

# BIZNES REJA QANDAY TAYYORLASH MUMKIN ?

## Oddiy biznes-rejani qanday yozish kerak?

Asosiy biznes-rejani yozish uchun biznes va rejalaringsizni umumlashtiruvchi qisqacha mazmun bilan boshlang. Keyin kompaniya tavsifi, bozor tahlili, tashkiliy va boshqaruv tuzilmasi, mahsulot yoki xizmat, marketing va sotish strategiyasi va moliyaviy prognozlarni batafsil tavsiflovchi bo'limlarni qo'shing. Har bir bo'lim qisqa bo'lishi va strategiya va maqsadlaringizni aniq ko'rsatishi kerak.

## Biznes-reja yozish uchun eng yaxshi format qaysi?

Biznes-rejaning eng yaxshi formati rejani aniq va tartibli tarzda taqdim etadi, bu potentsial investorlarga biznes modelingiz va maqsadlaringizni tushunishni osonlashtiradi. Har doim xulosa bilan boshlang va moliyaviy ma'lumotlar yoki qo'shimcha ma'lumotlar bilan yakunlang.

## Biznes-rejaning 4 ta asosiy elementi nimalardan iborat?

- Xulosa: Kompaniyaning missiyasi, maqsadlari, maqsadli auditoriyasi va moliyaviy maqsadlari haqida qisqacha ma'lumot.
- Biznes tavsifi: Kompaniyaning maqsadi, faoliyati, mahsulot va xizmatlari, maqsadli bozorlari va raqobat muhiti tavsifi.
- Bozor tahlili: sanoat, bozor tendentsiyalari, potentsial mijozlar va raqobatchilarni tahlil qilish.
- Moliyaviy reja: kompaniyaning moliyaviy prognozlari va strategiyalari haqida batafsil tushuntirish.

## Biznes-rejaning 3 ta asosiy bandi nima?

- Kontsepsiya: Sizning kontsepsiyangiz biznes maqsadini tushuntirishi va erishmoqchi bo'lgan narsalaringizning umumiy xulosasini taqdim etishi kerak.
- Kontent: Kontent siz taklif qilayotgan mahsulot va xizmatlar, maqsadli bozoringiz va raqobat haqidagi tafsilotlarni o'z ichiga olishi kerak.
- Naqd pul oqimi: Naqd pul oqimi bo'limi kutilayotgan pul tushumlari va chiqimlari haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olishi kerak; shuningdek, kapital qo'yilmalar, operatsion xarajatlar va daromad prognozlarni qamrab oladi.

**TAYYORlovchi:**

**Ish nomi:**

**ISH MAVZU:**

**TARIX :**

**MANZIL:**

## 1.BIZNES REJA XULOSASI

### 1.1 Biznes g'oyaning qisqacha tavsifi

BIZNES G'OYA HAQIDA QISQA TAVSIFI YOZILADI.

## 2. TADBIRKORNING MAQSADLARI

### 2.1 Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari

#### 2.1.1 Shaxsiy ma'lumot

Ism Familiya			
Manzil			
Telefon		Tug'ilgan joyi	
		Tug'ilgan kuni	
Faks		Oilaviy ahvol	

#### 2.1.2 Ta'lim holati

Oxirgi ta'lim muassasasi:			
Kafedra:		Bitiruv sanasi:	
<i>Ishtirok etilgan kurslar/seminarlar va boshqalar.</i>			
Yil	Dastur nomi va mavzusi	Davomiyligi	Berilgan hujjat

Bilgan chet tillari:		Daraja*:	
		Daraja:	
Kompyuterdan foydalanish tajribasi:			


\* Asosiy - O'rta - Yaxshi

### 2.1.3 U ishlagan ishlar

Ishlash davri	Ish joyi nomi	Bo'lim	Vazifa	Ish vaqti

### 2.1.4 Bilim - ko'nikmalar va tajribalar

Bu yerda siz ega bo'lgan ko'nikmalar va tajribalaringizni yozishingiz kerak, masalan : kuchli insoniy munosabatlar va hk.

## 2.2 Tadbirkorning biznes g'oyani tanlashining sabablari

Nima uchun ushbu biznes g'oyani tanlaganingizni yozing. Bozor ulushi, ta'lim, oilani qo'llab-quvvatlash va boshqalar .

## 2.3 Tadbirkorning maqsadlari

### 2.3.1 Qisqa muddatli maqsadlar

- Birinchi yil oxirida sotishni amalga oshirish orqali ... YTL aylanmasini amalga oshirish.
- Hech bo'lmaganda savdo markazi bilan muntazam aloqalarni o'rnatish ...
- ... dona ... sotib olish uchun mashina
- Muntazam ishlab chiqarish tizimiga o'tish
- Birinchi yil oxirigacha kamida ... yangi mahsulot qatorlarini ishlab chiqing
- 

MAQSADLARNI YOZISHINGIZ YOKI TO'G'RI YOZIB TUSHINTIRISHINGIZ MUMKIN.

### 2.3.2 O'rta muddatli maqsadlar

- ..
- ..
- ..

### **2.3.3 Uzoq muddatli maqsadlar**

- ...
- ...
- ...

### 3.BIZNES VA TASHKIL DAVRANI REJASI.

#### 3.1 Biznesning huquqiy holati

Kompaniyaning aylanmasi va soliq afzalliklarini hisobga olgan holda , yakka tartibdagi tadbirkorlik yoki MChJ kabi kompaniya turi haqida qaror qabul qiling .

#### 3.2 Hamkorlik tuzilmasi va biznesning xususiyatlari

##### 3.2.1 Biznes va hamkorlikning sheriklari ulushini taqsimlash

Ta'sischi hamkorlar	Hamkorlik aktsiyalari

##### 3.2.2 Hamkorlarning biznesga qo'shgan hissasi

Agar sheriklar bo'lsa, biznesdagi har bir sherikning vazifalari tavsiflanadi. Agar sheriklik bo'lmasa, tadbirkorning vazifalari qanday bo'ladi.

#### 3.3 Biznesni tashkil etish uchun zarur bo'lgan ruxsatnomalar, litsenziyalar va boshqa rasmiy hujjatlar

Ruxsat / Litsenziya / Ro'yxatdan o'tish	Tegishli muassasa	Taxminiy Davomiyligi
Imzoni ro'yxatdan o'tkazish deklaratsiyasi, imzo sirkulyar, shaxsiy guvohnomani olish	Notarius	1/2
Soliq hisob raqamini olish	Soliq idorasi	1/2
Kitoblarni qabul qilish va sertifikatlash	Notarius	1/2
Davomat haqida hisobot tayyorlash	Soliq idorasi	5

Soliq hisob raqamini olish	Soliq idorasi	1/4
Soliq plitasi, kassa plitasi	Soliq idorasi	1/4
Hisob-fakturalarni, etkazib berish varaqlarini va xarajatlar varaqlarini chop etish	Moliya vazirligi tomonidan shartnoma tuzilgan bosmaxonalar	2
Kompaniyani ro'yxatdan o'tkazish	Savdo registri yoki Savdogarlar va hunarmandlarni ro'yxatga olish idorasi	1/2
Ro'yxatga olish jumali e'lonlari	Savdo registri	3
	Savdogarlar va hunarmandlarni FHDYo	15
Tegishli palatada ro'yxatdan o'tish	Savdo-sanoat palatasi yoki Savdogarlar va hunarmandlar palatasi yoki sanoat palatasi	1/2
Biznes ochish va faoliyat yuritish uchun litsenziyalar olish	Gubernatorlik	2
SSK operatsiyalari	Ijtimoiy xavfsizlik muassasasi	1/2
Bag-Kur operatsiyalari	Xalqa - o'rnatish	1/2
TSE SERTIFIKATI	TSE	60

### 3.4. Biznes g'oya/mahsulot bilan bog'liq zarur patent tadqiqotlari

## 4 . BIZNESNING BOZOR VA TALAB XUSUSIYATLARINI TADQIQOT.

### 4.1 Biznes g'oyaning sektorlari / kichik tarmoqlari va xususiyatlari

**O'RNAK (BO'LIMGA KIRISH SHUNDAY BO'LADI):**

Biznes g'oya "....." sektorida va "....." da joylashgan . uning ostidagi kichik sektor.

O'zbekistonda ..... sektorini texnologiya, raqobatbardosh ustunlik, investitsion kabi ko'rsatkichlari bilan rivojlangan tarmoq deb atash mumkin. Bu xususiyatlarni hisobga olsak, bu tarmoq asosan yirik korxonalardan iborat. Quyida O'zbekistonda ushbu sohada faoliyat yuritayotgan kompaniyalar va ularning .... yil oxirigacha bo'lgan salohiyati to'g'risidagi ma'lumotlar keltirilgan .

*O'zbekistonda mahsulot va uning xorijdagi turlarini shu yerda tilga olish mumkin. Ushbu bo'limning maqsadi siz bo'lgan sohaning so'nggi yillardagi rivojlanishi va uning kelajakdagi yo'nalishi haqida ma'lumot berish va biznes g'oyangizga ijobiy fikr qo'shishini ta'minlashdan iborat.*

### 4.2 Biznes ishtirok etadigan bozorlar va ularning asosiy xususiyatlari

#### 4.2.1 Xom ashyo va ishlab chiqarish materiallari manbalari olinadigan bozorlar

Xom ashyo va yordamchi materiallarni qayerdan sotib olishni rejalashtiryapsiz? Siz etkazib beradigan bozorning umumiy xususiyatlari va ishlash usullari qanday? (Buyurtma o'lchamlari, buyurtma vaqtlari , to'lov shartlari va boshqalar)

#### 4.2.2 Mashina, asbob-uskunalar va asboblarning yetkazib beriladigan bozorlar

Ishlab chiqarish jarayonida zarur bo'lgan asosiy mashinalar nima? Ular qanday xususiyatlarga ega bo'lishi kerak?

Ushbu mashinalar yetkazib beriladigan bozorlarning umumiy xususiyatlari qanday? Qaysi muqobil kompaniyalardan yetkazib berasiz?

#### 4.2.3 Muhim xizmatlar ko'rsatiladigan bozorlar

Buxgalteriya hisobi, transport, patentga ariza berish, mahsulot dizayni, tozalash xizmatlari va hokazo kabi xizmatlarni qanday sohalarida taqdim qilasiz?

Taqdim etilishi kerak bo'lgan biznes yoki jismoniy shaxslar haqida umumiy ma'lumotni taqdim eting.

#### 4.2.4 Ishchi kuchi ta'minlanadigan bozor



Biznes uchun zarur bo'lgan ishchi kuchi ta'minlanadigan bozorlarning o'ziga xos xususiyatlari qanday? Ishchi kuchini qayerdan ta'minlaysiz? Doimiy ishchi kuchingiz bo'ladimi yoki ularni mavsumiy yoki haftaning ma'lum kunlarida ish bilan ta'minlaysizmi? Subpudratchi sifatida boshqa biznesdan foydalanasizmi?

## **4.3 Mahsulotning mijozlar auditoriyasi va ushbu auditoriyaning talab xususiyatlari**

### **4.3.1 Mahsulot mijozlar auditoriyasi**

Tovar yoki xizmatlaringizni taklif qiladigan individual yoki korporativ mijozlar guruhlari qanday?

### **4.3.2 Mijoz auditoriyasining talab xususiyatlari**

Yuqorida aytib o'tgan mijozlar guruhlarning umumiy xususiyatlari va mahsulotga bo'lgan talab xususiyatlari qanday?

Siz birinchi bosqichda taqdim etadigan hududdagi mijozlarning sifat va miqdor jihatidan qanday xususiyatlari bor?

Misol: Mintaqada mijozlarning taxminiy soni, daromadi, yoshi, jinsi xususiyatlari kabi demografik ma'lumotlar ...

### **Talabning shakllanishi sabablari**

Nima uchun mijozlar ushbu tovarlar yoki xizmatlardan foydalanishni talab qiladilar? Biz taklif qilayotgan tovar yoki xizmat qanday ehtiyojni qondiradi?

Mijozlarning mahsulotga bo'lgan talabining chastotasi, talabning hajmi va talab davrlari qanday?

## **4.4 Raqobat tahlili**

### **4.4.1 Qanday qilib mijozlar mahsulotlarni etkazib berishlari mumkin**

Sizning potentsial mijozlaringiz hozirda siz taklif qiladigan tovarlar yoki xizmatlarni qayerdan va kimdan sotib olishadi? (Xarid qilingan joy yoki shaxs siz ishlab chiqaradigan hududda bo'lishi shart emas. Shuningdek, tashqarida ishlab chiqarilgan va yetkazib berish hududingizga yetkazilgan tovarlar yoki xizmatlarni ham ko'rib chiqing.)

### **4.4.2 Raqobatchilarni umumiy baholash**

Ba'zi raqobatchilar haqida ma'lumot berishda ularning kuchli va zaif tomonlarini yozish foydali bo'ladi. Raqobatchilarning mahsulot assortimenti, taxminiy quvvatlari, sotish hajmi va aylanmasi haqida ma'lumot olishga harakat qiling. Raqobatchilaringizga qarshi qanday ehtiyot choralarini ko'rasiz?

#### **4.5 Mahsulotlarni xaridorlarga targ'ib qilishda e'tiborga olinadigan omillar**

Xarid qilishda mijozlar qanday omillarni hisobga olishadi?

Sizning biznesingiz ushbu omillarning qaysi biri bo'yicha yaxshi bo'ladi va mijozlarga taqdim etishda qaysi jihatlarni ta'kidlaysiz?

## 5. BIZNES TOMONIDAN IJRO ETILGAN MARKETING REJASI

### 5.1 Biznesning taxminiy sotish rejasi

#### 5.1.1 Birinchi yil taxminiy savdosi

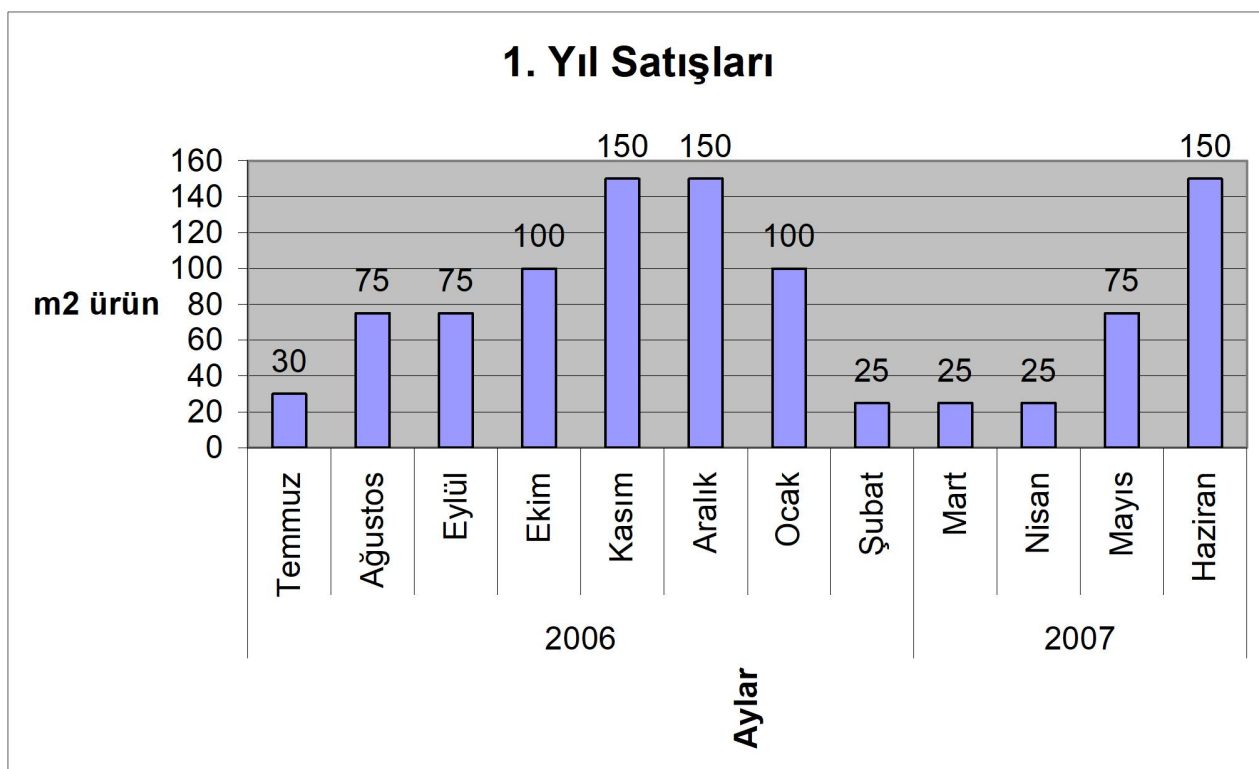
Oylik mahsulot sotuvi ..... (birlik/tonna/kg/lt/m<sup>2</sup>) (1-yil)

	....Yil												
Mahsulot nomi	1-oy	2-oy	3-oy	4-oy	5-oy	6-oy	7-oy	8-oy	9-oy	10-oy	11-oy	12-oy	Jami
.....													
.....													
.....													
.....													

#### 5.1.2 Yil davomida sotuvlarning taqsimlanishi va savdo darajasiga ta'sir etuvchi omillar

Yil davomida talab qanday taqsimlanadi? Talabning yil davomida o'zgarishiga qanday omillar sabab bo'ladi?

**GRAFIK NAMUNI**



#### **Namunaviy tushuntirish:**

Birinchi yilda 980 m2 mahsulotni sotish maqsad qilingan. Mahsulotlar savdosi qurilish mavsumiga parallel bo'lgani uchun, may-noyabr oylarida sotuvlar eng yuqori darajada bo'lishi kutilmoqda. 2006 yilda iyul-sentyabr oylari mahsulotni reklama qilish davri sifatida paydo bo'ladi. Shu sababli, sotuvlar bozordan keyin 3 oy ichida 30 m2 dan boshlanadi va muntazam ravishda 150 m2 ga oshadi deb taxmin qilinadi.

#### **5.1.3 Uzoq muddatda savdo darajasidagi kutilayotgan o'zgarishlar**

Ta'minot maydonining kengayishi va ishlab chiqarish quvvatlarining oshishi bilan uzoq muddatda kutilayotgan savdo o'sishining kutilayotgan darajasi qanday? Yillik savdo o'sishi foiz sifatida ifodalanishi mumkin.

### **5.2 Mahsulot sotish narxlar**

#### **5.2.1 Mahsulot tannarxi va marjasi**

Mahsulot	Umumiy xarajat	Foyda marjasi	Sotish narxi

Mahsulotning o'zgaruvchan xarajatlari ishlab chiqarish jarayonida mahsulotning o'ziga tushadigan xom ashyo va yordamchi materiallarning har bir mahsulot miqdorini o'z ichiga oladi. Mahsulotning doimiy xarajatlari energiya, xodimlar, marketing va tarqatish kabi

xarajatlarni o'z ichiga oladi. O'zgaruvchan xarajatlar yil davomida ushbu xarajatlarning umumiy miqdorini sotishning umumiy miqdoriga bo'lish yo'li bilan olinadi.

### **5.2.2 Mahsulot narxi siyosati**

Mahsulot narxini belgilashda bozordagi raqobat darajasi va talab darajasi muhim rol o'ynaydi. Kuchli raqobat davrida biznesdagi xarajatlar emas, balki bozordagi sotish narxi muhim ahamiyatga ega. Shuning uchun, narx belgilashda biz bozordagi sotish narxidan qaytamiz va biznesdagi xarajatlar shunga mos ravishda qayta tartibga solinadi.

Agar u taqdimot maydoni uchun yangi mahsulot bo'lsa va mijozlar uni birinchi marta kutib olishsa, unda talabning hajmini hisobga olgan holda yanada moslashuvchan narxlarni belgilash va narxlarni yuqori darajaga ko'tarish mumkin.

Agar biz bozorga yangi bo'lmagan mahsulot bilan chiqayotgan bo'lsak va raqobat unchalik kuchli bo'lmasa, u holda mahsulot tannarxлари doimiy va o'zgaruvchan sifatida alohida belgilanadi. Narx biznesdagi barcha xarajatlar qoplanadigan tarzda yaratiladi. Keyin narxlash (+) plyus foyda darajasi bilan amalga oshiriladi, bu esa biznesning daromad olishini ta'minlaydi.

Narxlarni belgilashda 6.3.1 bo'limidagi mahsulot kartasidan foydalaning. Agar mahsulot kartasini tayyorlash uchun mahsulot bo'lmasa va xizmat narxi belgilanishi kerak bo'lsa, xizmatni ishlab chiqaruvchi mehnat xarajatlari hisobga oling. Tovarلarni to'g'ridan-to'g'ri sotish va vositachilik (savdo) mavjud bo'lsa, sotib olish narxiga foyda marjasini qo'shing va narxni tuzing.

## **5.3 Mahsulot va xizmatلaringizni maqsadli auditoriyaga yetkazish usullari**

### **5.3.1 Hisob-kitob**

joy tanlashda korxonaning xomashyo, mijozlar yoki ishchi kuchi va boshqa xizmat ko'rsatish vositalariga yaqinligi e'tiborga olinishi kerak. Makro joylashuvni tanlagandan so'ng, ushbu viloyat yoki mintaqadagi biznesning mikro joylashuvi aniqlanishi kerak.

### **5.3.2 Tarqatish kanallari-vositachilar-asboblار**

Tovar yoki xizmatلarni mijozga yetkazib berishda qanday tarqatish kanalidan foydalaniladi? Tarqatish kanali joyida sotish orqali qisqa tutilishi yoki distribyutorlar, ulgurji sotuvchilar, dilerlar va savdo nuqtalari kabi elementlar bilan uzoq va keng bo'lishi mumkin. Tarqatish kanali qanday bo'ladi degan savoldan keyin ushbu tarqatish kanalidagi elementلarning hammasi yoki ayrimlari biznesga tegishlimi degan savol tug'iladi. Misol uchun, dilerlar to'g'ridan-to'g'ri sizga bog'langan filiallar shaklida bo'lishi mumkin yoki ular ulgurji savdogarga tegishli bo'lishi mumkin. Tarqatish kanalida vositachi ishlatilishini ko'rib chiqish kerak. Tarqatish kanalidagi yana bir muhim nuqta - bu kanalda ishlatiladigan transport vositalari va tizimlar. Ushbu bo'limda kompaniyaning o'z avtomobillari yoki transport kompaniyalari kabi vositachilarning transport vositalari va tizimlari tarqatish paytida foydalaniladimi, aniqlanishi mumkin.

## **5.4 Mahsulotlarni maqsadli auditoriyaga tanishtirish usullari**

Maqsadli auditoriyaga erishish va biznes va mahsulotlarni targ'ib qilish uchun qanday tadbirlar amalga oshiriladi? Bular reklama, gazeta e'lonlari, yarmarka ishtiroki, mijozlar tashrifi, broshyura va kataloglar yuborish, aksiyalar va boshqalar bo'lishi mumkin. Bularni tanlashda ushbu reklama vositalaridan qaysi biri biz erishmoqchi bo'lgan mijozlar bazasiga ko'proq ta'sir qilishini hisobga olish kerak. Amaldagi marketing taktikasi bilan erishilgan auditoriya va biznesning mijozlar bazasi bir xil bo'lishi kerak. Aks holda, reklama tadbirlari samarasiz xarajatlar moddalariga aylanadi.

Shuningdek, reklama tadbirlarining maqsadli auditoriyasi ham aniqlanishi kerak. Bir vaqtning o'zida barcha mijozlar guruhlariga kirishga urinish ham qimmat, ham ko'p vaqt talab etadi. Ustuvor mijozlar guruhlarini aniqlanishi va shunga mos ravishda reklama tayyorgarliklarini amalga oshirish kerak.

### **5.4.1 Reklama va reklama tadbirlari uchun byudjetingiz qancha?**

O'tkaziladigan targ'ibot tadbirlari uchun ajratiladigan byudjet smeta sifatida belgilanishi kerak. Ushbu tadqiqot davomida amalga oshiriladigan har bir marketing faoliyatining byudjeti alohida belgilanishi va jami reklama byudjetiga erishish kerak. Marketing faoliyati rejasini tuzishda quyidagi jadvaldan foydalanish kerak.

## 5.5 Marketing faoliyati rejasi

### MARKETING FAOLIYAT REJASI NAMUNI

Marketing faoliyati	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Mas'uliyatli	Narxi
Taqdimot stendlarini tayyorlash	X	X												1000
Mahsulot namunalarini taqsimlash		X	X											500
Broshyura, katalog, tashrif qog'ozi, blankalarni chop etish	X	X												1500
Arxitektor va interyer arxitektorlarga kataloglarni yuborish				X										350
Ba'zi arxitektorlarga namunaviy ilovalar uchun bepul mahsulotlarni taqdim etish				X	X	X								1000
Slaydlarni suratga olish va namunaviy ilovalarni taqdim etish							X							2000
Adolatli ishtirok										X				2000
Ilovani amalga oshirgan mijozlar tashriflari							X	X						500
Tarqatish punktlariga tashriflar								X	X	X	X	X		250



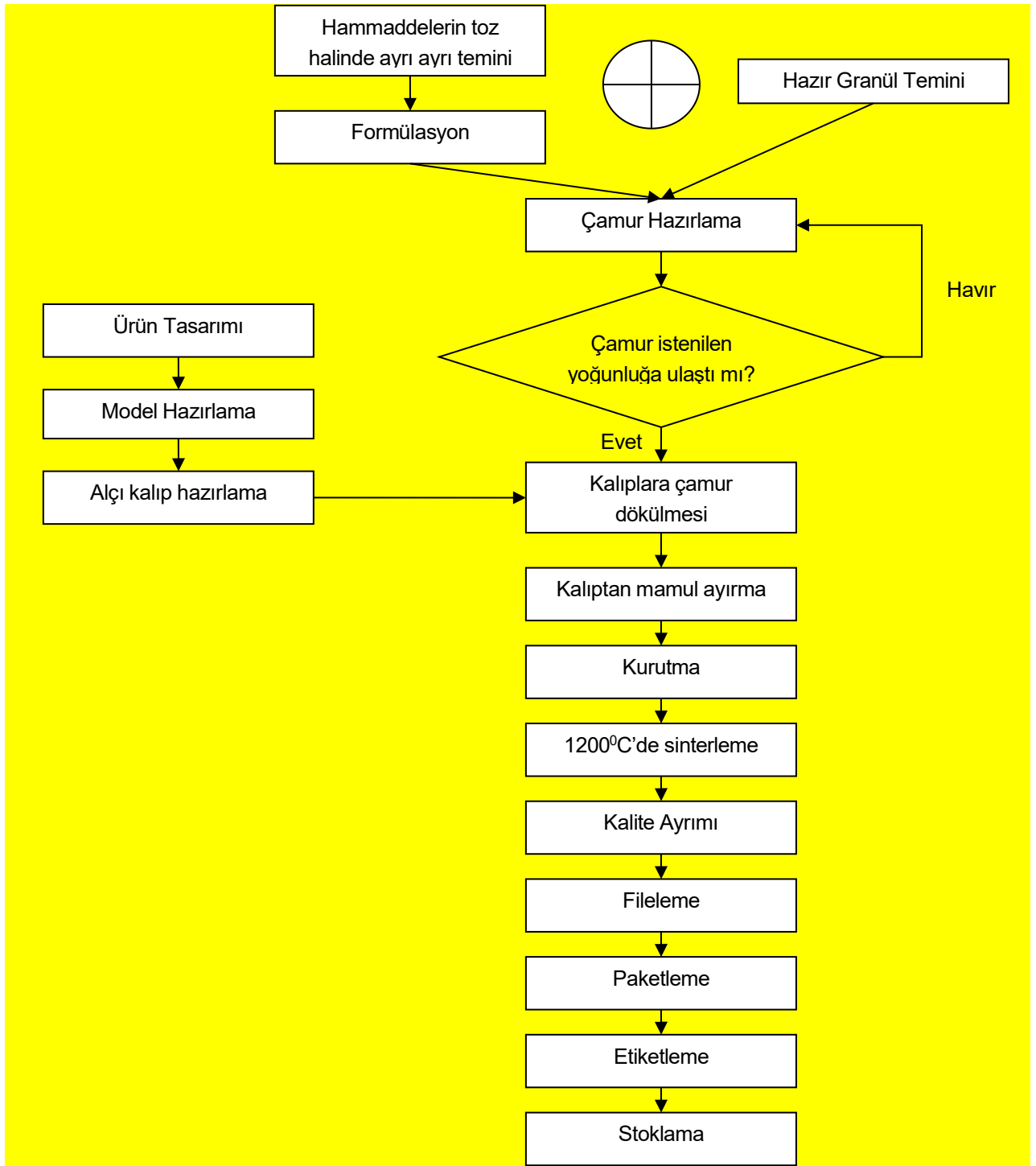


## **6 . ASOSIY ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARI VA ISHLAB CHIQARISH REJASI**

### **6.1 Mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqarish jarayoni va ishlab chiqarishni rejalashtirish**

Tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish jarayonida harakatlar jarayon sifatida sxematiklashtirilishi kerak. Ish jarayonini chizishda ishlab chiqarishning umumiy chiziqlari chizilganligini ta'minlash kerak. Ishlab chiqarishning asosiy chiziqlari va kichik detallarini chiza olish biznes-rejani o'qiyotgan shaxsga ishning o'zlashtirilganligini va ma'lum ekanligini ko'rsatish uchun muhimdir.

### 6.1.1 Ishlab chiqarish ish jarayoni



## 6.2 Ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan mashina va uskunalar

Ishlab chiqarish jarayonida qo'llanilishi kerak bo'lgan barcha mashina va jihozlarning ro'yxati ishlab chiqarish jarayonidan foydalangan holda ham tuzilishi kerak. Shundan so'ng, ushbu mashina va jihozlarning soni va ular bo'lishi kerak bo'lgan xususiyatlarni aniqlash va investitsiya kapitalini hisoblashni boshlash kerak. Narxlarni o'rganish kerakli xususiyatlar va raqamlar asosida amalga oshirilishi kerak.

MAXINA - USKABLAR	BIRLIK NARXI- YTL	Parcha	XUSUSIYATLARI	XARAJAT	TO'LOV REJASI

### 6.3 Ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xom ashyo va boshqa materiallar

#### 6.3.1 Mahsulot birligida ishlatiladigan xom ashyo va boshqa materiallar miqdori

Mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniladigan xom ashyo va materiallarning miqdori va narxi qanday?

##### MAHSULOT KARTASI NAMUNI:

MAHSULOT NOMI	1 m2 quyma tosh plitka			
Xom ashyo va materiallarni kiritish turlari	Miqdori	Birlik	Donasining narxi	Miqdori
Naqsh	1	Parcha	75	75
Seramika gil	16	kg	218	3500
Net	1	m2	1000	1000
Bo'yoq	0,48	kg	7705	3968
Yelim	0.2	kg	500	100
Quti va yorliq	1	Parcha	500	500
Moddiy va xomashyo sarfi jami				8 873

#### 6.3.2 Xom ashyo va boshqa materiallar bilan ta'minlash shartlari

Iltimos, quyidagi jadvalda ishlab chiqarish jarayonida ishlatiladigan xom ashyo va materiallarni, shuningdek, zarur bo'lmagan ishlab chiqarish materiallarini qayerdan va qanday sharoitda sotib olishingizni ko'rsating.

Xom ashyo / material	Sotuvchi kompaniya	Birlik	Sotish narxi	Tushuntirish*

\* Muddati, buyurtma muddati, buyurtma miqdori va boshqalar.

### 6.4 mahsulot yoki xizmat ishlab chiqarish uchun tanlangan ish joyining xususiyatlari

#### **6.4.1 Yashash joyini tanlash sabablari**

- Xom ashyoga yaqinlik
- Hududda tarmoqda tashkil etilgan korxonalarning zichligi va buning natijasida sanoat va ishchi kuchini qo'llab-quvvatlash
- Mijozlarning yaqinligi

Quyidagi sabablarning bir yoki bir nechtasiga ega bo'lgan aholi punkti tanlanishi kerak: aholi punkti makro sifatida aniqlangandan so'ng, turar-joyning texnik xususiyatlari ham aniqlanishi kerak.

#### **6.4.2 Aholi punktida bo'lishi kerak bo'lgan texnik infratuzilma xususiyatlari**

**NAMUNA INFRATURUKTURA:**

O'rnatish/Uskuna turi	Kerakli xususiyatlar
Elektr o'rnatish	Elektr transformatori (saytdagi mavjud transformator etarli)
Santexnika	Oddiy shahar sanitariya-tesisat
Isitish o'rnatish	Markaziy isitish (mavjud)
Yoritish o'rnatish	Energiya tejamkor yoritish
Telefon/faks/kompyuter tizimi	1 telefon, 1 faks, 1 kompyuter
Ofis uskunolari	2 ta stol, 2 ta stul

## 7. TASHKIL VA BOSHQARUV REJASI

### 7.1.1 Ishlab chiqarish ishchi kuchi

Ishlab chiqarish jarayonidagi ishchi guruhlarini hisobga olgan holda ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan mehnat miqdori va malakasini aniqlang.

### 7.1.2 Ishlab chiqarishdan tashqari asosiy jarayonlar va zarur ishchi kuchi

Ishlab chiqarishdan tashqarida bo'ladigan ishchi guruhlarini va ushbu guruhlar uchun zarur bo'lgan ishchi kuchi va malakasini aniqlang.

Sotib olish, marketing-sotish, moliyalashtirish... va hokazo.

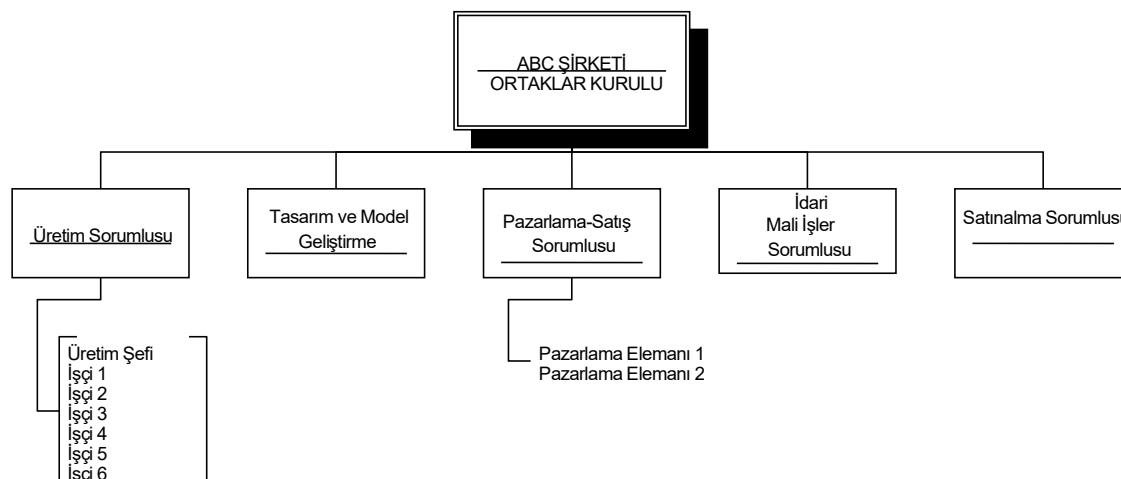
### 7.1.3 Mehnat taklifi va ish haqi siyosati

Ilтимos, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish jarayonlari uchun zarur bo'lgan ishchi kuchini qanday va qayerda ta'minlashni ko'rsating (gazeta reklamasi, raqib kompaniyadan ko'chirish, yangi bitiruvchilarni tayyorlash, IŞKUR so'rovi va boshqalar). Ilтимos, ushbu ishchi kuchi guruhlariga qanday kompensatsiya to'lashingizni ayting (eng kam ish haqi, raqobatchi kompaniya siyosati, qonun talab qiladigan ish haqining standart soatlari va boshqalar).

### 7.1.4 Ishlab chiqarish, ishlab chiqarishdan tashqari asosiy faoliyat va yordamchi faoliyat bilan bog'liq barcha biznes guruhlarini o'z ichiga olgan biznesning tashkiliy sxemasi.

Sizning biznes tuzilmangizni va yuqorida sanab o'tilgan biznes guruhlarini va jarayonlarini hisobga olgan holda tashkiliy sxemangizni tayyorlang.

#### TASHKIL TASHKILOT NAMUNI





## 8. BIZNES MOLIYAVIY REJA

### 8.1

### 8.2 Kerakli investitsiyalar va aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyoj

#### 8.2.1 Boshlang'ich investitsiya kapitaliga bo'lgan talab

INVESTITSION XARAJATLARI	AMOUNT	IZOH
1. YER NARXI		
2. O'QISH VA LOYIHA XARAJATLARI		
3. YERLARNING TARTIBI		
4. QURILISH - QURILISH XARAJATLARI		
5. MOSHINA VA USKUNALAR XARAJATLARI (Mahalliy)		
6. MOSHINA VA USKUNALAR XARAJATLARI (IMPORT)		
7. YORDAMCHI MOSHINA-USBUZALAR XARAJATLARI		
8. IMPORT VA BOJJOCHIIY HARARLARI		
9. TRANSPORT VA SUG'urta XARAJATLARI		
10. YIG'LASH XARAJATLARI		
11. ISHLAB CHIQUVISH XARAJATLARI		
12. LITSIZTENSIYA XARAJATLARI		
13. UMUMIY XARAJATLAR		
14. KUTILMAGAN XARAJATLAR		
JAMI QO'YILGAN INVESTITSIYA		



## 8.2.2 Yillik operatsion xarajatlar

### YILLIK FOYDALANISH XARAJATLARI JADVALI

XARAJATLAR	UMUMIY XARAJATL AR	HAN	O'ZGARCHI	ATILGAN XARAJATL AR	O'ZGARCHI XARAJATL AR
1. Xomashyo		0%	100%		
2. YORDAMCHI MATERIALLAR VA ISHI MATERIALLARI		0%	100%		
3. Ijaraga		100%	0%		
4. ELEKTR ENERGIYA		20%	80%		
5. SUV		30%	70%		
6. YOQILG'I		100%	0%		
7. MEHNAT-KADRLAR		100%	0%		
8. XIZMAT-TA'MIR		60%	40%		
09. PATENT-LITSIONA		50%	50%		
10. UMUMIY XARAJATLAR		75%	25%		
11. MARKETING-SOTISH XARAJATLARI		80%	20%		
12. QADOQLASH XARAJATLARI		0%	100%		
<b>JAMI</b>		-	-		

## 8.2.3 Aylanma mablag'lar jadvali

### Aylanma kapital

Aylanma kapital ob'ektlari	YILLIK FOYDALANISH XARAJATLARI	DURATION (OY)	Aylanma kapitalga ehtiyoj
1. HOMO-MATERIAL FOYDALANISH			
2. YORDAMCHI MADDATLAR FOXASI			
3. TADBIRKORLIK MATERIALLARI FOTOLARI			
4. YONIG'ILIGI ZAFI			
5. YARIMIYOR MAHSULOT FOYASI			
6. QO'DLASH MATERIAL QO'YISHI			
7. TAYYOR MAHSULOTLAR FOYDAGI			
8. EHTIYOT QISMLAR FOYDAGI			
9. MAVOLARNING QIYMATI MIJOCHGA BARALI			
10. UMUMIY XARAJATLAR NAQD PULGA EHTAYOT			
<b>JAMI</b>			

### 8.3 Jami investitsiya talabi

#### INVESTITSIYA DAVRANI MOLIYAJLASH TUZILISHI JADVALI

0. YIL	JAMI
<b>MOLIYAJLASH EHTIRASI</b>	
1. DASTLAB INVESTITSIYA	
2. Aylanma kapital	
<b>JAMIY MOLIYAJLASH EHTiyojlari</b>	
<b>MOLIYA MANBALARI</b>	
1. XUSHIY QO'LLAR	
2. QARZLAR	
3. KREZITLAR	
<b>UMUMIY MOLIYAVIY RESURLAR</b>	

## 8.4 Taxminiy moliyaviy harakatlar va biznes tahlili

### 8.4.1 Daromad-xarajat jadvali\*

#### YILLIK DAROMAD VA XARAJATLAR JADVALI

BIZNES DAROMADLARI		20XX	20XX	20XX
Mahsulot sotishdan tushgan daromad				
JAMIY BIZNES DAROMADLARI				
FOYDALANISH XARAJATLARI		20XX	20XX	20XX
1. Xomashyo				
2. YORDAMCHI MATERIALLAR VA ISHI MATERIALLARI				
3. Ijaraga				
4. ELEKTR ENERGIYA				
5. SUV				
6. YOQILG'I				
7. MEHNAT-KADRLAR				
8. XIZMAT-TA'MIR				
9. PATENT-LITSIONA				
10. UMUMIY XARAJATLAR				
11. MARKETING-SOTISH XARAJATLARI				
12. QADOQLASH XARAJATLARI				
JAMI FOYDALANISH XARAJATLARI				
DAROMAD - XARAJATLAR FARKI				

#### 8.4.1 Pul oqimi to'g'risidagi hisobot

##### Pul oqimi to'g'risidagi hisobot

NAQD KIRISHLAR	0	20XX	20XX	20XX
INVESTITSION KREZIT				
XUSHIYLIK				
QARZLAR				
BIZNESDAGI DAROMAD-				
XARAJAT FARKI				
QIYMATI				
QO'LDAGI YANGI YIL PULLARI				
JAMI NAQD PULLAR				
NAQD PULLARNING OQIMI				
JAMI QO'YILGAN				
INVESTITSIYA				
Aylanma kapital				
KREDIT FOIZLARI				
TO'LOVLARI				
KREDIT BO'YICHA				
TO'LOVLAR				
SOLIQLAR				
NAQD PULLARNING JAMIY OQIMI				
YIL OXIRIDA QO'LDAGI NAQD PUL				

#### 8.4.2 Daromadlilik hisobi jadvali

##### Daromadlilik hisobi jadvali

Yillar	0	20XX	20XX	20XX
SOTISH DAROMADLARI				
FOYDALANISH XARAJATLARI				
AMORTSIYALAR				
MOLIYA XARAJATLARI				
SOLIQ ALDANGI FOYDA				
SOLIQLAR (25%)				
SOLIQ TO'LLANGAN KEYIN FOYDA				
AMORTSIYALAR				
Aylanma kapital				
MUMKIN INVESTITSIYA				
SOF PAUL OQIMLARI				
JAMIY SOF PAUL OQIMLARI				