АСПАПТАР

From the People of Japan

Биргелешип түзүү Хаб I: Бизнес Концепциясын Иштеп чыгуу

Бизнес концепциясы тууралуу сөз кылалы

Концепцияны иштеп чыгуу (Блупринт моделин түзүү) бул - бир нерсени график, сүрөт, объект же математикалык модель аркылуу визуалдаштыруу. Ар бир шаблон сиздин бизнесиңиздин ар кандай аспектилерин изилдөө, анын кандайча иштей тургандыгын так түшүнүү, сүрөттөө жана божомолдоо үчүн бир катар моделдерди түзүүгө жардам берүү максатында иштелип чыккан. Сиз бул шаблондорду идеяларыңызды өнүмдөргө жана кызматтарга айлантуудагы иш-аракеттерди изилдөө үчүн колдоносуз. Алардын жардамы менен сиз эмнени сунуштап жатканыңызды, кимге сунуштап жатканыңызды, ал адамдар менен кантип байланыш түзүп жатканыңызды жана бизнесиңизде кандайча акча табууну түшүнөсүз.

Концепцияны иштеп чыгуу сизге иштөө планын ыкчам түзүүгө жана өнүмүңүздү же кызматыңызды кардарларыңызга жеткирүү үчүн тышкы тажрыйбага жана ресурстарга муктаж аймактарды аныктоого жардам берет. Моделдин ар бир бөлүгү бизнесиңизди калыптандырууга, так аныктоого, түшүндүрүүгө, башкаларга тааныштырууга жана башкарууга жардам берүү үчүн иштелип чыккан. Бул процесстен өтүү сизге иш-аракеттерди жетектөө жана идеяңызды ишке ашыруу үчүн колдоно турган так бизнес планды түзүүгө жардам берет. Сиз бизнес түзүп жатканыңызда, бул сиздин мотивацияңызды, сунушуңуздун уникалдуу өзгөчөлүгүн, ошондой эле үмүтүңүздү жана сиз каалаган таасирди түшүнүүгө жардам берет. Мындан тышкары, бардык катышуучулар бири-биринин моделин көрүп, комментарий бере алат, бул сизге адамдар менен мамиле куруп, жаңы идеяларды/көз караштарды түзүүгө мүмкүнчүлүк берет.

Өзүңүздүн Бизнес Концепцияңызды Түзүңүз

Биздин көнүгүүбүз **негизги алты баскычтан турат:**

Сиз алгач бизнес тобуңуз менен жолугасыз, ошондуктан алгачкы 10 мүнөттө баштапкы чекитиңизди тандайсыз (бул жаңы бизнес/стартап ачуу же учурдагы бизнести кеңейтүү болушу мүмкүн).

Топтордун жолугушуусунан кийин, сураныч **өзүңүздүн бизнесиңизге ат** тандап, аны биринчи сайдга жазыңыз, бул атты 3 күндүк талкуу жүрүп жатканында өзгөртсөңүз болот.
Экинчи слайдга сесия учурунда талкууланган жана каралып чыккан **көйгөйдү, чечимди, базардын жана бизнестин максатын** жазыңыз.

- Базардагы бардык нерселер жеке пикирлер, көз крастар жана тажрыйбалар менен аныкталат. Регионалдык маданияттар инновация сыяктуу көптөгөн факторлор аркылуу экономикалык иш-аракеттердин негизин түзөт. Бардык социалдык-маданий, экономикалык жана жеке өзгөчүлүктөрүбүздөн тышкары, биздин ишкердигибиздин приоритеттерибиздин арасында гендер өтө маанилүү ролду ойнойт.
- Ушуга байланыштуу, жеке баалуулуктар кесип тандоодо, гендердик айырмачылыктарда, элдердин ортосундагы маданий айырмачылыктарда жана адамдардын улуттук маданиятты кабыл алуусу менен ишкердиктин максаты ортосундагы байланышты изилдөөдө өтө маанилүү.

1-баскыч: Жеке баалуулуктар

Бул бөлүктө, сиз өзүңүздүн жеке баалуулуктарыңызды ирээтке келтирип, орток 5 баалуулугуңузду атайсыз. Бул баалулуктар - сизди чындап жашап жатканыңызды жана бизнесиңизде жасап жаткан иштериңизге берилгендигиңизди сездиркен нерселер деп түшүнүңүз. Бул бөлүк болжол менен 5 мүнөткө созулат.

Релятивисттик Ишкердүүлүк

- Ишкердүүлүк экономикалык өнүгүүнүн инкубатору болуп саналат. Ишкердиктер дүйнө жүзү боюнча окшош белгилерге ээ болушу мүмкүн, бирок жалпысынан алар маданияттын таасирине багынат. Адамдар кабыл алган улуттук маданиятты аныктоо - ишкердиктин максатын талдоодо өтө маанилүү.

Кантип толтуруу керек?

Жеке баалуулуктар бөлүгү төрт мамычага бөлүнгөн таблицадан турат. Алгачкы төрт мамычага сиз үчүн маанилүү болгон бардык баалуулуктарды жазсаңыз болот. Баалуулуктарды пайдалуу деп эсептегениңизден дагы көп келтирсеңиз болот. Бир нече баалуктарды жазгандан кийин, аларды сиз үчүн маанилүүлүгүнө жараша тиешелүү мамычага жайгаштырыңыз.

Акырында ар бир мамычада сиздин тобуңуз үчүн орток болгон 5 баалулукту тандашыңыз керек болот.

2-баскыч: Компаниянын баалуулуктары

Бул бөлүктө, сиз бизнесиңиздин стратегиялык позициясын карап чыгып, мүмкүн болгон алсыз жактары менен коркунучтарын жана колдонууга болгон күчтүү жактары менен мүмкүнчүлүктөрүн аныктайсыз. Ошондой эле, сиздин бизнесиңизге жана анын келечектеги абалына КОВИД-19 жана/же башка каатчылыктардын тийгизген таасири жөнүндө ойлонсоңуз болот. Бул бөлүк болжол менен 10 мүнөткө созулат.

СВОТ анализи

- **Күчтүү жактары**
  Сиз эмнени башкалардан жакшы кыласыз? Сунушуңуздун өзгөчөлүгү эмнеде? Кардарлар эмнени жактыргандыгын айтышат? Кардарлар эмне үчүн сиздин өнүмүңүздү же кызматтарыңызды тандашат? Буга кандай далилдер бар?
- **Алсыздыктары**
  Ишкана эмнеде өзүн начарыраак көрсөтүп жатат? Башкалар эмнени жакшыраак кылышат? Эмне үчүн кардарлар сизден сатып алууну токтотушат? Эмнени жакшыртуу керек?
- **Мүмкүнчүлүктөр**
  Ишкана кайсы багытта өнүгүшү мүмкүн жана эмне үчүн ал багытта өнүгө алат? Өнүгүүгө алып келе ала турган кандай өзгөрүүлөр болуп жатат?
- **Коркунучтар**
  Ишкананын жашоосун эмне таталдатуусу мүмкүн? Атаандаштарыңыз эмне кылып жатышат? Ишканага коркунуч туудурган кандай факторлор бар?

СВОТ Анализинин Артыкчылыктары

- Кардарларыңызга пайда алып келүүнүн улантылышын камсыз кылат.
- Ийгиликке жетүү үчүн зарыл болгон нерселер боюнча план түзүлөт.
- Бардык мүмкүн болгон тобокелдиктерге даярданууга жарам берет.
- Эң начар сценарийде эмне кыла тургандыгыңыз жөнүндө ойлоносуз.
- Жетишкендиктериңизди жана тийгизген таасириңизди эсепке алууга жардам берет.
- Сиздин ишканаңыз адамдарга кандай пайда алып келгендигин көрсөтүүгө мүмкүнчүлүк берет.
- Ошондой эле, өнүмүңүздү же кызматыңызды өркүндөтүп, жаңы инвестицияларды, кардарларды же кызматкерлерди тартууга жардам берет.

Аны кантип колдонсо болот?

Таблицада туурасынан жайгашылган күчтүү жана алсыз жактар - бул компанияңызда башкарыла ала турган ички факторлор. Ал эми, тигинен жайгашкан мүмкүнчүлүктөргө жана коркунучтарга, адатта, сиз башкара албаган тышкы факторлор таасир этет. Мамычаларды толтуруңуз жана аларды жогорудагы факторлорду эске алуу менен жайгаштырыңыз. Ортодогу чарчылар ушул төрт фактор кесилишкен чекиттер болуп, төмөнкүлөрдү аныктайт:

- *Күчтүү жактарыбыз аркылуу мүмкүнчүлүктөрдү пайдалануу стратегиялары,*
- *Алсыз жактарды минималдаштыруу үчүн мүмкүнчүлүктөрдү пайдалануу стратегиялары,*
- *Күчтүү жактарыбызды колдонуу аркылуу коркунучтарды алдын алуу стратегиялары,*
- *Алсыз жактар менен тобокелдер жолуккан тармактарда мүмкүн болгон коркунучтарды минималдаштыруу стратегиялары.*

3-баскыч: Идеяны жаратуу

Бул бөлүк сиздин бизнесиңиз ийгиликке жетсе, ал дүйнөгө кандай таасир тийгизерин карап чыгууга жардам берүүгө арналган. Сиз муну чыгармачыл, ар түрдүү ой жүгүртүүнү талап кылган иш-аракет катары көрсөңүз болот. Сиздин бизнесиңиз өз тармагында алып келиши мүмкүн болгон өзгөрүүлөрдөн сырткары, анын коомго, башка иш-аракет чөйрөлөрүнө, мамлекеттик жана жеке уюмдарга тийгизген таасирин карап чыгыңыз.

- Бизнес-план ар бир жаңы ишкананын ийгилиги үчүн өтө маанилүү, себеби ал уюм алдына койгон максаттарынын багытында жүрүп жаткандыгына баа берүү үчүн критерийи катары колдонулат.
- Демек, бизнес-идея - бул максатталган бизнестин негизги иш-аракеттеринин кыска жана так сүрөттөмөсү. Жакшы бизнес жакшы бизнес идеядан башталат. Жакшы бизнес баштоодон мурун, кандай бизнес жүргүзүүнү каалагандыгыңыздыгы так түшүнүшүңүз керек.
- Бизнес-идеялар ишкердиктин күтүлгөн мүмкүнчүлүктөрүнө, өнүмгө дал келген базарга, негиздөөчүнүн көз карашына негизделет. Бул элге алар муктаж болгон же каалаган нерсени берет.

Идеяны иштеп чыгуу сизге төмөнкүлөрдү аныктоого жардам берет:

- Сиздин бизнесиңиз кардарлардын кайсы муктаждыктарына жооп берет.
- Сиздин бизнесиңиз кайсы өнүмдү же кызматты сатат.
- Сиздин бизнесиңиздин кардарлары ким.
- Сиздин бизнес өз өнүмдөрүн же кызматтарын кантип сатат.

Учурда рынокто бар болгон чечимдерге таянып, төмөнкү суроолорго жооп бериңиз. Бул бөлүк болжол менен 10 мүнөткө созулат.

Аны кантип колдонсо болот?

Борбордогу мамычада бизнес идеяңызды кыскача сүрөттөңүз. Төмөндөгү төрт суроого жооп берүү үчүн каалашыңызча идеяларды жазыңыз:

- *Ал эмнеге жаңы баалулук берет? (Күчөтүү)*
- *Эми эмнени каалоону азайтат? (Алмаштыруу)*
- *Ал эмнени кайра колдонот же эмнеге негизделет? (Жандандыруу)*
- *Аша чаап кеткенде кайсы терс же чек койгон натыйжага алып келиши мүмкүн? (Кемчиликтери)*

4-баскыч: Кардарлардын профилдери

Бул бөлүктө сиз потенциалдуу кардарларыңызды жана кардар топторуңузду сүрөттөйсүз. Сиздин кардарларыңыз ким болушу мүмкүн экендигинин үстүнөн ойлоносуз. Идеалында, сиз өнүмүңүздү же кызматыңызды сатып ала турган потенциалдуу кардарларыңыз менен маек курушуңуз керек. Сунушуңузду туура түзүүгө жардам берүү үчүн аларды кандайча кызыктыра ала тургандыгыңыз тууралуу ойлонуңуз.

Базардын сегменти же кардарлардын максаттуу тобу деп, бир же бир нече окшош мүнөздөмөлөргө ээ болгон жана ушул себептен бирдей өнүмдөргө муктаж болгон адамдар аталат. Базардагы сегментациялоо же максаттуу маркетинг - бул базарды бирдей жүрүм-турумга же окшош муктаждыктарга ээ болгон өзүнчө сегменттерге бөлүү процесси. Ар бир сегмент өз муктаждыктары жана жүрүм туруму боюнча бир аз окшош болгондуктан, алар белгилүү бир маркетинг стратегиясына окшош мамиле кылышат. Бул өтө маанилүү нерсе жана кийинчерээк бул курста биз максаттуу топторго маркетинг жүргүзүүнү талкуулайбыз. Бирок, өз базарыңызды аныктоонун маанисин түшүнүү өтө маанилүү. Базарды сегментациялоо рынокко кирүү стратегиясын аныктоодо аябай маанилүү: багынтуу пландалып жаткан биринчи базар сегменти. Бул бөлүк болжол менен 10 мүнөткө созулат.

Кантип толтуруу керек?

Төмөнкү суроолорго багытталган бардык элементтерди 5 таблицанын астына жазыңыз:

- *Кардарлар тобунун аты: кардарларыңызды жана өнүмүңүздү ким сатып алып жаткандыгын аныктаңыз.*
- *Алардын кандай муктаждыктары бар: кардарларыңыз чындыгында эмнеге муктаж болгондугуна жана анын себеби эмнеде экендигине жооп бериңиз.*
- *Сиз эмнени сунуштап жатасыз: бизнесиңиз алардын муктаждыктарын канткенде канааттандыраарын кенениреэк сүрөттөңүз, өнүмүңүз же кызматыңыз кардарларыңызга жетишин камсыздоо үчүн ар кандай ассоциацияларды жазып, аларды өнүктүрүңүз.*
- *Канча потенциалдуу кардарларыңыз бар, аларга кандайча жана канчалык көп жете аласыз:*
- *өнүмдөрүңүздү же кызматтарыңызды жеткирүү үчүн бизнесиңиздин кандайча иштей тургандыгын деталдуу сүрөттөңүз - бизнесиңизди түзгөн ар кайсы элементтер.*
- *Алар канча төлөшөт, жалпы киреше канча болот: бизнести баштоону жеңилдетүү үчүн бардык варианттарды каржылоого аракет кылыңыз.*

5-баскыч: Концепцияны Иштеп чыгуу

Бул көнүгүү бизнесиңиздин кандайча иштей тургандыгын элестетип, иштериңиз кандайча жүргүзүлө тургандыгын сүрөттөөгө жардам берет. Ар бир бизнестин 3 баскычы бар жана сиз бизнесиңизди жалпылап аныктоо үчүн бул баскычтарды колдоносуз:

- Кардарларды кызыктыруу баскычы: Келечектеги кардарларыңыздын ким экендигин аныктоого жана аларды сизден сатып алууга кантип үндөөгө болоорун пландоо мөөнөтү.
- Өнүгүү баскычы: Сунушуңузду иштеп чыгуу жана түзүү үчүн талап кылынган мөөнөт.
- Жеткирүү этабы: Кардарыңызга өнүмүңүздү же кызматыңызды жеткирүүгө талап кылынган мөөнөт.

Кантип толтуруу керек?

А БӨЛҮМҮ: Операциялык Баскычтар

Бул бөлүктө бардык иш-аракеттер кардардын алдында "Сахнада" же кардардын көрүнбөгөн "Сахнда артында" өтөт. Бул бөлүк болжол менен 10 мүнөткө созулат.

Ишкердигиңиздин иш-аракеттерин мамычаларга жазып, сахна артындагы тиешелүү чарчыларга жайгаштырып, төмөнкүлөрдү түшүндүрүңүз:

- *кардарларды жана базарды изилдөө сыяктуу нерселер,*
- *кыскача пландарды жана идеяларды иштеп чыгуу сыяктуу нерселер,*
- *дизайнды карап чыгуу жана чечим кабыл алуу сыяктуу нерселер.*

Сахнада болсо, кардарларга көрүнгөн мисалдарды келтиресиз:

- *нетворкинг (пайдалуу адамдар менен таанышуу жана мамиле куруу) же соода-көргөзмөлөрүнө катышуу,*
- *кардарларга алгачкы прототиптерди көрсөтүү сыяктуу нерселер,*
- *сатып алуучуга же кардарга презентациялоо сыяктуу нерселер.*

В БӨЛҮГҮ: Концепцияны иштеп чыгуу

Бул бөлүктө, сиз өнүмүңүздү же кызматыңызды жеткирүү үчүн жасала турган кадамдардын бардыгын сызыктуу агым диаграмасында чагылдырасыз. Бардык процессти майда кадамдар менен чагылдыруу үчүн, ар бир кадамды түшүндүргөн бардык идеяларды ирээти менен жазыңыз. Бул бөлүк болжол менен 10 мүнөткө созулат. Процессти кадам-кадам менен сүрөттөп, алгачкы чекиттен баштап, сиз жетүүнү каалаган чекит менен аяктаңыз.

Бул процесс учурунда, сиз маанилүү этаптар кайда болгондугун, тоскоолдуктар кайсы жерде пайда болуп, керектүү тажрыйба же ресурстардын жоктугунан процесс кайда токтоп калышы мүмкүн экендигин көрө аласыз. Бул сизге бизнестин канча бөлүгүн өнүктүрүп, башкаруу керек экендигин көрүүгө мүмкүнчүлүк берет

Дагы Маалымат Алуу үчүн Кошумча Булактар

Булактар:
Чыгармачыл ишкердик колдонмо жана концепция иштеп чыгуу боюнча кенениреэк маалымат алуу үчүн, төмөнкү булакка өтсөңүз болот: https://www.nesta.org.uk/toolkit/creative-enterprise-toolkit/