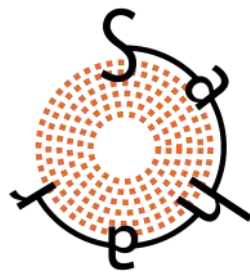





BIZNES REJA TUZISH BO'YICHA QO'LLANMA



Sahar Ijtimoiy Tadbirkorlik Onlayn Maktabi

2016



MUNDARIJA

1. BIZNES-REJA NIMA UCHUN MUHIM.....	2
2. BIZNES REJANING AFZALLIKLARI.....	2
3. BIZNES REJANING TARKIBIY QISMLARI	5
4. TITUL VAROG'.....	5
5. MUNDARIJA.....	6
6. QISQA XULOSA YOKI REZYUME	6
7. MAHSULOT VA XIZMATLAR TA'RIFI	7
8. BOZOR HAQIDA MA'LUMOT	7
9. MARKETING STRATEGIYASI	8
10. RAQOBATCHILAR HAQIDA MA'LUMOT	9
11. KUNDALIK BAJARILADIGAN AMALIY ISH JARAYONI	10
12. MENEJMENT	11
13. MUTAXASSIS XODIMLAR	11
14. MOLIYAVIY MA'LUMOTLAR REJASI.....	12
15. YORDAMCHI HUJJATLAR	13

BIZNES REJA NIMA UCHUN MUHIM?

Zamonamizning deyarli barcha biznes mutaxassislari biznes reja yozish va uni tayyorlashning muhimligi haqida ta'kidlashadi. Shunga qaramay, ayrim tadbirkorlar aniq bir rejasiz raqobatli biznes maydoniga kirib kelishga harakat qilishadi. Bunga sabab nima bo'lishi mumkin? Bu savolga tadbirkorlar bir qancha bahonalarni sabab qilib ko'rsatishadi. Ahamiyat bering, ular sabab emas, balki sabab sifatida keltirilgan bahonalardir.

Mana shunday bahonalar quyidagi ko'rinishda bo'lishi mumkin:

- ⇒ ***Tadbirkorlik faoliyatini boshlashga bo'lgan ishtiyoq muvaffaqiyat uchun yetarli deb o'ylashadi;***
- ⇒ ***Biznes reja tuzish vaqt va kuch talab etadi. Ushbu vaqtni biznesni rivojlantirishga sarflash afzal, deb bilishadi;***

Lekin, aniq bir rejasiz faoliyat ko'rsatish, reja bilan ish yuritishga qaraganda ko'proq vaqt va kuch talab etishi takror va takror isbotlangan. Biznes-reja sizga uzoq-masofali va ko'p muddatli bo'lgan tadbirkorlik yo'lida o'ziga xos kompas vazifasini o'taydi. Zamonaviy tadbirkorlik faoliyati katta raqobatga to'la va jadal rivojlanib borayotgan soha. Ishlash jarayonida ko'zlangan maqsadni yo'qotib qo'ymaslik va muvaffaqiyatga erishish ehtimolini

oshirish uchun sizda aniq ishlab chiqilgan biznes reja bo'lishi kerak.

O'z g'oyangiz uchun tashqaridan sarmoya yoki grant qidirish uchun, kerakli mutaxassis kadrlarni jalb etish uchun yoki muvaffaqiyatga erishish imkonini oshirish uchun hammasiga biznes reja ishlab chiqishingiz shart.

Biznes rejani ishlab chiqish uchun talab etiladigan izlanish va fikrlash jarayoni sizga g'oyangizni turli xil nuqtai nazardan ko'rib chiqishga undaydi. Bu jarayon esa sizga oldindan o'ylab yurgan fikr va g'oyalaringizning boshqa qirralarini yoritishga va yangi xulosalarga kelishga yordam beradi.

BIZNES REJANING AFZALLIKLARI

Demak, biznes reja sizga muvaffaqiyatga erishish strategiyasini tuzib chiqishga yordam beradi. Yaxshi tuzib chiqilgan biznes reja sizga juda oddiy va ravshan qilib ikki narsani anglashda yordam beradi:

- 1. Amalga oshirmoqchi bo'lgan ishingiz bajarilish ehtimoli qanchaligi;***
- 2. Ushbu ishni amalga oshirmoqchi bo'lgan liderlar va boshqaruvchilarning qanchalik bunga qodir va layoqatli ekanliklari;***

Tadbirkorlik faoliyatini boshlamoqchi bo'lsangiz yoki allaqachon boshlagan tadbirkorlik faoliyatingizni kengaytirmoqchi bo'lsangiz, siz va sizning jamoangiz quyidagilarni aniq ravshan bilishi muhim:

1. **Tadbirkorlikni moliyalashtirish** - Tadbirkorlikdan kelib tushadigan mablag'dan qanday foydalanishni bilasizmi? Foyda va zarar ko'rganda qanday ish yuritishni rejalashtiryapsiz? Biznes yuritish xarajat va tushumlar balansi varaqasini qanday yuritasiz?
2. **Xaridorlar** – Siz amalga oshiradigan xizmat yoki ishlab chiqaradigan mahsulot xaridorlari kimligini bilasizmi? Ular bilan qanday aloqa o'rnatasiz?
3. **Raqobatchilar** – Sizning faoliyatingizga kimlar raqobatchi bo'la oladi? Ularga qaraganda qanday ustivor xizmat yoki mahsulotlarni taqdim eta olasiz?
4. **Biznesning kundalik faoliyati (Operations)** – Sizning biznesingizni muvaffaqiyatli yuritish uchun kundalik ravishda qanday ishlar amalga oshirilishi zarur? Haftalik va oylik ravishda-chi?
5. **Kelajakdagi rejalar**ingiz – Biznesning davomiyligini qanday ta'minlashni o'ylab ko'rganmisiz?

Biznes reja yozish va izlanish vaqt va kuch talab

etadi. Tadbirkorlik faoliyatingizga qarab biznes reja yozish bir nechta haftadan bir necha oylargacha vaqt talab etishi mumkin.

Biznes rejaning tarkibiy qismlarini yozish qismiga o'tishdan avval quyidagilarga ahamiyat bering:

✓ **Ko'p hollarda biznes rejaning bir nechta shakl (versiya)da bo'lishi odatiy holat** – masalan biri ichki ishlarni yuritish uchun ishlatilsa, ikkinchisi esa ancha kengaytirilgan shaklda bo'lib, sarmoya va grant qidirishda ishlatiladi.

✓ **Biznes rejani kim uchun yozayotganingizni esdan chiqarmasdan yozish talab etiladi.** Masalan, agar biznes rejani sarmoyador yoki kredit beruvchi tashkilotga yozayotgan bo'lsangiz, avval ular bilan suhbatlashib, ular biznes rejada qaysi ma'lumotlarni ko'rishni istashini o'rganishingiz kerak. Har bir tashkilotning o'ziga xos talablari mavjud va siz ushbu talablarga javob bera olishingiz kerak.

✓ **Biznesingizning moliyaviy rejasini amalda oshirib bo'ladigan, ya'ni, real hayotga yaqin qilib tuzib chiqishingiz juda ham muhim.** Sarmoyadorlar va kredit uyushmalari sizdan amaliy reja tuza olishingizni kutishadi. Agar rejangiz amaliy bo'lmasa ularning ishonchini juda ham tez yo'qotasiz. Bu esa mablag' topishingizni juda qiyinlashtiradi.

✓ **Taklif etayotgan mahsulot va xizmatni oddiy tilda ta'riflab berish muhimligini unutmang.**

Agar biznes rejangizni o'qigan inson siz nima haqida gapirayotganingizni tushunmasa, sizning loyihangizni qo'llab-quvvatlamasligi mumkin.

✓ **Biznes rejadagi har bir bayonotingizni asoslab berishingiz muhim.**

Masalan, agar rejada taklif etayotgan mahsulotingiz raqobatchilardan ko'ra ustivor desangiz, ushbu bayonotni asoslab, mahsulotingiz qaysi jihatlari bilan ustunligini va xaridor qanday manfaat ko'rishini ko'rsatib berishingiz kerak.

✓ **Biznes rejangizni o'zgartirishga va unga yangilik kiritishga doimo tayyor turishingiz kerak.**

Biznes rejangiz faoliyatingiz o'sishi, bozorning o'zgarishi bilan unga moslashishi kerak. Shuning uchun ham bizneslar har chorakda (3 oyda bir marotaba) amalga oshirayotgan ishlarini baholashlari zarur.

Eng muhimi esa yuqorida keltirilgan qoidalarga amal qilish siz yozmoqchi bo'lgan biznes rejangizga xolisona nazar solishingizga undaydi. Bu esa o'z navbatida, rejangizning kuchli va kuchsiz tomonlarini anglashga, e'tibordan chetda qolgan masalalarga ahamiyat berishga, muammoli taraflarini aniqlash va ularni tuzatishga hamda maqsadga erishish rejasini tuzishga yordam beradi.

BIZNES REJANING TARKIBIY QISMLARI

Xo'sh, biznes reja qanday tarkibiy qismlardan iborat?

1. **Titul varog'i**
2. **Mundarija**
3. **Qisqa xulosa yoku rezyume**
4. **Mahsulot va xizmatlar ta'rifi**
5. **Bozor haqida ma'lumot**
6. **Marketing strategiyasi**
7. **Raqobatchilar haqida ma'lumot**
8. **Kundalik bajariladigan amaliy ish jarayoni**
9. **Menejment**
10. **Mutaxassis xodimlar**
11. **Moliyaviy ma'lumotlar va reja**
12. **Yordamchi hujjatlar**

TITUL VAROG'I

- ⇒ **Biznes reja sarlavhasi;**
- ⇒ **Tayyorlash muddati;**
- ⇒ **Kim tomonidan tayyorlangan, firmaning to'liq nomi va manzili, tadbirkorning ismi, familiyasi, uning manzili, telefon raqami;**
- ⇒ **Biznes reja kim uchun tayyorlangan;**

⇒ Ba'zan titul varag'ida avtorlik huquqi to'g'risida ma'lumot beriladi.

MUNDARIJA

Biznes reja hujjatidan foydalanishni va unda bo'lgan ma'lumotlarni, bo'limlarni oson topish uchun o'ziga xos yo'riqnoma vazifasini o'taydi. Mundarijada, biznes rejada nechta bo'lim mavjudligi, har bir bo'limning sarlavhalari va albatta bet raqamlari berilishi kerak.

QISQA XULOSA YOKI REZYUME

Qisqa xulosa yoki rezyume: Har qanday biznes rejaning ilk 2-3 sahifasi amalga oshirmoqchi bo'lgan faoliyatingizning umumiy mazmunini ifoda etib beruvchi, biznes rejani qo'lga olgan kishini qiziqtiruvchi va o'qishni davom etishga undovchi qismi hisoblanadi.

Nima uchun biznes-rejaning boshida xulosa yozish kerak degan asosli savol tug'iladi. Buning javobi esa juda oddiy. Sizning biznesingizga sarmoya ajratmoqchi yoki kredit beruvchi tashkilotga sizdan tashqari boshqa yuzlab biznes rejalar taqdim etiladi. Ko'pgina biznes rejalar esa 50-100 betni tashkil etadi. Sarmoyachi va kredit uyushmasining buncha ma'lumotni to'liq o'qib chiqishga imkoniyati yo'q.

Shuning uchun ular eng avvalo xulosa qismini o'qib

chiqishadi va u yerda ushbu biznesga oid bo'lgan barcha ma'lumotlarning qisqa mazmuni bilan tanishishadi. Biznes rejaning ushbu qismi rejaning barcha tarkibiy qismlarda keltirilgan ma'lumotlarning lo'nda, oddiy va tushunarli qilib tasvirlab berishi kerak.

Agar ushbu qismini o'qigan kishi siz nima qilmoqchisiz, buni qanday amalga oshirmoqchisiz, unga qancha mablag' talab etilishini, kimlar buning ustida ishlashini va bozordagi talab qandayligini o'qimasa, biznes-rejangizning qolgan qismini o'qimaydi. Ya'ni, biznes-rejaning bu qismi bilan siz sarmoyadorni qiziqtirsangiz, sarmoyador rejaning keyingi qismlarini batafsil o'qishga kirishadi.

Rezyume va xulosa qismini yozish uchga bo'linadi:

- ⇒ **Kirish:** loyihaning qisqacha mazmuni va uni amalga oshirish rejasining maqsadlari;
- ⇒ **Asosiy mazmun:** biznes-rejaning asosiy elementlari – taklif etilayotgan faoliyat turi; unga bo'lgan talab, boshqarish va moliyalashtirish rejasini;
- ⇒ **Xulosa:** faoliyatning kelajakdagi rejalarini, qanday qilib rivojlanish va yutuqqa erishish usullarining tavsifi.

Biznes rejada ushbu qismning muhimligini yana bir marotaba ta'kidlab o'tish uchun asoslidir. Ushbu bo'lim potensial sarmoyadorda biznes rejaning

davomini o'qish istagini hosil qilishi kerak.

MAHSULOT VA XIZMATLAR TA'RIFI

Biznes rejani o'qiydigan odam siz taklif etayotgan xizmat va mahsulotlarning asl ma'nosini tushunishi juda muhim. Shuning uchun ushbu ma'lumotlarni yozayotganingizda oddiy tilda ifodalashingiz kerak. Sizning biznes rejangizni o'qiyotgan odam ko'pgina texnik atama va iboralarning ma'nosini yoki ushbu sohada ishlatiladigan ayrim jargon so'zlarni tushunmasligi mumkin. Sizning vazifangiz esa bularni aniq va ravshan qilib tushuntirib berishdan iborat.

Ushbu qismni yozishda quydagilarga ahamiyat bering:

1. **Agar yangi mahsulot yoki xizmat taklifi bilan chiqayotgan bo'lsangiz, nima uchun sizning taklifingizga talab borligini izohlab bering.** Agar mavjud mahsulot va xizmat shaklini taklif etib chiqsangiz, nima uchun aynan sizning mahsulot yoki xizmatlaringiz boshqalardan ustun bo'lishini izohlab bering.
2. **Agar mavjud bo'lsa, taklif etilayotgan mahsulotga tegishli patent, mualliflik huquqlari haqida ma'lumot bering.** Agar mavjud bo'lmasa, mahsulotni qanday qilib patentlashtirish rejasi haqida yozing.

3. **Mahsulot va xizmatni bozorga taklif etishda to'siq bo'lishi mumkin bo'lgan barcha holatlarni tasvirlab bering.** Masalan, davlat tomonidan tartibga solish qonunlari, raqobatdagi mahsulot va xizmatlar, ishlab chiqarish narxining qimmatligi.
4. **Taklif etilayotgan mahsulot allaqachon bozorga chiqarildimi yoki faqat izlanish va ishlab chiqish jarayonidami?** Agar mahsulot hali ishlab chiqarish jarayonida bo'lsa, qancha vaqt talab etilishi va qachon bozorga olib chiqish muddati haqida to'liq ma'lumot bering.
5. **Taklif etilayotgan mahsulot va xizmatlar qaysi jihatlari bilan ajralib turadi?** Mahsulotni xaridorlarga raqobatbardosh narxda taqdim etib, ma'lum darajada foyda ko'rish mumkinmi?

BOZOR HAQIDA MA'LUMOT

Sarmoyadorlar biror bir loyihani moliyalashtirishdan avval ushbu loyihani amalga oshirmoqchi bo'lgan tadbirkorning bozorni qanchalik o'rganganligi va bilishiga katta ahamiyat berishadi. Agar siz yangi mahsulot va xizmat taklif etayotgan bo'lsangiz, bozorni qanchalik bilishingiz haqida ma'lumotlarini keltirishingiz shart.

Agar sizda xaridorlar guruhi allaqachon mavjud bo'lsa, ushbu xaridorlar haqida qisqacha umumiy

biografik ma'lumot berishingiz talab etiladi. Ushbu ma'lumotga ularning xarid qilish odatlari va xarid qilish davriyligini keltirishingiz kerak.

Biznes rejaning ushbu qismi juda muhim, chunki agar siz taklif etayotgan mahsulot va xizmatga talab bo'lmasa, unga xaridor bo'lmaydi. Agar biznesning xaridorlari mavjud bo'lmasa biznes ham bo'lmaydi. Shuning uchun ushbu qismda quyidagi ma'lumotlarni keltirib o'tishingiz muhim:

- 1. Bozor haqidagi batafsil ma'lumot;**
- 2. Siz tanlagan mahsulot va xizmat haqida va nima uchun aynan shuni tanlaganingiz haqida batafsil ma'lumot;**
- 3. Sizning mahsulot va xizmatigizga bo'lgan bozor talabi (Iloji boricha asoslovchi xujjatlar bilan);**
- 4. Ushbu bozorning necha foizini egallashni rejalashtiryapsiz?**
- 5. Ushbu bozorning rivojlanish potentsiali haqida ma'lumot (Iloji boricha asoslovchi xujjatlar bilan);**
- 6. Ushbu bozorning o'sishi bilan sizning bozordagi ulushingiz oshadimi yoki kamayadimi?**
- 7. Bozor talabining o'sishini ta'minlash uchun qanday rejangiz bor?**

8. O'sayotgan bozorda raqobatbardosh bo'lish uchun mahsulotlaringizni narxini qanday baholashni rejalashtiryapsiz?

MARKETING STRATEGIYASI

Ushbu tarkibiy qismda bozor aniqlab olinganidan so'ng ushbu bozordagi xaridorlarga mahsulot va xizmatlarni qanday qilib yetkazib berish strategiyasini aniqlash kerak. O'rganib chiqilgan bozorni zabt etish usullarini ishlab chiqish kerak. Bu esa puxta marketing strategiyasini talab etadi. Marketing strategiyasini ishlab chiqish va rivojlantirish biznesingiz uchun muhim omil hisoblanadi.

Juda sifatli mahsulot yaratish yoki innovatsion texnikani taklif etish xaridorlar ishonchini qozonishga va bozorni zabt etishga kamlik qiladi. Potensial sarmoyachilar taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatga xaridorlar to'lay oladigan narxni belgilanishini va xaridorlarni zabt eta olinishiga ishonch hosil qilishlari kerak.

Marketingning eng asosiy elementlaridan bo'lmish reklama hozirgi zamonda tadbirkorlar uchun juda samarali marketing quroli hisoblanadi. Reklama juda muhim, lekin u marketingning yagona qismi emas. Shuning uchun ham rejaning ushbu qismini sal kengroq nazar bilan tuzish kerak.

Biznes rejaning ushbu qismini yozishda quyidagi jihatlarga ahamiyat berish muhim:

1. **Raqobatchilarning marketing strategiyasini tubdan o'rganib chiqing va agar u ishlayotgan bo'lsa, shunga o'xshash strategiyani o'zingiz uchun ishlab chiqing.** Agar o'rganib chiqqan strategiyalaringizni yanada mukammallashtirish imkoni bo'lsa, albatta buni amalga oshiring. Eng asosiysi, bularni batafsil o'z rejangizda yoriting.
2. **Mo'ljaldagi xaridorlarning asosiy talablari qanday?** Xaridorlar haqida demografik ma'lumotlar: ularning yoshi, jinsi, daromad darajasi, asosiy kasb sohalari (masalan, ofis ishchilari, fabrika ishchilari yoki haydovchilar).
3. **Muvaffaqiyatli marketing strategiyasi asosan bir necha reklama strategiyalarini o'z ichiga qamrab oladi.** Masalan, radio va televizor reklamalari, ijtimoiy tarmoqlar va vebsayt, gazeta, savdo yarmarkalari, potensial xaridorlarga qo'ng'iroq qilish/sms yuborish va hokazo. Mo'ljaldagi xaridorlar guruhi asosan qaysi informatsiya vositalaridan foydalanishlarini o'rganishingiz shart. (masalan, uy bekalariga mo'ljallangan reklamani avtomobilga yoki futbolga bag'ishlangan gazetaga joylashtirish umuman foyda keltirmasligi aniq).
4. **Xaridorlarga qanday yo'l bilan mahsulot va xizmatlaringizni taklif etish strategiyasini**

aniqlagach, ushbu strategiyani batafsil tasvirlab berishingiz muhim. Mahsulot qanday yo'llar bilan tarqatiladi va ularni sotib olgan xaridorlar qanday rag'batlantiriladi?

Marketing strategiyasi doimo yangilanib borilishi muhim. Bozor va xaridorlar talabi o'zgarib turadi. Raqobatchilar yangi mahsulot taklif etishi, texnik rivojlanish, demografik o'zgarishlar bozorga ta'sir etadi. Shuning uchun xaridorlarni doimo o'rganib borish va ular nima istashlarini oldindan bilish sizga qo'shimcha ustunlik taqdim etadi.

RAQOBATCHILAR HAQIDA MA'LUMOT

Bozordagi raqobatchilarning kuchli va kuchsiz taraflarini tushunish raqobatbardosh bo'lishga katta yordam beradi. Raqobatchilar doimiy ravishda tahlil qilib borilishi kerak. Raqobatchilar kimligini bilish esa bozorda samarali bo'lishga yordam beradi.

Agar raqobatchi qiynalayotganini bilsangiz, buning sabalarini aniqlash muhim. Ushbu ma'lumot xuddi shunday xatoni takrorlamaslikka yordam beradi. Xuddi shunga o'xshash, agar raqobatchi juda ham muvaffaqiyatli bo'lsa, buning sabablarini o'rganish va uni qo'llash zarur. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, potensial sarmoyachiga nima uchun ushbu bozorda yana bir mahsulot va xizmatga joy borligini tushuntirib berish kerak bo'ladi.

Biznes-rejaning ushbu qismida quyidagi aniq ma'lumotlar keltirilishi kerak:

1. Eng yaqin raqobatchilar kimlar? Ular qayerda joylashgan? Qancha vaqt davomida ular ushbu biznes bilan shug'ullanib kelishmoqda? Ular qancha daromad qilishini bilasizmi?
2. Agar raqobatchi qiynalayotgan bo'lsa, uning sabablari nima? Raqobatchi bozorning necha foiz ulushiga egalik qiladi? Qaysi jihatlari bilan siz bajaradigan ishlar raqobatchilarnikidan farq qiladi yoki o'xshaydi?
3. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli bo'lsa, uning sabablari nima? Undan ham muvaffaqiyatli bo'lish imkoni mavjudmi? Siz raqobatchidan ham muvaffaqiyatli bo'lishni qanday rejalashtiryapsiz? Raqobatchingizning biznesi o'sib boryaptimi yoki pasayib boryaptimi?

KUNDALIK BAJARILADIGAN AMALIY ISH JARAYONI

Yuqorida sanab o'tilgan tarkibiy qismlar potensial sarmoyadorda g'oyangizga haqiqiy qiziqishni oshirishga xizmat qiladi. Biznes rejaning amaliy ish jarayoni qismida esa sarmoyador yoki kredit uyushmasi ushbu g'oyaning amaliy ijrosi qanday qilib ta'minlanishini ko'rib chiqishadi. Ular taklif etilayotgan mahsulot va xizmatning bozorga olib

chiqish uchun qaysi resurs va usullardan foydalanishi bilan qiziqishadi.

Biznes rejaning ushbu qismi quyidagi biznes talablarni tasvirlab berishi kerak:

1. **Tadqiqot va Rivojlantirish (Ingliz tilida Research & Developemnt - R&D deb yuritiladi)** – Taklif etilayotgan mahsulot ishlab chiqishning qaysi bosqichda bo'lishiga qarab, T&R haqida qisqacha ma'lumot, agar imkon bo'lsa mahsulot prototipini taqdim etish mumkin.
2. **Xarid qilish** – Mahsulot va xizmatlarni rivojlantirish va bozorga yetkazib berish uchun qanday xizmatlar va ishlab chiqarish xom-ashyolari xarid qilinadi?
3. **Ishchilar** – Kundalik ishlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ishchilar.
4. **Jihoz va uskunalar** – komputer, ishlab chiqarish texnikasi, printer va hokazo.
5. **Ofis/idora**– idora, zavod, fabrika, omborxon va boshqalar.

Shuningdek, siz ushbu jarayonlarning tadbiiq etish strategiyasini batafsil yozishingiz kerak.

MENEJMENT

Ko'pgina sarmoyadorlar biror bir biznesga moliya ajratishdan avval ushbu biznesning yuqori menejment tajribasi va qobiliyatiga alohida

ahamiyat berishadi. Chunki g'oya qanchalik ajoyib bo'lmasin, agar uning boshida boshqarishni bilmaydigan menejerlar jamoasi tursa, ushbu g'oyaning muvaffaqiyatga aylanishi mushkul.

Potensial sarmoyadorlar menejment jamoasining tajribali ekanligiga va g'oyani amalga oshirishga qodir ekanliklariga amin bo'lishlari kerak. Agar mavjud boshqaruv jamoasida kadrlar qobiliyati muammosi bo'lsa, buni albatta biznes rejada ko'rsatilishi kerak. Shuningdek, bu muammoni qanday bartaraf etilishi ham batafsil tasvirlab berilishi shart. Masalan, mavjud menejnlarni qo'shimcha tayyorlash yoki boshqa iqtidorli menejnlarni jalb etish rejasi ko'rsatilishi kerak.

Biznes rejaning bu qismini tayyorlashda quyidagi 4ta yo'nalish bo'yicha batafsil ma'lumot beriladi:

1. **Direktor va menejerlar haqida ma'lumot:** ta'lim darajasi; erishgan muvaffaqiyatlari; qobiliyatlari; biografik ma'lumotlari.
2. **Ish tajriba/malakalari haqida ma'lumot:** avvalgi boshqaruvda ishlash tajribalari haqida ma'lumot.
3. **Kim nima bilan shug'ullanadi va nima uchun?** Kim natijalarga javobgar bo'ladi? Boshqaruv dasturi.
4. **Maosh vs Social Paket (ijtimoiy paket) haqida ma'lumot:** Kim qancha maosh olishi, qanday ijtimoiy paketga ega bo'lishi va agar bonuslar

ajratilsa, ular haqida batafsil ma'lumot.

MUTAXASSIS XODIMLAR

Har qanday biznesning muvaffaqiyatini ushbu biznesda ishlayotgan mutaxassislar bilan o'lchash mumkin. Chunki ayrim tadqiqotlarga ko'ra xaridorlarning 70% foizi agar tez va sifatli xizmat ko'rsatilmasa, ushbu biznes bilan aloqalarini butunlay uzishadi. Tez va sifatli xizmat esa biznesning ishchilari tomonidan ko'rsatiladi. Shuning uchun ham ishga olinayotgan kadrlarni sinchkovlik bilan tanlash strategiyasini ishlab chiqish kerak.

Biznes-rejaning ushbu qismini yozayotganda quyidagi savollarga ahamiyat bering:

1. Xozirgi vaqtda biznesni yuritishga nechta ishchi zarur? (to'liq stavka yoki yarim stavka bo'yicha ishlashadimi?)
2. Yaqin kelajakda nechta ishchi zarur bo'lishi mumkin? Keyingi 3-5 yildachi?
3. Ishchilarda qanday professional qobiliyatlar bo'lishi zarur?
4. Ularning ish tavsifini batafsil yozing.
5. Kimlarni ishga olishni bilasizmi? Agar yo'q bo'lsa, xodimlarni qanday qilib ishga yollashni

- rejalashtirayapsiz?
6. Ish haqini qanday kelishasiz? Soatbaymi yoki ishbaymi? Yoki shunchaki oylik maosh belgilanadimi?
 7. Ishchilarga qanday ijtimoiy paket taqdim etishni rejalashtirayapsiz? Ular qancha turadi?
 8. Qo'shimcha ish uchun oylik to'laysizmi?

MOLIYAVIY MA'LUMOTLAR REJASI

Har qanday biznes boshqaruvining markazida ushbu biznesning moliyaviy boshqaruvi turadi. Daromad keltiruvchi biznes tashkil etishning eng birinchi qadamlaridan biri bu moliyaviy boshqaruv tizimini tashkil etishdir.

Ushbu tizimni tuzishda quyidagi 4ta yo'nalish bo'yicha ma'lumot berilishi kerak:

1. **Naqd pul muomalasi rejasi:** Ushbu reja biznesdagi barcha naqd pul tushum va xarajatlarni nazorat qiladi. Naqd pul muomalasi rejasining mavjudligi har qanday biznesning rentabelligini aniqlash uchun zarurdir.
2. **Daromadlar jadvali:** Ushbu jadval shuningdek daromad va zarar jadvali deb ham yuritiladi. Ushbu jadval biznes kelib tushayotgan naqd pulni qanchalik yaxshi boshqara olishini ko'rsatib

beradi. Ushbu jadval kelib tushayotgan tushumlar va biznes xarajatlarini hisoblab boradi.

3. **Rentabellik me'yor tahlili:** Yalpi daromadning xarajatlar umumiy mosligidagi ko'rsatgichi. Ushbu tahlilda biznesda mavjud bo'lgan xarajatlarni qoplash uchun qancha daromad qilish kerakligini aniqlab berishga yordam beradi. Ushbu tahlilni barcha bizneslar amalga oshirishlari muhim hisoblanadi.
4. **Balans hisoboti:** Ushbu hisobot asosan yilning oxirida amalga oshirilgan tahlil natijasida tuziladi. Ushbu hisobotda biznesning ayni damdagi moliyaviy holatini aks ettiruvchi mavjud bo'lgan mulk, shaxsiy kapital, naqd pul, to'lov majburiyatlari o'rin oladi.

Agar moliyaviy ishlarda tajribangiz bo'lmasa va moliyaviy boshqaruv tizimini qanday ishga qo'yishni bilmasangiz, unda ushbu soha bo'yicha tajribali mutaxassisni topishingiz shart. Mutaxassis sizga moliyaviy boshqaruv tizimini tuzib berishga yordam beradi.

YORDAMCHI HUJJATLAR

Va nihoyat biznes rejaning eng oxirgi qismi, yordamchi hujjatlarlarga yetib keldik. Unda biznes rejaning asosiy qismlarida tayyorlangan bayonotlarni asoslab beruvchi hujjatlarni taqdim

etishingiz kerak.

Masalan:

- ⇒ Menejerlar va ishchilar rezyumelari;
- ⇒ Kredit olgan bo'lsangiz, u haqida ma'lumot beruchi hujjat;
- ⇒ Hozirgi yoki bo'lajak xaridorlardan sizning mahsulot va xizmatlaringizga bo'lgan qiziqish to'g'risida ulardan xat;
- ⇒ Tavsianomalar;
- ⇒ Agar ushbu xizmatni bajarish yoki mahsulotni sotish uchun shartnoma bo'lsa, ushbu shartnomalar ;
- ⇒ Siz taklif etayotgan mahsulot va xizmat hududdagi demografik ma'lumotlar, masalan aholining yoshi, jinsi va hkz;
- ⇒ Biznesga tegishli bo'lgan yuridik hujjatlar;
- ⇒ Patent va mualliflik huquqini tasdiqlovchi hujjatlar.

Yuqorida keltirilgan hujjatlar ro'yxati to'liq emas va ushbu ro'yxat qanday biznes tashkil etayotganingizga qarab o'zgarishini mumkin.

Aziz o'quvchu, biz sizga biznes reja nega muhimligi, biznes reja qanday qismlardan tashkil topishi va uning har bir qismida nimalarga ahamiyat berish kerakligi haqida batafsil ma'lumotlar bilan

bo'lishdik.

Siz ushbu ma'lumotlardan foydalangan holda o'z g'oyalaringizni aniq bir biznes rejaga aylantirish imkoniyatiga egasiz. Bu esa sizga g'oyangizni amalga oshirish uchun yana bir qadam oldinga tashlash imkoniyatini beradi. Qanday g'oya bo'lishidan qat'iy nazar uni amalga oshirish uchun mablag' topishda sizdan eng avval aniq biznes rejangiz borligi so'raladi.

Agar biznes rejangiz bo'lmasa, g'oyangiz qanchalik ajoyib bo'lmasin, u faqat g'oyaligicha qolib ketishi tayin. Bizneslarni ro'yxatga oluvchi va ularni nazorat qiluvchi tashkilotlarning ma'lumotlariga ko'ra, deyarli 90% bizneslar birinchi 2 yil davomida muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Va bu muvaffaqiyatsizlikning eng asosiy sababi - aniq bir rejaning yo'qligi, biznes reja puxta ishlab chiqilmaganligida. Shu sababli siz ham ushbu xatoga yo'l qo'yimaslik uchun aniq va puxta biznes rejani ishlab chiqishingiz zarur.