

- Кәсіпорынның клиенттері

Жаңа кәсіпорынды ашуға қарағанда қолданыстағы кәсіпорынға иелік етудің үлкен артықшылықтарының бірі - кәсіпкердің тірек болатын клиенттерінің болуы. Тұтынушылар саны ауқымды болып, бір клиентке тәуелділік аз болған сайын табысқа жету мүмкіндіктері де соғұрлым жоғары болады. Бұрынғы клиентураны сақтап қалу және жаңаларын іздеп табу үлкен өнер болып саналады.



## II БИЗНЕС-ЖОСПАР

### Бизнес-жоспар дегеніміз не?

Жаңа бизнестің қалай жұмыс істейтінін бағалап, оның нәтижелерін болжау үшін кәсіпкер қызметін бастамас бұрын бизнес-жоспар құруы тиіс.

**Бизнес-жоспар** – сіздің болашақ бизнесіңіздің жан-жақты толық сипаттамасы. Бизнес-жоспарда бизнес туралы айту, қаржылық талдау жүргізу, маркетингтік жоспар және қызметкерлер бойынша жоспар жасау қажет. Сонда жеке бизнестің бейнесі анық және нақты болады. Бизнес-жоспарды дайындау кезінде болашақ кәсіпкер өзі де көп нәрсені түсініп, байқай алады. Бизнес-жоспар сізге, сіздің болашақ серіктестеріңізге, сіз несие алатын банк үшін қажет. Бизнес-жоспардың кімге арналғанына қарай мазмұнын анықтайтын бірнеше себептер бар:

**Өзіңізге арналған бизнес-жоспар.** Бұл төмендегі сұрақтарға жауап беретін өзіндік бақылау:

- Істі ашу үшін не қажет?
- Идеяның шынайылығы жеткілікті түрде ме?

**Несие алуға арналған бизнес-жоспар.** Банктер несие беру туралы шешім қабылдау үшін кәсіпкерлерден бизнес-жоспарды талап етеді.

**Инвесторлардың қаржысын тартуға арналған бизнес-жоспар.** Инвесторлар жеке немесе заңды тұлғалар боуы мүмкін. Оларды тарту үшін бизнес-жоспар өте пайдалы болуы мүмкін.

**Жергілікті және шет елдік серіктестермен бірлескен кәсіпорынға арналған бизнес-жоспар.** Сауатты құрылған бизнес-жоспар сіздің ісіңіздің маңыздылығына серіктестің сенімін арттырады.

**Жаңа қызметкерлерді тартуға арналған бизнес-жоспар.** Әдетте жоғары жалақы ұсынсаңыз да кәсіби мамандарды басқа фирмалардан шақырып алу қиынға соғады. Болашақ қызметтің сипаттамасы қызметкерге ұсынылатын жұмыстың тұрақтылығы мен келешегі туралы ақпарат береді.

**Басқа компаниямен бірігуге арналған бизнес-жоспар.** Ол бірлескен қызметтің жағымды және жағымсыз жақтарын көруге көмектеседі.

## Бизнес-жоспар қандай бөлімдерден тұрады?

### Бизнес-идея

Істі алғаш бастайтын кәсіпкерге ең алдымен немен айналысатынын шешіп алу қажет, яғни ол бизнес-идея табуы тиіс. Бұл күрделі және жауапты саты. Бизнесің қалай құрылатыны соған байланысты. Бизнес-идеялардың көзі жеке бақылаулар және кәсіпкердің, оның достарының, туыстарының, таныстарының тәжірибесі болуы мүмкін.

Сонымен қатар, бизнес-идея ойлап табу үшін кәсіпкер өз білімі мен дағдыларын, жұмыс тәжірибесін, хобби мен қызығушылықтарын бағалауы қажет. Бұл бизнес-идеялардың ішінен ең лайықтысын таңдауға көмектеседі.

Бұдан кейін кәсіпкер өзі клиенттерге ұсынатын өнімді немесе қызметті көз алдына жақсылап елестетуі керек. Оның барлық егжей-тегжейін анықтау қажет. Оларға жататындар:

1. Тауар – немесе өнімнің материалдық құрамдас бөлігі, саны, сапасы, ассортименті.
2. Қызмет – клиенттерге көрсетілетін немесе сатылатын тауармен бірге жүретін сервис.
3. Ақпарат – клиенттерге сатуға дейін (жарнама), сату кезінде (техникалық құжаттама) және сатудан кейін (сервистік ақпарат) ұсынылатын мәліметтер.
4. Қатынас – сатуды қолдау үшін клиенттермен жеке қатынас қалай құрылады.  
Кәсіпкерге мұнымен қатар өз бизнес-идеясын бағалау қажет. Бұл үшін келесі сұрақтарға жауап беру қажет:
5. Бұл нарыққа қажет пе?
6. Мұны сатып алғысы келе ме?
7. Сіздің сатып алушыларыңыз кім? Олардың жынысы, жасы, білімі, тұрғылықты жері және т.б.
8. Олар сіздің өніміңізді жеткілікті көлемде сатып ала ма?
9. Бұл бәсекелестікке қабілетті ме? Мұндай идеяны сататын бәсекелестер саны көп пе?
10. Сіз мұны жүзеге асыра аласыз ба?
11. Бұл сізге тиімді ме?

## Жеке мүмкіндіктер

Бизнес-идеяны қалыптастыра отырып, кәсіпкер өзінің мүмкіндіктерін, сонымен қатар, бұл идеяны жүзеге асыруға керек өзге ресурстарды бағалауы тиіс. Кәсіпкер бұл мүмкіндіктерді жақсылап елестетіп, өзге ресурстарды алу мүмкіндігін бағалауы керек.

## Клиент

Кәсіпкер клиенті кім болатынын жақсы білуі тиіс. Бұл үшін келесі сұрақтарға жауап беру керек:

1. Менің ықтимал клиенттерім кімдер?
2. Менің клиенттерім қайда орналасқан?



3. Менің клиенттерім нені бағалайды? Тауардың сатылымын қамтамасыз ету үшін олардың саны жеткілікті ме?
4. Менің бизнесімнің орналасқан жері?
5. Сатылым көлемін ұлғайту үшін не істеуім керек?

## Бизнесті ұйымдастыру

Бизнестің қалай ұйымдастырылатынын, қалай жүзеге асырылатынын түсіну үшін кәсіпкер төмендегілер туралы ойлануы тиіс:

1. Клиенттерге өнімді (тауарды немесе қызметті) сату қалай ұйымдастырылады? Қандай мерзімде, көлемде?
2. Өнімді шығару үдерісі қалай ұйымдастырылады? Мерзімі, көлемі?
3. Кәсіпкермен бірге кім және қалай жұмыс істейді? Олардың міндеттері қандай?
4. Бизнесті қамтамасыз ету үшін тауарды және жұмсалатын мүлікті сатып алу үдерісі қалай және қайда ұйымдастырылады? Мерзімі, көлемі?

## Ақшаның қозғалысы

Енді бастап отырған кәсіпкерге пайданы және шығынды болжау, теңгерімді болжау сияқты қаржылық құжаттарды жасау қиынға түседі. Бизнестің басында, оның қарапайым кезінде бұл құжаттарды жасауға қажеттілік жоқ. Бірақ ақшаның қозғалысын елестетіп көру қажет. Бизнеске қарай болжам күнделікті немесе апта сайынғы болуы мүмкін.

## Тәуекелдер

Кәсіпкер бизнеспен бірге туындайтын барлық тәуекелдерді ескеруі тиіс. Бұл тәуекелдерге дайын болуға және туындаған жағдайда еңсере білу үшін қажет. Кәсіпкер келесі тәуекелдерді ескеруі керек:

1. Қаржылық. Оларға байланыстылар:
  - инфляция;
  - несиелер;
  - клиенттердің төлемеуі;
  - валюта курсының өзгеруі;
  - клиенттердің өнімге немесе қызметтерге ақы төлемеуі.
2. Операциялық – өндіріс кезінде туындауы мүмкін.
3. Экологиялық.
4. Өлеуметтік. Бизнестің маңында тұратын немесе жұмыс істейтіндердің оның жақындығына реніші тәуекелі.
5. Криминалдық.
  - Кәсіпкердің заңды, мысалға салық кодексін бұзу тәуекелі;
  - Кәсіпкерге қарсы криминалдық әрекеттер жүргізілу тәуекелі;
6. Абыройлық. Жеке абыройды жоғалту тәуекелі.
7. Маркетингтік. Клиенттер қалауының өзгеруіне немесе бәсекелестік күрестің күшеюіне байланысты тәуекелдер.