, ал учакка кезексик отура алат, кээ бир аэропорттордо карта ээлерине ар кандай ыңгайлуу шарттар менен атайын эс алуу залдары бар ж.б.

### **МАРКЕТИНГДИК ПЛАН**

Силер максаттарды коюп, өндүрүмдүн баяндалышын жазып, максаттуу аудиторияны аныктап, өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профилин түзүп, маркетингдик изилдөөлөрдү жүргүзүп жана атаандаштарыңарды талдап бүткөндөн кийин маркетингдик планды түзүүгө убакыт келди.

**Маркетингдик пландын түзүмү** төмөнкү элементтерден турат:

1. SMART-максаттарды койгула. Алар товарды рынокко чыгаруу, дүкөндү ачуу, сайтка кирүүлөрдүн санын көбөйтүү, жаңы сатып алуучуларды тартуу, орточо чекти жогорулатуу, өндүрүмдү илгерилетүү боюнча ар кандай иш-чараларды уюштуруу сыяктуу аракеттерге тиешелүү болушу мүмкүн. Максаттарга жетишүүнүн мөөнөттөрү жөнүндө унутпагыла.
2. Өндүрүмдүн рыногун жакшы билүү үчүн кырдаалдык талдоону жүргүзгүлө. Бизнесиңер таандык болгон тармакты баяндап бергиле. Ал үчүн төмөнкү элементтерди камтуучу чакан изилдөөнү жүргүзүү зарыл:
  - ❖ бизнесиңерге таасир эткен тышкы факторлор (жеткирүүчүлөр, атаандаштар);
  - ❖ тармак боюнча тренддер жана божомолдор (мисалы, тигүү өндүрүшүнүн өнүгүү божомолдору);
  - ❖ бул тармактын өнүгүүсүнө таасирин тийгизген технологиялар.
3. Товарды же кызмат көрсөтүүнү сүрөттөп бергиле, алар рынокто сатылган товарлардан же кызмат көрсөтүүлөрдөн эмнеси менен айырмаланат. Өндүрүмүңөрдүн уникалдуу касиеттерин бөлүп көрсөткүлө жана силердин өндүрүмдү алуу менен сатып алуучулар кандай өзгөчө пайда көрүшөөрүн аныктагыла. Ишканаңардын күчтүү жана алсыз жактарын, сатуулардын жана кирешенин өсүүсү үчүн мүмкүнчүлүктөрдү жана коркунучтарды баяндоо менен SWOT-талдоону жүргүзгүлө.
4. Максаттуу аудиторияңарды аныктагыла жана өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профилин түзгүлө.
5. Атаандаштардын талдоосун жүргүзгүлө. Силер кире турган рынок канчалык чоң экенин, силердин негизги атаандаштарыңар ким экенин жана атаандаштык күрөштө кантип утушка ээ болоруңарды талдагыла.
6. Бизнесиңердин жайгашкан жери керектөөчү үчүн өндүрүмүңөрдүн жеткиликтүүлүгүн камсыздайт.
7. Баа түзүү стратегиясы.
8. Өндүрүмдү илгерилетүү стратегиясы.

Тиркеме:



### CANVAS бизнес-моделинин үлгүсү

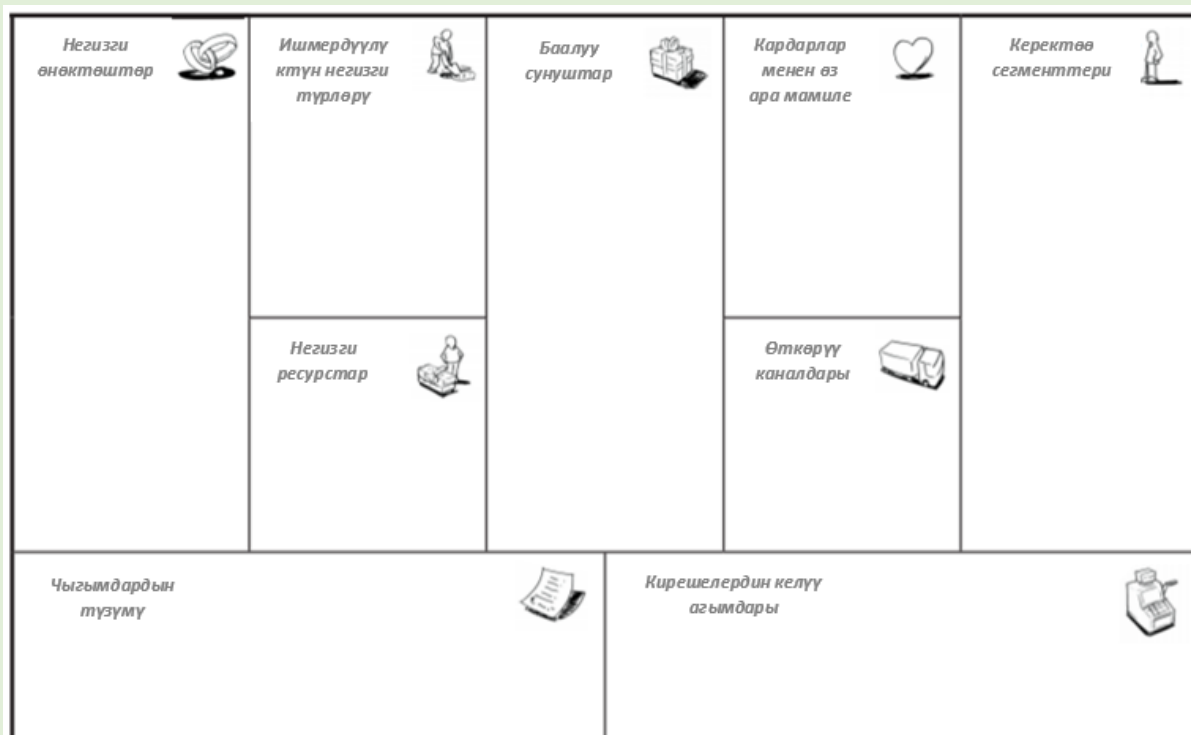
Жөнөкөй бизнес-моделдөөнүн популярдуу үлгүлөрүнүн бири болуп А. Остервальдер жана И. Пинье тарабынан сунушталган - CANVAS бизнес-модели саналат.

«Бизнес-модель уюмду түзүүнүн, өнүктүрүүнүн жана ийгиликтүү иштетүүнүн негизги принциптерин баяндоо үчүн кызмат кылат» [35, 20-б.].

Бул үлгү 9 блоктон турат, ал уюмдун ишмердүүлүгүн бир барактын бетинде элестетүүгө жардам берет, төмөндө авторлордун китебинен алынган таблица берилген [35, 50-б.].

Моделди түзүнүүнүн логикасы мындай:

1. алгач керектөөчүлөрдү аныктап алуу зарыл;
2. андан соң алар бизден кандай баалуулуктарды сатып алаарын, кандай өткөрүү каналдарынан аларды алаарын жана алар менен кандай өз ара мамилелерди түзүү керек дегенди аныктайбыз;
3. кирешелердин агымын жана керектүү ресурстарды санап чыгабыз;
4. иш алып баруу үчүн бизге зарыл болгон негизги аракеттерди жазып чыгабыз;
5. өнөктөштөр жана жеткирүүчүлөр жөнүндө унутпайбыз;
6. акыркы этапта чыгымдардын түзүмүн өздөштүрөбүз.



Тыянактар:

- ❖ Маркетинг өзү менен процесстердин тоptomун билдирет – керектөөчүлөрдүн муктаждыгын аныктоо жана аларды канааттандыруу үчүн зарыл болгон өндүрүмдү пландоо, илгерилетүү жана сатуу.

- ❖ Бизнесин баштаганга чейин өндүрүмүңөрдүн потенциалдуу сатып алуучусу ким экенин аныктап алуу керек, башкача айтканда максаттуу аудиторияны аныктоо зарыл. Бизнесин маанилүү аспектилеринин бири – керектөөчүлөрдүн муктаждыктарын түшүнүү. Өндүрүмүңөрдү керектөөчүнүн профилин түзүү буга жардам бериши ыктымал.
- ❖ Керектөөчүлөр эмнени каалап жатканын аныктоо үчүн маркетингдик изилдөө жүргүзүлөт. Маркетингдик изилдөө өзү менен сатып алуучулар, атаандаштар жана өндүрүм жөнүндө маалыматты чогултуу, жазуу жана талдоону билдирет.
- ❖ Ишкерге жеңилип калбоо жана өздүк бизнести жүргүзүү стратегиясын жакшыртуу үчүн атаандаштардын талдоосун жүргүзүү зарыл. Атаандаштарды талдоо өзүнө өндүрүмдүн ассортиментин, баа диапазонун, баардык атаандаштарыңардын артыкчылыктарын жана кемчиликтерин изилдөөнү камтыйт.
- ❖ Сатып алуучуларды тартуу гана эмес, кармап калуу да маанилүү. Бул үчүн кардарлардын ой-пикирин дайыма билүү, кайтарып байланышты түзүү, арзандатуулардын, топтоолордун ж.б. ар кандай программаларын сунуштоо зарыл.
- ❖ Маркетингдик стратегия өзүнө маркетингдик планды жана маркетингдик максаттарды камтыйт. Ал бул максаттарга кандай жетээриңерди аныктайт.
- ❖ Маркетингдик план көбүнчө өндүрүм жана анын мүнөздөмөлөрү, максаттуу аудитория, атаандаштардын талдоосу, маркетингдик бюджет, бизнестиң жайгашкан жери, баа түзүү стратегиясы, өндүрүмдү илгерилетүү жана сатуу стратегиясы жөнүндө маалыматты камтыйт.
- ❖ Өндүрүмдү бренддөө силердин өндүрүмдү аныктаган жана айырмаланткан аталыштын, логотиптин жана дизайндын болуусун билдирет. Позициялоо – бул керектөөчүлөрдүн оюнда өндүрүмдүн образын түзүү.
- ❖ Бизнесин баа түзүүдөгү максаттары ар түрдүү болушу мүмкүн: кирешени максималдаштыруу, атаандаштарга чабуул жасоо (төмөнкү баалар менен), керектөөчүлөрдү тартуу (алгачкы, мезгилдик).
- ❖ Баа түзүү – бул татаал процесс. Баага товарга болгон суроо-талап жана сунуш, түруктуу жана өзгөрүлмө чыгымдар, өздүк нарк, атаандаштардын баасы, психологиялык фактор, бааны арзандатуу, ортомчулардын саны, брендин таанымалдыгы, тейлөө сапаты ж.б. таасир этет.
- ❖ Жарнама товарларды илгерилетүүдө чоң ролду ойнойт, ал керектөөчүгө өндүрүмдүн бар экенин, анын касиеттери жана артыкчылыктары жөнүндө айтып берет жана аны унуттурбайт. Интернет-жарнамалар жыйыл сайын популярдуу болууда.
- ❖ Сатуу көндүмдөрү өтө маанилүү, алар өзүнө мыкты коммуникативдик көндүмдөрдү, өндүрүмдү жана анын касиеттерин билүү, өндүрүмдүн артыкчылыктарын көрсөтө билүү жөндөмдөрүн камтыйт.
- ❖ Жайгашуу жери физикалык келүү менен байланышкан бизнестиң түрлөрү үчүн чечүүчү мааниге ээ болушу ыктымал, негизинен бул кызмат көрсөтүү чөйрөсү, ал эми өндүрүштүк бизнес үчүн көбүрөөк ижаранын арзандыгы жана арзан жумушчу күчтүн жеткиликтүүлүгү маанилүүрөөк.

#### Текшерүү үчүн суроолор:

1. Маркетинг деген эмне жана ал бизнес үчүн эмнеге маанилүү?
2. Өндүрүмүңөр үчүн максаттуу аудиторияны кантип аныктоо керек?
3. Керектөөчүнүн профили өзүнө кандай мүнөздөмөлөрдү камтыйт?
4. Маркетингдик изилдөөнү жүргүзүүдөгү кадамдар кандай?

5. Атаандаштардын талдоосун эмне үчүн жана кантип жүргүзүшөт?
6. Сатып алуучуларды сактап калуу/кармап калуу үчүн кандай стратегиялар колдонулат?
7. Эмне үчүн маркетингдик стратегияны иштеп чыгууда кыска-, орто- жана узак мөөнөттүү максаттарды коюу маанилүү?
8. Ансофтун маркетингдик стратегиялар матрицасын мүнөздөп бергиле.
9. Өткөрүү каналдарынын негизгилери кайсылар?
10. Жарнама эмне үчүн керек?
11. Бизнестин ар кандай типтери үчүн бизнести жайгашкан жери кандай мааниге ээ?





**Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар:**

1. “Бизнес боюнча кеңештер: Бишкекте туура тамактануу рестораны кантип ачуу керек, 16 жөнөкөй кеңеш” макаласын окугула жана критикалуу ой жүгүрткүлө (булак: <https://limon.kg/news:68438>). Маркетинг жаатындагы ишкер кандай кеңештерди берүүдө? Бизнес-планыңарды түзүүдө кайсы кеңештерди колдоносуңар?
2. Интернетте, ТВда же гезиттеги биринчи көргөн жарнаманы алгыла жана бул жарнаманын негизинде максаттуу аудиторияны аныктоо боюнча 8 суроого жооп бергиле. Силер бул жарнамада эмнени жакшыртат элеңер?
3. Эң кымбат бренддердин актуалдуу тизмесин тапкыла. Силер биринчи 10дуктагы бренддерди колдоносуңарбы? Бул товарлардын кандай алмаштыруучуларын атай аласыңар?
4. Коомчулугуңардагы бизнесмендер менен баарлашкыла, алар өз бизнесинин жайгашкан жеринде кандай артыкчылыктарды жана кемчиликтерди көрүп жатканын сурагыла. Силердин көз карашыңар боюнча, бул ишканалардын ийгилиги алардын жайгашкан жеринен көз карандыбы?

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>6-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Маркетингдик максаттарды коюу жана маркетингдик планды түзүү бизнес-пландын бир бөлүгү болуп саналат.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетингдик максаттарды түзгүлө («Маркетингдик максаттар» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>2. Өндүрүмүңөр үчүн маркетингдик планды түзгүлө («Максаттуу аудитория жана өндүрүмүңдү керектөөчүнүн профили», «Атаандаштарымды талдоо», «Өндүрүмүңдүн өздүк наркын жана баасын эсептөө», «Өндүрүмүңдү бренддөө», «Бизнесимдин жайгашкан жери жана өткөрүү каналы», «Өндүрүмүңдүн жарнамасы» тапшырмаларынын жыйынтыктары).</li> </ol>	

## 7-ГЛАВА. КИРЕШЕЛЕРДИ ЖАНА ЧЫГЫМДАРДЫ ПЛАНДА!

<p>Максат</p> 	<p>Керектүү башапкы капиталдын эсебин жүргүзүүнү жана ишкананын кирешелерин жана чыгымдарын пландоону үйрөнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ керектүү башапкы капиталды эсептөөгө жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ ишкананын айлык чыгымдарын эсептей алам;</li> <li>○ кирешелер жана чыгашалар планын түзө алам жана балансты чыгара алам;</li> <li>○ кирешелер жана чыгашалар планын акча каражатынын кыймылынан айырмалай алам.</li> </ul>

Өз ишканабыздын перспективаларын баалоо үчүн чыгымдарды жана кирешелерди эсептөө зарыл. Бизнесин масштабдарына, өндүрүлүүчү өндүрүмдүн түрүнө жараша мындай эсептөөлөр татаалдык даражасы боюнча дифференцияланышы мүмкүн. Бул жерде кирешелерди жана чыгымдарды эсептөөнүн татаал эмес ыкмасы келтирилет.

Бул этапта силерде бизнес-идея бар, керектөөчүңөр ким экенин билесиңер, өндүрүмдүн өздүк наркын эсептедиңер жана баасын аныктадыңар. Бизнесин негиз салуучу максаты киреше алуу, акча алуу экенин түшүнүү керек, ал эми акча эсепти жакшы көрөт – аларды пландоо керек. Бул үчүн төмөнкүлөрдү аткаруу зарыл:

1. Башапкы чыгымдарды санап чыгуу
2. Ар айлык чыгымдарды санап чыгуу
3. Таблицалык редактордо эсептөө, мисалы, Microsoft Excelде
4. Болжолдуу кирешелерди эсептөө
5. Пайданы эсептөө, башкача айтканда балансты чыгаруу, качан баланс оң натыйжалуу болгондо – бул чыгашасыздыкка чыгуу дегенди билдирет.



14-сүрөт. Кирешелерди жана чыгымдарды пландоо этаптары

Ар бир кадамды кененирээк карап чыгалы.

**Башапкы чыгымдар** – бул силер бир жолу бизнесиңердин эң башында тарткан чыгымдар. Алар төмөнкүлөр болушу мүмкүн:

- ❖ жайды оңдоп-түзөө;
- ❖ эмерек,
- ❖ компьютерлер жана программалык камсыздоо, принтерлер;

- ❖ телефондор, коммуникацияларды, интернетти өткөрүү;
- ❖ жабдуулар, анын ичинде атайын жабдуулар;
- ❖ юридикалык кызматтар (ишкананы каттоо учурундагы консультациялар ж.б.);
- ❖ канцелярия, кеңсе буюмдары;
- ❖ маркетинг, сайтты жазуу ж.б.

Бизнес бир нече айдан кийин же мүмкүн бир жылдан кийин өзүн актап башташы ыктымал. Ошондуктан баштапкы этапта **ар айлык чыгымдарды** да эске алуу зарыл, жок дегенде алдын ала 3 айга. Ар айлык чыгымдар – ар бир айда акчанын сарпталышын талап кылган нерселер. Мисалы:

- ❖ кызматкерлердин эмгек акысы;
- ❖ ижара акысы;
- ❖ коммуналдык чыгымдарды төлөө;
- ❖ салыктар, патент сатып алуу;
- ❖ бизнестин спецификасы менен байланышкан чыгымдар (мисалы, силер чач-тарач кызматын көрөтсөңөр, анда бул шампундар, бальзамдар болушу ыктымал);
- ❖ насыяны төлөө;
- ❖ резервдик фонд (запас) – ар кандай эске алынбаган кырдаалдар үчүн каражаттар, мисалы, сырёнун баасы же ижара акысы кымбаттаса ж.б.

Бардык чыгымдарды деталдуу жазуу жана реалдуу суммаларды кандай болсо да төмөндөтпөө зарыл. Алгач чыгымдар беренелеринин тизмесин суммасыз жазып алгыла. Суммаларын кийинки этапта жазасыңар, бул чыгымдардын өсүүчү суммасы коркунучун жана өзүн алдоону каалоону алдын алууга мүмкүндүк берет. Эгерде альтернативалар болсо, анда аларды да кошуп жазуу керек, наркты эсептөөдө алар чыгымдарды оптималдаштырууга (аларды төмөндөтүүгө) жардам берет. Андан соң цифраларды жазуу керек, эгерде силер тигил же бул берене боюнча сумманы болжолдуу гана билсеңер, анда аны тактоо, базардагы баа боюнча учурдагы маалыматты табуу керек.

Чыгымдарды пландоого бир жума кетиргиле жана досторуңар, жакын адамдарыңар менен талкуулагыла, мүмкүн чыгымдарды оптималдаштыруу боюнча кеңештер пайда болот. Ар бир аракетинерди отчеттуулук менен бекемдөө керек экенин унутпагыла. Мисалы, сатып алуу учурунда квитанцияларды, чектерди, эсеп-фактураларды талап кылгыла. Булар болбосо, силер адекваттуу финансылык отчеттуулукту жүргүзө албайсыңар.

Андан кийин, талап кылынуучу каражаттарды эсептөө үчүн кандай болбосун таблицалык редакторду колдонууга болот, ал ошондой эле суммаларды санайт жана ар бир айда кирешелер жана чыгашалар боюнча маалыматты ал жакка кошууга болот, мисалы, Microsoft Excel. Кийинки этаптарда бул таблицкага сатуулардан түшкөн кирешелерди кошуу жана балансты чыгаруу зарыл болот.

Көңүл бургула, ишканаңардын ар айлык кирешелерин жана чыгашаларын топтоо тартибинде жазуу керек, башкача айтканда буга чейинки айдын чыгашаларына учурдагы айдын чыгашаларын кошуу жана ушул сыяктуу. Таблицалык редактор муну эсептөөлөрдү кыйынчылык жаратпастан жасоого мүмкүндүк берет. Кирешелер да топтоо тартибинде жазылат. Бул аныкталган айга чыгымдардын ар бир беренеси боюнча салынган жалпы сумманы эсептөө жана балансты чыгаруу, киреше оң натыйжалуу боло баштаган айды аныктоо үчүн жасалат.

Мисал катары кайра сатуу менен байланышкан каалаган бизнести алалы, мисалы кийимдерди кайра сатуу. Төмөнкүнү божомолдойлу:

- ❖ алгачкы эки айда SMM-адистин кызматтары керек болот, ал социалдык тармактарда баракчаларды алып барууда, ошондой эле аларды илгерилетүүдө жардам берет;
- ❖ соода борборунда жай ижарага алынат жана ижара акысы эксплуатациялык кызматтарды, тазалоону ж.б. камтыйт;
- ❖ жайдын дизайнына байланыштуу баштапкы косметикалык оңдоп-түзөө иштери жана декабрда Жаңы жылга карата бир аз жасалгалоо талап кылынат;
- ❖ интернет-баракчаларды жаңылоо жана онлайн ККМди иштетүү үчүн ар бир айда мобилдик интернет зарыл;
- ❖ ай сайын товарларды кийин кайра сатуу үчүн аларды сатып алуу жүргүзүлөт, биринчи сатып алуунун суммасы ар айлык чыгымдардын суммасынан жогору.

14-таблица. Чыгымдарды эсептөө

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	<b>ЧЫГЫМДАР</b>							
2			1	2	3	4	5	6
3	<i>Беренелер</i>	<i>Сумма</i>	<i>июль</i>	<i>август</i>	<i>сентябрь</i>	<i>октябрь</i>	<i>ноябрь</i>	<i>декабрь</i>
4	<b>Эмгек акылар</b>							
5	SMM-адис	7000	7000	14000	14000	14000	14000	14000
6	Сатуучу/кассир	12000	12000	24000	36000	48000	60000	72000
7	<b>Жай</b>							
8	Ижара	15000	15000	30000	45000	60000	75000	90000
9	Оңдоп-түзөө, дизайн	10000	10000	10000	10000	10000	10000	12000
10	Коммуникациялар	250	250	500	750	1000	1250	1500
11	<b>Сатып алуулар</b>							
12	Ноутбук	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000
13	Стеллаждар, илгичтер	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000
14	Товарды сатып алуу		80000	130000	180000	230000	280000	330000
15	<b>Башка кызматтар</b>							
16	Тамак-аш	300	300	600	900	1200	1500	1800
17	Транспорттук чыгымдар	3000	3000	6000	9000	12000	15000	18000
18	Патент, камсыздандыруу	2500	2500	5000	7500	10000	12500	15000
19	<b>Резервдик фонд</b>	5000	5000	10000	15000	20000	25000	30000
20	<b>Бардыгы чыгымдар:</b>		<b>182050</b>	<b>277100</b>	<b>365150</b>	<b>453200</b>	<b>541250</b>	<b>631300</b>

Бул мисалга ылайык биринчи айдагы чыгымдар 182050 сомду түзөт. Биринчи үч айдын чыгымдары - 365150 сом, ал эми биринчи жарым жыл үчүн 631 миң сом.

**Тапшырма:**



**«Бизнесим үчүн баштапкы жана ар айлык чыгымдарды эсептөө»**

Кирешелерди жана чыгашаларды пландоонун биринчи 3 этабын аткаргыла:

1. Бизнесиңерди жүргүзүү үчүн баштапкы чыгымдардын тизмесин түзгүлө.
2. Бизнесиңерди жүргүзүү үчүн ар айлык чыгымдардын тизмесин түзгүлө.
3. Болжолдуу бааны көрсөткүлө жана жогорудагыга окшош таблицаны таблицалык редактардо түзүү менен чыгымдарды эсептегиле.



Төртүнчү жана бешинчи кадам үчүн убакыт келди - кирешелерди жана пайданы (балансты) пландоо. Кирешелер – бул пайда эмес экенин эсиңерге сактагыла. Пайда - бул кирешелер менен чыгашалардын ортосундагы айырма. Кирешелерди жана пайданы эсептөө мисалы 6-главада да берилген. Биздин товарларды кайра сатуу мисалында уланталы. Ишмердүүлүктүн түрүнө жараша кирешелерди пландоо ыкмасы айырмаланышы мүмкүн. Мисалы, силер Web-дизайн боюнча кызматтарды көрсөтүп жатсаңар, анда силер ар кандай кызматтардын баасын жана аткарылган кызматтардын болжолдуу санын эсептейсиңер, мында ар кандай сценарийлерди кароого болот: минималдуу сатуулар, орточо сатуулар, жогорку сатуулар, ар кандай атаса болот.

Биздин мисалда эсептөөлөрдү жөнөкөй кылуу үчүн төмөнкүлөрдү божомолдойлу:

- ❖ бизде сатып алуу баасы 100, 500 жана 800 сомду түзгөн товардын 3 түрү бар;
- ❖ үстөк акы - товарды сатып алуу баасына 200% түзөт;
- ❖ дүкөндү иштетип баштаган учурда сатып алуу чыгымдары чектелүү;
- ❖ максатуу аудитория – аялдар, декабрда Жаңы жылга жана мартта Эл аралык аялдар күнүнө карата сатуулар жогорулайт, январда сатуулар азаят – бул экономикалык ишмердүүлүктүн мындай түрлөрү үчүн кадимки тренддер.

15-таблица. Кирешелерди жана чыгымдарды эсептөө

А	В	С	Д	Е	Ф	Г	Н	І	Ј	К	Л	М	Н
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Беренелер	Сумма	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
<b>ЧЫГЫМДАР</b>													
Эмгек акылар													
SMM-адис	7000	7000	14000	14000	14000	14000	14000	14000	14000	14000	14000	14000	14000
Сатуучу/кассир	12000	12000	24000	36000	48000	60000	72000	84000	96000	108000	120000	132000	144000
Жай													
Ижара	15000	15000	30000	45000	60000	75000	90000	105000	120000	135000	150000	165000	180000
Оңдоп-түзөө дизайн	10000	10000	10000	10000	10000	10000	12000	12000	12000	14000	14000	14000	14000
Коммуникациялар	250	250	500	750	1000	1250	1500	1750	2000	2250	2500	2750	3000
<b>Сатып алуулар</b>													
Ноутбук	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Стеллаждар, илгичтер	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000
Товарды сатып алуу		80000	130000	180000	230000	280000	330000	380000	430000	480000	530000	580000	630000
<b>Башка кызматтар</b>													
Тамак-аш	300	300	600	900	1200	1500	1800	2100	2400	2700	3000	3300	3600
Транспорттук чыгымда	3000	3000	6000	9000	12000	15000	18000	21000	24000	27000	30000	33000	36000
Патент, камсыздандыр	2500	2500	5000	7500	10000	12500	15000	17500	20000	22500	25000	27500	30000
Резервдик фонд	5000	5000	10000	15000	20000	25000	30000	35000	40000	45000	50000	55000	60000
<b>Бардык чыгымдар:</b>		<b>182050</b>	<b>277100</b>	<b>365150</b>	<b>453200</b>	<b>541250</b>	<b>631300</b>	<b>719350</b>	<b>807400</b>	<b>897450</b>	<b>985500</b>	<b>1073550</b>	<b>1161600</b>
<b>КИРЕШЕЛЕР</b>				<i>Бир айда сатылган өндүрүмдүн саны</i>									
Товарлар	<i>Баасы</i>												
1-товар	300	15	20	30	30	30	40	20	30	45	35	35	35
2-товар	1500	14	18	25	25	25	35	18	25	40	30	30	30
3-товар	2400	10	15	20	20	20	30	15	20	35	25	25	25
Бир айдын кирешеси:		49500	69000	94500	94500	94500	136500	69000	94500	157500	115500	115500	115500
<b>Бардыгы киреше:</b>		<b>49500</b>	<b>118500</b>	<b>213000</b>	<b>307500</b>	<b>402000</b>	<b>538500</b>	<b>607500</b>	<b>702000</b>	<b>859500</b>	<b>975000</b>	<b>1090500</b>	<b>1206000</b>
<b>БАЛАНС</b>		<b>-132550</b>	<b>-158600</b>	<b>-152150</b>	<b>-145700</b>	<b>-139250</b>	<b>-92800</b>	<b>-111850</b>	<b>-105400</b>	<b>-37950</b>	<b>-10500</b>	<b>16950</b>	<b>44400</b>

Көңүл бургула, бул жерде кирешелер сатылган өндүрүмдүн көлөмүнө жараша алгач бир айга, андан соң кийинки кирешелерди эсептөө үчүн топтоо тартибинде эсептелүүдө.

Баланс бул жерде бардык чыгымдарды, анын ичинде баштапкы жана айлык чыгымдарды кемитүү менен ишканаңардын таза пайдасын көрсөтүүдө. Баланс оң натыйжалуу болоору менен, силердин ишкана чыгашасыздыкка чыкты дегенди билдирет, башкача айтканда

силер бардык баштапкы чыгымдарды жаптыңар, насыяларды төлөө көйгөй эмес, силер карыздарды төлөп бүттүңөр жана силерде таза акча бар.

Биздин шарттуу мисалда чыгашасыздыкка жана оң натыйжалуу баланска ишкана 11-айда жетишти. Тагыраак айтканда, бир жылдык циклда ишкана толугу менен өзүнүн баштапкы чыгымдарын, алгачкы инвестицияларды жапты. Бул мисал толугу менен оң натыйжалуу эмес, бирок биз көптөгөн божомолдорду бергенибизди жана бул окуу мисалы гана экенин эске алуу зарыл. Качан силер өздүк кирешелер жана чыгымдар планын түзүп жатканда, тигил же бул беренелер боюнча чыгымдарды оптималдаштыруу канчалык таасирин тийгизип жаткандыгына көңүл бургула.

Эсептөөнүн бул ыкмасы чыгымдарды жана кирешелерди топтоо тартибинде эсептөөнү божомолдогонуна көңүл бургула. Мындай ыкма силер кайсы учурда «плюска» чыгаарыңарды, чыгашасыздыкка жетишериңерди, айлык чыгымдарды гана эмес, бардык баштапкы чыгымдарды жабарыңарды эсептөөгө мүмкүндүк берет. Кирешелер жана чыгымдар планынан тышкары үшүл эле маалыматтарды колдонуу менен акча каражаттарынын кыймылын көрүү мүмкүн. Андан тышкары, силер юридикалык жакты каттоодон өткөрсөңүңөр, анда Ишкананын финансылык абалы жөнүндө отчетту түзүү зарыл болот (*кененирээк 11-главада*). Эң жөнөкөй түшүнүүдө акча каражаттарынын кыймылы конкреттүү мезгилдеги, мисалы, бир айдагы ишкананын финансылык абалын көрсөтөт. Башкача айтканда, акча каражаттарынын кыймылы банктагы эсептерде жана кассада ишкананын акча каражаттарынын калдыктарынын өзгөрүүсүн чагылдырат – акча каражаттарынын келүүсү жана кетүүсү.

#### Тапшырма:



#### «Ишканамдын кирешелерин жана чыгымдарын пландоо»

Чыгымдарыңардын эсебин төмөнкү аракеттерди көрүү менен толуктагыла:

1. Ар бир айга сатылган өндүрүмдүн көлөмүн пландап чыккыла.
2. Ар бир айдын кирешелерин жана топтолуучу кирешелерди эсептеп чыккыла.
3. Пайданы (балансты) санап чыккыла, кайсы айда ишканаңар оң натыйжалуу баланска (чыгашасыздыкка) жетээрин аныктагыла.

Оң натыйжалуу баланс тезирээк болуусу үчүн кандай чараларды көрө аласыңар?

#### Тыянактар:

- ❖ Өз ишкананын перспективаларын баалоо үчүн чыгымдарды жана пайданы санап чыгуу зарыл. Бизнесин негиз салуучу максаты киреше алуу, акча алуу болуп саналат, ал эми акча эсепти жакшы көрөт – аларды пландоо керек. Бул үчүн баштапкы жана ар айлык чыгымдарды, болжолдуу кирешелерди санап чыгуу жана эсептөө керек, ошондой эле пайданы эсептөө зарыл.
- ❖ Баштапкы чыгымдарды силер бир жолу бизнесиңердин эң башында тартасыңар, айлык чыгымдар – бул ар бир айда силер акчаны сарптаган нерселер, анын ичинде өндүрүмдү өндүрүү үчүн сырьёнун жана материалдардын чыгымдары.

- ❖ Баланс бардык чыгымдарды, анын ичинде баштапкы жана айлык чыгымдарды кемитүү менен ишканаңардын таза пайдасын көрсөтөт. Баланс оң натыйжалуу болоору менен силердин ишкана чыгашасыздыкка чыкты дегенди билдирет.
- ❖ Кирешелер жана чыгашалар планын акча каражаттарынын кыймылынан айырмалоо керек. Акча каражаттарынын кыймылы банктагы эсептерде жана кассада ишкананын акча каражаттарынын калдыктарынын өзгөрүүсүн чагылдырат – конкреттүү мезгилге карата убакыттын белгилүү бир учурунда акча каражаттарынын келүүсү жана кетүүсү.

#### Текшерүү үчүн суроолор:

1. Кирешелерди жана чыгашаларды пландоонун этаптары кандай?
2. Баштапкы чыгымдарга эмнелер кирет?
3. Ар айлык чыгымдарга эмнелер кирет?
4. Ишкананын резервдүү фонду маанилүүбү жана ал эмне үчүн керек?
5. Киреше жана пайда бири-биринен эмнеси менен айырмаланат?



#### Өз алдынча иш үчүн тапшырма:



1. Интернет мейкиндигинен силердин ишканаңарга окшош ишканалардын кирешелер жана чыгымдар пландарын тапкыла. Планыңарды алардын планы менен салыштыргыла, айырма эмнеде? Силер эмнени эске албай калышыңар ыктымал?

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>7-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Ишкананын кирешелерин жана чыгашаларын пландоого үйрөнүү зарыл. Бул ишкананы ачуу үчүн талап кылынуучу сумманы аныктоо үчүн да маанилүү.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнесиңерди ачуу үчүн керектүү баштапкы капиталды эсептегиле («Бизнесим үчүн баштапкы жана айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасынын жыйынтыктары). Microsoft Excel таблицалык редакторду колдонула.</li> <li>2. Күтүлүүчү кирешени жана пайданы санап чыгып, ишканаңардын кирешелер жана чыгашалар планын түзгүлө («Ишканамдын кирешелерин жана чыгашаларын пландоо» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>3. Ойлонгула, оң натыйжалуу баланс тезирээк болуш үчүн кандай чараларды көрө аласыңар, ошондой эле өзүңөрдүн керешелер жана чыгашалар планыңарды коррекциялагыла.</li> </ol>	

## 8-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ УЮШТУРУУ МАСЕЛЕЛЕРИ: ПАТЕНТ, ЖИ же ЖЧК

<p>Максат</p> 	<p>Ишканалардын ар кандай уюштуруу-укуктук формалары, анын ичинде патенттин негизинде ишмердүүлүктү жүргүзүү, жеке ишкер катары каттоо жана ЖЧКны каттоо жөнүндө билүү жана керектүү форманы тандап алуу.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ жеке жактын юридикалык жактан айырмасын түшүнөм;</li><li>○ патент алууга жөндөмдүүмүн;</li><li>○ жеке ишкер катары каттоодон кандай өтүү керек экендигин түшүнөм;</li><li>○ салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арызды кандай толтуруу керек экенин билем;</li><li>○ патент боюнча, ЖИни жана ЖЧКны каттоо учурунда иш алып баруунун айырмасын түшүнөм жана тандоо жасай алам.</li></ul>

Бизнес-идеяны иштеп чыгып, кирешелерди жана чыгашаларды пландагандан кийин ишкананын уюштуруу-укуктук формасын тандоо маселеси пайда болот. Ишкердик ишмердүүлүктү жеке жак да, юридикалык жак да жүргүзө алат.

**Маалымкат:** КР мыйзамдарына ылайык:

Өз ишмердигинин негизги максаты катары пайда табууну көздөгөн (коммерциялык) же мындай максат катары пайда табууну көздөбөгөн жана алынган пайданы катышуучулардын ортосунда бөлүштүрбөгөн (коммерциялык эмес) уюмдар **юридикалык жактар** боло алат.

Коммерциялык уюмдар катары саналган юридикалык жактар чарбачылык шериктештиктердин жана коомдордун, кооперативдердин, дыйкан (фермердик) чарбаларынын, мамлекеттик жана муниципалдык ишканалардын түрүндө түзүлө алат (КР ГКнын 85-беренеси).

2-главада Кыргыз Республикасынын «Чарба субъектилеринин уюштуруу-укуктук формалары» мамлекеттик классификаторуна ылайык ишкананын уюштуруу-укуктук формалары келтирилет. Чакан ишкердик үчүн кеңири тараган формаларды карап чыгалы:

1. патенттин негизиндеги ишмердүүлүк – жеке жак;
2. ЖИ катары мамлекеттик каттоо (жеке эмгектин же жалдама эмгекти пайдалануунун негизинде) – жеке жак;
3. ЖЧК (шериктештиктин бир түрү) – юридикалык жак.

Ишкердик ишмердүүлүктү салык органдарында каттабастан, **ыктыярдуу патенттин** негизинде жүргүзүү мүмкүн. Патентти сатып алуу катталган жери боюнча салык органында же ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүү жери боюнча ишке ашырылат. Пастортту алуу гана жетиштүү. Патенттер боюнча ставкалар белгиленген, сатып алуудан кийин өзгөрүшү мүмкүн эмес. Патентти сатып алуу менен бирге камсыздандыруу полисин да сатып алуу керек экенин унутпагыла. Камсыздандыруу полисинин баасы вариацияланат жана анын баасын сатып алуу учурунда жеринде тактоо керек. Ошондой эле, электрондук патентти да сатып алуу мүмкүн, ал үчүн КРдин Мамлекеттик салык кызматынын сайтында салык

төлөөчүнүн кабинетинде каттоодон өтүү керек. Патент адатта ар бир айга алынат, эгерде бир нече айга алдын алса анда арзандатуулар болот.

Негизинен патент – бул ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүү укугун берген документ. Аны ишмердүүлүктү баштаганга чейин алуу керек, башкача айтканда силер мамлекетке ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзөм, киреше алам жана салык төлөйм (кирешеге салык жана сатуудан алынган салык) деп алдын ала билдирип жатасыңар. Ар бир эле ишмердүүлүк патенттин негизинде жүргүзүлө бербей тургандыгын эске алуу керек, ошондуктан КР МСКнын сайтындагы тизмени салыштырып текшерүү зарыл.

Эгерде силер ишкердик ишмердүүлүк менен каттоосуз же патентти сатып албастан алектенсеңер, анда КР мыйзамдарын бузасыңар, бул нерсе аныкталганда, силерге административдик айыпты жана эсептөөдөн кийинки аныкталган салыктарды, туум төлөө зарыл болот.

#### Тапшырма:



#### «Патент жана камсыздандыруу полиси»

1. Салык кызматынын сайтынан ишмердүүлүктүн ар кандай түрлөрү боюнча патенттердин ставкаларын тапкыла. Ишмердүүлүгүңөрдүн түрүн тапкыла. Бир айга патенттин баасын билгиле. Патенттердин ставкалары аймактар боюнча айырмаланганына көңүл бургула.
2. КР Социалдык фондунун сайтынан камсыздандыруу төгүмүнүн тарифтери жөнүндө маалыматты тапкыла жана өздөштүргүлө.

Эгерде ыктыярдуу патенттин негизинде ишке ашырылган ишкердик жана эмгек ишмердүүлүгүнүн түрлөрү тизмесинде ишмердүүлүгүңөр жок болсо, анда ЖИ же юридикалык жак (мисалы, ЖЧК) катары каттоодон өтүү зарыл.

**Жеке ишкерлер** (ЖИ) жана ишканалар (шериктештиктер, ЖЧК ж.б.) салык органдарында каттоодон өтөт. ЖИ – ишкердик ишмердүүлүктү юридикалык жакты түзбөстөн жүргүзүүчү жеке жак.

Каттоодон өтүү үчүн ЖИ арызды жана керектүү документтерди салык органына жашаган жери боюнча же ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүү жери боюнча тапшырат. ЖИни каттоо жана ачуу акысыз негизде жүргүзүлөт жана бланк үчүн гана акы алынат (колдонмону басып чыгаруу учурунда 5,95 сом) жана салык төлөөчүгө *ЖИни мамлекеттик каттоо жөнүндө күбөлүк* жана каттоо картасы берилет. Андан кийин салык органы силерди каттоо жөнүндө статистика кызматтарына жана Социалдык фондго өзү маалымдайт.

ЖИ катары каттоодон өтүү үчүн адатта кийинки документтер берилет: толтурулган арыз (типтүү), паспорттун көчүрмөсү жана ишканаланын иш жүзүндө жайгашкан жери катталган жерине дал келбесе, анда ижара келишими. Арызда паспорттогу маалымат, байланыш маалымат, ишмердүүлүктүн түрү да көрсөтүлөт. Каттоо 5 жумушчу күндүн ичинде жүргүзүлөт.

Бардык керектүү бланктарды жана салыктар жөнүндө маалыматты Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнө караштуу Мамлекеттик салык кызматынын сайтынан табууга болот. Арыздын бланкын талдоо салык режимдеринин кандай түрлөрү бар жана кимге мындай каттоодон өтүү керек экендигин көрсөтөт.

САЛЫК ТӨЛӨӨЧҮНҮ КАТТОО/КАЙРА КАТТОО ҮЧҮН АРЫЗ		
I-БӨЛҮМ. САЛЫК ТӨЛӨӨЧҮ ЖӨНҮНДӨ МААЛЫМАТ		
102	ИСН	<input type="text"/>
103	Салык төлөөчүнүн аты-жөнү/аталышы	<input type="text"/>
104	Салык органынын коду жана аталышы	<input type="text"/>
Иш жүзүндө жайгашкан жери:		
112	Почта индекси	<input type="text"/>
113	Облус, шаар, район, айыл	<input type="text"/>
114	Көчө/кичи район, үй, кеңсе, батирдин №	<input type="text"/>
115	Байланыш телефону	<input type="text"/>
116	Электрондук почтанын дареги	<input type="text"/>

15-сүрөт. I бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз

Биринчи бөлүмдө салык төлөөчү жөнүндө маалымат берилет. СИН – салык төлөөчүнүн идентификациялык номери, аны каттоо учурунда ыйгарышат. Эгерде паспортуңар болсо, анда силерде КР Социалдык фонддун идентификациялык номери бар, аны өзүңөрдүн ID-cardтан таба аласыңар. Эгерде КР Социалдык фонддун идентификациялык номери болсо, анда адатта бул номер СИН катары да кабыл алынат.

II-БӨЛҮМ. АРЫЗДЫН МАЗМУНУ		
<b>Кыргыз Республикасынын Салык кодексинин 12-бөлүмүнө ылайык төмөнкүнү жүргүзүүнү суранам:</b>		
117	керектүүсүн "X" белгиси менен белгилеңиз:	
<input type="checkbox"/>	Юридикалык жактын салыктык каттоосун (БТда катталган адамдардан тышкары)	<input type="checkbox"/> Салыктык кайра каттоону (каттоодон чыгаруу)
<input type="checkbox"/>	Жеке ишкердин салыктык каттоосун	<input type="checkbox"/> Салыктык кайра каттоону (эсепке коюу)
<input type="checkbox"/>	Жеке жактын салыктык каттоосун	<input type="checkbox"/> Салыктык кайра каттоону (башка)
<input type="checkbox"/>	Эсептик каттоону	
<b>Каттоо үчүн негиз</b> (керектүүсүн "X" белгиси менен белгилеңиз)		
<input type="checkbox"/>	Экономикалык ишти жүзөгө ашыруу үчүн ниет (дыйкан-фермердик чарбадан тышкары, экономикалык иштин түрүн кыскача баяндоо)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	Дыйкан-фермердик чарбанын экономикалык ишти жүзөгө ашыруу ниети	
<input type="checkbox"/>	Обочолонгон бөлүмдүн пайда болушу	
<input type="checkbox"/>	Мүлк сатып алуу	
<input type="checkbox"/>	Салыктык каттоонун реквизиттерин өзгөртүү	
<b>Салык режимин колдонуу жөнүндө билдирем:</b>		
<input type="checkbox"/>	Милдеттүү патент	<input type="checkbox"/> Жалпы салык режими
<input type="checkbox"/>	Ыктыярдуу патент	<input type="checkbox"/> Бирдиктүү салык
		<input type="checkbox"/> Салыктык контракт
		<input type="checkbox"/> ЭЭА
		<input type="checkbox"/> Жогорку технологиялар паркы
		<input type="checkbox"/> жана башка
297	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	(арыз берүүчүнүн аты-жөнү, кызмат орду)	(Колу)
300	Арыз берилген дата	<input type="text"/>

16-сүрөт. II бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз

Экинчи бөлүмдө силер керектүү пункттарды белгилейсиңер жана салык режимин тандайсыңар. М.О. аббревиатурасына көңүл бургула – мөөр орду. ЖИнин же

ишканаңардын мөөрүн заказ кылып жасатат. Эгерде ишмердүүлүк ыктыярдуу патенттин негизинде жүргүзүлсө, силер мөөрдү жасата албай турганыңарды эске алгыла. Мөөр жана банктагы эсеп башка уюмдар менен бүтүмдөрдү түзүү, отчеттуулукту ж.б. даярдоо жана тапшыруу үчүн зарыл.

III-БӨЛҮМ. САЛЫК ОРГАНЫНЫН МААЛЫМАТЫ		
900	Арыздын кириш номери	<input type="text"/>
901	Арызды кабыл алган күн	<input type="text"/>
902	Арызды кабыл алган СО кызматкеринин ИСНи	<input type="text"/>
		<input type="text"/>
		(Арызды кабыл алган салык органынын кызматкеринин аты-жөнү, кызмат орду) / (Когу)

17-сүрөт. III бөлүм. Салык төлөөчүнү каттоо жөнүндө арыз

Жыйынтыктоочу үчүнчү бөлүмдү салык органынын өзүндө толтурушат. Салык органында каттоодон өткөндөн кийин куратор дайындалат, ага ишкер же анын бухгалтери отчетторду тапшырат.

*Эмнени тандоо керек: ЖИниби же ыктыярдуу патенттиби?* Каттоодогу айырмачылыктардан тышкары, бул тандоо күтүлүүчү кирешелерден да көз каранды болоорун эске алуу керек. Силер Бишкек шаарынын жергиликтүү базарында балык сатасыңар дейли (патенттердин ставкалары территория боюнча айырмаланат). Анда патенттин баасы айына 1200 сом болот. Ал эми ЖИни каттоодо бирдиктүү салык боюнча жүгүртүмдөн 4% төлөө зарыл. Мисалы, силердин айлык жүгүртүм 30000 сомду түзөт. Эгерде  $30000 \cdot 4\% = 1200$  сом болсо, анда айырма жок. Ал эми жүгүртүм – 60000 сом болсочу? Анда салыктын суммасы  $60000 \cdot 4\% = 2400$  сомду түзөт, бул патенттин баасынан эки эсе жогору болот.

Ал эми ишканаңар жеке ээлик кылууну божомолдобосо, анда силер чарбалык шериктештикти же коомду түзө аласыңар жана аны юридикалык жак катары каттоодон өткөрө аласыңар. Чарбалык шериктештиктер же коомдор толук же коммандиттик шериктештик, акционердик коом, жоопкерчилиги чектелген коом, кошумча жоопкерчилиги менен коом формасында түзүлүшү мүмкүн. Чакан ишкана үчүн кеңири тараган форма – бул ЖЧК.

**Маалымкат:** КР мыйзамдарына ылайык:

**Жоопкерчилиги чектелген коом** деп бир же бир нече жактар тарабынан түзүлгөн жана уставдык капиталы уюштуруу документтери менен аныкталган өлчөмдөгү үлүштөргө бөлүштүрүлгөн коом таанылат; жоопкерчилиги чектелген коомдун катышуучулары анын милдеттенмелери боюнча жооп беришпейт жана коомдун ишмердигине байланышкан өздөрү кошкон салымдардын чегинде чыгашалар тобокелдиги бар (КР ГКнын 127-беренеси).

**ЖЧК**ны каттоо КР Юстиция министрлигинде жүргүзүлөт, андан кийин салык кызматында жана КР Социалдык фондунда учётко туруу зарыл. Жаңы субъект түзүлгөндүгүнө байланыштуу каттоо үчүн ишканаңардын аталышы жана устав керек болот.

Эмнени тандоо керек: ЖИби же ЖЧКбы? Айырмачылыктар бар, негизгилерин атап өтөлү.

16-таблица. ЖИ жана ЖЧКнын ортосундагы негизги айрмачылыктар

<b>Критерий</b>	<b>ЖИ</b>	<b>ЖЧК</b>
<i>Формасы жана жоопкерчилик</i>	жеке жак, бизнесин жеке ээлик кылуучу, демек өз бинеси үчүн өзү, өзүнүн бардык мүлкү менен жооп берет	юридикалык жак, ЖЧКнын уюмдаштыруучулары уставдык капиталга кошкон салымдардын чегиндеги милдеттенмелер боюнча жооп беришет
<i>Кайра сатуу мүмкүнчүлүгү</i>	сатууга, кайра каттоого болбойт, аны жабуу гана мүмкүн, ал эми жабуу кыйла жеңилерээк	ЖЧК формасындагы ишкананын сатуу, кайра каттоо мүмкүн
<i>Кирешени тескөө</i>	кирешени эркин тескей алат	кирешени жеке өзүңөр тескей албайсыңар, бул компаниянын кирешелери, уюмдаштыруучу катары силер кирешени дивиденддер формасында ала аласыңар
<i>Ишмердүүлүктүн мүмкүн болуучу түрлөрү</i>	ишмердүүлүктүн түрлөрү боюнча чектөөлөр бар	ишмердүүлүктүн түрлөрүнүн тизмеси чектелген эмес
<i>Уставдын жана уставдык капиталдын зарылдыгы</i>	устав жана уставдык капитал талап кылынбайт	ЖЧКнын түзүү үчүн устав жана уставдык капитал керек
<i>Ишкананын аталышы</i>	ИИде фамилия гана бар	ЖЧК өз аталышын, брендин түзө алат
<i>Финансылык отчеттуулук</i>	бухгалтердик отчеттуулукту жүргүзүү зарылдыгы жок, бирдиктүү салык декларациясы, салык режимине жараша отчет	бухгалтердик отчеттуулукту жүргүзүү жана финансылык абал, ошондой эле пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчетту тапшыруу зарыл
<i>Кошумча критерий</i>		кадыр-барк жана ишенимдүүлүк: кандай болсо да ЖЧК олуттуу кабыл алынат, ал эми бул өнөктөштөр үчүн маанилүү болушу мүмкүн

Ошентип, ишкананын уюштуруу-укуктук формасын тандап алуу маанилүү. Эгерде силер – жаңыдан баштап келе жаткан ишкер болсоңор, албетте анда ыктыярдуу патенттен же ЖИден баштасаңар болот, андан кийин бизнестин өнүгүүсүнөн жараша дароо ЖЧКны ача аласыңар. Же консультацияларды алуу менен ЖЧКны дароо ачкыла. Бардык милдеттенмелерди тактоо зарыл экенин унутпагыла, анткени мыйзамды билбестик жоопкерчиликтен бошотпойт.



## Тыянактар:

- ❖ Ишкердик ишмердүүлүктү жеке жак салык органдарынан ыктыярдуу патентти алып же ЖИ катары каттоодон өтүп жүргүзө алат. Юридикалык жакты түзүүдө (мисалы, ЖЧКны) Юстиция министрлигинен каттоодон өтүү зарыл.
- ❖ Патент – бул ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүү укугун берген документ. Патенттердин ставкалары ишмердүүлүктүн түрлөрү жана территориялар боюнча айырмаланат.
- ❖ ЖИ – юридикалык жакты түзбөстөн, ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүүчү жеке жак.
- ❖ КР Мамлекеттик салык кызматынын сайты толтуруу үчүн бардык зарыл формаларды жана нускамаларды камтыйт.
- ❖ ЖЧК бир же бир нече адам тарабынан түзүлөт жана уставдык капитал үлүштөргө бөлүштүрүлгөн болот.
- ❖ Ишмердүүлүктү ыктыярдуу патенттин негизинде, ЖИ же ЖЧК катары каттоодон өтүп жүргүзүүнү тандоо көптөгөн факторлордон көз каранды, мисалы, күтүлүүчү кирешелердин көлөмү, тышкы каржылоону тартуу, бухгалтердик учетту жүргүзүү зарылчылыгы, жеке брендди түзүү мүмкүнчүлүгү, милдеттенмелер боюнча жоопкерчилик.

## Текшерүү үчүн суроолор:



1. Жеке жак юридикалык жактан эмнеси менен айырмаланат?
2. Ыктыярдуу патент деген эмне жана аны кантип алуу керек?
3. Ишкердик ишмердүүлүктү ыктыярдуу патенттин негизинде жүргүзүү ЖИ катары каттоодон өтүп жүргүзүүдөн эмнеси менен айырмаланат?
4. ЖИ катары кайсы жерде каттоодон өтүүгө болот? Ал эми юридикалык жак катары, мисалы, ЖЧК катары кайсы жерден каттоодон өтүү керек?
5. ЖИ катары каттоодон өтүп ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүү ЖЧК катары каттоодон өтүп жүргүзүүдөн эмнеси менен айырмаланат?

**Өз алдынча иш үчүн тапшырма:**

Силер жашаган жер боюнча салык органына баргыла, Социалдык фонддун кызматкерин тапкыла, адатта ал патенттерди берүү терезесинин жанында жайгашат, силердин ишмердүүлүктүн түрү үчүн камсыздандыруу төгүмүнүн баасын билгиле.

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>8-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Кандай болбосун бизнес легалдуу болууга тийиш, ошондуктан ишкердик ишмердүүлүктү мыйзамдуу түрдө кандай баштоо керек жана кандай уюштуруу-укуктук форманы тандоо зарыл экендигин түшүнүү маанилүү.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	1. Ишмердүүлүгүңөрдүн түрү үчүн патенттин жана камсыздандыруу төгүмүнүн баасын билгиле («Патент жана камсыздандыруу полиси» тапшырмасын аткаруунун жыйынтыктары). 2. Алган билимдердин негизинде тандап алган бизнес-идеяңар үчүн уюштуруу-укуктук форманы аныктап алгыла.	

## 9-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ КАРЖЫЛОО БУЛАКТАРЫ

<p>Максат</p> 	<p>Ишканаңар үчүн каржылоо булагын тандоо жана финансылык сабаттуулукту жогорулатуунун үстүндө иш алып барууну баштоо.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ финансы каражаттарын кантип топтоо керек экенин билем;</li> <li>○ каржылоонун ар кандай булактарын салыштыра алам;</li> <li>○ финансылык сабаттуулугумду жогорулатуу зарылдыгын түшүнөм;</li> <li>○ ишканам үчүн керектүү каржылоо булагын аныктоого жөндөмдүүмүн.</li> </ul>

Кандай болбосун бизнести баштоодон мурда старт үчүн канча акча талап кылынарын эсептеп жана бул акчаны кайдан алуу керек экенин аныктоо зарыл. Эгерде силер чакан бизнести баштап жатсаңар, анда силерге чогулткан акчаңар жетиши мүмкүн же насыяны албастан жана пайыздарды төлөө зарылдыгын жаратпастан, акчаны жакын адамдарыңардан карызга ала аласыңар. Бирок, бизнесиңер атайын жабдууларды, имаратты талап кылса, анда силер каражаттарды тартууга мажбур болосуңар.

Керектүү каражаттарды санап чыккандан кийин бул каражаттарды кайдан алуу керек деген суроо пайда болот. **Каржылоонун** бир нече негизги **булактарын** карап чыгалы:

**1. Ишкердин өздүк каражаттары** – бул силердин топтогон каражаттарыңар, жакындарыңар кайра кайтаруусуз берген каражаттар болушу мүмкүн. Силерде мындай топтоо каражаттары болуш үчүн алгач жумушка орношуу, эмгек акы алуу жана акча чогултуу зарыл, мисалы, банкта депозиттик эсепти ачуу, бул силерге акча сактоо мүмкүнчүлүгүн гана эмес, акча табуу мүмкүнчүлүгүн да берет.

Банктагы эсеп-счётту ачуу үчүн көбүнчө инсандыгын күбөлөндүрүүчү документ (паспорт) жана эсеп-счётту ачуу жөнүндө арыз (арыздын бланкын банктын өзүндө беришет) талап кылынат. Банк менен кардардын ортосундагы мамилелер келишим менен таризделет, аны кылдаттык менен өздөштүрүү зарыл. Банкты жана депозиттик салымды тандаганга чейин депозиттик салымдардын пайыздары боюнча ар кандай банктардын сунуштарын жакшылап өздөштүрүү керек.

### Тапшырма:



#### «Депозиттерге карата пайыздык чендер»

КРдеги кандай болбосун 3 банктын сайты менен таанышкыла. Депозиттер боюнча пайыздык коюмдарды салыштыргыла. Банктарда депозиттик онлайн калькуляторлор барбы? Аларды колдонуп, силердин баштапкы салым 5000 сомдү түзүп жана ар бир айда депозиттик салымдын түрүнө карабастан, мисалы, топтоочу депозитке 1000 сомдон салып турсаңар 3 жылдан кийин кандай сумманы аларыңарды санап көргүлө.

Жеке каражаттар – бул чакан бизнестин стартын каржылоо үчүн жагымдуураак булак экени шексиз, анткени бул учурда силер пайыздар жана карыз жөнүндө кам санабайсыңар. Мүмкүн, ишканаңардын өнүгүү стратегиясы товарларды сатуунун, кызмат көрсөтүүнүн кичи

жүгүртүмүнөн баштоо, кийинчерээк түшкөн кирешелерди өнүгүүгө салуу жана ишкана өндүрүмүнүн көлөмүн жогорулатууга негизделип калат. Жеке каражаттарды топтоо финансылык сабаттуулукту натыйжалуу жогорулатууга жардам берет.

**Маалымкат:** «Финансылык сабаттуулук – жеке финансыларды эффективдүү башкаруу билимдеринин жана көндүмдөрүнүн жыйындысы, алар калк үчүн төмөнкүлөрдү мүмкүн кылат:

- ❖ жеке финансылардын чыгашаларын жана кирешелерин үчүткө алуу процессин эффективдүү уюштурууну;
- ❖ инвестициялык же башка максаттар үчүн үнөмдөлгөн каражаттарды топтоо максатында чыгымдарды оптимизациялоону;
- ❖ финансылык продукттардын айырмасын жана өзгөчөлүктөрүн түшүнүүнү;
- ❖ шектүү, өзгөчө финансылык көз боёмочулук менен алектенген түзүмдөрдө катышуудан алыс болууну;
- ❖ финансылык кызматтарды жана продуктыларды колдонууда дээрлик жоопкерчиликтүү болууну;
- ❖ жеке финансыларды эффективдүү башкарууну». [36 (Финансылык сабаттуулуктун негиздери), 12-б.]

Финансылык сабаттуулуктун төмөнкү 5 негизги принцибин кыскача бөлүп чыгаруу мүмкүн:

1. *Иштеп акча табуу:* айлык өз кирешелердин булактарын жана көлөмдөрүн билүү
2. *Корутуу:* айлык өз чыгымдардын суммасын жана түзүмүн билүү  
 $1 + 2 =$  сиздин жеке бюджет
3. *Сактоо,* өз финансылык максаттарды аныктоо менен
4. *Ойлонуп карыз алуу:* насыяларды, зайымдарды
5. *Коргоо:* ак ниет эмес аракеттерди алдын алып, камсыздандыруу

#### Суроо:



Адатта чыгымдардын эмес, кирешелердин суммасын так айтуу мүмкүн. Жеке кирешелерди жана чыгымдарды үчүткө алуу – бул финансылык сабаттуулукту жогорулатуудагы биринчи кадам. Силердин үй-бүлөңөр кирешелердин жана чыгымдардын үчүтүн жүргүзөбү?

#### Тапшырма:



#### «Жеке кирешелерди жана чыгымдарды үчүткө алуу»

Бир айдын ичиндеги бардык кирешелериңерди (үй-бүлөңөр берген чөнтөк чыгымдар үчүн акча, иштеп тапкан акча, стипендия, жөлөкпул) жана чыгымдарды төмөнкү таблицаны толтуруу менен жазгыла. Бир айдан кийин жыйынтык чыгаргыла, алынган маалыматты талдагыла.

Кирешелердин булагы	Эсептөө	Сумма
Үй-бүлө (чөнтөк чыгымдары)		
Стипендия ж.б.		
<b>Бардык киреше:</b>		
Чыгымдардын беренелери	Күн сайын эсептөө	Сумма
Тамактануу		

Транспорт чыгымдары	20 сом*25 күн = 500 сом 121 сом (такси)	621 сом
Кийим, бут кийим		
Мобилдик байланыш, окуу үчүн төлөө, ижара акысы ж.б.		
<b>Бардык чыгымдар:</b>		

Чыгымдарды жана кирешелерди жеке үчөткө алуу башкы аспектиге – үнөмдөлгөн акчаларды топтоого алып келет.

**2. Жеке жактан карыз алуу**, мисалы, достордон, туугандардан. Мындай учурда зайым келишимин түзүү зарыл. Эгерде зайымдын суммасы 5000 сомдон жогору болсо, анда зайым келишимин милдеттүү түрдө нотариуста күбөлөндөрүү зарыл.

**Маалымкат:** Зайым келишими жана башка келишимдик мамилелер жөнүндө кененирээк, ошондой эле ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүүчү жактардын ортосундагы мамилелерди жөнгө салуу маселелери, эмгек, мүлктүк жана башка жарандык-укуктук мамилелердин өзгөчөлүктөрү Кыргыз Республикасынын Граждандык кодекси менен жөнгө салынат, аны силер КРдин укуктук маалыматынын борборлоштурулган маалымат банкынын [www.cbd.minjust.gov.kg](http://www.cbd.minjust.gov.kg) сайтынан таба аласыңар.

Өлкөбүздө насыялардын дагы бир өзүнчө түрү бар – мындайча аталган жеке жактардын насыялары, мындай кулактандырууларды гезиттерден, интернеттен көрүү мүмкүн. Жеке жактардан насыяларга сактык менен мамиле кылуу зарыл, анткени көп учурда жеке насыячылар – бул эч бир жерде каттоодон өтпөгөн, мамлекетке салык төлөбөгөн жана ири көлөмдөгү пайыздарды алган формалдуу эмес жактар. Ошондуктан банктар, микрокредиттик уюмдар жана кредиттик бирикмелер менен кызматташуу жакшыраак, анткени алардын ишмердүүлүгү мамлекет тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук Банку аркылуу жөнгө салынат.

**3. Коммерциялык банктарда, микрокредиттик уюмдарда жана кредиттик бирикмелерде насыялар.** Насыя - кредиттик уюм силерге бөлүп төлөө үчүн акча берет, ал эми силер аныкталган мөөнөт аягына чыкканда пайыз түрүндөгү кошмо баа менен бул акчаны кайтарып берүүгө милдеттенме аларыңарды божомолдойт. Кандай болбосун кредиттик уюмда силер керектүү документтер жана пайыздык ченемдер боюнча консультация ала аласыңар. Ошондой эле, силерге насыяны төлөө графигин көрсөтүшөт. Эгерде банк ссуданы берүү боюнча оң чечим чыгарса, анда насыялык келишим түзүлөт. Насыялык келишим менен кылдат таанышуу жана суроолор пайда болсо бардыгын кол койгонго чейин тактап алуу абдан маанилүү.

Финансыларга байланыштуу бардык суроолордо бардык нюанстарды кылдат өздөштүрүү, келишимди толук окуп чыгуу маанилүү, эгерде билбесеңер же түшүнбөсөңөр, анда билүү жана түшүнүү, зарыл болсо адистерден консультацияларды алуу керек. Өзүңөрдүн финансылык сабаттуулугуңарды жогорулаткыла, бул өзүңөрдүн финансыларыңарды башкарууда кетирген каталарды минималдаштырууга жардам берет.

Кредиттик уюмду тандоо учурунда пайыздарды эсептөө ыкмасына: дифференцияланган, аннуитеттик, «көз боёмо» төлөмбү, көңүл буруу керек. Пайыздарды эсептөө ыкмасына жараша төлөө үчүн жалпы сумма (насыянын негизги суммасы + пайыздар) да айырмаланышы ыктымал. Ошондуктан, алгач ар кандай кредиттик мекемелердин насыяны төлөө графиги менен таанышуу, салыштыруу андан кийин гана ылайыктуусун тандап алуу зарыл. Андан тышкары, жеңилдетилген мөөнөт менен төлөө графиги да бар, бул учурда силер белгилүү бир мөөнөттүн ичинде (мисалы, 3-4 ай) негизги сумманы төлөбөстөн, пайызды гана төлөйсүңөр. Насыяны төлөөнүн ийкемдүү графиктери да болот, мисалы силердин бизнес мезгилдүү болсо жана 3, 4, 5 ай “сенек” мезгилине дал келээрин билсеңер, анда төлөө графиги боюнча бул айларда силер негизги сумманы төлөбөстөн, пайызды гана төлөй аласыңар.

Насыяны төлөө маселесинде кандай суммалар жөнүндө сөз болуп жатканын алдын ала түшүнүү үчүн коммерциялык мекемелердин сайттарын колдонууга болот. Коммерциялык мекемелердин сайттарында насыялык калькулятор бар, ага силер керектүү сумманы киргизесиңер, төлөө мөөнөтүн тандайсыңар жана калькулятор төлөө ыкмаларына жараша ар бир ай боюнча насыяны төлөө графиктерин көрсөтөт.

#### Тапшырма:



#### «Коммерциялык насыяны төлөө графигим»

«Бизнесим үчүн баштапкы жана ар айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасынын жыйынтыктарын эске алып, тандап алган кредиттик мекеменин сайтынан насыялык калькуляторду табуу жана суралган суммага мөөнөтү 12 айды түзгөн, насыяны төлөө графигин алуу.

Насыя алуу - бул чоң жоопкерчилик, ошондой эле бул өзүндө тобокелдикти алып жүргөн процесс экенин түшүнүү зарыл. Эгерде, мүлкүңөрдү күрөөгө койсоңор, анда бул мүлк тобокелде, эгерде силер төлөмдөрдү убагында төлөбөсөңөр, анда айып пул салуу тобокелдиги бар, насыялык таржымалыңар жабыр тартышы мүмкүн, андан тышкары өз милдеттенмелерди аткарбагандык үчүн кылмыш-жаза жоопкерчилиги да каралган.

Дагы бир тобокелдик – насыяны максаттуу эмес колдонуу, мисалы, силер насыяны бизнести өнүктүрүү үчүн алдыңар, бирок башка максаттар үчүн колдондуңар. Биздин өлкө үчүн мындай «максаттуу эмес максат» - бул насыянын суммасын салтанаттуу иш-чараларды өткөрүү үчүн пайдалануу, «той-насыя». Буга кандай болсо да, жол бербөө зарыл!

**4. Венчурдук же тобокелдүү инвестициялар.** Мындай инвестициялар ишмердүүлүктүн жогорку тобокелдүү инновациялык чөйрөлөрүн каржылоого багытталган жана компаниянын акцияларын чыгаруу формасында өндүрүлөт. Андай инвестициялар салттуу кредиттик мекемелер тарабынан ишке ашырылбайт, анткени, мисалы, банктар капиталды жоготуунун минималдуу тобокели бар кирешени алууну көздөбөйт, ошондуктан эреже катары, насыяны берүү мүлктү күрөөгө коюу менен коштолот, башкача айтканда насыя акчаны кайтарып берүү кепилдигин алуу менен берилет. Венчурдук инвесторлор учурунда мындай кепилдик милдеттүү шарт болуп саналабайт. Мисалы, ийгиликтүү салым деп Facebook саналат, качандыр бир убакта венчурдук инвестициялардын эсебинен каржыланган.

**5. Бизнес ачуу үчүн гранттар.** Жаңыдан баштап келе жаткан ишкерлер үчүн грант берүүчүлөрдүн жана актуалдуу гранттардын тизмеси дайыма жаңыланып турат. Грант берүүчү уюмдардын арасынан Орто Азия – Америка ишкердикти колдоо фондун, Европа реконструкциялоо жана өнүктүрүү банкынын Чакан жана орто бизнести өнүктүрүү программасын, Евразия фондун, Россия – Кыргыз өнүктүрүү фондун, эл аралык уюмдардын ар кандай долбоорлорун, мисалы, USAID «Атаандаш ишкана» долбоорун ж.б. атоого болот.

Эгерде бизнес-идеяңар инновациялуу болсо же ал социалдык маанилүү көйгөйдү чечсе, анда гранттарды алуу үчүн конкурска катышуунун мыкты мүмкүнчүлүгү бар. Колдонмону жазып жаткан учурда Кыргызпатент стартаптар үчүн гранттар конкурсун жарыялаган, каржылоо суммасы – кайра кайтаруусуз 500 миң сомду түзөт.

**6. Краудфандинг (crowdfunding)** – жамааттык ыктыярдуу каржылоо ыкмасы. Каражаттарды чогултуу интернет аянтчалар аркылуу жүргүзүлөт, бул учурда акчаны чогултуп жаткан адам демөөрчүлөр менен эч кандай түздөн-түз өз ара аракеттенбеши да мүмкүн. Болочок ишкер өз идеясын, долбоорун атайын сайттарга жайгаштырат, ал эми бул сайттарга кирүүчүлөр өзүнө жаккан долбоордун эсебине өз акчасын которушат.

Каржылоо булагын тандоо көбүнчө бизнестин көлөмүнөн көз каранды болот жана булактарды микстөө мүмкүн: салымдын бир бөлүгү – силердин жеке каражаттарыңар, бир бөлүгү – зайымга алынган каражаттар болуш мүмкүн.

Тыянактар:

- ❖ Ишкананы каржылоонун ар кандай булактары бар: үнөмдөлгөн жеке каражаттар, жеке жактардан зайым алуу, банктардын, микрокредиттик уюмдардын насыялары жана эл аралык уюмдардан, өкмөттөн ж.б. бизнести ачуу үчүн гранттар.
- ❖ Жеке каражаттар – бул албетте чакан бизнестин стартын каржылоо үчүн жагымдуураак булак. Ишканаңарды өнүктүрүү стратегиясы товар сатуунун, кызмат көрсөтүүнүн чакан жүгүртүмүнөн баштоо, кийинчерээк алынган кирешелерди өнүгүүгө салуу жана ишкана өндүрүмүнүн көлөмүн жогорулатууга негизделиши мүмкүн.
- ❖ Жеке каражаттарды топтоо жана өз финансыларды эффективдүү башкаруу үчүн өздүк финансылык сабаттуулукту жогорулатууга жардам берет.
- ❖ Насыя кредиттик уюм силерге бөлүп төлөө үчүн акча берет, ал эми силер белгиленген мөөнөт аягына чыкканда пайыз түрүндөгү кошмо баа менен бул акчаны кайтарып берүүгө милдеттенме аларыңарды божомолдойт. Кредиттик мекемелер өз сайттарында депозиттик жана насыялык калькуляторлорду сунушташат. Депозиттик калькулятор каражаттарды топтоону пландаштырууга жардам берет, ал эми насыялык калькулятор айлар боюнча насыяны төлөө графигин көрсөтөт.
- ❖ Насыя алуу - бул чоң жоопкерчилик, ошондой эле бул өзүндө тобокелдикти алып жүргөн процесс, ошондуктан банктардын сунуштары менен таанышууга, пайыздарды эсептөө ыкмаларына жана насыялык акчаны максаттуу колдонууга абдан кылдат мамиле кылуу зарыл.

Текшерүү үчүн суроолор:

1. Каржылоонун негизги булактарын атагыла жана мүнөздөп бергиле.
2. Депозит деген эмне жана ал эмне үчүн керек?

3. Финансылык сабаттуулук деген эмне? Эмне себептен финансылык сабаттуулукту жогорулатуу зарыл?
4. Зайым келишимин качан жана кандай максаттар үчүн түзүшөт?
5. Насыя деген эмне жана насыя алуу өзүндө кандай милдеттенмелерди камтыйт?
6. Насыяны төлөө графиги деген эмне?
7. Бизнес жүргүзүү үчүн гранттар кандай максаттарга берилиши мүмкүн?





### Өз алдынча иш үчүн тапшырма:

1. ЖАК «Ишеним» кредиттик бюронун ([www.ishenim.kg](http://www.ishenim.kg)) сайты менен таанышыңыз. Ал насыялык таржымал деген түшүнүк менен кандай байланышкан, ал эмнеден турат? Сайтта берилген насыялык таржымалдардын саны жөнүндө маалыматты талдаңыз. Негативдүү насыялык таржымал кандай кесепеттерге алып келет?

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>9-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Бизнес ачуу үчүн баштапкы капиталдын суммасын аныктоо жана таблицалык редакторлорду колдонууга үйрөнүү зарыл.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 7-кадамдын негизинде бизнесиңерди ачуу үчүн кандай сумма жетишпегенин санагыла («Бизнесим үчүн баштапкы жана ар айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>2. Эгерде керектүү капиталды силер банктан аласыңар деп кабыл алсак, анда банкты тандагыла жана насыяны төлөө графигин түзгүлө («Коммерциялык насыяны төлөө графигим» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>3. Силер тандап алган банкка насыя алуу өтүнмөсүн жазуу үчүн керектүү документтердин тизмесин түзгүлө.</li> </ol>	

## 10-ГЛАВА. ИШКАНАНЫ БАШКАРУУНУН НЕГИЗДЕРИ

<p>Максат</p> 	<p>Ишкананы башкаруу, анын ичинде персоналды башкаруу жана тобокелдиктерди башкаруу негиздерин түшүнүү.</p>
<p>Окутуунун натыйжалары</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ жетекчинин кандай негизги көндүмдөрүн өнүктүрүү зарыл экенин түшүнөм;</li> <li>○ чечимдерди кабыл алуу жана көйгөйдү чечүү процесси жөнүндө түшүнүк бар;</li> <li>○ өз убакытымды натыйжалуу башкарууга жөндөмдүүмүн;</li> <li>○ ишкананын уюштуруучулук түзүмүн кандай түзүү керек экенин билем;</li> <li>○ иштин баяндамасын жазганды билем;</li> <li>○ кызматкерлерди жалдоо зарылдыгын баалоо жөнүндө түшүнүк бар;</li> <li>○ тобокелдиктерди башкаруунун маанилүүлүгүн түшүнөм;</li> <li>○ аңгемелешүүнү кандай өткөрүү керек жана андан кандай өтүү керек экендигин билем;</li> <li>○ бизнестин социалдык жоопкерчилигинин зарылдыгын билем;</li> <li>○ долбоордук менеджмент жөнүндө түшүнүк бар;</li> <li>○ бизнес-пландын уюштуруучулук планын түзүүгө жөндөмдүүмүн.</li> </ul>

Бизнес ачуу чечимине келүү, анын стартына жетүү – чоң иш, бирок андан ары бизнести туура башкаруу зарыл. Эң башында силер жалгыз болушүңар мүмкүн, бирок өнүгүүгө жараша силерге акырындык менен адамдарды жалдоого, командада иштөөгө, башкача айтканда менеджер болууга үйрөнүү керек. Ишкананын көлөмүнө карабастан менеджер пландоого, уюштурууга, жумушчуларды жалдоого, операциялык ишмердүүлүккө жана көзөмөл жүргүзүүгө жооптуу.

«Менеджмент» термини чарба субъекттерин (мисалы, ишканаларды) башкаруу ыкмаларынын топтомун мүнөздөө үчүн колдонулат, алар бул субъекттердин максаттарына жетүү жана ишинин натыйжалуулугун жогорулатууга багытталат.

Ар кандай көйгөйлөрдү чечүү жана кандай болбосун жагдайларга ыкчам таасирденүү үчүн жектекчи ээ боло турган бир нече негизги көндүмдөрдү бөлүп чыгарууга болот. Алардын көбү окуу куралында буга чейин каралган, мисалы,

- ❖ байланыштарды түзүү жана сүйлөшүүлөрдү жүргүзүүнү билүү (коммуникативдик көндүмдөрдү өнүктүрүү жөнүндө биз 2-темада сөз кылганбыз);
- ❖ стратегиялык менеджмент жана пландоо. Адекваттуу пландоо үчүн баалоо жана талдоо жүргүзүүнү, SMART-максаттарды коюну билүү керек (кененирээк 3-темада);
- ❖ финансыларды эффективдүү башкаруу, эгерде ишкер акчаны санаганды, кирешелерди жана чыгашаларды пландаганды жана божомолдогонду билбесе, анда анын иши ийгиликтүү болору күмөн. Азыр билим берүү кызматтары рыногунда бухгалтердик, финансылык учёт, салык салуу, бизнести башкаруу боюнча оффлайн да, онлайн да курстарды табуу мүмкүн. Алар жеткиликтүү жана көп убакытты албайт. Биз муну 8-темада кененирээк карап чыгабыз.
- ❖ лидерлик сапаттар жана өзүн-өзү тартипке салуу түшүнүгүнө бириктирүү мүмкүн болгон көндүмдөрдүн топтому. Бул жерге убакытты натыйжалуу башкаруу (тайм-



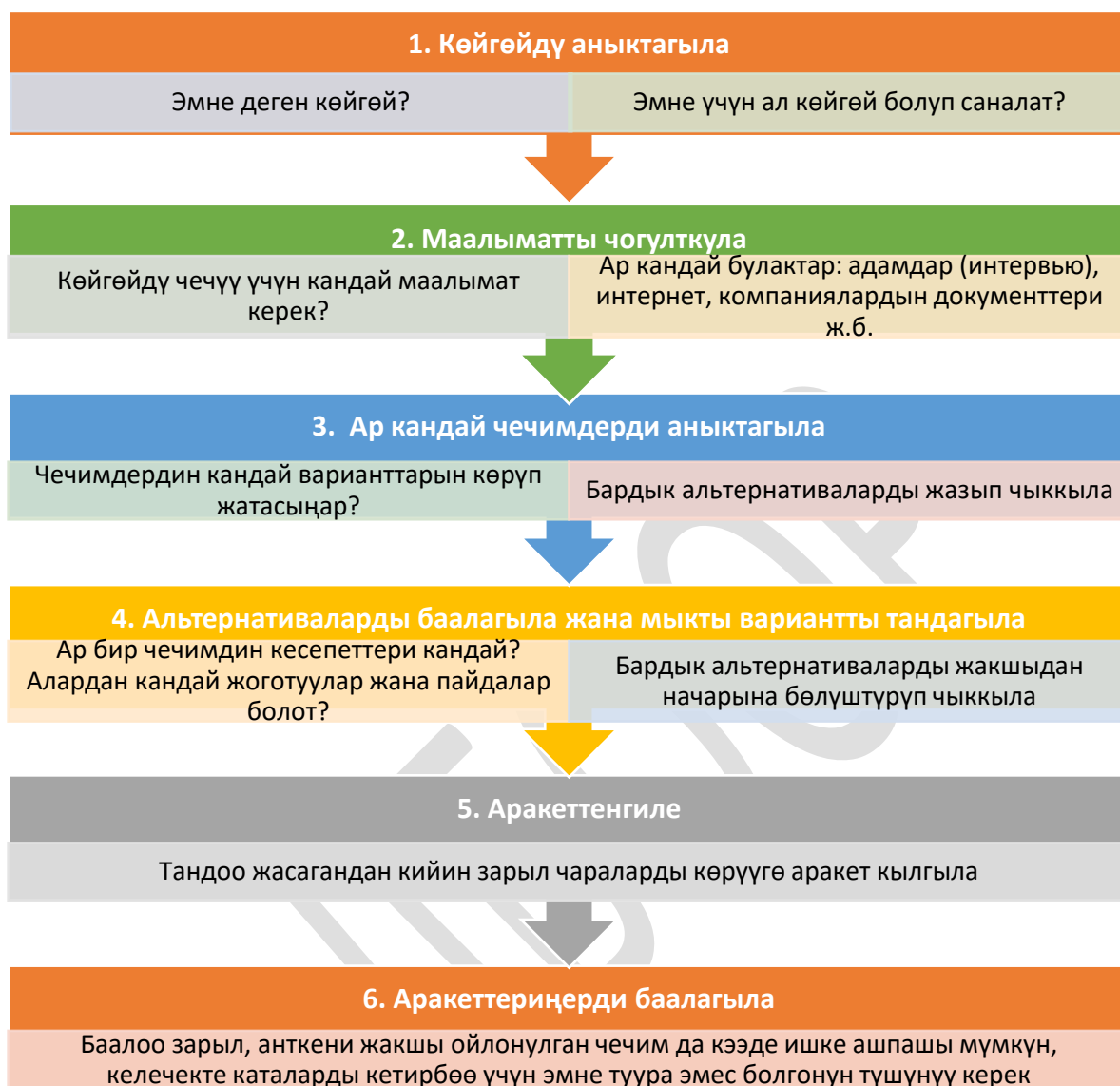
менеджментти), чечимдерди кабыл алуу, өзүнө жоопкерчиликти ала билүү, түруктүү өз алдынча окуу жана өзүн-өзү жакшыртууну киргизүү мүмкүн;

- ❖ команданы башкара билүү жана ишкананын ишин уюштуруу жөндөмү.

Заманбап менеджментте ар бир эле жетекчи лидер боло албайт деп, «лидер» түшүнүгүн «жетекчи» түшүнүгүнөн айырмалашат. Бир караганда окшош түшүнүктөрдүн айырмасы эмнеде? Лидер жөн гана жетектебестен, шыктандырат, мотивациялайт жана ар бир кызматкерге өзү барктуу экенин сездире алат. Ошондуктан улуу жетекчилер кесипкөйлүк менен байланышкан бир гана катуу көндүмдөрдү (hard skills) өнүктүрбөстөн, инсандык компетенциялар менен байланышкан жумшак көндүмдөрдү (soft skills) да өнүктүрүшөт.

Биз буга чейинки темаларда карабаган айрым көндүмдөрдү кененирээк карап чыгалы.

Ишкер дайыма чечимдерди кабыл алат жана көйгөйлөрдү чечет, алардын көбү күтүлбөгөн көйгөйлөр болушу мүмкүн. Ишкер болуу же болбоо өзү эле чоң чечим. Эгерде дайыма интуицияга гана негизделсе, анда чечимдер божомолдордун базасында кабыл аланышы ыктымал, бул өз кезегинде реалдуулукту бурмалоого же негативдүү кесепеттерге алып келиши мүмкүн. Ошондуктан ишкерлер кээде аталышын билбей туруп, маалыматты чогултуу жана алтернативдүү варианттарды баалоо үчүн көйгөйлөрдү чечүүнүн формалдуу моделин колдонушат. **Көйгөйлөрдү чечүүнүн формалдуу модели** чечимге рационалдуу мамиле кылууга жардам берет. Ал өзүнө 6 кадамды камтыйт [23, 23-б.].



18-сүрөт. Көйгөйлөрдү чечүү модели

Бул моделди канчалык көп колдонсоңор, ошончолук көйгөйлөрдү чечүүдө жана чечимдерди кабыл алууда көндүмдөрүңөр жакшы болот. Бул бүт карьераңардын ичинде пайдасы тийүүчү баалуу көндүм. Көйгөйлөрдү чечүү үчүн зарыл болгон бир нече көндүм бар:

1. **Коммуникативдик көндүмдөр** (кененирээк 2-темада). Көйгөйлөрдү чечүүдө силер суроолорду берип, маалыматты сурап, өз пикириңерди айтуу менен кандай болсо да башка адамдар менен өз ара аракеттенесиңер. Коммуникативдик көндүмдөр, ошондой эле жакшы угуучу болуу керек дегенди божомолдогонун унутпагыла.
2. **«Мээ чабуулу»** (brainstorming англ. сөзүнөн) – бул көптөгөн идеяларды генерациялоону божомолдогон техника (кененирээк 3-темада). Эсиңерде болгондой, топ менен же өз алдынча «брейнстормдоого» болот. Чечүүнү каалаган көйгөй жөнүндө ойлонгула жана оюңарга келген чечүүнүн мүмкүн болушунча көп вариантын жазгыла. Бул ыкманын маңызы идеяңар канчалык жакшы экенин баалоодо эмес, көйгөйдү чечүүнүн мүмкүн болушунча көп вариантын табууда. Мындай варианттардын/идеялардын тизмесин алгандан кийин силер мыкты альтернативаны табуу үчүн көйгөйдү чечүү моделин колдоно аласыңар.

3. **Кетирген каталардан сабак алуу.** Каталар дайыма болот, бирок аларды кайра кетирбөө үчүн алардан сабак алуу өтө маанилүү. Джоан Роулингди жана Гарри Поттер жөнүндө атактуу серияны эске салгылачы, басмаканалар бул китептен көп жолу баш тартышкан же полковник Сандерсти жана анын белгилүү KFCсин, 62 жашында ал тоок сатып, машина менен АКШ боюнча саякаттап баштаган, ал эми 12 жылдан кийин АКШда жана Канадада 600гө жакын ресторан ачкан жана өз брендин 2 млн. долларга саткан.

#### Тапшырма:



#### «Көйгөйдү кантип чечүү керек?»

Силер жайды ижарага аласыңар жана ал жерден колго жасалган азембелектерди сатасыңар, бирок акыркы үч айдын ичинде сатуулар 20% түшүп кетти дейли. Ижарачы бир айга ижара акысынын мөөнөтүн жылдырууга макул болду, бирок сатуулар андан ары да азая берсе, силерде ижара акысын төлөө мүмкүнчүлүгү болбойт. Көйгөйлөрдү чечүү моделин колдонуп, бардык 6 кадамды өтүп, өз чечимиңерди сунуштагыла. Аталган көндүмдөр көйгөйдү чечүүдө силерге кандай жардам бере алат?

Дагы бир керектүү көндүм бар, ал жашообуздагы башкы ресурстардын бирин – убакытты башкарууну божомолдойт. «Мен жетишпей жатам», «менин убактым жок» деген сөздөрдү көп эле укса болот, убакыт жетишпей калды деген сөздү силер да актануу үчүн канчалык көп айттыңар. Ошондуктан натыйжага жетишүү үчүн убакытты уюштуруу зарыл. **Тайм-менеджмент** өзүн-өзү тартипке салуу менен байланышкан, ал өздүк натыйжалуулукту жана өндүрүмдүүлүктү жогорулатуу үчүн зарыл.

Убакытты башкаруу катуу пландоо менен байланыштуу деп көрүнүшү мүмкүн. Көпчүлүк адам үчүн бул андай эмес. Эгерде силер өлкөнү, ири уюмду жетектесеңер, албетте силердин бир күнүңөр ар бир саатка чейин жазылбастан, ар бир мүнөткө чейин жазылышы мүмкүн, бул убакытты катуу пландоо. Көп адамдарга иш-чараларды бир күнгө, бир жумага пландоо жетиштүү, бул өзүнүн убактысын натыйжалуу колдонууга жана бош убактысы жок, дайыма эле бошбой калуу сезиминин курчоосунан чыгууга жардам берет - бул ийкемдүү пландоо.

Убакытты башкаруунун негизги принциптери:

1. Тайм-менеджмент үчүн биз көп жолу сөз кылган **максат коюу** маанилүү. Эгерде силерде кыялданган нерсе болсо, анда ал силердин максат болсун. Чоң максатты кичине максаттарга же милдеттерге бөлүп чыккыла жана аларды убакыт боюнча бөлүштүргүлө, мисалы, бир жылдын ичинде, колледжди аяктаганга чейин.

*«Кайсы гаванга курс алууну билбей жатканымда, бир да шамал аркадан сокпойт»,  
- Луций Сенека.*

2. Тайм-менеджменте **артыкчылыктарды коюштуруу** маанилүү. Биз бардыгын жана дароо ала албайбыз, биринчи кезекте аткара турган нерсени тандап алуу зарыл. Бардыгын жана дароо жасоого аракет кылуу менен эч нерсени аягына чейин аткара алабай калуу мүмкүн. Милдеттериңердин маанилүүлүгүн жана шашылыш экенин текшергиле, ошондой эле «маанилүү жана шашылыш», «маанилүү жана шашылыш эмес», «маанилүү эмес жана шашылыш» жана «маанилүү эмес жана шашылыш

эмес» деп бөлүп чыккыла. Бул Эйзенхауэрдин матрицасы деп аталат. Аны АКШнын президенти Дуайт Эйзенхауэр ойлоп тапкан деп саналат. Башында бул нерсени аткаруу татаал, бирок убакыт өткөн сайын силер милдеттерди филтрлөөнү, алардын аткарылышын башка кызматкерлерге өткөрүп берүүнү жана маанисиз жана анча маанилүү болбогон маалыматты четке кагууга үйрөнөсүңөр.

17-таблица. Эйзенхауэрдин милдеттерди артыкчылыктуу кылуу таблицасы

	ШАШЫЛЫШ	ШАШЫЛЫШ ЭМЕС
МААНИЛҮҮ	A	B
МААНИЛҮҮ ЭМЕС	C	D

3. **Убакытты сезе билүүнү** машыктыруу – башкача айтканда тигил же бул аракетке канча убакыт кетерин элестетүү. Бул өз убакытты пландоого жардам берет.

**Тапшырма:**

**«Убакытты сезе билүүнү машыктыруу: калибровкалоо»**

Бир күндүн ичинде эмнеге убакытты коротуп жатканыңарды жазгыла. Ар бир аракет болжолдуу канча убакытыңарды алат, жазып чыккыла. Эртеси, ошол эле аракеттерди аткаруу менен убакытты белгилеп койгула, жазып алгыла жана буга чейин жазган болжолдуу убакыт менен салыштыргыла. Кийин тигил же бул аракет канча убакытты талап кыларын элестетип, иш жүзүндө ал канча убакытты алаарына көңүл бургула. Убакыт өткөн сайын өз убакытыңарды жакшыраак башкарууга жана анын сарпталышын тагыраак болжолдоого үйрөнөсүңөр. Ал эми бул аракеттериңердин уюштурулгандыгынын жакшырышына алып келет.

4. **Пландоо.** Эгерде силер максат койсоңор, анда максатка жетүү боюнча планды иштеп чыккыла жана планга жетишүү үчүн зарыл болгон аракеттерди көргүлө, ошентип силер убакытыңарды натыйжалуу пайдаланасыңар. Мисалы, үй оокаттын жүргүзгөн адамдар, кечки тамакка эмнени даярдоо керек экендигин алдын ала пландаштырышат, бул жушумтан чыгып керектүү азык-түлүктөрдү ала келүүгө, тамак жасоого белгилүү бир убакытты бөлүүгө жардам берет. Эгерде силер пландабастан, жумуштан келип муздаткычты ачсаңар, анда сүттөн башка эч нерсе

жок болушу да ыктымал, анда азык-түлүктөрдү сатып алуу үчүн кайра үйдөн чыгуу жана ошол эле максатка - белгилүү бир тамак менен тамактанууга жетүү үчүн көбүрөөк убакытты жана аракетти кетирүү зарыл болот.

Бир күндүн, бир нече күндүн, жуманын, айдын ж.б. ичинде аткара турган иш-чараларды пландагыла. Оюңарда гана пландап койбой, жазып алгыла. Пландоо бир күнүңөрдүн ар бир мүнөтүн кылдат баяндап чыгуу дегенди билдирбейт: убакыттын 60% катураак пландоо, 20% алдын ала көрүлбөгөн иштерге жана 20% эркин алектенүүгө калтыруу зарыл. Ошентип, пландоо силерге убакытты бошотуп берет!

**Маалымкат:** Автоматташтыруу пландоону жана иштерди аткарууну кыйла жеңилдетет. Тизме түзүү жана убакытты пландоо күндөлүктүн жардамы менен да, ошондой эле пландоо жана убакытты башкаруу үчүн атайын программалардын жардамы менен да мүмкүн. Мисалы, Google Keep, Microsoft OneNote, Remember the Milk жана көптөгөн башка программалар.

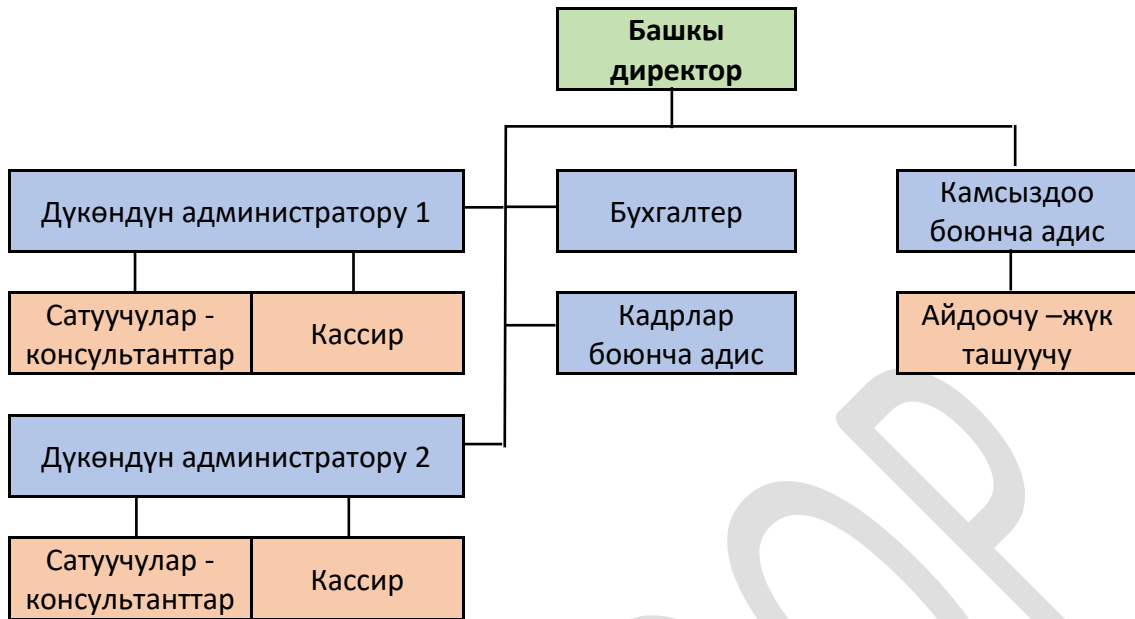
5. **Жагымсыз иштерден** коркпогула жана аткаргыла. Адам мындай иштерден качуу жана кийинкиге калтыруу үчүн дайыма шылтоо табышы мүмкүн. Бирок, бул аларды кийин аткарууга андан да көбүрөөк убакытты талап кылышы ыктымал, ал эми кээде калган иштердин аткарылышына да тоскоолдук кылышы мүмкүн. Мындай учурларда аткаруунун аргасыздыгын, мүмкүн болуучу негативдүү кесепеттердин болуусун кабыл алуу жана өзүн-өзү чакырык таштоо керек.

*«Баканы эртең мененки тамакка жегиле»,* - деп атактуу бизнес-тренерлердин бири Б.Трейси айткан. «Бака» — бул аткаруу зарыл болгон жагымсыз иштин өзү. Аны аткарбай коюу мүмкүн эмес, ошондуктан оюңарда силер баары бир ага кайрыла бересиңер жана бул ашыкча эмоционалдык чыңалууну жаратат, башкача айтканда жөн гана маанайыңарды бузат. Күнүңөрдү дал ушундай баштагыла, андан ары силер «баканы» жешим керек деп кайгырбайсыңар.

Дагы бир керектүү көндүм – бул ишти уюштура билүү жана команданы башкара билүү жөндөмү. Бизнесиңердин түрүнө жараша силерге Одөн сан жеткиске чейин кызматкер керек болушу мүмкүн. Же, башында силер өзүңөр эле жетише аласыңар, бирок ишти жөнгө салып, бизнести тургуза баштагандан кийин кызматкерлерди жалдоо зарыл болуп калган убакыт келет. Бул учурда ишкананын Уставы, ар бир кызматкердин функционалдык милдеттери жана ишканаңардын уюштуруучулук түзүмү жөнүндө ойлонуу керек.

Эгерде бизнесиңер эң башында эле кызматкерлердин жалдоосун талап кылса, анда уюштуруучулук түзүмдү жана ар бир кызматкердин функционалдык милдеттерин иштеп чыгуу – абдан зарыл аракет. Уюштуруучулук түзүм өзү менен белгилүү бир кызматтар, бөлүмдөр бири-бири менен, ошондой эле ишкананын жетекчиси менен кандай өз ара аракеттенгенин көрсөтүүчү схеманы билдирет. Функционалдык милдеттер – бул ар биз кызматкер алектене турган, ал жооптуу болгон нерсе. Функционалдык милдеттер болгон учурда гана кызматкерлерде аларга жүктөлгөн иш үчүн жоопкерчилик пайда болот.

Силердин кийимдерди сатуу дүкөнүңөр жетишээрлик ийгиликтүү жана убакыт өтүп, силер шаар боюнча дагы бир нече дүкөн ачтыңар дейли. Ишмердүүлүктү өзүңөр көзөмөлдөйсүңөр, бирок бир нече дүкөндө бир эле убакытта боло албайсыңар. Ишканаңардын болжолдуу уюштуруучулук түзүмүн түзөлү.



19-сүрөт. Ишкананын уюштуруучулук түзүмүнүн мисалы

Силерге жалданма кызматкерлер керекпи дегенди аныктоо үчүн алгач ишканаңарда эмнени аткаруу керек деген тизмени түзгүлө жана бул иш-аракеттерди аткаруу үчүн талап кылынуучу убакытты баалоого аракет кылгыла, андан кийин төмөндөгү бир нече суроого жооп бергиле:

1. Менин бизнесимди күн сайын жүргүзүү үчүн кандай көндүмдөр керек?
2. Менин бизнесимди мезгил-мезгили менен жүргүзүү үчүн кандай көндүмдөр керек?
3. Бизнеси жүргүзүү үчүн мага кандай көндүмдөр жетишпейт?

Бул силерге кандай көндүмдөргө ээ болгон, кандай кызматкерлер керек экенин аныктоого жардам берет. Мисалы, силерге бир эле жолу программист керек болот, ал силерге сайтыңарды жазып берет жана мезгил-мезгили менен консультацияларды берип турат, бирок туруктуу негизде ал силерге кереги жок. Же, мисалы, квалификациялуу бухгалтердин кызматтары, алар силерге салык инспекциясына отчетторду даярдоо жана тапшыруу үчүн талап кылынат, мындай кызматкер силерге бир айда 3 күндөн ашуун керек болушу мүмкүн, ал эми калган убакытта силер документтерди өзүңөр эле жүргүзөсүңөр.

Тапшырма: «Ишканамдын уюштуруучулук түзүмү»



1. Ишканаңарда талап кылынуучу ишмердүүлүктүн түзүмүн түзгүлө жана бир күндө бул милдеттерди аткарууга сарпталуучу убакытты баалоого аракет кылгыла.
2. Керектүү көндүмдөр жөнүндө жогоруда көрсөтүлгөн 3 суроого жооп бергиле.
3. Силерге кандай кесипке ээ болгон, канча кызматкер жана кандай негизде: толук жумушчу күндүк же жарым-жартылай жумуштуулук менен талап кылынабы, аныктагыла.
4. Эгерде силер жалданма кызматкерлер керек деп аныктасаңар, анда ишканаңардын уюштуруучулук түзүмүн түзгүлө жана ар бир

кызматкердин негизги функционалдык милдеттерин жазып чыккыла.

5. Ар бир талап кылынуучу кызматкер үчүн төмөнкү шаблон боюнча иштин баяндалышын жазып чыккыла:

Элеген кызмат:

Милдеттер:

Талап кылынуучу квалификация:

Болжолдуу эмгек акы:

**Маалымкат:** Өлкөбүздүн эмгек рыногунда жумуш, кызматкерлерди издөөнүн булактары көп. Ар бир социалдык тармакта кызматкерлерди издөө же эмгек сунуштоо жөнүндө кулактандыруулар менен баракчалар бар. Өзүңөрдүн резюмеңерди жарыялоо же кызматкерлерди издөө жөнүндө өтүнмөнү калтыруу үчүн өзүнчө сайттар да бар, мисалы: [www.job.kg](http://www.job.kg), [www.kg.trud.com](http://www.kg.trud.com), [www.headhunter.kg](http://www.headhunter.kg), [www.gazetarabota.kg](http://www.gazetarabota.kg) жана көптөгөн башка сайттар.

### Тиркеме:



### Жумушка алуу жөнүндө аңгемелешүү

Силер кызматкерди жалдайсыңарбы же өзүңөр жумушка орношуп жатасыңарбы резюме боюнча тандоодон кийин силерди аңгемелешүү же интервью этабы күтөт. Аңгемелешүү ушул конкреттүү адам бул ишке ылайык келерин аныктоого, ишкананын командасы менен иш алып баруу мүмкүнчүлүктөрүн жана перспективаларын баалоого мүмкүндүк берет.

Жумуштун түрүнө жана ишкананын өзүнө, интервью жүргүзүүчү адамга жараша аңгемелешүү ар кандай жолдор менен өткөрүлүшү мүмкүн. Кимдир бирөө тапшырмаларды аткарууну кошот, кээ бирлери көйгөйдүн стандарттуу эмес чечилишин табууну өтүнөт. Бул үчүн силерге креативдүү ой жүгүртүүнү өнүктүрүү көнүгүүлөрү жардам берет, алар бул колдонmodo берилген. Бирок, аңгемелешүүдө көбүрөөк берилүүчү суроолордун стандарттуу топтому да бар:

1. Өзүңөр жөнүндө айтып бергиле.
2. Өзүңөрдүн жакшы жактарыңарды атагыла.
3. Кемчиликтериңерди атагыла.
4. Эмне үчүн был жумушка кызыкдарсыңар?
5. Силердин билимдер жана көндүмдөр компанияга кандай жардам бере алат?
6. Келечекте өзүңөрдү кайсы позицияда көрүп жатасыңар?
7. Буга чейинки жумушта эмнени жактыргансыңар/жактырбагансыңар? Андан эмне себептен кеттиңер эле?
8. Буга чейинки жумуштардагы кандай жетишкендиктер менен сыймыктанасыңар?
9. Билимиңер бул жумушка жана бул кызматка канчалык ылайык келет?
10. Силер биздин компания жөнүндө эмнени билесиңер? Ишмердүүлүктү жакшыртуу боюнча кандай сунуштарды азыртадан бере аласыңар?
11. Эмгек акынын кандай көлөмүн алууну каалайсыңар?

Эгерде аңгемелешүүдөн силер өтүп жаткан болсоңор, анда андан ийгиликтүү өтүү үчүн бир нече сунуш:

- ❖ компания, жетекчилер, миссия ж.б. жөнүндө маалыматты сөзсүз өздөштүрүү зарыл;
- ❖ белгиленген жерге кантип жетүү керегин жана бул канча убакытты талап кылаарын алдын ала билип алгыла, аңгемелешүүгө кечигүү – бул фиаско;
- ❖ тышкы келбетиңерди ойлонгула (бул да ишмердүүлүктүн конкреттүү түрүнөн көз каранды болот, мисалы, эгерде силер дизайнер болсоңор, анда кийимиңердеги аныкталган креативдүүлүк жактырылат, эгерде силер банкка жумушка орношуп жатсаңар, анда кийимиңердин формасы дээрлик расмий болууга тийиш);
- ❖ типтүү суроолорго жоопторду даярдагыла;
- ❖ «амалкөй» суроолор да болушу мүмкүн, ошол эле эмгек акы жөнүндө суроо сиздин мотивацияңарды көрсөтүшү ыктымал;
- ❖ вербалдуу эмес жүрүм-турум, жаңсоолор, поза, мимика жөнүндө унутпагыла;
- ❖ силер кандай болсо да айтпай турган нерселерди аныктап алгыла, мисалы, кулинардык көндүмдөрүңөр, эгерде силер буга байланышпаган ишке орношуп жатсаңар;
- ❖ иш берүүчүгө кандай суроолорду бергиңер келет, ойлонгула;
- ❖ чынчыл жоопторду бергиле жана негитивге бабагыла, мисалы, буга чейинки жумуштан кетүү себебин айтып жатканда;
- ❖ сылык, кичипейил жана позитивдүү маанайда болгула.

Эгерде аңгемелешүүнү силер өткөрүп жатсаңар, анда мына бир нече кеңеш:

- ❖ даярдангыла жана берүүнү каалаган суроолордун тизмесин түзгүлө;
- ❖ пунктуалдуу жана адептүү болгула, талапкерге бир стакан суу сунуштагыла;
- ❖ өтө доминанттуу болбогула, силер ылайыктуу талапкерди тандап алууну каалап жатканыңарды унутпагыла, ага сүйлөө мүмкүнчүлүгүн бергиле;
- ❖ белгилеп тургула, бул талапкерлерди салыштырууга, кызыктуу өзгөчөлүктөрдү унутпоого жардам берет;
- ❖ жаңсоолорго, позага, мимикага, ойлонбой айтылган сөздөргө көңүл бургула;
- ❖ позитивдүү маанайда болгула;
- ❖ резюмеден кийин дароо талапкер жөнүндө кыскача тыянакты сөзсүз жазып алгыла;
- ❖ жоопту бере турган мөөнөттү белгилегиле.

Компетенттүү кызматкерлерди жалдоо маанилүү, ошондой эле компанияңардын максатын кыймылга келтирген команданы түзүү да маанилүү. Бул жерде натыйжалуу иш үчүн кызматкерлерди мотивациялоону, кызматкерлерди баалоону, кызматкерлерге ишеним көрсөтүү, урматтоо жана алардын керектөөлөрүн түшүнүүнү, ошондой эле команданы түруктүү жакшыртуу жана окутуу жолу менен командалык духту тарбиялоону эске алуу зарыл.

Ишкананы уюштуруунун жана башкаруунун дагы бир маанилүү бөлүгү – **тобокел-менеджменти**. Ишкерлер дайыма тобокелдиктерге дуушар болушат. Тобокелдик – бул кандайдыр бир жоготуу же ийгиликсиздиктин божомолу. Тобокел-менеджмент же тобокелдиктерди башкаруу мүмкүн болуучу тобокелдиктерди төмөндөтүү үчүн белгилүү бир чараларды кабыл алууну божомолдойт. Тобокелдиктер адамдын жүрүм-туруму (кызматкерлер тарабынан урдоолор, өрт чыгуу, талап-тоноолор ж.б.), табигый жаратылыш



факторлору (жер титирөөлөр, аба ырайынын шарттары) жана экономика (бизнес-шарттардын ар кандай өзгөрүүсү, мисалы валюта курсунун кескин өзгөрүп туруусу, чек аралар жабык болгондугу үчүн жеткирип берүүлөрдү токтотуу) менен чакырылышы мүмкүн.

Ишкерге мүмкүн болуучу тобокелдиктерди баалоо жана аларга даярдануу керек. Мисалы, мүлктү камсыздандыруу, жеткирип берүүлөрдүн түруксуздук болгон учурларына карата планды иштеп чыгуу, алдын ала каралбаган учурлар үчүн аныкталган сумманы резервдөө мүмкүн жана өзгөрүп туруучу шарттарга ыңгайлашууну билүү керек. Мисалы, 2019-жылдын жаз мезгилиндеги коронавирус пандемиясы учурунда жана өзгөчө абалды киргизгенде, тез ыңгайлашкан, интернет-сатууларды, үзгүлтүксүз жеткирүүлөрдү, кээ бир учурларда контактсыз жеткирүүлөрдү жөнгө салган бизнес гана иштеп кете алды.

#### Тапшырма:



#### «Бизнесимдин тобокелдиктерин аныктоо»

Бизнесиңер үчүн мүмкүн болгон тобокелдиктердин тизмесин түзгүлө. Аларды башкаруу боюнча аракеттердин тартибин жазгыла – эмнени жана кандай кылуу керек.

#### Тиркеме:



#### Долбоордук менеджмент: жашообуздун бардыгы - долбоор.

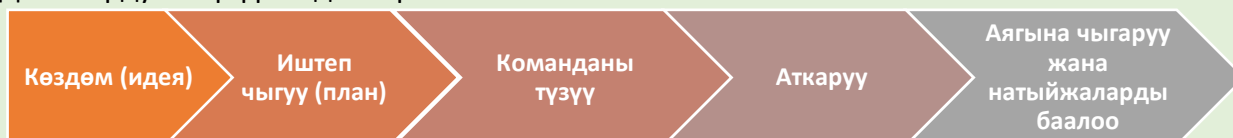
Дээрлик кандай болбосун милдетке долбоор катары мамиле кылууга болот. Ал эми бул долбоор болсо, анда долбоордун максатына жетүү боюнча белгилүү бир алгоритм да бар. Ошондуктан долбоордук менеджмент же долбоорлорду башкаруу илимдин популярдуу багыты. Долбоордун 3 негизги белгиси бар:

- ❖ максат – кандайдыр бир конкреттүү нерсени, кандайдыр бир натыйжаны алуу;
- ❖ мөөнөттөр – долбоордун башталышы жана аягы;
- ❖ керектүү ресурстар – финансылык, адам ресурстары ж.б.

Демек, долбоорду башкаруу төмөнкүлөрдү божомолдойт:

1. пландоо: каалаган натыйжаларды аныктоо, графикти түзүү, ресурстарды эсептөө;
2. уюштуруу: аткаруучуларды дайындоо;
3. башкаруу: ишти жетектөө, натыйжаларды көзөмөлдөө, көйгөйлөрдү чечүү, коммуникациялар.

Долбоордун өнүгүү стадиялары:



Долбоорлорду башкаруу боюнча кененирээк интернет мейкиндигинде бул тематика боюнча кеңири берилген адабияттан таанышууга болот.

**Тыянактар:**

- ❖ Качан ишкер менеджер болгондо ага белгилүү бир башкаруучулук көндүмдөр зарыл боло баштайт. Менеджерлер пландоого, ишти уюштурууга, кызматкерлерди жалдоого, ишмердүүлүк жана бизнестин ишмердүүлүгүн көзөмөлдөөгө жооптуу болушат.
- ❖ Көйгөйлөрдү чечүү модели 6 кадамдан турат: көйгөйдү аныктоо, маалымат чогултуу, көйгөйдү чечүүнүн ар кандай варианттарын аныктоо, эң жакшы альтернативаны баалоо жана тандоо, аркеттенүү жана аракетти баалоо.
- ❖ Көйгөйлөрдү чечүү үчүн коммуникативдик, «мээ чабуулу» жана кетирген каталардан сабак алуу көндүмдөрү өзгөчө мааниге ээ.
- ❖ Убакыт – жашообуздагы башкы ресурстардын бири жана аны башкара билүү өтө маанилүү. Тайм-менеджмент катуу жана ийкемдүү болушу мүмкүн. Убакытты башкаруунун негизги принциптери өзүнө максат коюу, артыкчылыктарды коюштуруу, убакытты сезе билүүнү машыктыруу, жагымсыз иштерди пландоо жана аларды аткарууну камтыйт.
- ❖ Бинесиңер кызматкерлерди жалдоого муктаж экендигин аныктоо үчүн алгач бизнеске зарыл болуучу ишмердүүлүктүн тизмесин түзүү, аны ишке ашыруу үчүн убакыттын сарпталышын эсептөө, талап кылынуучу көндүмдөрдүн жана билимдердин тизмесин түзүү жана ар бир иштин/кызматтын баяндалышын даярдоо зарыл. Андан кийин ишкананын уюштуруучулук түзүмүн жана бардык кызматкерлердин функционалдык милдеттерин даярдоо керек.
- ❖ Ар кандай милдеттерди аткаруу үчүн керектүү убакытты баалоо маанилүү, бул толук жумуштуулукка кандай кызматкерлер, ал эми кандай кызматкерлер келип-кетип иштей ала тургандыгын аныктоого жардам берет.
- ❖ Компетенттүү кызматкерлерди жалдоодон тышкары натыйжалуу иштегендиги үчүн кызматкерлерди мотивациялоо, кызматкерлерди баалоо, ишеним көрсөтүү, урматтоо жана алардын керектөөлөрүн түшүнүү, ошондой эле командаларды түруктуу жакшыртуу жана окутуу аркылуу командалык духту тарбиялоону эске алуу зарыл.
- ❖ Ишкер аргасыз ар кандай тобокелдиктерге дуушар болот. Потенциалдуу тобокелдиктерди баалоо жана аларга алдын ала даярдануу маанилүү. Тобокелдиктердин айрым типтеринен камсызданууга болот, башкалары үчүн – жеңүү механизмин ойлоп табуу зарыл.

**Текшерүү үчүн суроолор:**

1. Жетекчи кандай негизги көндүмдөргө ээ болушу керек?
2. Көйгөйлөрдү чечүүдөгү негизги 6 кадам кайсылар?
3. Убакытты башкаруунун негизги принциптерин атагыла жана мүнөздөп бергиле.
4. Эйзенхауэрдин милдеттерди артыкчылыктуу кылуу матрицасы эмнени билдирет?
5. Ишканаңарга кызматкерлерди жалдоо талап кылынарын кантип аныктоо керек?
6. Эмне үчүн жалданган кызматкерлери менен ишканага уюштуруучулук түзүмгө жана бардык кызматкерлердин жазылган функционалдык милдеттерине ээ болуу керек?
7. Тобокел – менеджмент деген эмне? Ишкана кандай тобокелдиктерге дуушар болот жана тобокелдиктердин негитивдүү кесепеттерин кантип минималдаштыруу мүмкүн?

**Өз алдынча иш үчүн тапшырмалар:**





1. «Бизнес боюнча кеңештер: Бишкекте пиццерияны ачуу боюнча 16 натыйжалуу кадам» макаласын окуп чыккыла жана критикалык ой жүгүрткүлө (Булак: <http://limon.kg/news:68009>). Ишкер ишмердүүлүктү уюштуруу жана ишкананы башкаруу боюнча кандай кеңештерди берүүдө? Кандай кеңештерди силер бизнес-планыңарды түзүү үчүн курал катары колдоносуңар? Франшиза деген эмне?

2. Дэвид Аллендин GTD жана Джулия Моргенстерндин убакытты пландоо ыкмасын тапкыла жана таанышкыла. Алар жөнүндө кыскача презентацияны даярдагыла. Силер аларды эффективдүү деп эсептейсиңерби, эмне үчүн?

3. Кыргыз Республикасында камсыздандыруунун кандай түрлөрү бар, алар менен таанышып чыккыла? Ар кандай камсыздандыруу компанияларында өмүрдү жана ден-соолукту, мүлктү, бизнести камсыздандыруунун шарттары кандай экенин өздөштүргүлө.

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>10-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Бизнес-планыңардын уюштуруучулук планын түзүү үчүн уюштуруучулук түзүмдү түзө билүү, бизнесиңер үчүн кызматкерлердин талап кылынуучу функционалдык милдеттерин түшүнүү, бизнесиңер үчүн тобокелдиктерди баалай билүү жана ишкананы башкаруу түшүнүгү эмнени билдирээрин билүү керек.	
<b>Эмнени кылуу керек?</b>	<p>1. Бизнесиңер иштеш үчүн кандай түрдөгү ишмердүүлүк зарыл экенин баалагыла. Ишканаңарга кошумча кызматкерлерди жалдоо зарылбы, аныктагыла («Ишканамдын уюштуруучулук түзүмү» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>2. 4 жана 7-темадагы маалыматты колдонуп, бизнес-планыңардын уюштуруучулук планын түзгүлө.</p> <p>3. Бизнесиңердин мүмкүн болуучу тобокелдиктерин баалагыла жана аларды жокко чыгаруу жана төмөндөтүү механизмдерин иштеп чыккыла («Бизнесимдин тобокелдиктерин аныктоо» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p>	

## 11-ГЛАВА. ИШКАНАНЫН ФИНАНСЫЛАРЫН ЖÜRГүзүүнүн айрым өзгөчөлүктөрү

<p><b>Максат</b></p> 	<p>Ар кандай уюштуруу-укуктук формадагы ишканалардын, анын ичинде патенттин негизинде ишмердүүлүк жүргүзүү же жеке ишкер катары каттоодон өтүү учурунда финансы жүргүзүү жана финансылык отчеттуулукту тапшыруу жөнүндө түшүнүк алуу.</p>
<p><b>Окутуунун натыйжалары</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ишкер кандай салыктарды төлөгөндүгү жөнүндө маалымдармын;</li> <li>○ салык органдарына финансылык отчеттуу кантип тапшыруу керек экенин түшүнөм;</li> <li>○ КОБ, аларды каттоо жана ККМ (анын ичинде электрондук) колдонуу жөнүндө түшүнүк бар.</li> </ul>

Финансылык жазууларды кылдат жүргүзүү ишкананын кирешелерин жана чыгашаларын көзөмөлдөөгө, финансылык отчеттуу түзүүгө, ишмердүүлүктү пландоого жана божомолдоого жана бизнесиңерге салык органдарынын текшерүүлөрүнөн өтүүгө жардам берет.

Кандай финансылык отчеттуулукту жүргүзүү керек экендиги ишканаңардын уюштуруу-укуктук формасынан жана ишмердүүлүктүн түрүнөн көз каранды болот. Эгерде силер ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүп жатсаңар, анда силер салык төлөөгө милдеттүүсүңөр. Өлкөбүздө салык төлөөнүн ар кандай түрлөрү бар, анын ичинде алар чакан жана орто бизнести стимулдаштырууга багыталган.

**Маалымкат:** КРдин мыйзамдарына ылайык:

Салык түшүнүгү деп Кыргыз Республикасынын салык мыйзамдарына ылайык салык төлөөчүдөн милдеттүү түрдө, жекече кайтарымсыз түрдө алынуучу акчалай төлөм түшүнүлөт. (КР СКнын 19-беренеси).

XIX кылымда эле швейцариялык экономист Жан Симонд де Сисмонди салыктын маңызын эң жакшы бере алган: «Салык — жаран коомдук тартиптен, сот адилеттигинен, инсандын эркиндигин камсыздоодон жана менчик укугунан алган ырахаты үчүн төлөөчү баа. Салыктардын жардамы менен жыл сайын мамлекеттин чыгымдары жабылат жана ар бир салык төлөөчү ушунтип ал үчүн жана анын мекендештери үчүн сарпталуучу жалпы чыгымдарда катышат».

**Тапшырма:**



**«Кыргыз Республикасындагы салыктардын түрлөрү»**

Кыргыз Республикасындагы жалпы мамлекеттик жана жергиликтүү салыктар жөнүндө маалыматты тапкыла, тизмесин түзгүлө. Алардын ичинен кайсынысы түз, ал эми кайсынысы кыйыр салык? Айырмасы эмнеде? Аталган салыктардын ичинен кайсынысы силердин потенциалдуу ишкер катары кызыгууңарды жаратты?

Бир нерсени сатып алганда же саткан учурда – силер бүтүмдү ишке ашырасыңар. Бардык бүтүмдөр жазылып, белгиленүүгө тийиш. Ыктыярдуу патенттин негизинде жеке жак катары ишмердүүлүктү жүргүзүп жаткан этапта финансылык отчеттуулукту өзүңөр жүргүзө

аласыңар жана **салык органдарына отчёт** тапшырбайсыңар. Бирок, жеке ишкер, ЖЧК, шериктештик ж.б. катары каттоодон өтөөрүңөр менен силерге күн сайын бухгалтердик учёт системасын жөнгө салуучу, ошондой эле айлык, кварталдык жана жылдык отчётторду даярдоо жана салык органдарына тапшыруу менен алектенген кесипкөй бухгалтерди туруктуу негизде жалдоо же келип-кетип турган бухгалтердин кызматтарын колдонуу зарыл болот.

Кыргыз Республикасында салыктарды же жалпы режимде (ар бир салыкты өз-өзүнчө) же ыктыярдуу патенттин, милдеттүү патенттин, бирдиктүү салыктын негизинде салык салуунун женилдетилген системасы ж.б. сыяктуу атайын салык режимдеринин негизинде төлөнөт. Жеке жакатар жана жеке ишкерлер салыктарды эки формада - патенттин негизинде же ЖИни мамлекеттик каттоо жөнүндө күбөлүктүн негизинде төлөшөт.

Патенттин негизинде ишмердүүлүктү жүргүзүүдө ишкер пайдага салыктан жана сатык салыгынан тышкары салыктардын бардык түрлөрүн төлөөчү болуп саналат. Мисалы, жумушчуну жалдоодо киреше салыгы төлөнөт. Бул учурда силер киреше салыгын жана камсыздандыруу салымдарын төлөөчү (эмгек акыны эсептөөдөн 27,25%) жана салык органдарына киреше салыгы жана социалдык чегерүүлөр боюнча отчётторду тапшыруучу болуп саналасыңар. Жана жыл сайын Бирдиктүү салык декларациясын тапшырууда милдеттүү түрдө кирешенин иш жүзүндөгү суммасын көрсөтүңөр (КР СКнын 92-беренеси). Эгерде силер ыктыярдуу патенттин негизинде иштесеңер, анда отчёттук жылдан кийинки жылдын 1-апрелине чейин тапшырасыңар. Ишканалар 1-мартка чейин тапшырат.

Көңүл буруу керек, жумушчуларды жалдоодо, эгерде силер патенттин негизинде иш жүргүзсөңөр да жумушчу менен эмгек келишимин түзүү зарыл. Бул маселелер КРдин Эмгек Кодекси менен жөнгө салынат.

Эгерде силер ыктыярдуу патенттин негизинде иштесеңер жана жалданма жумушчуларыңар болбосо, анда силер патентти жана камсыздандыруу полисин гана сатып аласыңар. Бул учурда салык органдарына отчётту тапшырбайсыңар, болгону Бирдиктүү салык декларациясын толтурасыңар.

Бирок, эгерде бир жылдын ичинде сатуулардын көлөмү 8 млн. сомдон ашса (колдонмону басып чыгаруу учурунда минималдуу босого), анда патентти токтотуу жана мамлекеттик каттоо күбөлүгүнүн негизинде ЖИ катары же юридикалык жак катары каттоодон өтүү зарыл.

Мыйзамды билбестик жоопкерчиликтен бошотпойт. Ошондуктан талап кылынуучу финансылык документтерди өздөштүрүүгө кылдат мамиле кылгыла.

**Кейс:**



**КНСТИ төлөө зарылдыгы жөнүндө билген эмесмин** (ишкерлер тарабынан юристтерге көп берилүүчү суроолордун негизинде түзүлгөн [www.law.kg](http://www.law.kg))

Болот бизнесин ыктыярдуу патенттин негизинде үч жыл бою жүргүзгөн. Ал чет өлкөдөн жабдууларды сатып келүү боюнча кызматтарды көрсөтүп келген. Үч жыл өткөндөн кийин аны салык органдары текшере баштады жана ишмердүүлүктү жүргүзүүнүн 1 жана 2-жылында ыктыярдуу патент боюнча салык төлөө үчүн босого минимумунан ашып

кетүү болбогонун (колдонмону басып чыгаруу учурунда 8 млн. сом), ал эми 3-жылы сумма босогодон ашып кеткенин аныкташты.

КРдин мыйзамдарына ылайык Болот босого минимумунан ашып кеткенден кийин ыктыярдуу патенттин негизинде төлөнүүчү салыктан КНС боюнча салык төлөөгө өтүшү керек эле. Бирок, Болот мындай ченем жөнүндө билбегенин жана жыл сайын декларацияны тапшырып жүргөнүн билдирди. Эми ага мыйзам бузуу аныкталгандан баштап жана кийинки мезгилдерге бир жылдык жүгүртмө суммага айып пулдарды жана туумдарды кошуп эсептеп беришти. Бирок, кошуп эсептөөнүн суммасы анын ишканасынын кирешеси менен салыштырылгыс болуп чыкты жана ал ишкананы жабуу чечиминин үстүндө ойлонууда.

**Кейске карата суроолор жана тапшырмала:**

1. Мындай катаны болтурбоо үчүн Болот эмне кылыш керек эле?
2. КНС деген эмне жана аны кантип эсептейт?
3. Туум деген эмне?

«Эгерде» көп болуп жатат деп сезилүүдө, бирок өтө көп «эгерде» ишкананын уюштуруучулук укуктук формасын тандоодо жана керектүү көндүмдөр жана жалдама эмгекти тартуу боюнча талаптарды жазуу менен уюштуруучулук планды түзүүдө жок болуп кетет.

Эгерде силер ЖИ катары каттоодон өтүүнү чечсеңер, анда мөөрдү жана басмаканадан КОБду (катуу отчеттуулук бланктары, квитанциялар) заказ кылуу же ККМ сатып алуу зарыл. Силер товарларды жана кызматтарды саткан учурда сатып алуучуга бүтүмдү ишке ашыруу жөнүндө документи берүү зарыл. Бул **контролдук-кассалык машиналардын (ККМ)** чектери же кагаз **квитанциялар** болушу мүмкүн. Мөөрдү жана КОБду алгандан кийин катталган жер боюнча салык органына кайрылуу жана аларды салык органынын мөөрү менен тастыктоо, ошондой эле КОБду номерлөө жана боо өткөрүү зарыл. КОБдо СИН, дарек, квитанциянын номери жана ишмердүүлүктүн түрү көрсөтүлөт.

**Маалымат:** КР Өкмөтү жүргүзүп жаткан санариптештирүү саясатынын алкагында жыл сайын процедуралардын көбүн электрондук түрдө тариздөө мүмкүн, мисалы электрондук патентти сатып алуу, онлайн форматта Бирдиктүү салык декларациясын толтуруу, отчетторду аралыктан тапшыруу, электрондук эсеп-фактураларды тариздөө, салык төлөөчүнүн жеке кабинетин жүргүзүү, ал эмес ККМди сатып алуу жана аны тейлөө үчүн акча коротпостон, **электрондук ККМге** ээ болуу мүмкүн. Бардык маалыматты Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнө караштуу Мамлекеттик салык кызматынын сайтынан табууга болот: [www.sti.gov.kg](http://www.sti.gov.kg).

**Тапшырма:**



**«Мага ККМ керекпи?»**

Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 2016-жылдын 16-июнундагы №324 «Маалыматтарды онлайн режиминде берүү функциясы бар контролдук-кассалык машиналарды колдонуу механизмдин ишке киргизүү боюнча чаралар жөнүндө» токтому менен таанышып чыккыла. Токтомдо берилген тизмеге ылайык бизнесиңер үчүн ККМди сатып алуу зарылбы, аныктагыла.

ККМдин өзүн сатып алгандан кийин ТТБ (Техникалык тейлөө борбору [www.kkm.kg](http://www.kkm.kg)) кассалык техниканы каттоодон өткөрөт. Эгерде ишкер өз ишмердүүлүгүн толугу менен же убактылуу токтотсо, анда ал ТТБга арыз менен кайрылат.

Кассалык нөөмөттү жабууда (мисалы, жумуш күнүнүн аягында) ККМ мындайча аталган жыйынтыктоочу суткалык отчетту басып чыгарат. Суткалык отчет кассалык нөөмөттүн башында канча каражат болгонун, сатуулардын суммасы, кайтарылган каражаттар, кассалык нөөмөттүн датасы жана катар номери жөнүндө маалыматтарды камтыйт. Ишкер бул маалыматтарды операционисттин кассалык китебине киргизүүгө милдеттүү. Эгерде бир күндүн ичинде сатуулар болбосо же дем алыш күн болсо, анда суткалык отчет түзүлбөйт жана кассалык китепке жазууларды киргизүүнүн кереги жок. Кассалык китепти электрондук форматта да жүргүзүү мүмкүн.

Операционисттин кассалык китебин туура эмес же өз убагында толтурбоо, жыйынтыктоочу суткалык отчетту жоготуу кассалык тартипти бузуу болуп саналат жана айып пул салууга алып келет. Ишкер кассалык китеп менен бардык суткалык отчетторду сактоого жана салык инспекторунун талабы боюнча берүүгө милдеттүү.

#### Тапшырма:



#### «Кассалык китеп»

YouTube порталынан [Заполнение книги кассира-операциониста](#) аталышындагы кассалык китепти толтуруу боюнча окутуучу видеону карап чыккыла. Видеодо кандай жаңы түшүнүктөр айтылды? Жаңы түшүнүктөрдү жана аларды эсептөө ыкмаларын талдап чыккыла.

Эгерде ишкер юридикалык жакты каттоодон өткөрсө (мисалы, ЖЧК), анда ал минимум балансты же финансылык абал жана пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчетту тапшырууга милдеттүү. Силер кирешелердин жана чыгашалардын планын түзгөндү билгендиктен, силерге Пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчетту түзүү принциби түшүнүктүү болот.

Өз кезегинде Ишкананын финансылык абалы жөнүндө отчет же аны Бухгалтердик баланс деп да аташат, белгиленген датага карата ишкананын финансылык абалын көрсөтөт жана үч бөлүмдөн турат: активдер, милдеттенмелер жана жеке капитал. Ал Бухгалтердик баланс деп бекеринен аталган эмес, анткени:

**активдер = милдеттенмелер + жеке капитал**

Жөнөкөй тил менен айтканда, активдер – бул ишкананын мүлкү, аны ал экономикалык пайда алуу үчүн колдонот (материалдык, материалдык эмес запастар, акча каражаттары ж.б). Милдеттенмелер ишкананын карыздарын билдирет (зайымдар, салыктар). Жеке капитал – бул өзүнүн ээлеринин алдында ишкананын милдеттенмелери (бөлүштүрүлбөгөн киреше, акционердик капитал, резервдер). Активдер же ички (мисалы, бөлүштүрүлбөгөн кирешеден) же тышкы (банктын насыялары, насыяга сатып алуу) булактардан каржылангандыктан, ишкананын активдери менчик ээлери салган капиталдын чоңдугуна жана милдеттенмелерге барабар болот.

Тапшырма:



«Баланс/финансылык абал жөнүндө отчет жана Пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчет»

Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 2013-жылдын 11-ноябрындагы №609 токтому менен бекитилген Чакан ишкердик субъекттеринин бухгалтердик эсепти жана отчеттуулукту жүргүзүүсүнүн эрежелерин карап чыккыла. 5 жана 6-тиркемеде Баланс/финансылык абал жөнүндө отчет жана Пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчетту табыңыз. Ар бир түшүнүктү Эрежелерде берилген маалыматка жана аныктамаларга негизделип талдап чыккыла.

Тыянактар:

- ❖ Финансылык жазууларды кылдат жүргүзүү ишкананын кирешелерин жана чыгашаларын көзөмөлдөөгө, финансылык отчеттуу түзүүгө, ишмердүүлүктү пландоого жана божомолдоого жана бизнесиңерге салык органдарынын текшерүүлөрүнөн өтүүгө жардам берет.
- ❖ Кандай финансылык отчеттуулукту жүргүзүү керек экени ишканаңардын уюштуруу-укуктук формасынан жана ишмердүүлүктүн түрүнөн көз каранды. Эгерде силер ишкердик ишмердүүлүктү жүргүзүп жатсаңар, анда силер салык төлөөгө милдеттүүсүңөр. Өлкөбүздө салык төлөөнүн ар кандай түрлөрү бар, анын ичинде алар чакан жана орто бизнести стимулдаштырууга багыталган.
- ❖ КРде салыктарды же жалпы режимде (ар бир салыкты өз-өзүнчө) же ыктыярдуу патенттин, милдеттүү патенттин, бирдиктүү салыктын негизинде салык салуунун женилдетилген системасы ж.б. сыяктуу атайын салык режимдеринин негизинде төлөнөт. Жеке жактар жана жеке ишкерлер салыктарды эки формада - патенттин негизинде же ЖИни мамлекеттик каттоо жөнүндө күбөлүктүн негизинде төлөшөт.
- ❖ КР Мамлекеттик салык кызматынын сайты толтуруу үчүн бардык керектүү формаларды жана нускамаларды камтыйт.
- ❖ Бүтүмдөрдү ишке ашыруу үчүн ККМди же КОБду (квитанцияларды) заказ кылуу зарыл, ЧУАда көрсөтүлгөн ишмердүүлүктүн түрлөрүнөн тышкары.
- ❖ Санариптештирүү саясаты ККМди тейлөө үчүн чыгымдарды, электрондук эсеп-фактураларды жүргүзүүнү талап кылбаган электрондук ККМди орнотуу мүмкүнчүлүгүн берет. Жыл сайын электрондук кызматтардын тизмеси көбөйүүдө.
- ❖ Кассалык китепти туруктуу негизде толтуруу зарыл, суткалык жыйынтыктоочу отчетторду жоготуу айып пул салууга алып келет.
- ❖ Эгерде ишкер юридикалык жакты каттоодон өткөрсө (мисалы, ЖЧК), анда ал минимум балансты же финансылык абал жана пайдалар жана чыгашалар жөнүндө отчетту тапшырууга милдеттүү.

Текшерүү үчүн суроолор:

1. Финансылык отчеттуулукту эмне үчүн жүргүзүү зарыл?
2. СИН деген эмне?
3. Ким жана кандай мөөнөттө Бирдиктүү салык декларациясын тапшырат?
4. КНС боюнча минималдуу босого кандай ролду ойнойт?
5. ККМ деген эмне жана алар эмнеге керек?
6. Жыйынтыктоочу суткалык отчет деген эмне жана кассалык китепти кантип толтуруу керек?



7. Баланс/финансылык абал жөнүндө отчётту түзүү үчүн кандай түшүнүктөрдү билүү зарыл?
8. Пайдалар жана кирешелер жөнүндө отчётту түзүү үчүн кандай түшүнүктөрдү билүү зарыл?



### Өз алдынча иш үчүн тапшырма:

[www.1c-kato.kg](http://www.1c-kato.kg) сайтында берилген маалыматты карап чыгыңыз. Бизнеси жүргүзүү үчүн бул маалымат кантип пайдалуу боло алат? «Протестировать продукт онлайн» функциясын колдонуп көрүңүз.

<b>«МЕНИН БИЗНЕСИМ» ОКУУ ДОЛБООРУ</b>		<b>11-КАДАМ</b>
<b>Түшүндүрмө</b>	Кандай болбосун бизнес легалдуу болууга тийиш, ошондуктан ишкердик имердүүлүктү кантип мыйзамдуу баштоо жана кандай финансылык отчётторду тапшыруу керек экендигин түшүнүү зарыл.	
<b>Эмне кылуу керек?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Силерге ККМди же КОБту сатып алуу талап кылынабы, аныктагыла («Мага ККМ керекпи?» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>2. Кассалык китепти толтуруу үчүн Microsoft Excel таблицаларын түзгүлө («Кассалык китеп» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> <li>3. Балансты/финансылык абал жөнүндө отчётту жана Пайдалар жана кирешелер жөнүндө отчётту толтуруу үчүн бекитилген формалардын негизинде Microsoft Excel таблицаларын түзгүлө («Баланс/финансылык абал жөнүндө отчёт жана Пайдалар жана кирешелер жөнүндө отчёт» тапшырмасынын жыйынтыктары).</li> </ol>	
	4. <b>Бирдиктүү документти - даяр бөлүктөрдөн бизнес-планыңардын текстин чогулткула жана анын презентациясын даярдагыла.</b>	

## ОКУУ ДОЛБООРУН АТКАРУУ БОЮНЧА СУНУШТАР

Окуу куралы окуучулар тарабынан индивидуалдуу же топ ичинде «Менин бизнесим» окуу долбоорун даярдоону божомолдойт, ал идея тандоонун жана бизнес-план даярдоонун бардык негизги стадияларынан өтүүгө мүмкүндүк берет.

Окуу куралын өздөштүрүү учурунда ар бирөөндө базалык бизнес-планды даярдоо жана пландарды иш жүзүндө реалдуу кылуу боюнча кандайдыр бир аркеттерди практикалык көрүү мүмкүнчүлүгү болот. Даярдык көрүү кадамдар боюнча аткарылат, бардыгы 11 кадам каралган (главалардын саны боюнча). Ар бир главаны өздөштүрүүдө белгилүү бир тапшырмалар, ал эми ар бир главанын аягында – окуу долбоорун аткаруу үчүн ар бир тапшырманын жыйынтыктарын кандай колдонуу керек экендиги тууралуу көрсөтмө берилет.

Окуу долбоорун ийгиликтүү аткаруу үчүн окуу куралын кылдат өздөштүрүү жана главалардын ичиндеги бардык тапшырмаларды аткаруу талап кылынат. Окуу куралын жана дисциплинаны өздөштүрүүнүн жыйынтыгында коомчулуктардын ишкерлерин чакыруу менен иш-чара өткөрүү божомолдонот, ал жерден окуучулар өз бизнес-пландарын презентациялай алат жана кайтарым байланыш ала алышат.

Өзүнчө жазуу китепчесин ачкыла же электрондук текст документин түзгүлө, ал жерге силер окуу долбоорунун ар бир кадамынын аткарылышын белгилеп турасыңар. Ар бир кийинки этапта жаңы билимдерди жана көндүмдөрдү эске алуу менен критикалык ой жүгүртүү менен баалагыла, коррекциялагыла жана аткарылган тапшырмаларды кошумчалагыла. Эгерде силерге кандайдыр бир маселелерде атайын консультация жетишпесе, анда силер окутуучуга кайрыла аласыңар, жергиликтүү ишкерлерден интервью ала аласыңар же МСК, Соцфонддун call-борборуна, Ишкерлерди колдоо боюнча жергиликтүү борборлорго кайрыла аласыңар. Пайда болгон маселелерди дайыма аудиторияда группалаштар жана окутуучу менен талкуулоо керек.

Маркетингдик изилдөөлөрдү, жок дегенде эң жөнөкөйлөрдү жүргүзүүдөн эринбегиле. Алар учурдагы көйгөйлөргө карата жаңы идеяларды, көз карашты бере алат же жаңы көйгөйлөрдү аныктай алат. Жергиликтүү рынокто өндүрүмүңөргө жакын аналогду табууга жана бул товарды же кызматты алууга аракет кылгыла, бул учурда силерге эмне жакты, эмне жаккан жок, эмнени жакшыртуу керек экендигин жазып алгыла, бул өндүрүмдү сатып алуучуларды сурамжылоону жүргүзгүлө. Бул силерге баштапкы позицияларды жакшыртып алууга мүмкүнчүлүк берет.

Ошентип, бул окуу куралын өздөштүрүүнүн жүрүшүндө силерге төмөнкү тапшырмаларды аткаруу зарыл болот:

Кадамдар (темаларга ылайык келишет)	Тапшырмалар	Натыйжа (өндүрүм)
1-кадам.	Силер ишкердик ишмердүүлүк менен алектенүүнү каалайсыңарбы, ойлонуп көргүлө. Эгерде ооба болсо, анда конкреттүү эмне менен алектенүүнү каалайт	Ишкердик үчүн идеялар

	элеңер: кандайдыр бир товарды өндүрүүбү же кызмат көрсөтүүбү.	
<b>2-кадам.</b>	Силер тандап алган ишмердүүлүк чөйрөлөрү үчүн кандай уюштуруу-укуктук форма туура келерин ойлонгула.	Мүмкүн болуучу уюштуруу-укуктук формалар
<b>3-кадам.</b>	Алдын ала даярдалган блокнотко же документке «Жеке SWOT-талдоо», «Менин жөндөмдөрүм», «Ишкердикке жөндөмдүүлүк» тести» тапшырмаларынын натыйжаларын жазып алгыла.	Ишкердик идеяларга өздүк жөндөмдөрдүн, билимдердин, көндүмдөрдүн ылайык келүүсү
<b>4-кадам.</b>	<p>1. «Презентациялоо жана бизнес-идеямды баалоо» тапшырмасынын жыйынтыгы боюнча өз бизнес-идеяңарды жазып алгыла, эгерде тапшырманы аткаргандан кийин силерде күмөн саноо болсо, анда креативдүү ой жүгүртүүнүн көрсөтүлгөн ыкмаларынын жардамы менен башка идеяны тандап алгыла.</p> <p>2. Чечим кабыл алгыла, идеяңарды жалгыз же 3 адамга чейинки топто өнүктүрөсүңөрбү, тобуңарды «бизнес-топ» деп атап коёлу. Топто болсо, анда бизнес-топтун мүчөлөрүн аныктап алгыла жана бизнес-идея тууралуу бир ой-пикирге келгиле.</p>	Бизнес-идея, бизнес-топ
<b>5-кадам.</b>	1. Бизнес-тобуңар менен «Бизнес-планымдын резюмеси» тапшырмасын аткаруунун натыйжаларын талкуулагыла. Керектүү коррективаларды киргизгиле жана аны блокнотуңарга же документиңерге киргизгиле.	Бизнес-пландын резюмеси
<b>6-кадам.</b>	<p>1. Маркетингдик максаттарды түзгүлө («Маркетингдик максаттар» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>2. Өндүрүмүңөр үчүн маркетингдик планды түзгүлө («Максаттуу аудитория жана өндүрүмүмдү керектөөчүнүн профили», «Атаандаштарымды талдоо», «Өндүрүмүмдүн өздүк наркын жана баасын эсептөө», «Өндүрүмүмдү бренддөө», «Бизнесимдин жайгашкан жери жана өткөрүү каналы», «Өндүрүмүмдүн жарнамасы» тапшырмаларынын жыйынтыктары).</p>	Маркетингдик план

<p><b>7-кадам.</b></p>	<p>1. Бизнесиңерди ачуу үчүн керектүү баштапкы капиталды эсептегиле («Бизнесим үчүн баштапкы жана айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасынын жыйынтыктары). Microsoft Excel таблицалык редакторду колдонула.</p> <p>2. Күтүлүүчү кирешени жана пайданы санап чыгып, ишканаңардын кирешелер жана чыгашалар планын түзгүлө («Ишканамдын кирешелерин жана чыгашаларын пландоо» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>3. Ойлонгула, оң натыйжалуу баланс тезирээк болуш үчүн кандай чараларды көрө аласыңар, ошондой эле өзүңөрдүн керешелер жана чыгашалар планыңарды коррекциялагыла.</p>	<p>Баштапкы капиталдын суммасы,  Кирешелер жана чыгашалар планы</p>
<p><b>8-кадам.</b></p>	<p>1. Ишмердүүлүгүңөрдүн түрү үчүн патенттин жана камсыздандыруу төгүмүнүн баасын билгиле («Патент жана камсыздандыруу полиси» тапшырмасын аткаруунун натыйжалары).</p> <p>2. Ээ болгон билимдердин негизинде тандап алган бизнес-идеяңар үчүн уюштуруу-укуктук форманы аныктап алгыла.</p>	<p>Патент, анын наркы же ишкананын уюштуруу-укуктук формасы</p>
<p><b>9-кадам.</b></p>	<p>1. 7-кадамдын негизинде бизнесиңерди ачуу үчүн кандай сумма жетишпегенин санагыла («Бизнесим үчүн баштапкы жана айлык чыгымдарды эсептөө» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>2. Эгерде керектүү капиталды силер банктан аласыңар деп кабыл алсак, анда банкты тандагыла жана насыяны төлөө графигин түзгүлө («Коммерциялык насыяны төлөө графигим» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>3. Силер тандап алган банкка насыя алуу өтүнмөсүн жазуу үчүн керектүү документтердин тизмесин түзгүлө.</p>	<p>Каржылоо булактары,  Насыяны төлөө мүмкүн болуучу графиги</p>
<p><b>10-кадам.</b></p>	<p>1. Бизнесиңер иштеш үчүн кандай түрдөгү ишмердүүлүк зарыл экенин баалагыла. Ишканаңарга кошумча кызматкерлерди жалдоо зарылбы, аныктагыла</p>	<p>Ишкананын уюштуруучулук түзүмү,  уюштуруучулук план,</p>

	<p>(«Ишканамдын уюштуруучулук түзүмү» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>2. 4 жана 7-темадагы маалыматты колдонуп бизнес-планыңардын уюштуруучулук планын түзгүлө.</p> <p>3. Бизнесиңердин мүмкүн болуучу тобокелдиктерин баалагыла жана аларды жокко чыгаруу жана төмөндөтүү механизмдерин иштеп чыккыла («Бизнесимдин тобокелдиктерин аныктоо» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p>	<p>ишкананын мүмкүн болуучу тобокелдиктери</p>
11-кадам.	<p>1. Силерге ККМди же КОБту сатып алуу талап кылынабы, аныктагыла («Мага ККМ керекпи?» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>2. Кассалык китепти толтуруу үчүн Microsoft Excel таблицаларын түзгүлө («Кассалык китеп» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p> <p>3. Баланс/финансылык абал жөнүндө отчет жана Пайдалар жана кирешелер жөнүндө отчетту толтуруу үчүн бекитилген формалардын негизинде Microsoft Excel таблицаларын түзгүлө («Баланс/финансылык абал жөнүндө отчет жана Пайдалар жана кирешелер жөнүндө отчет» тапшырмасынын жыйынтыктары).</p>	<p>Финансылык отчеттуулук үчүн формалар менен Microsoft Excel таблицалары</p>
	<p>4. <b>Бирдиктүү документти - даяр бөлүктөрдөн бизнес-планыңардын текстин чогулткула жана анын презентациясын даярдагыла.</b></p>	<p>Бизнес-план</p>

Келечекте жолуңарды ишкердик менен байланыштырбасаңар да окуу долбоорун аткаргыла, эч ким бир жылдан кийин, 5 жылдан кийин эмне болоорун билбейт. Долбоорду аткаруу ишкердик ой жүгүртүүнүн өнүгүүсүнө түрткү берет, ал силер тандап алган кесибиңерге жана ишиңерге карабастан сөзсүз керек болот.



## ГЛОССАРИЙ

(базалык терминдер Кыргыз Республикасынын ченемдик укуктук актыларынан алынды)

**Акциз салыгы** – кыйыр салык, салык төлөөчү болуп Кыргыз Республикасынын территориясында акциз алдындагы товарларды өндүргөн, анын ичинде иштетилме негизде өндүргөн жана/же Кыргыз Республикасынын территориясына акциз алдындагы товарларды импорттогон субъект саналат.

**Баштапкы чыгымдар** – бул сиз бир жолу бизнесиңиздин эң башында тарткан чыгымдар.

**Бизнес-план** – бул ишкананы ачуу жана ишмердүүлүгү үчүн бардык керектүү кадамдарды баяндаган документ, ал бизнес-идеяны түшүндүрөт жана сиздин өндүрүм кандай өндүрүлөрүн жана ишке ашырыларын көрсөтөт, так максаттарды коет жана бул максаттар кандай жетишиле тургандыгын түшүндүрөт. Анын негизги элементтери: өндүрүмдү баяндамасы менен киришүү бөлүгү, маркетингдик план, финансылык план, уюштуруучулук план.

**Грант** - мамлекеттер, эл аралык, чет элдик жана ата мекендик уюмдар тарабынан Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнө, жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарына, мамлекеттик, ошондой эле саясий партияларды же шайлоо кампаниясынын талапкерлерин колдоого катышпаган коммерциялык эмес уюмдарга кайтарымыз берилген активдер.

**Декларация (БСД – бирдиктүү салык декларациясы)** – бул салыктык отчет, анын максаты – субъекттин финансылык жана экономикалык ишмердүүлүгү жөнүндө башка маалыматты берүү.

**Жалданма иш** — бул жаран айкын (жазуу түрүндө же оозеки) же божомолдонуучу эмгек келишимин түзгөн, ага базалык сыйакыга (акчалай же акчалай эмес) кепилдик берген, адам иштеген жердеги бирдиктен кирешеден түздөн-түз көз каранды болбогон иш.

**Жалданбаган иш** — бул сыйакы товарларды өндүрүүдөн жана кызматтарды көрсөтүүдөн түшкөн кирешеден түздөн-түз көз каранды болгон жеке ишканадагы иш (өздүк иште). Жак ишкананын (өздүк иштин) ишмердүүлүгүнө тиешелүү болгон өндүрүштүк чечимдерди өз алдынча кабыл алат же ишкананын (өздүк иштин) бакубатчылыгы үчүн жоопкерчиликти өзүнө калтыруу менен ыйгарым укуктарды бирөөгө ыйгарат.

**Жеке ишкер** – бул юридикалык жакты түзбөстөн ишкердик ишмердүүлүк менен алектенген жеке жак.

**Ишке ашыруудан киреше** – бул товарларды, иштерди, кызмат көрсөтүүлөрдү ишке ашыруудан салык төлөөчү алган же алууга тийиш болгон акча каражаттары.

**Ишкана** – бул идеяны товарларды өндүрүүгө же кызматтарды көрсөтүүгө айландырган жеке же юридикалык жак.

**Ишкердик** жеке жана юридикалык жактардын өз атынан өзүнүн менчик же карызга алган каражаттарынын эсебинен, өз тобокели жана өзүнүн мүлктүк жоопкерчилиги астында киреше алуу үчүн жүргүзгөн демилгеси, өз алдынча экономикалык ишкердиги болуп эсептелет (КР Ишкерлердин укуктарын коргоо жөнүндө мыйзамынын 2-беренеси).

**Ишкердик** – бул баалуулукка ээ болгон кандайдыр бир жаңы нерсени түзүү процесси; убакытты жана күчтү талап кылуучу, өзүнө финансылык, моарлдык жана социалдык жоопкерчиликти алууну божомолдоочу процесс; акчалай киреше жана жетишилгенге жеке канааттанууну алып келүүчү процесс [22, 11-б].

**Ишкердик мүмкүнчүлүк** – бул өндүрүш наркынан жогору баа боюнча товарларды жана кызматтарды өндүрүү, өзгөртүү жана сатуу үчүн мүмкүнчүлүк болуп саналат.

**Камсыздандыруу сыйакысы (төгүм)** – камсыздандырылуучу тарабынан камсыздандыруучуга камсыздандыруу келишиминде шартталган камсыздандыруу учуру болгондо камсыздандыруу суммасын төлөп берүү (ордун толтуруу) милдеттенмесин өзүнө алгандыгы үчүн төлөнүүчү сумма, ал камсыздандырылуучу бир жолу төлөнөт (камсыздандыруу сыйакысы) же камсыздандыруу келишиминин күчкө ээ болгон мезгилинде ай сайын, квартал сайын ж.б. мөөнөттө (камсыздандыруу төгүмдөрү) бөлүп төлөнөт.

**Киреше салыгы** – бул тикелей салык, ал боюнча салык базасы болуп салык төлөөчү салыктык мезгилде алган жалпыланган жылдык киреше менен КР СК менен каралган чегерүүлөрдүн ортосундагы айырма катары эсептелүүчү киреше саналат.

**Кошумча нарк салыгы (КНС)** Кыргыз Республикасынын территориясында бардык салык салынуучу жеткирип берүүлөрдүн, ошондой эле салык салынуучу импорттун наркынын бир бөлүгүн бюджеттин кирешесине алып коюунун формасы болуп эсептелет.

**Кыйыр салыктар** – бул баасына же тарифине үстөк түрүндө белгиленген, кошумча нарк салыгы, акциз салыгы жана сатуу салыгы сыяктуу салык төлөөчүнүн кирешеси же мүлкү менен түздөн-түз байланышпаган товарларга, иштерге жана кызмат көрсөтүүлөргө салыктар.

**Кызмат көрсөтүүлөр** – бул өндүрүлгөн учурда керектелүүчү продукция.

**Максаттуу аудитория** – бул белгилүү бир өндүрүмдү сатып алууну каалаган адамдар же компаниялар, потенциалдуу сатып алуучулар.

**Маркетинг** – бул өндүрүүчү тарабынан керектөөчүгө товарларды илгерилетүү жана пайда алуу үчүн сатып алуучулар менен бизнестин өз ара мамилелерин башкаруу боюнча процесстердин топтому. Маркетинг өзүнө пландоону, баа түзүүнү, өндүрүмдү рынокто позициялоону жана сатууларды камтыйт.

**Маркетингдик изилдөө** өзү менен сатып алуучулар, атаандаштар жана өндүрүм жөнүндө маалыматты топтоо, жазуу жана талдоо процессин билдирет.

**Менеджмент** - бул чарба жүргүзүүчү субъекттерди башкаруу ыкмаларынын топтому (мисалы, ишканаларды), алардын максаттарына жетүүгө жана алардын ишинин натыйжалуулугун жогорулатууга багытталат.

**Насыя** – бул банк же башка финансылык-кредиттик уюм зайымчыга ар кандай максаттарга убактылуу пайдаланууга берген, аны пайдалангандыгы үчүн пайыздарды төлөгөн акчанын суммасы.

**Нарк** - товардын, аткарылган иштердин же көрсөтүлгөн кызматтардын наркынын акчалай туюнтулушу.

**Өзгөрүлмө чыгымдар** - өндүрүлгөн продукциянын санына жараша болгон чыгымдар.

**Өндүрүмдү өткөрүү каналдары** – бул товар же кызмат көрсөтүү өндүрүүдөн баштап керектөөгө чейин басып өткөн жол.

**Өздүк нарк** - өндүрүмдү (иштерди, кызмат көрсөтүүлөрдү) өндүрүүгө жана сатууга уюмдун чыгымдарынын акчалай туюнтулушу.

**Өндүрүш факторлору** – бул өндүрүү процессинде колдонулуучу ресурстар. Төмөнкү өндүрүш факторлорун айырмалашат: эмгек, жер, капитал, маалымат жана ишкердик талант/жөндөм.

**Пайда** — бул өндүрүштө бардык чыгымдарды жапкандан кийин жана өндүрүмдү сатуудан кийин калган кирешенин бир бөлүгү.

**Пайдага салык** - бул тикелей салык, салыктык база болуп Кыргыз Республикасынын Бухгалтердик эсеп жөнүндө мыйзамдарында белгиленген эрежелер боюнча эсептелген пайда саналат.

Пайда алууга багытталган, мыйзамда белгиленген тартипте ушундай сапатта катталган адамдар тарабынан өз алдынча, өзүнүн тобокелге салуусу менен жүзөгө ашырылган **ишмердүүлүк ишкердик** болуп эсептелет (КР ГР 1-беренеси).

**Салык** – бул Кыргыз Республикасынын салык мыйзамдарына ылайык салык төлөөчүдөн милдеттүү түрдө алынуучу, жеке кайтарымсыз акчалай төлөм.

**Сунуш** - сатуучулар белгилүү бир баада рынокто сатуу үчүн сунуштоого даяр болгон (каалаган жана сунуштай алган) товарлардын саны.



**Социалдык ишканалар** – бул белгилүү бир социалдык миссиясы бар ишканалар, алар ден соолугунун мүмкүнчүлүгү чектелген адамдарды, калктын белгилүү бир категориясына, жаштарга, аялдарга ишке орношуу үчүн мүмкүнчүлүк берет.

**Суроо-талап** - керектөөчүлөр бардык бирдей шарттарда белгилүү бир убакыттын ичинде белгилүү бир баа боюнча сатып алууну каалаган жана сатып ала турган продукттун саны.

**SWOT-талдоо** – стратегиялык менеджменттин жөнөкөй, бирок натыйжалуу курал, кырдаалдык талдоонун түрү. SWOT аталышы англис сөздөрүнүн биринчи тамгаларынан келип чыккан. Талдоону таблица түрүндө жүргүзүү сунушталат. **S** – Strengths – Күчтүү жактар, **W** – Weaknesses – Алсыз жактар, **O** – Opportunities – Мүмкүнчүлүктөр, **T** – Threats – Коркунучтар.

**Товарлар** – бул биз көрө алган, кармап көргөн, сатып алып анан колдонгон продукция.

**Туруктуу чыгымдар** - өндүрүлгөн продукциянын көлөмүнө карабастан ишкана тарткан чыгымдар.

**Туруктуу өнүгүү** — бул азыркы муундун керектөөлөрүн канааттандыруу келечектеги муундун жеке керектөөлөрүн канаттандырууга заян келтирбестен ишке ашырыла турган өнүгүү.

**Чакан жана орто ишкана** - юридикалык жактар, чарба жүргүзүүнүн уюштуруу-укуктук формасына карабастан Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 1998-жылдын 17-февралындагы №78 токтомуна ылайык кызматкерлердин санына ээ болгон коммерциялык ишканалар:

- айыл чарбада, мергенчилик жана токой чарбасында; балык уулоо жана балык өстүрүүдө; кен казуу өнөр жайында, кайра иштетүү өнөр жайында; электр энергиясын, газды жана сууну өндүрүүдө жана бөлүштүрүүдө; курулушта - **50** адам (чакан ишкана) жана **51 адамдан 200** адамга чейин (орто ишкана);

- соода-сатык; автомобилдерди оңдоо, тиричилик буюмдарын жана жеке колдонуу буюмдарын оңдоо; мейманкалардын жана ресторандардын кызмат көрсөтүүсү; транспорт жана байланыш; финансы ишмердиги; кыймылсыз мүлктөр менен операцияларды жүргүзүү, ижарага берүү жана керектөөчүлөргө кызматтарды көрсөтүү; билим берүү; саламаттык сактоо жана социалдык кызматтарды көрсөтүү; коммуналдык, социалдык жана жеке кызмат көрсөтүүлөр менен алектенген ишканаларда - **15** адам (чакан ишкана) жана **16 адамдан 50** адамга чейин (орто ишкана).

Ээлик кылуу ишкердигин жүзөгө ашыруу үчүн пайдаланылган мүлктүк комплекс жарандык укуктардын объектиси катары **ишкана** деп таанылат (КР ГК 33-беренеси).

**Эсеп-фактура** – бул товарларды ишке ашырууда, кызматтарды көрсөтүүдө жана иштерди аткарууда салык төлөөчү тарабынан таризделүүчү салыктык документ.

## АДАБИЯТ

### Ченемдик укуктук булактар:

1. Кыргыз Республикасынын “Экономикалык ишмердиктин түрлөрү” мамлекеттик классификатору, КР Өкмөтүнүн 2011-жылдын 11-январындагы №9 токтому менен бекитилген.
2. Кыргыз Республикасынын “Чарба субъекттеринин уюштуруу-укуктук формалары” мамлекеттик классификатору, КР Улуттук статистикалык комитетинин 1997-жылдын 12-майындагы №26 токтому менен күчүнө кирген.
3. Кыргыз Республикасынын Граждандык кодекси, 1996-жылдын 8-майындагы №15.
4. Кыргыз Республикасынын 2003-жылдын 27-мартындагы № 66 “Кыргыз Республикасындагы инвестициялар жөнүндө” мыйзамы.
5. Кыргыз Республикасынын 1999-жылдын 16-июнундагы № 53 “Айлана-чөйрөнү коргоо жөнүндө” мыйзамы.
6. Кыргыз Республикасынын 2002-жылдын 29-апрелиндеги № 76 “Бухгалтердик учет жөнүндө” мыйзамы.
7. Кыргыз Республикасынын 2007-жылдын 25-майындагы № 73 “Чакан ишкердикти мамлекеттик колдоо жөнүндө” мыйзамы.
8. Кыргыз Республикасынын 2001-жылдын 1-февралындагы № 15 “Ишкерлердин укуктарын коргоо жөнүндө” мыйзамы.
9. Кыргыз Республикасынын 2013-жылдын 19-октябрындагы № 195 “Кыргыз Республикасындагы лицензиялык-уруксат берүү тутуму жөнүндө” мыйзамы.
10. Кыргыз Республикасынын 1999-жылдын 15-октябрындагы № 111 “Коммерциялык эмес уюмдар жөнүндө” мыйзамы.
11. Кыргыз Республикасынын 2019-жылдын 24-апрелиндеги № 52 “Бажылык жөнгө салуу жөнүндө” мыйзамы.
12. Кыргыз Республикасынын Салык кодекси, 2008-жылдын 17-октябрындагы № 230.
13. 2018-2040-жылдары Кыргыз Республикасын өнүктүрүүнүн улуттук стратегиясы, Бишкек – 2018-ж.
14. Ишканалардын типтеринин классификаторунун негизги схемасы, КР Өкмөтүнүн 1998-жылдын 17-февралындагы № 78 токтому менен бекитилген.
15. Кыргыз Республикасындагы чарба субъекттеринин жана бюджеттик уюмдарынын кассалык операцияларды жүргүзүү тартиби, Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 2018-жылдын 12-июнундагы № 281 токтому менен бекитилген.
16. Чакан ишкерлердиктин субъекттеринин бухгалтердик учет жана отчеттуулук жүргүзүү эрежелери, КР Өкмөтүнүн 2013-жылдын 11-ноябрындагы № 609 токтому менен бекитилиген.
17. Кыргыз Республикасынын Эмгек кодекси, 2004-жылдын 4-августундагы № 106.

### Колдонулган адабияттар:

18. Мектеп окуучулары жасаган 24 бизнес. #бизнесдляшкольников курсунун алкагында тандалган кейстер. Булак: [www.teenstarter.com](http://www.teenstarter.com)
19. Cornerstone Business solutions aptitude test. Жеткиликтүүлүк режими: [www.cornerstoneresults.com](http://www.cornerstoneresults.com)
20. Entrepreneurship in Action. Mary Coulter/PHI Learning
21. Entrepreneurship, Second Edition. William Bygrave, Andrew Zacharakis / John Wiley & Sons, Inc. 2011.

22. Entrepreneurship, Tenth Edition. Robert D Hisrich; Michael P Peters: Dean A Shepherd / Tata McGraw Hills Education Private Limited. 2017
23. Entrepreneurship: Ideas in Action, Fourth Edition. Cynthia L. Greene. 2009
24. Teaching entrepreneurship in innovative ways. Vasileios Dagdilelis, Stella Giossi. 2015. Режим доступа: [http://www.asecu.gr/files/11th\\_conf\\_files/33.pdf](http://www.asecu.gr/files/11th_conf_files/33.pdf)
25. The Entrepreneur's Guide to Building a Successful Business. Experience and advice from hundreds of small business owners /operators in fourteen countries. by Jonathan T. Scott. 2017.
26. The Marketer's Handbook: Reassessing Marketing Techniques for Modern Business By Laurie Young © 2011 John Wiley & Sons Ltd.
27. Wolfe. Clayton Christensen Has a New Theory. Wall Street Journal (September 30, 2016). Жеткиликтүүлүк режими: <https://www.wsj.com/articles/clayton-christensen-has-a-new-theory-1475265067>
28. Байрамукова И. Социалдык ишкердик аракетте // «Экономика – Ишкер маалымат агенттиги» гезити. Жеткиликтүүлүк режими: <https://ekonomika.media/sotsialnoe-predprinimatelstvo-v-deystvii/>
29. Безлипкина Е.В. Ишкердиктин негиздери. Окуу куралы. – Казань: 2013. – 76-б.
30. Кыргыз Республикасындагы бизнес: юридикалык аспекти 2019. Kalikova and Associates.
31. Жумушчу орундардын келечеги. Дүйнөлүк экономикалык форумдун отчету, 2018. Жеткиликтүүлүк режими: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018>
32. Гулин, К. А. Ишкердиктин негиздери. Окуу куралы. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2017. – 106-б.
33. Кыргыз Республикасындагы аялдар жана эркектер: 2014-2018. Б.: 2019 – 200-б.
34. Кыргыз Республикасындагы чакан жана орто ишкердик: 2014-2018 КР Улуттук статистика комитети, 2019 – 204-б.
35. Остервальдер А., Пинье И. Бизнес-моделдерди түзүү: стратег жана новатордун стол оюну. – 9-басылыш. – Альпина Паблишер, 2020. – 288-б.
36. Социалдык ишкердик. Социалдык ишканаларды пландоо жана түзүү боюнча колдонмо. – 2-басылыш, кошумча. – Бишкек: «V.R.S. Company», 2016. – 116-б.
37. Хикматов У.С., Койчуева М.Т. Финансылык сабаттуулуктун негиздери: окуу куралы. – Б.: КРСУ, 2015. – 163-б.
38. Шумпетер Й. «Жаратмандык кыйроо» процесси // Капитализм, социализм жана демократия: Англис тил котор. / Киришүү жана жалпы ред. В. С. Автономова. – М.: Экономика, 1995. – 7-гл.
39. Чакан жана орто ишканаларды экологизациялоо: Чыгыш өнөктөштүгүнүн өлкөлөрү үчүн жаратылышты коргоо саясаты куралдары боюнча окуу куралы, ЕС. – 1-басылыш.: 2015 – 80-б. Жеткиликтүүлүк режими: <https://www.oecd.org/environment/outreach/Greening-SMEs-policy-manual-rus.pdf>

#### Пайдалуу шилтемелер:

1. Социалдык ишкердик ассоциациясы - [@ASE.Kyrgyzstan \(Association of Social Entrepreneurs of Kyrgyzstan\)](#) теги боюнча СИАнын Фейсбук социалдык тармагындагы расмий баракчасы.
2. КР Эмгек жана социалдык өнүктүрүү министрлигинин жумуштуулукка көмөк көрсөтүү боюнча порталы: [www.zanyatost.kg](http://www.zanyatost.kg).
3. КР Юстиция министрлигине караштуу Укуктук маалыматтардын борбордоштурулган маалыматтар банкы: <http://cbd.minjust.gov.kg/>