

Republic of Uzbekistan

Project for Capacity Development of Business
Persons and Networking through Uzbekistan-
Japan Center for Human Resources Development

Project Completion Report

November 2021

Japan International Cooperation Agency (JICA)

ED
JR
22-019

Project Completion Report

Project Title: Project for Capacity Development of Business Persons and Networking through Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development

Name: Mr. Shamshimukhamed NURIEV

Title: Acting Co-Director of UJC

Name: Mr. SUZUKI Yasujiro

Title: Co-Director of UJC

Submission Date: November 30, 2021

I. Basic Information of the Project

1. Country: Republic of Uzbekistan

2. Title of the Project: Project for Capacity Development of Business Persons and Networking through Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development (UJC)

3. Duration of the Project:

(Plan) December 1, 2015 ~ November 30, 2020 (5years: 60 months)

(Actual) December 1, 2015 ~ November 30, 2021 (6 years: 72 months)

Reason for the extension is due to the COVID-19 pandemic and additional activities. (On July 10, 2020, both GOU and JICA discussed and agreed one-year extension of the Project period due to the COVID-19 pandemic, with considering 1) suspension of project operation, 2) delay of next phase preparation, 3) acknowledgement of the need for short term improvement plan, and 4) addition of activities for the smooth implementation of the next phase.)

4. Background (from Record of Discussions (R/D)):

Since its independence in 1991, Uzbekistan has pursued a series of reforms to become both a democratic and an open-market economy. As a result, Uzbekistan has achieved stable and high economic growth over decades, including the period of the world financial crisis in 2008. Uzbekistan has transformed itself from a transitional economy to a modern market economy through its sustainable economic growth. However, it is

still in dire need for human resources equipped with management skills and other knowledge required in a modern market economy.

In December 2000, UJC started as the joint project between the Government of Uzbekistan (GOU) and JICA (phase I). The phase I project aimed at providing professionals in the business area who are qualified and contribute to the development of market-oriented economy. The phase I project also promoted mutual understanding between Uzbekistan and Japan through the provision of Japanese language course and cultural exchange activities.

In December 2005, based on the output of the phase I project, UJC started the phase II project and provided useful business courses continuously. Further cooperation continued through the post phase II project from 2010 to 2015, providing diversified practical business courses and seminars that contributed to capacity development of small and medium enterprises (SMEs) in Uzbekistan.

GOU continues to adopt policies for private sector development for further stable economic growth with more equal distribution of wealth. The key to achieve such a growth lies on the enhanced productivity of SMEs through acquiring professional management skills. Therefore, GOU requested the Government of Japan (GOJ) for continuous support to UJC through the implementation of a new project entitled, “Capacity development of business persons and networking through Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development (UJC).”

Through the fifteen years cooperation, more than 10,000 business persons have been graduated from UJC and their networks and interactions create many positive impacts beyond the project framework. The information and networks of these graduates become the important and valuable asset of UJC. Thus, UJC are expected to fully utilize these assets for further development of private sector in Uzbekistan. UJC is also expected to play a key role for human resources networking between Uzbek and Japanese companies by utilizing its assets as well.

5. Overall Goal and Project Purpose (from Record of Discussions (R/D)):

Overall Goal: UJC contributes to promotion of SMEs and diversification of industry in Uzbekistan as well as to strengthening of relations between Uzbekistan and Japan especially in business.

Project Purpose: Institutional system is established at UJC to develop capacity of business persons to contribute to SME promotion and also to strengthen relations between Uzbekistan and Japan.

6. Implementing Agency: Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development (UJC)

II. Results of the Project

1. Results of the Project

1-1 Input by the Japanese side

A. Total amount of expenditure:

(Plan) 476 (million Japanese Yen)

(Actual) 625 (million Japanese Yen as of February 2021)

Reason for the increase is one year extension of the Project period due to the COVID-19 pandemic and additional activities.

B. Number of Dispatched experts:

187.7 M/M [6 long-term experts (3 Co-Directors & 2 Coordinators & 1 Networking activities/Coordinator) and 92 short-term experts for professional management program (PMP), specialized business course (SC) and young specialist course (YSC) etc.]

C. Number of participants trained in Japan:

65 persons for short-term training (32 for PMP follow-up training, 27 for private companies' exchange), 6 for counterpart training.

D. Total amount of equipment provided

17.9 (million Japanese Yen) ; PCs and another office equipment

E. Total amount of expended by JICA local budget

175 (million Japanese Yen)

1-2 Input by the Uzbek side

A. Allocation of counterpart

As planned, Co-Director (temporarily not allocated), Coordinator, Accountant, and other necessary staffs for Project implementation (27 UJC staffs as of October 31, 2021) are allocated by both MIFT and UJC.

B. Provision of in-kind service:

Office space and facilities of UJC including office space for long-term and short-term experts.

C. Tax and customs exemptions:

Japanese experts are exempted from income tax. UJC is exempted from all types of taxes, except for Social Tax, which is paid for local employees (paid by UJC). Machinery and equipment imported for the needs of the project are exempted from customs duties.

D. Other input:

UJC's utility charge (electricity, water etc.) is paid by MIFT. Especially the utility charge is paid by utilizing the counterpart fund of Japan's non-project type grant aid. Basically, personnel emoluments (mainly basic salary) for UJC staff are provided by UJC. In addition, daily running costs are provided by UJC.

1-3 Activities

A. Professional Management Program (PMP):

PMP is the program, consisting of half-year lecture with overall business management theory and several management practical skills including Japanese style management. PMP has the day-time course (A-1) and the night-time course (A-2) which provides the same training for about 34 participants each course.

In addition, from 35th batch, PMP was shortened from 6-month to 4-month lecture courses to increase the number of PMP courses from two times to three times a year in the future.

The total number of participants from the first batch to 37th batch of PMP becomes 2,248 at this moment. Out of 2,248 participants, the number of graduates with certificates from UJC are 2,074 at the end of October 2021. On the other hand, the number of applicants for PMP (A-1 and A-2) has been about 4.7 times that of the available seats during 2016-2020 until 34th batch. It means it was not so easy for

applicants to join PMP. However, it went down to 1.69 - 0.96 after 35th batch due to the COVID-19 pandemic.

Total number of participants and graduates with certificates from 26th batch until 37th batch of PMP during the project period (2016-2021) becomes 778 and 716 as shown in Table.1 (as of October 31, 2021).

	2016		2017		2018		2019		2020		2021		
PMP batch	26th	27th	28th	29th	30th	31st	32nd	33rd	34th	35th	36th	37th	Total
Participants	64	62	64	64	68	68	68	68	69	62	68	53	778
Graduates	60	56	61	62	65	67	66	60	57	58	56	48	716

B. Specialized Business Course (SC) and Women Entrepreneurship Course:

➤ Specialized business courses are conducted to provide each subject consecutively as one-week courses, to enhance management and sales skills, to learn practical knowledge for international business transaction, to increase knowledge and skill of quality control and products management, and to provide participants with economic information adaptable to internationalization of Uzbekistan’s economy.

The main participants for these courses are targeted at entrepreneurs, individual business persons of shops and offices, company executives and managers, key employees, governmental officers who must adapt to the market economy.

Total number of participants for SC from 2016 to 2021 becomes 2,489 for 148 courses as shown in Table.2 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	305	387	598	688	259	252	2489
Courses	16	24	32	38	17	21	148

➤ ‘Women entrepreneurship courses’ were conducted separately from SC to provide training opportunities for women managers and entrepreneurs to support the product and service development from women’s perspective.

Total number of participants for women entrepreneurship course from 2016 to 2021 becomes 77 for 7 courses as shown in Table.3 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	24	26	19	8	0	0	77
Courses	2	2	2	1	0	0	7

C. Young Specialist Course (YSC):

YSC is conducted to provide young business persons (about 15 participants in each term) with basic business theory and tools as one-month intensive training course twice a year by local lectures, in order to encourage them to study further in PMP.

Total number of participants for YSC from 2016 to 2021 becomes 251 for 17 courses as shown in Table.4 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	153	38	27	33	0	0	251
Courses	10	3	2	2	0	0	17

D. Consultations and Corporate Trainings:

➤ As a follow-up for graduates of business courses, based on the requests from those graduates, consultations including business advice are provided for each enterprise to improve its practical management knowledge and skills mainly in marketing, production management for further development of business.

Total number of services and companies for consultations from 2016 to 2021 becomes 166 times for 64 companies as shown in Table.5 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Services	34	49	44	33	4	2	166
Companies	6	14	20	19	3	2	64

➤ Based on the specific needs of private companies and public organizations, corporate trainings/seminars (tailor-made training) are provided for participants of those organizations to improve their management knowledge and skills for business.

Total number of participants for corporate trainings/seminars from 2016 to 2021 becomes 331 for 13 organizations as shown in Table.6 (as of October 31, 2021)).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	101	40	100	21	14	55	331
Organizations	5	2	2	1	1	2	13

E. Regional trainings/seminars:

Based on the specific local needs, regional trainings/seminars are conducted for business owners and managers in local cities to improve their capacity of corporate management and skills, contributing to rectify the urban-rural disparities.

Total number of participants for regional trainings/seminars from 2016 to 2021 becomes 490 for 22 trainings/seminars as shown in Table.7 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	124	129	95	110	32	0	490
Trainings/Seminars	6	5	5	3	3	0	22

In addition, UJC collaborated with Wakayama University to implement workshop-type training for business persons in tourism industry in Bukhara and

Tashkent in January 2020.

Total number of participants in Bukhara and Tashkent is 25 participants and 44 participants respectively.

F. Seminars:

➤ ‘Interactive open seminar’ is conducted for young employees and students by local lectures to provide basic business skills for free as a half-day seminar. This seminar gives good opportunities for local lectures to gain teaching experience through teaching in the seminars.

Total number of participants for ‘Interactive open seminar’ from 2016 to 2021 becomes 975 for 38 seminars as shown in Table.8 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	543	162	170	100	0	0	975
Seminars	17	10	7	4	0	0	38

➤ ‘Business seminar’ is conducted for business course graduates to provide current topics and ideas on business-related subjects by both Japanese experts and selected local lectures for free as a half-day seminar, generating opportunities for network among them.

Total number of participants for ‘Business seminar’ from 2016 to 2021 becomes 2,584 for 66 seminars as shown in Table.9 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	971	898	377	338	0	0	2584
Seminars	20	25	11	10	0	0	66

➤ ‘Open business forum’ is held once a year for business communication exchanges among PMP graduates for free as a half-day event. Especially, UJC is expected to

serve as a platform for information exchanges among PMP graduates.

Total number of participants for ‘Open business forum’ from 2016 to 2021 becomes 553 for 4 forums as shown in Table.10 (as of October 31, 2021)).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	160	153	110	130	0	0	553
Forums	1	1	1	1	0	0	4

G. Training in Japan:

There are two types of ‘training in Japan’ in UJC. The first type is a JICA full support follow-up training for outstanding PMP graduates, namely “Advanced Training for Business Executives” and the second type is cost-sharing private companies’ exchange training for competitively selected participants from many applicants of private companies, namely “Advanced Training for Business Executives in Specific Areas”. Each training is held almost once a year to provide an opportunity to solve participants’ business problems, through lectures, site visits, case studies, action plan development and so on.

Total number of participants for PMP follow-up training and private companies’ exchange training from 2016 to 2021 becomes 35 and 30 respectively as shown in Table.11 (as of October 31, 2021). UJC’s staff (6 persons) also attended together in some training in Japan as counterpart training.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants (Follow-up)	12	11	0	12	0	0	35
Participants (Exchange)	9	10	11	0	0	0	30

H. Other trainings:

➤ Even though 82.6% courses of all PMP from 2016 to 2021 are conducted by local lecturers, more lecturer candidates are trained through training of trainers (TOT) which is consisted of training methodology, training design and self-promotion of

the trainers.

Total number of participants for TOT from 2016 to 2021 becomes 144 for 10 courses as shown in Table.12 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	13	27	55	34	15	0	144
Courses	1	2	4	2	1	0	10

From January 2021, the new individual type of TOT is conducted for 3 local lecturers in the field of strategic management, human resources management and production management followed by a series of TOT by each JICA expert.

➤ Newly launched executive management course, ‘Keiei-juku’ program is an intensive 5-months practical management skill development program for top management of small and medium enterprises (SMEs). In addition, all participants for ‘Keiei-juku’ program will be invited for study tour in Japan.

Total number of participants becomes 20 for 1st batch in 2021.

➤ ‘Career development program (2-weeks)’ and ‘Business start-up program (2-weeks)’ are reorganized from YSC to provide more specific training for targeted participants based on the updated needs. ‘Career development program’ is aimed at providing basic business knowledge and skills for university students and fresh graduates. On the other hand, ‘Business start-up program’ is aimed at cultivating entrepreneurship among young people through providing practical business training, advice, and guidance to participants.

Total number of participants for each trial program becomes 8 for ‘Career development program’ and 20 (expecting number) for ‘Business start-up program’ in 2021.

2. Achievements of the Project

2-1 Outputs and indicators

(Target values and actual values achieved at completion)**A. Output-1: Practical business courses are regularly provided by UJC, including topics on Japanese management, quality control and production control.****1-1) Number of PMP graduates/ business course participants reaches 1,500 per year by the end of the Project.**

➤ This indicator is Achieved.

➤ From the beginning of UJC in 2001, the total number of PMP graduates / business courses participants aggregated to 2,074 and 22,573 (certificate conferring program such as PMP, SC, YSC, TOT, Keiei-juku: 12,159) respectively, as of October 31, 2021.

On the other hand, during this phase (after January 2016), the total number of PMP graduates / business courses participants aggregated to 716 and 9,651 (ditto: 4,371) respectively (as of October 31, 2021).

Annual total number of the participants including seminars and the certificate conferred is shown in Table.13 (as of October 31, 2021).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Participants	2676	2147	2028	1758	520	522	9651
Certificated	807	755	995	995	418	401	4371

Thus, based on the total aggregated figure 9,651 in the past 6 years, the average figure 1,608 (= 9,651 / 6) per year is over 1,500 per year.

➤ Due to the COVID-19 special control measures by GOU, the number of PMP graduates / business course participants reaches only 115 and 520 in 2020, 104 and 522 in 2021 respectively (as of October 31, 2021).

1-2) The average rate of satisfaction level of PMP graduates / business course participants reaches 4.5/5.0.

➤ This indicator is Achieved.

➤ Satisfaction rate for the business course programs evaluated by the participants keeps relatively favorable level and the simple average of satisfaction rate for the programs during the Project period from 2016 to 2021 is 4.68 out of 5.00 (4.72 in 2016, 4.61 in 2017, 4.71 in 2018, 4.68 in 2019, 4.69 in 2020 and 4.69 in 2021 (as of October 31, 2021).

➤ In addition to face-to-face training, online training was also introduced after the COVID-19 pandemic, but it can be said that the evaluation of online training was relatively low. On the other hand, in the face-to-face and online hybrid training, there were some that were evaluated well in the regional training.

➤ Therefore, Output 1 is achieved given that indicator 1-1) and 1-2) are achieved. Although UJC's activities could not be fully implemented in the final year and a half of the Project due to the COVID-19 pandemic, it can be said that the efforts of the parties concerned have achieved sufficient results throughout the Project period.

B. Output-2: UJC programs are sustainably operated utilizing local resources and network.

2-1) Annual operation plan of UJC is regularly revised based on the mid-term plan formulated.

➤ This indicator is Achieved.

➤ According to the Operational Plan of the Project as the mid-term plan, the annual operational plan is formulated and submitted to the Joint Coordinating Committee (JCC) by UJC each year in advance. Thus, the business course programs are operated duly based on the annual operational plan of UJC which is regularly revised if necessary. Especially, in 2020, due to the COVID-19 pandemic, UJC had to revise the operational plan several times timely.

2-2) Balance of revenue and expenditure is continuously checked and analyzed by UJC staff.

➤ This indicator is Partially Achieved.

➤ Even though the amounts of the income brought by operating revenue are significantly increased year by year, the income in 2020 was very limited due to the 6-month interruption of activities by the COVID-19 pandemic. However, based on the confirmation on the balance of revenue and expenditure of UJC in JCC in February 2020, the check and balance system of UJC has been strengthened and the balance of revenue and expenditure of UJC is checked and analyzed every month by UJC staff by the support of Japanese experts.

2-3) The share of expenditures borne by UJC becomes 50% of total (local) expenditures of UJC

➤ This indicator is Partially Achieved.

➤ The share of expenditures borne by UJC of total expenditures of UJC was 42.2% in 2016, 28.2% in 2017, 39.8% in 2018, 56.4% in 2019, 28.1% in 2020 (JFY base and UZS base) respectively.

During the period of 2017JFY, the exchange rate was drastically devaluated by GOU in September 2017 which US\$1.00 became from UZ\$4,000 to UZ\$8,000 roughly. That is why the financial support of JICA and JF in this fiscal year became bigger in terms of UZS base. Thus, the share of UJC's expenditures of the total UJC's expenditures dropped from 42.2% in 2016 to 28.2% in 2017 while the UJC's income became double during the same period.

➤ In terms of financial resource for local activities, in 2019 & 2020 (JFY base), 56.4% & 28.1% (UZS base) of total UJC expenditure respectively was covered by UJC's resource, which was mainly brought by tuition fees of the Business Course and the Japanese Language Course (cf. JICA's coverage =23.4% & 55.6%, JF's coverage =18.1% & 14.1%, subsidy from the counterpart fund of Japan's non-project type grant aid for utility expense = 2.1% & 2.2% in 2019 & 2020 respectively).

In other words, the share of the expenditure borne by UJC in the total UJC's expenditures was 56.4% in 2019 and 28.1% in 2020. 56.4% in 2019 was relatively high. Since JICA's financial support system for personnel expenses has changed to one based on the Memorandum of Cooperation (MOC) between UJC and JICA in April

2019, this support system was introduced by full-time staff and the application to part-time lecturers took time to reach consensus between JICA and UJC and started from January 2020. This has increased UJC's local cost burden in 2019.

In addition, 28.1% in 2020 was relatively low. Since the financial crisis of UJC happened in 2020 due to the COVID-19 pandemic, UJC was financially heavily supported by JICA.

2-4) Future UJC strategy is formulated.

➤ This indicator is Achieved.

➤ Since a series of discussion about the future UJC strategy has been implemented among UJC management including JF expert from January 2021, the tentative version of 'Management Strategy of UJC' together with 'Financial Management Strategy of UJC' was formulated in November 2021. This tentative UJC's Management Strategy was submitted and approved by JCC of UJC.

➤ Therefore, Output 2 is Partially achieved given that indicator 2-1) and 2-4) are achieved, but indicator 2-2) and 2-3) are Partially achieved. UJC's financial management has been striving to improve its balance of revenue and expenditure of UJC while strengthening its check and balance system, especially since the JCC meeting in February 2020, but further improvements are needed.

C. Output-3: Management system is established at UJC as a base for enhancement of business human resources networking and information sharing between Uzbekistan and Japan.

3-1) Number of activities for business human resources networking and information sharing expansion reaches 100.

➤ This indicator is Achieved.

➤ The accumulated number of human resources networking and information sharing activities since 2016 became 176, including 36 supports for business club activities, 3 supports for members of study tour in Japan, 2 business exchange forums with Japanese

companies and 66 business seminars, 69 guidance for Japanese companies as of October 31, 2021. Unfortunately, due to the COVID-19 pandemic, UJC did not receive almost any kind of visitors from the middle of March 2020.

3-2) The average evaluation of participants of activities for business human resources networking and information sharing reaches 80%.

➤ This indicator is Achieved.

➤ The average evaluation of the business exchange forum in Tashkent was 89% in 2018. In addition, the average evaluations of the business seminar were 95.8% in 2016, 94% in 2017, 96% in 2018 and 90% in 2019. Unfortunately, other activities such as guidance for Japanese companies were very difficult to get the feedback from each participant.

3-3) Database management system is in place.

➤ This indicator is Partially Achieved.

➤ Based on a series of discussion about database management system, UJC decided to introduce the software of data management 'Bitrix24' which was developed in Russia and is used in many organizations in Uzbekistan. In addition, UJC started procurement processes in September 2021 and procured 'Bitrix24' in October 2021, followed by the programming and training for UJC's staff from December 2021 to February 2022. The existing data of ex-participants of past business courses will be integrated by February 2022. Those UJC's data is expected to provide Japanese companies looking for local partners after integrated in 'Bitrix24'.

➤ Therefore, Output 3 is Partially achieved given that indicator 3-1) and 3-2) are achieved, but indicator 3-3) are Partially achieved. Regarding the database management system, although there was a slight delay, it will be possible to improve it in the near future.

2-2 Project Purpose and indicators

(Target values and actual values achieved at completion)

A. Indicator 1: Number of UJC graduates / participants who expand their business or their career is increased from 0 to 200.

➤ This indicator is Achieved.

Since the percentage of PMP graduates who promoted or started new business was 56.7% or 64.0% respectively according to the last PMP follow up survey in January 2020, it might be possible to mention that the Indicator 1 of the project purpose has successfully achieved based on the figure of 864 [= (716 x 0.567 =) 406 + (716 x 0.64 =) 458] which is four times bigger than the expected number, 200, even though excluding the number of other business courses participants. The number of 864 is clearly exceeds 716, so it is possible that about half of the graduates overlap.

On the other hand, according to the formula proposed by the Japanese expert team in September 2016, total number becomes 214 (= 716 x 0.1 + 716 x 0.2) at the end of 2021. 214 shows PMP graduates who promoted or started new business between 2016 to 2021. 0.1 shows the entrepreneurship rate and 0.2 shows the promotion ratio based on the survey of PMP18th batch.

As a result of trial calculation by two methods, it was confirmed that the target value of 200 people was exceeded in each case.

B. Indicator 2: The information on business and human resources disseminated by UJC is utilized by target people.

➤ This indicator is Partially Achieved.

Regarding dissemination of information on business and human resources, UJC has been sending information frequently through Mail Chimp and SNS to the business course graduates. However, the number of information relevant with business between Uzbekistan and Japan is still limited due to the circumstances under COVID-19. The actual number of newsletters mailing lists members is 7,853 and subscribers of SNS are 6,727 (Facebook), 859 (Telegram) and 472 (Instagram) as of October 27, 2021.

Since the percentage of PMP graduates who utilized the information which UJC disseminated through Mail Chimp and SNS and attended the other training course was

81% according to the latest PMP follow up survey in July 2021, it might be possible to mention that the Indicator 2 of the Project purpose has relatively achieved.

In addition, the frequency of using the data base for the business matching between Uzbekistan and Japan has not been many yet, reflecting current status of the actual business trade between both countries in addition to negative effect of the COVID-19 pandemic.

3. History of PDM Modification

Both MFERIT (Ministry of Foreign Economic Relations, Investment and Trade) and JICA agreed the details of the Project and the main points discussed as described in the Project Design Matrix (PDM Version-1) on August 7, 2015. In May 2017, MFERIT was divided into two organizations: the State Council of Investment (SCI) and the Ministry of Foreign Trade (MFT). However, both organizations were merged again as MIFT (Ministry of Investment and Foreign Trade) in January 2019. Therefore, both Uzbek Government and JICA could not discussed and agreed the amendment of the PDM with objectively verifiable indicators until July 10, 2020 (PDM Versions-2). At the same time, both MIFT and JICA also discussed and agreed one-year extension of the Project period due to the half-year interruption of activities of UJC by the COVID-19 pandemic.

4. Others

4-1 Results of Environmental and Social Considerations (if applicable)

There is nothing to mention about this item.

4-2 Results of Considerations on Gender/Peace Building/Poverty Reduction (if applicable)

A. UJC business training contributes to status improvement and promote gender equality in the long-term through UJC Women Entrepreneurship Training which 77 participants in Uzbekistan joined during the Project period.

B. Enhancement of human capacity for small and medium enterprises (SMEs) and family business contributes to the poverty reduction with increase in management knowledge through UJC business trainings which 4,588 participants joined during the Project period.

III. Results of Joint Review

1. Results of Review based on DAC Evaluation Criteria

1-1 Relevance: High

1) The government of Uzbekistan (GOU) has been revitalizing the private sector and set sustainable economic growth as a major policy goal through the diversification and sophistication of domestic industries in order to break away from the single economic structure of the former Soviet Union era centered on cotton and natural resources. In addition, since small and medium-sized enterprises (SMEs) account for 54.9% of GDP and 78.0% of employment in Uzbekistan (September 2019, ADBI Working Paper Series No.997), SMEs are important players for its economic development and the key for the diversification and sophistication of domestic industries. To that end, it is important to develop human resources for entrepreneurs and owners of SMEs who will be responsible for this.

2) After the inauguration of the President of the Republic of Uzbekistan, Mr. Shavkat Mirziyoyev in 2016, a new impetus was given to this direction. Small business including SMEs and private entrepreneurship are identified as the priorities of the economy of the Uzbekistan. Over the past five years, about 2 thousand laws, decrees, and resolutions have been adopted to develop this sector. For business, 114 licenses and permits were canceled, a notification procedure was introduced for 33 types of activities. The procedures for obtaining permits have been simplified and, on average, the terms of their issuance have been reduced by 2 times. Unnecessary checks were canceled, restrictions related to the circulation of cash, currency, and raw materials were removed.

As a result of such opportunities, the number of new business entities is growing rapidly, and the existing ones are expanding their activities. The number of entrepreneurs has almost tripled over the past five years. Many business persons have expanded their business nationwide, creating thousands of jobs and growing into large, successful companies.

The President, Mr. Shavkat Mirziyoyev held an open dialogue with entrepreneurs in Uzbekistan on August 20, 2021. This event, which became the first meeting in this format, was attended by about 10,000 entrepreneurs.

3) As one of the three priority areas of the Japan's 'Country Assistance Policy' for Uzbekistan (as of March 2017), Japan has set "promotion of market economy and support for human resource development and system development for economic and industrial promotion". Japan continues to support the development of human resources for both in the public and private sectors, who are responsible for reforms such as the transition to an economy which gives high priority mainly to the private sector of Uzbekistan, the diversification and sophistication of domestic industries, and the development and operation of various systems and laws that meet international standards. In addition, UJC is firmly positioned in the private sector revitalization program in Japan's 'Rolling Plan' for Projects in Uzbekistan (as of April 2019). Therefore, the human resources development of SMEs by UJC is in line with the development policy of GOU and with the cooperation policy of Japan.

4) As a result of the needs survey conducted in this project in 2016, it was confirmed that there is a great need for training in the regions in addition to tailor-made training and consulting for private companies. From that point of view, this project has expanded training in the regions, tailor-made training and consulting for private companies.

Furthermore, the new GOU administration started in December 2016, and bold political and economic reforms have been carried out one after another. Basically, the speed of reforms so far has been accelerated and measures to attract foreign direct investment has been launched one after another. Therefore, there is an urgent need to develop human resources for local companies, especially SMEs, as partners for foreign direct investment. Regarding investment from Japan, an investment promotion advisor has been dispatched from JICA, and UJC is also required to cooperate with him.

From the above viewpoints, it can be said that the consistency with the development needs is very high.

5) Important assumption; 'UJC remains a registered educational organization (NPO),' was true during the Project period.

6) Important assumption; 'Administrative framework for organizations related to the promotion of SMEs does not change.' was almost true. As a matter of fact, the Government organization (Agency for the development of small business and entrepreneurship under the Ministry of Economy and Industry) which handles SMEs basically was established in 2019.

1-2 Coherence: Relatively High

1) UJC has been communicating UJC's views to an investment promotion advisor dispatched by JICA to MIFT, but in the future, close collaboration in business exchanges in Japan will be carried out for UJC trainees in Japan.

2) UJC has been co-sponsoring and providing information with Japan External Trade Organization (JETRO) in dealing with private companies from Japan, but in the future, it is expected that UJC will further cooperate closely with JETRO, such as co-sponsoring business exchanges between Japanese companies and Uzbek companies in Uzbekistan.

3) In November 2020, UJC co-sponsored 'KAIZEN' trainings in the three districts of Karakalpakstan in collaboration with United Nations Development Program (UNDP). In addition, although not jointly held, UJC provided various support for the 'One Village One Product' training held by UNDP in Karakalpakstan in October 2021. From now on, there is a high possibility of cooperation with UNDP in regional training.

1-3 Effectiveness: Relatively High

Since most of the Project outputs are achieved successfully, one of the indicators (Indicator 1) of the Project purpose has been achieved more than expected as we mentioned above. However, it might be difficult to mention that one of the Project purposes (Indicator 2) has been achieved successfully through achieving the Project outputs due to the COVID-19 pandemic. As a matter of fact, during the Project period, UJC tried to provide business exchange opportunities to both Japanese and Uzbek companies, thus most companies showed 89% satisfaction in this type of business exchange forums by UJC. However, unfortunately, UJC could not implement the similar business exchange forums after March 2020 due to the COVID-19 pandemic.

1-4 Efficiency: High

Due to the COVID-19 pandemic, all services of UJC were interrupted by the infection control measures of GOU for half a year from March to August 2020. That is why both MIFT and JICA agreed one year extension of the Project period, adding the new outputs and activities such as formulating the future UJC strategy, functioning of the database management system.

Even though there was 5 months interruption due to the COVID-19 pandemic, since most of the inputs such as the number of dispatched experts, the total amount of equipment provided and the total amount of expended by JICA local budget were almost as planned including online lecturers, in addition to the Project period (5 years + 1 year extension) as planned, the Project was efficiently implemented with the increase of total expenditure of the Project due to one year extension.

1-5 Impact: High

- 1) It is likely that overall project goal will be achieved (refer to section IV.)

- 2) During the Project period, the total number of PMP graduates with certificates from UJC who are now working as good leaders and key managers in various fields of the Uzbek economic circle becomes 716 by the end of October 2021. This program is one of the most prestigious business training in Uzbekistan. As a matter of fact, the number of applicants for PMP has been about 4.7 times that of the available seats during 2016-2020. The total number of PMP graduates with certificates from UJC in this program now reaches 2,074 persons. This program has already been highly valued by the Uzbek economic circle in Tashkent including private companies, the Chamber of Commerce and Industry.

- 3) Through the twenty years of cooperation, 12,159 (certificate conferring program) business persons have been graduated from UJC and their networks and interactions create many positive impacts beyond the project framework. The information and networks of these graduates become the important and valuable assets of UJC. Thus, UJC is fully utilizing these assets for the development of the private sector in Uzbekistan. UJC is also playing a key role for human resources networking between Uzbek and Japanese companies by utilizing its assets as well.

1-6 Sustainability: Medium

(Policy & Institutional sustainability of UJC)

GOU is giving a high priority for revitalizing the private sector and sets for sustainable economic growth as a major policy goal through the diversification and sophistication of domestic industries. In addition, since SMEs are important players for their economic development and the key for the diversification and sophistication of domestic industries, it is important to develop human resources for entrepreneurs and owners of SMEs. On the other hand, since one of the priority areas of Japan's ODA is "promotion of market economy and support for human resource development and

system development for economic and industrial promotion", Japan continues to support the development of human resources in the private sectors, who are responsible for the diversification and sophistication of domestic industries. Therefore, since the human resources development of SMEs by UJC is in line with the development policy of GOU and with the cooperation policy of Japan, it is possible to say that UJC has a high policy and institutional sustainability.

(Administrative sustainability of UJC)

A presidential decree on UJC is issued for each project (every five years), and NPO is also positioned each time, so the existence of a joint project with the Japanese side is a prerequisite. Uzbek co-director has not been assigned for a while, and although the person in charge of the Uzbek coordinator is acting on his behalf, if he resigns, UJC management will be significantly affected. Thus, it might be a little bit difficult to say that UJC has high administrative sustainability.

(Technical sustainability of UJC)

In Uzbekistan, although there are many job changes for career development, even under such circumstances, there are several staffs in each section who have worked for UJC for a long period and are proficient in work with business continuity, so the project might be sustainably implemented. It might be also possible to hire talented people as well.

(Financial sustainability for UJC)

Since UJC is a Non-Profit Organization (NPO) which is independent of GOU, it is not easy to operate only with the GOU's budget. Thus, the UJC's financial system has heavily depended on the revenue from its business section. However, due to the COVID-19 pandemic, the revenue from the business section dropped sharply and the cash flow of UJC was severely damaged, so it is necessary to continuously improve the profit structure in order to overcome the influence of the COVID-19 pandemic and seek financial stability in the future.

2. Key Factors Affecting Implementation and Outcomes

The government's infection control measures caused by the COVID-19 pandemic interrupted the implementation of the UJC service for half a year, and the income was completely cut off. Naturally, if the income was cut off, the fact that the staff's salary could not be paid was reaffirmed. As a result, the implementation of the Project was

interrupted and the impact on the results was great. The critical financial situation has been overcome to some extent by JICA's emergency financial support, but 'UJC does not pay attention only to the implementation of each service, but the financial situation of UJC as a whole. It is very important to manage the organization while always grasping the above'.

3. Evaluation on the results of the Project Risk Management

UJC's organizational management will be significantly affected by major political and economic changes, or global social phenomena such as the COVID-19 pandemic. Especially, due to the COVID-19 pandemic, since the cash flow of UJC was severely damaged during 2020-2021, UJC was financially heavily supported by JICA. Even though UJC is a non-profit organization (NPO), not just an organization that aims to make a profit, it needs to make a profit at least to the extent that it can cover the basic salary of its staff. Therefore, it is necessary for UJC to accumulate a certain amount of 'retained earnings' to cover those situations. For that purpose, it is important to formulate a medium & long-term 'management strategy' and, based on it, manage the organization while securing "retained earning".

4. Lessons Learnt

4-1) Since Japan and Uzbekistan management sides had a lack of communication and misunderstanding, financial plan and budget had not been prepared appropriately for a long period. As a result, UJC has temporarily caused financial problems. Although this situation has been drastically resolved by the change of management, it is natural to grasp the financial situation of the organization, but it is essential to keep 'transparency' and 'fairness'.

4-2) In the past, UJC was unable to fully exercise the mutual check and balance function between the Uzbek side and the Japanese side, causing financial problems. Therefore, it is necessary to carry out organizational management so that the mutual check and balance function always works, and as a prerequisite for this, "building a relationship of trust" among management personnel is of utmost importance.

4-3) Tailor-made training and consulting at the request of each company was very effective as a follow-up to the business training in UJC. Especially when it comes to consulting, it is desirable to give guidance for a certain period of time until even a small

number of companies produce successful results, better than targeting a large number of companies at once.

4-4) In Uzbekistan, face-to-face training is generally emphasized, and online and hybrid training tends to be less evaluated. However, in the regional trainings conducted in collaboration with UNDP, the hybrid method of conducting online training from Japan while dispatching local lecturers to the site has been highly evaluated. This means that local lecturers can complement online training if they can be more than just interpreters and act as moderators. In other words, in such a combination, the hybrid method will also be effective.

4-5) Basically, in trainings and seminars conducted by UJC, simple evaluation sheets are distributed and evaluations are described, which leads to evaluation of each course. On the other hand, evaluation of guidance to visitors such as Japanese companies is very difficult to get it written on the spot. So, for example, if visitors drop a small ball in either the YES or NO box to see if the guidance was useful or not, it might lead to an evaluation.

IV. For the Achievement of Overall Goals after the Project Completion

1. Prospects to achieve Overall Goal

1-1) In 3 years later, there may be more than 100 (target) SMEs that will benefit from the business services of UJC such as consultations, corporate training, executive training, women entrepreneurship training, study tours in Japan and business exchanges, since this 6-year data (321) has already achieved more than three times the target figure of 8-year data (100).

During this Project period, the number of SMEs that benefit from the business services of UJC was 321 companies (consultations; 64, corporate training; 13, executive training; 20, women entrepreneurship training; 77, study tours in Japan; 65 and business exchanges;82). 'Benefit' means that expansion of business and formation of networking etc. by improving management ability through UJC's services such as training, consultation, business exchanges.

1-2) In 3 years later, there may be more than 25 (target) SMEs that will build linkages with foreign countries (including Japanese companies) among companies of UJC participants and graduates since this 6-year data (39 companies) has already achieved more than the target figure of 8-year data (25).

During this Project period, the number of SMEs which operated by UJC participants and graduates that build new business linkages with foreign owned companies (linkages; capital tie-up, technology exchange contract, license agreement, sales contract) was 39 companies (according to the past PMP follow up surveys, linkages with foreign companies; 32, linkages with Japanese companies; 7)

1-3) Important assumption; ‘Political and socio-economic situations in Uzbekistan does not considerably deteriorate.’ was almost true, but the political and socio-economic situations in Uzbekistan were heavily affected by the new Government from December 2016 (local currency was devaluated drastically) and from mid-March 2020 due to the COVID-19 pandemic.

2. Plan of Operation and Implementation Structure of the Uzbek side to achieve Overall Goal

Since the new phase of the Project will start from December 2021 seamlessly after the completion of the Project, the plan of operation and implementation structure of the Uzbek side to achieve the overall goal of the Project will be formulated and done based on those in the new phase Project.

3. Recommendations for the Uzbek side

3-1) In order to diversify and revitalize the Uzbekistan economy, in addition to the ‘Keiei-juku’ program for executive managers in SMEs conducted this year, the ‘Start-up’ program for young entrepreneurs is also very important. Thus, it is necessary to continue these programs in the next phase Project.

3-2) Corporate consulting is very important as part of UJC’s income growth and follow-up of business course graduates. However, for the time being, it is necessary to secure a promising team because it is necessary to learn consulting techniques through ‘on the job training (OJT)’ by Japanese experts.

3-3) In order to revitalize the Uzbekistan economy, it is also important to correct the

economic disparity between urban and rural areas. For that purpose, the development of local business human resources is an effective means, and the local expansion of business training by UJC is required. In addition, in regional expansion, it will be necessary to cooperate with the regional branches of MIFT and Chamber of Commerce and Industry (CCI), with maximum utilization of the Bukhara branch of UJC.

3-4) In the next phase Project, UJC aims to be a ‘platform’ for human exchanges in business, education and culture between Uzbekistan and Japan. Therefore, it is very important for UJC to prepare for future business and education exchanges in anticipation of the convergence of the current COVID-19 pandemic.

4. Monitoring Plan from the end of the Project to Ex-post Evaluation

(If the Project will be continuously monitored by JICA after the completion of the Project, mention the plan of post-monitoring here.)

Since the new phase of the Project will start from December 2021 seamlessly after the completion of the Project, the monitoring of the Project will be done continuously during the 3-year period of the new phase Project.

ANNEX 1: Results of the Project

(List of Dispatched Experts, List of Counterparts, List of Trainings, etc.)

ANNEX 2: List of Products (Report, Manuals, Handbooks, etc.) Produced by the Project

ANNEX 3: PDM (All versions of PDM)

ANNEX 4: R/D, M/M, Minutes of JCC (copy) (*)

ANNEX 5: Monitoring Sheet (copy) (*)

(Remarks: ANNEX 4 and 5 are internal reference only.)

Separate Volume: Copy of Products Produced by the Project

ANNEX 1

ANNEX 1-2: Results of the Project (Business Course Performance: Dispatched Experts etc.)

Business Course (2015-2021)

1.1 Japanese Experts' Inputs

The Japanese experts' inputs are summarized by each year during the project period from January 2016 to November 2021.

1.1.1 January 2016 to December 2016

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 12.65MM. From January 2016 to March 2019, it was conducted under the contract of the Project for Capacity Development of Business Persons and Networking through Uzbekistan-Japan Center for Human Resource Development.

No.	Position	Name	Period	MM Inputs
【Field: 11.20MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	1. January 18 to February 10 2. April 11 to April 20 3. May 9 to May 14 4. August 22 to August 27 5. September 5 to September 10 6. October 17 to October 22 7. November 18 to November 26 8. December 12 to December 17	2.43
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	1. March 18 to April 9 2. June 3 to June 22 3. September 2 to October 1 4. November 18 to December 13	3.30
3.	Human Resource Management	Mr. Shigeru Teramura	1. November 18 to November 26	0.30
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	1. March 28 to April 9 2. September 23 to October 22	1.43
5.	Women Entrepreneurs / Startup Development	Ms. Nahoko Yano	1. June 17 to June 29 2. December 7 to December 22	0.97
6.	Strategic Management	Mr. Tetsuo Fukuyama	1. August 22 to September 6	0.53
7.	Strategic Management	Ms. Shoko Usui	1. November 7 to November 22	0.53
8.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	1. January 22 to February 3 2. April 5 to April 26 3. June 14, 15, 29 4. November 4 to November 9 5. November 20 to November 26	1.70
9.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	-	-
【Home: 1.45MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	December 6, 7	0.10
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	August 30, 31, September 1	0.30

			November 1,2,3	
3.	Human Resource Management	Mr. Shigeru Teramura	November 27,28,29	0.15
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	-	-
5.	Women Entrepreneurs / Startup Development	Ms. Nahoko Yano	December 5	0.05
6.	Strategic Management	Mr. Tetsuo Fukuyama	August 17,18,19	0.15
7.	Strategic Management	Ms. Shoko Usui	-	-
8.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	August 24,25,26,29	0.20
9.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	August 30,31, September 1 October 25,27,28,31 November 1,2,3	0.50

1.1.2 January 2017 to December 2017

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 11.60MM.

No.	Position	Name	Period	MM Inputs
【Field: 10.00MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	1.January 9 to January 14 2.April 10 to April 15 3.May 30 to June 7 4.August 22 to August 30 5.October 10 to October 17 6.December 5 to December 13	1.57
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	1.March 17 to April 15 2.June 9 to July 1 3.September 18 to October 21 4.November 17 to December 2	3.43
3.	Human Resource Management	Ms. Kiyomi Eguma	1.April 12 to April 25 2.October 18 to November 2	1.00
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	1.April 3 to April 15 2.September 27 to October 31	1.60
5.	Women Entrepreneurs / Startup Development	Ms. Nahoko Yano	1.September 6 to September 22 2.December 8 to December 23	1.00
6.	New Business Development	Mr. Tsuyoshi Hirose	1.December 8 to December 16	0.30
7.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	1.January 11,12,13,21,22,23,24 2.April 3,15 3.June 16 to June 29 4.September 25 to October 4	1.10
8.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	-	-
【Home: 1.60MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	July 5,13	0.10
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	July 5,11,12,13 November 8,10,15,16	0.40
3.	Human Resource Management	Ms. Kiyomi Eguma	October 5,10	0.10

	Management			
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	September 25,26	0.10
5.	Women Entrepreneurs / Startup Development	Ms. Nahoko Yano	November 24	0.05
6.	New Business Development	Mr. Tsuyoshi Hirose	December 7,20,26	0.15
7.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	September 12,13 November 1,2	0.20
8.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	July 4,7,8,10,13 November 9,10,11,13,14	0.50

1.1.3 January 2018 to December 2018

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 11.55MM.

No.	Position	Name	Period	MM Inputs
【Field: 10.00MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	1.January 9 to January 20 2.March 26 to March 31 3.May 9 to May 17 4.August 6 to August 11 5.September 5 to September 13 6.November 7 to November 17	1.77
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	1.January 12 to February 1 2.March 21 to April 10 3.September 24 to October 16 4.November 7 to November 15	2.47
3.	Human Resource Management	Ms. Kiyomi Eguma	1.May 18 to May 31 2.September 24 to October 9	1.00
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	1.April 17 to May 4 2.August 24 to September 27	1.77
5.	Women Entrepreneurs / Startup Development	Ms. Nahoko Yano	1.June 15 to June 28 2.December 9 to December 20	0.87
6.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	1.January 17 to February 1 2.July 20 to August 11 3.October 17 to October 25 4.November 2-13, 17	2.03
7.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	1.November 14,15,16	0.10
【Home: 1.55MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	-	-
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	April 18,23,24,25 December 3,4,5,6	0.40
3.	Human Resource Management	Ms. Kiyomi Eguma	September 12,13	0.10
4.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	September 28	0.05
5.	Women Entrepreneurs /	Ms. Nahoko Yano	December 6,7	0.10

	Startup Development			
6.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	November 19,20,21,22,26,27,28 December 4,5,6	0.50
7.	Training in Japan Operational Management	Ms. Nozomi Saito	April 16,17,18,23,24,25,26,27	0.40

1.1.4 January 2019 to December 2019

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 11.50MM. From April 2019 to November 2022, it would be conducted under the contract of the Project for Asia Region Japan Canter Project (Business Course).

No.	Position	Name	Period	MM Inputs
【Field: 10.20MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	1.January 16 to January 26	0.37
2.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	1.January 25 to February 7	0.47
3.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	1.November 16 to November 23	0.27
4.	Subject Leader (Human Resource Management)	Ms. Kyoko Yamazaki	1.July 22 to July 30	0.30
5.	E-Learning System Development	Mr. Tsutomu Ono	1.May 24 to May 31	0.27
6.	Strategic Management	Mr. Ryoichi Ozawa	1.May 10 to May 21 2.September 27 to October 8	0.80
7.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	1.April 26 to May 16 2.August 30 to October 1 3.November 1 to November 26	2.67
8.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	1.May 10 to May 25 2.August 16 to September 17	1.63
9.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	1.June 10 to June 22 2.November 22 to December 12	1.13
10.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Nozomi Saito	1.May 15 to June 8 2.July 22 to August 1	2.30
		Ms. Satoko Hara	3.September 27 to October 15 4.November 15 to November 28	
11.	Training in Japan Operational Management	Ms. Satoko Hara	-	-
【Home: 1.30MM】				
1.	Team Leader / Business Course Management	Mr. Ryoichi Ozawa	February 4,5	0.10
2.	Business Human Resources Networking / Human Resources Development	Ms. Nozomi Saito	February 12,13,14	0.15

3.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	-	-
4.	Subject Leader (Human Resource Management)	Ms. Kyoko Yamazaki	-	-
5.	E-Learning System Development	Mr. Tsutomu Ono	-	-
6.	Strategic Management	Mr. Ryoichi Ozawa	September 26, October 11	0.10
7.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	August 26,27	0.10
8.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	-	-
9.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	June 5, November 8	0.10
10.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Nozomi Saito	-	0.20
		Ms. Satoko Hara	September 12,13 November 29, December 18	
11.	Training in Japan Operational Management	Ms. Satoko Hara	October 17,23,28,29,30,31 November 1,2,6,7,8	0.55

1.1.5 January 2020 to December 2020

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 5.78MM.

No.	Position	Name	Period	MM Inputs
【Field: 1.43MM】				
1.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	-	-
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	1.February 5 to February 25	0.70
3.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	-	
4.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	-	
5.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Satoko Hara	1.January 6 to January 11 2.February 17 to March 3	0.73
【Home:4.35MM】				
1.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	-	-
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	February 3 September 4,7,14,15,16,23,24,28,29 October 1,2,5,6,7,8,9,12,13,14,15,16	1.10
3.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	March 4,5,6 August 18,19,20,21,25,26,27 September 14,28,29,30 October 1,2,23,26,27,28 November 2,3,10,12,13 December 2,3	1.35
4.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	December 4,7,8,9,10,11	0.30
5.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Satoko Hara	February 2, March 26,27 June 23, July 20 August 11,18,28 September 4,7,9,11,14,18,29 October 5,6,7,8,12,13,19,20,26,27	1.60

			November 6,10 December 2,3,4,7,9	
--	--	--	-------------------------------------	--

1.1.6 January 2021 to November 2021

The Japanese experts' inputs are summarized in the table below. Total inputs were 8.88MM as of October 31, 2021.

No.	Position	Name	Period	Plan (Inputs)
【Field: 1.83MM, as of October 31, 2021】				
1.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	-	(-)
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	-	(-)
3.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	-	(-)
4.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	-	(-)
5.	Subject Leader (Strategic Management)	Mr. Tetsuo Fukuyama	-	(-)
6.	Keiejuku (Strategic Management)	Mr. Satoshi Tusji	1.June 11 to June 20	0.33 (0.33)
7.	Keiejuku (Financial Management)	Ms. Rie Shinozaki	1.July 2 to July 11	0.33 (0.33)
8.	Keiejuku (Marketing)	Mr. Masakazu Hirakawa	1. October 16 to October 24	0.30 (0.30)
9.	Subject Leader/Keiejuku (Human Resource Management)	Ms. Kyoko Yamazaki	-	(-)
10.	Cost Accounting	Mr. Mitsuhiro Mukaiyama	-	-
11.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Satoko Hara	1.May 7 to May 23 2.June 9 to June 17	0.87 (0.87)
【Home:7.05MM as of October 31,2021】				
1.	Team Leader/ Business Course Management	Mr. Takao Fujii	-	-
2.	Marketing	Mr. Shinobu Fujita	March 1,2,3,4,5,8,12 April 23,26,27,28,29,30 May 3,4,5,6,7,14,17,18,19,20,21,24,25 August 6,9,10,11,12,13,16,17,18,19,20 September 22,27,28,29	2.05 (2.05)
3.	Production Management	Mr. Mitsuo Tamada	January 15 March 8,9,10,11,12 April 15,19,20,21,22,23 August 13,17,18,19,20,23,24,25,26,27 September 7,8,9,10,27 October 21,22,27	1.50 (1.50)
4.	Strategic Management	Ms. Nahoko Yano	April 8 12 13 16 October 14	0.50 (0.25)

			November 1,2,3,4,5 (TBD)	
5.	Subject Leader (Strategic Management)	Mr. Tetsuo Fukuyama	-	0.05 (-)
6.	Keiejuku (Strategic Management)	Mr. Satoshi Tusji	June 7, 8	0.10 (0.10)
7.	Keiejuku (Financial Management)	Ms. Rie Shinozaki	June 30, July 1	0.10 (0.10)
8.	Keiejuku (Marketing)	Mr. Masakazu Hirakawa	September 24,25	0.10 (0.10)
9.	Subject Leader / Keiejuku (Human Resource Management)	Ms. Kyoko Yamazaki	September 3,4,6,7,8,9,10	0.35 (0.35)
10.	Cost Accounting	Mr. Mitsuhiro Mukaiyama	March 29, 30,31, April 1,2	0.25 (0.25)
11.	Human Resource Management/ Business Course Operation	Ms. Satoko Hara	January 12,15,28, February 15,22,26 March 1,2,3,5,8,9,12,23,26,29 April 5,8,12,13,19,20,26,27 May 6, June 3,24, July 5,13 August 10,11,12,13,18,19,23,27 September 7,10,27,28,29 October 7,11,18,22,27	2.80 (2.35)
12.	Training in Japan Operational Management	Ms. Satoko Hara	-	(-)

ANNEX 1-3: Results of the Project (Business Course Performance: Participants for Trainings in Japan)

Business Course (2015-2021)

1.2 Training in Japan

The details of the trainings in Japan were compiled by each year during the project period from January 2016 to November 2021.

1.2.1 January 2016 to December 2016

The table below summarizes the trainings in Japan which were implemented in 2016.

No.	Training Name	Training Period	Number of Participants
1.	Advanced Training for Business Executives	August 23 to September 2	10 + 2 UJC Staffs
2.	Advanced Training for Business Executives in Specific Areas	October 25 to November 4	8 + 1 UJC Staff

Participant List of Advanced Training for Business Executives

No.	Name	Present Post, Place of Employment Business Sphere
1.	Ms. Ekaterina Brusentsova	Director, EUROSAB STANDARD Food manufacturing
2.	Mr. Abror Dadakhodjaev	Director, SAMO_PRODUKT Food manufacturing
3.	Mr. Sanjarbek Nasirbekov	Founder/Director, Sweet Fruit World Manufacturing and sales of dry compot
4.	Mr. Abdulaziz Abidov	Director, TECHNOSMART ENGINEERING Construction and Engineering
5.	Ms. Lev Gavrish	Director, Be the Change Group Services (Business development by training)
6.	Mr. Alieva Sevara	Product Manager, Marketing Manager Vida Verde Pharm, Pharmaceuticals
7.	Mr. Pavel Loginov	Director, ATM Pharm, Pharmaceuticals
8.	Mr. Azizjon Nazrov	Deputy Director, Austrian Crystals Best Collection Retail services
9.	Mr. Mirsobid Sultanov	Director, Fan-Siti-Kapital Entertainment
10.	Ms. Lola Umarova	Financial Manager, Sam Mex Treiding Food manufacturing
11.	Ms. Gulmira Ibragimova	UJC
12.	Ms. Natalya Usharova	UJC

Participant List of Advanced Training for Business Executives in Specific Areas

No.	Name	Present Post & Place of Employment Business Sphere
1.	Mr. Alimxanov Dilshod	Founder, BCL Group Marketing and distribution of pharmaceuticals
2.	Mr. Alimxanov Sherzod	Founder, BCL Group Marketing and distribution of pharmaceuticals
3.	Mr. Akhundjanov Aziz	Sales Manager, BUSINESS COMMUNICATION CENTRE Communication and printing
4.	Mr. Djamalov Akrom	Founder/CEO, Tashkent Health Care Consulting for public health (online examination)
5.	Ms. Georgiadi Evelina	Marketing Manager, SINOMED Pharmaceuticals
6.	Ms. Ugay Evgeniya	Sales Manager, Eurosnab Standard Wholesale
7.	Mr. Yakubov Alisher	Sales and Marketing Manager, Quramax Medikal Pharmaceuticals
8.	Mr. Umarov Mukhammad	Director, TM Partners Pharmaceuticals
9.	Mr. Kuchkarov Abdulahad	UJC

1.2.2 January 2017 to December 2017

The table below summarizes the trainings in Japan which were implemented in 2017.

No.	Training Name	Training Period	Number of Participants
1.	Advanced Training for Business Executives	July 4 to July 14	10 + 1 UJC Staffs
2.	Advanced Training for Business Executives in Specific Areas	November 8 to November 17	9+ 1 UJC Staff

Participant List of Advanced Training for Business Executives

No.	Name	Present Post & Place of Employment Business Sphere
1.	Ms. TALASOVA Leyla	Director, BETA Stationaries
2.	Ms. SAIDJANOVA Darya	Director, SMNU Ecology
3.	Ms. YUN Natalya	Director, Miracle Trade Leader Restaurant
4.	Mr. FOZILOV Akhmad	Director, AMORANT Automobile glass
5.	Mr. AKHUNDJANOV Aziz	Commercial Director, Amaliy Aloqalar Biznesi (BUSINESS COMMUNICATION CENTRE) IT, communication, and printing
6.	Mr. AKHMEDOV Sherzod	Director, Round roofs Cloths
7.	Mr. NI Roman	Director, Ni Roman Alekseevich

		Accessories
8.	Mr. Usmonov Olimjon	Director, Ali Akbar Jahon Automobile parts
9.	Mr. NASIRBEKOV Sanjarbek	Founder/Director, Creative Team Cloths, e-commerce
10.	Mr. DADAKHODJAEV Akmal	Department Head, SAMO_PRODUKT Food manufacturing
11.	Ms. USHAROVA Natalya	UJC

Participant List of Advanced Training for Business Executives in Specific Areas

No.	Name	Present Post & Place of Employment Business Sphere
1.	Mr. SATVALDIEV Marat	Executive Director, ALUMINIUM SYSTEMS Manufacturing of construction materials
2.	Mr. KIM Dmitriy	Head of the department of network development, Super i Max ICT
3.	Mr. MIRSABIROV Mirvokhid	Director, Asian Brok Business Service Public catering
4.	Mr. ABDULLAEV Olimjon	Founder/CEO, 1) Program Solutions 2) Capital Plus 3) Aladin Uicum of the network of catering companies STREET 77 and WOK Software development, private kindergarten, Cafe
5.	Mr. GIMUSH Ravil	Founder, Fleet management solutions GPS monitoring
6.	Ms. TIKHOMIROVA Mariya	Senior specialist in supply and demand planning Nestle Uzbekistan Food manufacturing
7.	Mr. KASCHEY Artyom	Individual entrepreneur Internet service provider
8.	Ms. SUYUNOVA Iroda	Director, Yaskanamu Future Textile
9.	Mr. ABDULLOEV Nizomiddin	CEO, Orta Osiyo Stil Furniture manufacturing
10.	Mr. UZBYAKOV Ruslan	UJC

1.2.3 January 2018 to December 2018

The table below summarizes the trainings in Japan which were implemented in 2018.

No.	Training Name	Training Period	Number of Participants
1.	Advanced Training for Business Executives in Specific Areas	April 17 to April 27	10+ 1 UJC Staff

Participant List of Advanced Training for Business Executives in Specific Areas

No.	Name	Present Post & Place of Employment Business Sphere
1.	Mr. SHUKURLAYEV Sherzod	Director, Fazo-Luxe Pharmaceuticals

2.	Ms. TURSUNOVA Malika	Founder/Director, New Innovation Pharm Group Pharmaceuticals
3.	Mr. KAMALOV Davron	Director, Metall Dizayn Qurilish Construction materials
4.	Mr. USMONALIEV Botir	Acting Director, Uzbekinvest, National Insurance Company Insurance
5.	Mr. MAHMUDOV Shuhrat	Deputy Director, InFinLeasing Financial service
6.	Mr. ISMOILOV Khusniddin	Director, KAMOL MED SERVIS Pharmaceuticals
7.	Ms. DUDINA Yana	HRM Expert, LUKOIL Uzbekistan Operating Company Gas production
8.	Ms. DAVLATOVA Gulbakhor	Business Development Director, PREMIUM SPORT GROUP Fitness marketing
9.	Mr. GIMUSH Ildar	Marketing Director, Orient Finance Bank JSC Finance
10.	Ms. PORTNOVA Mariya	Director, VIVA MARIA Chocolaterie Chocolate manufacturing
11.	Ms. ISLAMOVA Barno	UJC

1.2.4 January 2019 to December 2019

The table below summarizes the trainings in Japan which were implemented in 2019.

No.	Training Name	Training Period	Number of Participants
1.	Uzbekistan and Kyrgyz Practical Business Training in 2019	October 28 to November 8	Uzbekistan 12 Kyrgyz 8

Participant List of Uzbekistan and Kyrgyz Practical Business Training in 2019 (Uzbekistan only)

No.	Name	Present Post & Place of Employment Business Sphere
1.	Mr. GURDJIEV Artur	CEO Management, "Euroasia Technogroup" Co Wholesale of IT equipment
2.	Mr. KIM Gennadiy Sergeevich	Owner Management Imran Business Restaurant
3.	Ms. KOKANBAEVA Zarina Bakhtiyarovna	Corporate Manager for service quality Mirzo Ulugbek Branch National Bank of Uzbekistan Banking
4.	Ms. KOLYADINA Irina Eduardovna	Project manager Administrative and management personnel Republic center of study of public opinion "Ijtimoiy fikr", Research Institute
5.	Ms. KON Svetlana Vitalevna	Manager Administration "Nuteco Premium" Ltd

		Food manufacturing
6.	Mr. MURODOV Diyorbek	Manager Management, "Diyor furniture Group" LLC Furniture manufacturing and sales
7.	Mr. PANFILENOK Dmitriy	System administrator Archway computer "Orient systems" ltd IT management and support
8.	Ms. SHEVTSOVA Natalya Anatolevna	Product manager Development of mobile applications "Amaya soft" LLC IT (mobile application development)
9.	Mr. TADJIBEKOV Jasurbek Davronbekovich	Project manager, Management Navruz International Corporation" LLC Manufacture of bottled water, soft drinks
10.	Mr. TSOY Alexander Sergeevich	Founder Management "SML" shops Trading, Retail business, Insurance
11.	Ms. TYU Elena Gennadevna	CEO Management PE art profit Wholesale, transport servcies
12.	Mr. VILDANOV Eldar	Leading specialist Oil and gas research "Quanto service" LLC Research institute

1.2.5 January 2020 to December 2020

The trainings in Japan could not be implemented due to COVID-19 pandemic.

1.2.6 January 2021 to November 2021 (as of July 2021)

The trainings in Japan could not be implemented due to COVID-19 pandemic and have been decided to conduct them in FY 2022.

ANNEX 1-4a: Results of the Project (Business Course Performance: Statistics)

Business Course (2015-2021)

1.3 Business Course Programs

Business Course Programs are summarized by each year during the project period from January 2016 to November 2021.

1.3.1 January 2016 to December 2016

The table below summarizes the Business Course Programs which were implemented in 2016.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Professional Management Program	2 (PMP26,27)	126
2.	Specialized Course (SC)	16	305
3.	Young Specialized Course (YSC)	10	153
4.	Training of Trainers (TOT) Course	1	13
5.	Consultation	6	-
6.	Corporate Training	5	101
7.	Regional Seminar	6	124
8.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	2	24
9.	Open Seminar	17	543
10.	Business Seminar	20	971
11.	Open Business Forum	1	160
12.	Others	-	156
Total Number of Participants			2,676

1.3.2 January 2017 to December 2017

The table below summarizes the Business Course Programs which were implemented in 2017.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Professional Management Program	2 (PMP28,29)	128
2.	Specialized Course (SC)	24	387
3.	Young Specialized Course (YSC)	3	38
4.	Training of Trainers (TOT) Course	2	27
5.	Consultation	14	-
6.	Corporate Training	2	40
7.	Regional Seminar	5	129
8.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	2	26
9.	Open Seminar	10	162
10.	Business Seminar	25	898
11.	Open Business Forum	1	153

12.	Others	-	159
Total Number of Participants			2,147

1.3.3 January 2018 to December 2018

The table below summarizes the Business Course Programs which were implemented in 2018.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Professional Management Program	2 (PMP30,31)	136
2.	Specialized Course (SC)	32	598
3.	Young Specialized Course (YSC)	2	27
4.	Training of Trainers (TOT) Course	4	55
5.	Consultation	20	-
6.	Corporate Training	2	100
7.	Regional Seminar	6	95
8.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	2	19
9.	Open Seminar	7	170
10.	Business Seminar	11	377
11.	Open Business Forum	1	110
12.	Others	-	341
Total Number of Participants			2,028

1.3.4 January 2019 to December 2019

The table below summarizes the Business Course Programs which were implemented in 2019.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Professional Management Program	2 (PMP32,33)	136
2.	Specialized Course (SC)	38	688
3.	Young Specialized Course (YSC)	2	33
4.	Training of Trainers (TOT) Course	2	34
5.	Consultation	19	-
6.	Corporate Training	1	21
7.	Regional Seminar	3	110
8.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	1	8
9.	Open Seminar	4	100
10.	Business Seminar	10	338
11.	Open Business Forum	1	130
12.	Others	-	160
Total Number of Participants			1,758

1.3.5 January 2020 to December 2020

The table below summarizes the Business Course Programs which were implemented in 2020. Due to COVID-19 pandemic, the UJC was closed from April 2020 to August 2020. Even after restarting, it has influenced the formats of conducting the courses and number of participants.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Professional Management Program	2 (PMP34,35)	131
2.	Specialized Course (SC)	17	259
3.	Young Specialized Course (YSC)	-	-
4.	Training of Trainers (TOT) Course	1	15
5.	Consultation	3	-
6.	Corporate Training	1	14
7.	Regional Seminar	3	32
8.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	-	-
9.	Interactive Open Seminar	-	-
10.	Business Seminar	-	-
11.	Open Business Forum	-	-
12.	Other (Wakayama University)	1	69
Total Number of Participants			520

1.3.6 January 2021 to November 2021

The table below summarizes the Business Course Programs which has been implemented as of the end of October 2021. The COVID-19 pandemic has still influenced the formats of conducting the courses and number of participants.

No.	Name of Programs	Number of Course	Number of Participants
1.	Keiejuku (New Course)	1	20
2.	Professional Management Program	2 (PMP36,37)	121
3.	Specialized Course (SC)	21	252
4.	Young Specialized Course (YSC)	1	8
5.	Training of Trainers (TOT) Course	-	-
6.	Consultation (Online)	2	-
7.	Corporate Training	2	55
8.	Regional Seminar	-	-
9.	Training for Women Entrepreneurs and Startup	-	-
10.	Interactive Open Seminar	-	-
11.	Business Seminar	-	-
12.	Open Business Forum	-	-
13.	Other (SQB Marketing Seminar)	2	66
Total Number of Participants			522

ANNEX 1-4b: Results of the Project (Business Course Performance: statistics)

Business Courses Performance Statistics over 2016-2021

2021.10.31

	2001-2021		2001-2015		2016-2021		2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified	Participants	Certified
PMP	2248	2074	1470	1358	778	716	126	116	128	123	136	132	136	126	131	115	121	104
Keieijuku		0		0	20	0											20	
Specialized Course (SC)		4787		2352	2489	2435	305	300	387	378	598	575	688	677	259	256	252	249
Women		62		0	77	62	24	14	26	25	19	16	8	7	0	0	0	0
Regional		2474		2010	490	464	124	113	129	126	95	94	110	99	32	32	0	0
YSC		686		429	259	257	153	151	38	38	27	27	33	33	0	0	8	8
TOT		231		94	144	137	13	12	27	27	55	51	34	32	15	15	0	0
Corporate		401		101	331	300	101	101	40	38	100	100	21	21	14	0	55	40
C courses (Japanese)		1444		1444														
Total certified	12376	12159	7788	7788	4588	4371	846	807	775	755	1030	995	1030	995	451	418	456	401
Open Seminars	3161	0	2186	0	975	0	543	0	162	0	170	0	100	0	0	0	0	0
Business Seminars(BS)	2584	0	0	0	2584	0	971	0	898	0	377	0	338	0	0	0	0	0
Others	4452	0	2948	0	1504	0	316	0	312	0	451	0	290	0	69	0	66	0
Total noncertified	10197	0	5134	0	5063	0	1830	0	1372	0	998	0	728	0	69	0	66	0
Grand total	22573		12922		9651	4371	2676	807	2147	755	2028	995	1758	995	520	418	522	401

Sources: JCC statistics (corrected), Google Drive account (ujc.bc_docs@gmail.com), Internal Server of UJC - Common/Business courses

ANNEX 1-5: Results of the Project (Business Course Performance: Satisfaction Rate)

Business Courses Performance Statistics over 2016-2021

(Evaluation by Participants in each course)

2021.10.31

		Satisfaction	PMP	SC	YSC	BS	Regional	Average
2016	PMP-26	4.56	4.57	4.79		4.79		4.72
	PMP-27	4.58						
2017	PMP-28	4.41	4.47	4.81	4.47	4.7		4.61
	PMP-29	4.53						
2018	PMP-30	4.38	4.52	4.77	4.75	4.8		4.71
	PMP-31	4.66						
2019	PMP-32	4.67	4.575	4.86	4.73	4.5	4.75	4.68
	PMP-33	4.48						
2020	PMP-34	4.37	4.315	4.76			5	4.69
	PMP-35	4.26						
2021	PMP-36	4.39	4.31	4.76	5			4.69
	PMP-37	4.23						
PMP Average		4.46					Total Average	4.68

ANNEX 1-6: Results of the Project (Business Course Performance: Local Lecturer's Ratio)

Business Courses Performance Statistics over 2016-2021

(Local lecturers' ratio in each course)

2021.10.31

PMP					
		Japanese	Local	Total	Proportion
2016	PMP-26	2	14	16	87.5%
	PMP-27	3	14	17	82.4%
2017	PMP-28	3	14	17	82.4%
	PMP-29	3	14	17	82.4%
2018	PMP-30	3	14	17	82.4%
	PMP-31	3	14	17	82.4%
2019	PMP-32	3	14	17	82.4%
	PMP-33	3	14	17	82.4%
2020	PMP-34	3	14	17	82.4%
	PMP-35	2	9	11	81.8%
2021	PMP-36	2	9	11	81.8%
	PMP-37	2	9	11	81.8%

Average 82.6%

SC courses + Women courses (7)					
	Number of courses	Japanese	Local	Total	Proportion
2016	18	7	11	18	61.1%
2017	26	7	19	26	73.1%
2018	34	5	29	34	85.3%
2019	39	9	30	39	76.9%
2020	18	4	14	18	77.8%
2021	15	5	10	15	66.7%

Average 73.5%

ANNEX 1-7: Results of the Project (Business Course Performance: HR Networking etc.)

Business Courses Performance Statistics over 2016-2021

(Human resources networking and information sharing activities)

2021.10.31

Activities for networking and information sharing	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Club activity support	16	12	7	1	0	0	36
Study tour support	0	2	1	0	0	0	3
Business exchange	0	0	2	0	0	0	2
Business seminar	20	25	11	10	0	0	66
Guidance for Japanese companies	9	10	17	21	4	8	69
Grand Total	45	49	38	32	4	8	176

ANNEX 2

50
ИСТОРИЙ
УСПЕХА

СОДЕРЖАНИЕ

Приветствия.....	6
Добро пожаловать в Узбекистан.....	8

СТРОИТЕЛЬСТВО

Murad Buildings.....	10
Technosmart Engineering.....	12
Sam Mex Treding.....	14
SMNU.....	16
Skribex, Activial и другие.....	18

ОБРАЗОВАНИЕ

MyWay Proofientation.....	20
Пять с плюсом, 5+ Kids, Business Terra, A'lo Talim.....	22
Forta Business Education.....	24

МЕДИЦИНА

Zangiota Zam-Zam.....	26
Alimkhanov Pharm Group.....	28
New Innovation Pharm Group.....	30

ПИТАНИЕ

Kid's Plate.....	32
EUROSNAV.....	34
BePerfect Nutrition.....	36
Mali.....	38
Master Delikatesov.....	40
Street 77.....	42
Viva Maria Chocolaterie.....	44
Samo Produkt.....	46

ИНФОРМАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИИ

Business Communication Centre.....	48
Sap, Bookcafe, Top – Contact.....	50
Newmax Technologies.....	52

ТУРИЗМ

Miray Travel Service.....	54
Dolores Travel Group.....	56
Туризмолог.....	58

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Alimkhan Exim Group.....	60
HUMO Partners.....	62

КОНСАЛТИНГ

Person Hunters.....	64
Master Expert.....	66
Ransif Group.....	68
Veritas.....	70

ПРОИЗВОДСТВО

Artplast.....	72
Techno Food Service.....	74
Advanced Screening Technologies.....	76
LaTienda, Promotextile, UzbekistanTshirts, Caravan of Dreams.....	78
Yaskanamu Group.....	80
Olimxon Global.....	82
Wellwood Inc.....	84
O'rta Osiyo Stil.....	86

ПОДАРКИ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, РЕКЛАМА

Romantic Jewelry.....	88
Avangardo.....	90
Siymo.....	92
Unique Present.....	94
Dekos Group.....	96
Bloom.....	98
Fiori flower boutique.....	100
Sweet Moments.....	102

ДРУГОЕ

Beta.....	104
SoftLife.....	106
Махсустанс.....	108

МУНЕО ТАКАСАКА ГЛАВА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЯПОНСКОГО АГЕНТСТВА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА (JICA) В УЗБЕКИСТАНЕ



Узбекистан издавна процветал как торговая точка Шелкового пути, и затем в советское время в качестве центра Центрально-Азиатского региона были развиты инфраструктура и промышленность.

Японское агентство международного сотрудничества (JICA) начало сотрудничество с Узбекистаном вскоре после обретения независимости и в настоящее время работает в таких сферах как:

(1) улучшение экономической инфраструктуры (особенно транспорта и электроэнергетики);

(2) построение системы и развитие людских ресурсов для развития частного сектора;

(3) улучшение доходов в сельских районах и улучшение медицинского обслуживания/образования, а также деятельность по сотрудничеству в различных формах, таких как кредитная помощь, грантовая помощь, техниче-

ское сотрудничество, проект волонтеров, проект частного партнерства и т. д.

Президент Мирзиёев, вступивший в должность в конце 2016 года, продвигает политику открытия, такую как единство обменного курса, отмену и смягчение краткосрочных виз, активное приглашение зарубежных инвестиций, дипломатию дружбы с соседними странами, но для Узбекистана, который проходил постепенные экономические реформы, развитие частного сектора имеет важное значение для экономического развития.

JICA способствует развитию предпринимателей Узбекистана через Узбекско-Японский центр, а также поддерживает японские компании, входящие в зарубежные страны через проекты частного партнерства.

Мы с нетерпением ждем вашего активного участия в дальнейшем развитии Узбекистана.

**МАНАБУ ШИМОЯШИРО
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЯПОНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ПО РАЗВИТИЮ ВНЕШНЕЙ
ТОРГОВЛИ (JETRO)**



Узбекистан вступает в период серьезных перемен. В отличие от стратегии поэтапной экономической реформы, которая поддерживалась после распада Советского Союза в 1991 году и обретения независимости, по мощной инициативе президента Шавката Мирзиёева, стремительно меняются различные системы и механизмы общества и экономики. Значительно улучшилась бизнес среда, наблюдается существенное ослабление валютного регулирования. Однако, учитывая географические ограничения, не имея выход к морю, Узбекистан находится на старте раскрытия бизнес возможностей. Поскольку Китай, Южная Корея, Россия и европейские страны быстро растут, для того, чтобы обеспечить позиции Японии в качестве делового партнера Узбекистана, в еще большей степени необходимы мудрость, новые подходы обеих сторон. Обращения японских компаний в JETRO также свидетельствуют о диверсификации отраслей и конкретизации проектов. Я хотел бы связать этот импульс с новой возможностью для бизнеса.

**ХИРОХИКО ТАКАТА
СОДИРЕКТОР УЗБЕКСКО-
ЯПОНСКОГО ЦЕНТРА**



**ГУЛЬМИРА ИБРАГИМОВА
И.О. СОДИРЕКТОРА УЗБЕКСКО-
ЯПОНСКОГО ЦЕНТРА**



Узбекско - Японский Центр (УЖС) был создан в 2001 году как совместный проект между Министерством внешней торговли Республики Узбекистан и Японским агентством международного сотрудничества (JICA). УЖС прикладывает усилия развитию деловых людей в области управления бизнесом в современной рыночной экономике и глобализации, а также со знанием философии и профессиональной этики японского менеджмента. Общее количество выпускников бизнес курсов УЖС достигло 10 000 человек, которые активно работают в различных областях Узбекистана, включая столицу Ташкент.

В частности, благодаря реализации Программы профессионального менеджмента (РМР), представляющей собой полугодовое обучение базовым предметам менеджмента, появилось большое количество собственников и руководителей бизнеса, которые могут стать новыми игроками в экономике Узбекистана, ранее состоявшей из государственных структур. В результате знаний и навыков полученных в УЖС выпускники активно меняются опытом управления, создают деловые связи, проводят сотрудничество и обмен информацией, а также дают советы молодым предпринимателям.

В этой книге представлены примеры 50 компаний, которые управляются выпускниками РМР. Мы надеемся, что вы почувствуете динамическое развитие настоящего Узбекистана, вступающий в новую эру дерегулирования и энергию компаний выпускников РМР.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ

В УЗБЕКИСТАН

ТЕРРИТОРИЯ СТРАНЫ:

448,9ТЫС. КМ²СРЕДНЯЯ
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ:мужчины – **73,8** летженщины – **76,2** лет

АДМИНИСТРАТИВНОЕ ДЕЛЕНИЕ:

г. Ташкент,
Республика Каракалпакстан,
12 областей – Андижанская,
Бухарская, Джизакская,
Кашкадарьинская, Навоийская,
Наманганская, Самаркандская,
Сурхандарьинская,
Сырдарьинская, Ташкентская,
Ферганская, Хорезмская.

НАСЕЛЕНИЕ:

32,6 млн

РАБОЧИЕ ЯЗЫКИ:

**УЗБЕКСКИЙ,
РУССКИЙ,
АНГЛИЙСКИ**

СТОЛИЦА:

ТАШКЕНТ

(2,4 млн человек)

ЧАСОВОЙ ПОЯС:

GMT + 05:00

ВАЛЮТА:

СУМ(официальный курс на 20.10.18г.
1\$ = 8226.1 сум сумов)

ПОЧЕМУ СТОИТ ИНВЕСТИРОВАТЬ В

УЗБЕКИСТАН

КРУПНЕЙШАЯ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

- ▶ С 2004 по 2017 годы ежегодный рост ВВП Узбекистана в среднем составлял 7,9% – один из самых высоких показателей в мире.
- ▶ За последнее десятилетие экономика Узбекистана утроилась (номинальный ВВП с 2007 по 2016 годы). По прогнозам Азиатского банка развития, к 2035 году ВВП страны превысит 130 млрд долларов.

ПРИРОДНЫЕ БОГАТСТВА

- ▶ Узбекистан обладает большими запасами природных ресурсов. Это – 1644 месторождений и перспективных проявлений полезных ископаемых. Общий минерально-сырьевой потенциал страны оценивается в 11 трлн долларов.
- ▶ По запасам золота Узбекистан занимает четвертое место в мире, урана – седьмое, меди – десятое. По добыче природного газа Узбекистан занимает 11-е место в мире.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

- ▶ Узбекистан становится центром притяжения инвестиций в Центральной Азии. В 2017 начаты широкомасштабные реформы: либерализация экономики, открытие границ, снижение торговых пошлин.
- ▶ Благоприятный инвестиционный климат: создана надежная правовая база для привлечения и поддержки инвестиций, широкая система правовых гарантий и льгот для инвесторов.

ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

- ▶ Узбекистан находится на перекрестке крупных транспортных коридоров.
- ▶ Предприятия Узбекистана имеют возможность выхода на крупнейшие рынки Центральной Азии и Афганистана (с населением более 90 млн человек), СНГ (с населением более 300 млн человек), Западной и Восточной Азии, а также Европы.

ОБЪЕДИНЯЯ ЦЕЛИ, СОЗИДАТЬ БОЛЬШЕ!

Мурад Назаров — основатель и руководитель одной из ведущих и быстроразвивающихся девелоперских компаний Узбекистана с 15-летним опытом работы в сфере строительства. Основная деятельность Murad Buildings направлена на создание уникальных жилых комплексов, отличающихся повышенной комфортностью, инновационностью, смарт-подходом и высоким качеством.



ЗНАК СУДЬБЫ

Страсть к строительству проявились у Мурада с детства. В возрасте 14 лет, после внезапной кончины отца он достраивает начатый уже дом. Несмотря на то, что дом строился для семьи, по завершении строительных работ стало поступать большое количество выгодных предложений о покупке. Так получилось, что два сына Муфаррах Набиевны (прим. мама Мурада Назарова) одновременно выиграли стипендии и поехали учиться за границу. Мурад с согласия матери решает отдать дом в аренду посольству США, который позже продается близкому другу.

После учебы в Японии и вернувшись на Родину, Мурад Назаров продолжил заниматься строительством. Ситуация повторяется с другими домами — они выгодно продаются. Такая череда успешных сделок была воспринята как знак свыше.

Все реализованные проекты в этой области пользовались неизменным успехом и продолжали вдохновлять предпринимателя на новые идеи и свершения. Так родилась идея основать компанию, которая позволяла воплотить еще больше смелых и вдохновляющих идей в реальность.

«Мне важно прожить свою жизнь настолько полезно для общества, чтобы оставить после себя значимый след. Философия моей жизни такова: человек жив пока он создает что-то полезное для общества и создает ценность», — делится предприниматель.

БИЗНЕС, МЕЧТА, ИКИГАЙ

Для Мурада Назарова бизнес — это, в первую очередь, возможность воплотить свои идеи и большие проекты в жизнь.

Этот род деятельности приносит также колоссальное удовольствие. Удовольствие перманентного общения с интересными людьми, но и также осознания того, что благодаря твоим усилиям чья-то жизнь становится лучше, как и мир вокруг. Бизнес также позволяет реализовывать свои мечты постоянным движением вперед.

«У каждого человека есть заветная мечта, эта мечта связана предназначением и с миссией человека на земле. Миссия — это причина пребывания человека на земле и ощущение собственного предназначения в жизни, которая одновременно отвечает на

вопросы «Почему я здесь?», «Какая польза от моего существования?». Это схоже с японским понятием «Икигай», — говорит Мурад Назаров.

«МЫ СТРОИМ СЧАСТЬЕ!»

Под брендом Murad Buildings рабо-

тает несколько компаний разных направлений девелоперской индустрии, объединенных одной общей идеей: творить, созидать, дарить радость людям.

Общий штат сотрудников насчитывает 60 человек. Качество, стиль и инновации — основные принципы работы специалистов Murad Buildings. Приобрести недвижимость Murad Buildings — это не просто выгодные инвестиции, это индекс стиля жизни, возможности окружить себя лучшим, что предлагает современная жизнь. «Мы не просто строим здания, а создаем новую качественную среду, чтобы человек, живя в наших квартирах, хотел возвращаться домой и чувствовал себя счастливым. Мы работаем под девизом: «Мы строим счастье!», — разъясняет предприниматель. — Для того, чтобы добиться успеха, нужно уметь создавать и отдавать. Чем больше мы отдаем, тем больше получаем обратно. Все очень просто, это закон обмена и это под силу каждому», — считает он.

МЕНЯТЬ МИР К ЛУЧШЕМУ

Миссия и ценности компании неразрывно связаны с миссией и ценностями основателя и руководителя Мурада Назарова. «У нас есть мечта и видение, на которой все основывается — это обеспечить нашу страну красивыми и надежными зданиями, приумножая счастье людей, которые пользуются ими».



СОТРУДНИЧЕСТВО С ЯПОНСКИМИ КОМПАНИЯМИ

В данный момент Murad Buildings активно вовлечена в амбициозный проект — строительство небоскреба высотой более 200 метров. В рамках проекта Tashkent City, компания тесно

сотрудничает с ведущей японской проектной организацией Nihon Sekkei, которая взялась за разработку конструкции первого небоскреба в Узбекистане. «Теперь мы готовы и начинаем сотрудничество с мировыми компаниями, лидирующими в отрасли девелопмента. Сейчас, имея немалый опыт, мы вышли на тот уровень, который позволит начать работать с ведущими японскими компаниями также и в области креативных, уникальных, проектов, несущих помимо коммерческой, еще и социальную ценность. Мы планируем создавать кооперацию, основываясь на принципе: объединяя общие цели, созидать больше», — говорит предприниматель. Мурад Назаров. Он уверен, что сотрудничество узбекских и японских компаний пойдет только на пользу обеим странам. Смотрит в будущее с уверенностью и оптимизмом.

О КОМПАНИИ:

Murad Buildings
Девелопмент недвижимости
Адрес: Бизнес-центр «Авалон», 1-этаж, ул. Ойбека 38а, г. Ташкент
Телефон: +99871 2008822
Сайт компании: www.mbc.uz
Facebook: www.facebook.com/murad.nazarov.583
Instagram: murad_nazarov_tashkent
E-mail: muratarich@mail.ru



УМНЫЙ ПОДХОД К СТРОИТЕЛЬСТВУ

Основатель компании Technosmart Engineering Абдулазиз Абидов родился в семье инженера. Пойти по стопам отца было честью для него. «Инженерное дело — это профессиональная и любимая деятельность всех мужчин в моей семье. Мы любим градостроительство, потому что это возможность созидать, создавая новые масштабные сооружения, а также проявлять инициативу в решении сложных задач», — говорит Абдулазиз.

ПУТЬ СОЗИДАТЕЛЯ

Абдулазиз начал свою карьеру с работы в крупном проектно-институте в нефтегазовой сфере. С 2004 до 2010 года он прошел путь по карьерной лестнице от простого инженера-конструктора до начальника архитектурно-строительного отдела.

«Однако в 2010 году я решил открыть свою частную проектную организацию, назвав ее «Golden Project», и пригласил несколько своих коллег. Подчеркну, что они с удовольствием согласились и мы вместе дружно работаем и по сей день», — добавляет он.

С целью диверсификации деятельности, в 2014 году он создал компанию Technosmart Engineering, специализирующуюся на разработке архитектурно-градостроительной документации для промышленных объектов и строительстве. Причиной создания собственного дела стало желание стать независимым и самостоятельно развиваться вместе с командой.

НАДЕЖНАЯ КОМАНДА

Сейчас в Technosmart Engineering работают около 30 человек, включая привлекаемых по индивидуальным договорам профессионалов. Каждый специалист компании является экспертом в своей сфере и рабо-



тает в команде для каждого проекта. Также налажены партнерские отношения с 6 компаниями, работающими в качестве субподрядчиков.

Среди партнеров и клиентов Technosmart Engineering — Программа развития ООН, российские компании Криогенмаш (Cryogenmash) и Гипрокислород (Giprokislorod), Topol-Water (Чехия), Deloitte Korea, Dohwa Engineering, Sunjin E&A (Корея), Enter Engineering (Сингапур), Synecta

Central Asia, а также Министерство здравоохранения Узбекистана, хокимияты города Ташкента и Ташкентской области, узбекские компании Jurabek Laboratories, TashPet.

«Мы являемся небольшим предприятием со средним годовым оборотом порядка 800.000 долларов США. Однако стоимость проектов с нашим участием исчисляется десятками миллионов долларов», — делится предприниматель.

«У нас сплоченная команда, которую объединяют общие ценности и стремления. Особое внимание мы уделяем обучению и освоению новых программных решений»

«У нас сплоченная команда, которую объединяют общие ценности и стремления. Особое внимание мы уделяем обучению и освоению новых программных решений», — говорит Абдулазиз.

РАЗВИТИЕ

Команда Technosmart Engineering не стоит на месте. «Мы начали развивать новое для нас направление как строительство объектов «под ключ» (EPC), предоставляя комплексное решение. Но чтобы стать сильным игроком в этой отрасли нужно иметь конкурентные преимущества. В этой связи, мы направляем на дополнительное обучение наших специалистов. Начали осваивать 3D проектирование, а также намерены внедрять BIM технологии которые ускоряют, удешевляют и улучшают качество строительства», — говорит Абдулазиз.

Международные стандарты качества также важны для основателя компании. «Совместно с нашими партнерами привели наши управленческие процессы в соответствие с международным стандартом ISO 9001-2015, прошли аудит и получили международный сертификат. Мы развиваем такое направление как «зеленые технологии» и уже установили партнерские отношения с

несколькими зарубежными компаниями», — добавляет он.

Абдулазиз Абидов очень интересуется Японией, ее культурой, историей и бизнес-процессами. Ему нравится японский стиль организации работы, и, в частности, принцип Кайдзен. Он старается и у себя на работе создавать условия для эффективной и удобной работы.

«Вдохновившись японским опытом, моя команда, совместно с консультантом UIC Фуджита Щинобу, в течение шести месяцев разрабатывала и внедряла мероприятия по развитию потенциала»

«Еще я понял важность наличия у компании миссии, ценностей и видения на будущее. Эти символы должны отражать сущность компании и быть в голове у каждого сотрудника. К сожалению, у узбекских компаний редко встречается четкое понимание миссии и ценностей. Также узбекскому бизнесу не хватает правильно налаженных бизнес-процессов», — говорит он.

«Вдохновившись японским опытом, моя команда совместно с консультантом UIC Фуджита Щинобу в течение 6 месяцев разрабатывала и внедряла мероприятия по развитию потенциала. Мы были бы рады посетить Японию и установить личные контакты с японскими предприятиями в рамках программы японской Ассоциации РОТОБО. В планах — партнерство с японскими компаниями по продвижению новых технологий в Узбекистане», — добавляет он.

О КОМПАНИИ:

Technosmart Engineering
Все виды проектно-инжиниринговых услуг и строительство
Адрес: ул. Чиланзар, д. 2, г. Ташкент.
Телефон: +99871 1503399
Сайт компании: www.tse.uz
E-mail: info@tse.uz, intelmod@mail.ru



БИЗНЕС — ЭТО, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ЗНАНИЯ

Лола Умарова — выпускница Самаркандского института иностранных языков, Самаркандского государственного университета (факультет экономики), слушательница Банковской финансовой академии Республики Узбекистан факультета «Управление банковским делом». Она убеждена, что успех в бизнесе заключается не только в упорстве, но и в силе знаний.



«Трудностей было очень много. Начать бизнес, в котором ты ничего не понимаешь, даже не имеешь представления, но это только твоя мечта — очень сложно», — вспоминает она первые шаги в семейном предпринимательстве.

БИЗНЕС — ЭТО МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЯ

«В предыдущем бизнесе мы потеряли почти \$2500 тысяч, и не знали, как вернуть капитал обратно», — говорит Лола.

А предыдущий бизнес семьи был связан с оптовой и розничной торговлей про-

дуктов питания, позже с производством колбасных изделий. Сейчас предприятие расширило перечень своих направлений строительством жилых домов.

«Формула нашего успеха — упорство, труд и еще удовлетворение потребностей наших клиентов».

НЕЛЬЗЯ РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ, СОХРАНЯЯ ТО ЖЕ ПОДХОДОВОЕ МЫШЛЕНИЕ

«В строительстве мы ничего не понимали, но у нас была мечта построить комфортабельный дом для самаркандцев на века».

И главным стимулом для Умаровых стало вдохновение, которое проистекает от любви к родному Самарканду, его уникальной истории и древним достопримечательностям. Город, в котором родились, выросли и учились Лола и ее супруг.

«Нам хотелось построить жилье, в котором бы всем было комфортно, и построить не ради выгоды, а ради радости. Как подарок жителям города», — делится героиня.

И это желание воплотилось в строительстве жилых домов. В древнем Самарканде скоро появится современный жилой комплекс из 8 шестиэтажных домов с 504-мя квартирами.

СТИМУЛ И ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННОСТЬ, КАК ФИЛОСОФИЯ ПОЗНАНИЯ НОВОГО

«Я часто путешествую по странам и изучаю ведение бизнеса в них».

Бывая в странах Азии, Лола обратила внимание на умение там строить бизнес на принципах клиентоориентированности. И переложила такое отношение на практику ведения собственных дел. Как предприниматель со стажем и человек, открытый для познания нового, Лола замечает огромные изменения в родном Узбекистане, особенно в секторе малого бизнеса и частного предпринимательства. Она с радостью говорит об этих переменах.

«Если раньше многие фирмы работали с ориентиром только на быструю прибыль, то теперь времена меняются, и бизнес выстраивается уже в рамках конкретных стратегий, и на долгосрочную перспективу», — делится героиня.

«Если раньше многие фирмы работали с ориентиром только на быструю прибыль, то теперь времена меняются, и бизнес выстраивается уже в рамках конкретных стратегий, и на долгосрочную перспективу»

«Трудностей было очень много. Начать бизнес, в котором ты ничего не понимаешь, очень сложно, но это было моей мечтой!»

И ЭТО ВСЕ ЯПОНИЯ: ЗЕЛЕНый ЧАЙ И ЧАСТНЫЙ ДЕТСКИЙ САД

Лоле Умаровой импонирует японская модель ведения бизнеса с просто уникальным умением японцев работать с клиентами, разрабатывать сервис, фокусируясь на потребности и последние тенденции. А честность и пунктуальность, как две главные черты, которые и должны выделять деловых людей, она отметила во время деловых встреч, бывая в Бельгии, Германии, странах Скандинавии. Все это она фиксирует, продумывает и какие-то элементы берет на заметку для себя и своего бизнеса.

Лоле трижды посчастливилось побывать в Японии и познакомиться с образом жизни, бытом, бизнесом жителей.

В какой-то мере она даже прониклась их философией, как считает сама. Не случайно, когда ее спросили, чем еще она хотела бы заняться в плане самореализации, Лола тут же ответила, что хотела бы построить частный сад с дошкольным образованием по японской системе».

Еще один проект, над которым задумывается семья — начать производство кондитерских изделий на основе традиционного японского зеленого чая.

О КОМПАНИИ:

ООО «SAM MEX TRADING»
Строительство и розничная торговля
Адрес: г. Самарканд, ул. Узбекистанская, 116
Телефон: +99866 2372205, +99890 2247173
E-mail: umarovalolaholdarovnasam@gmail.com

ДЕЙСТВИЕ. СИЛА. МОЩЬ.

Женщина-лидер Дарья Саиджанова — настоящий виртуоз бизнеса. Никогда не останавливается в самосовершенствовании и с любовью продолжает родительское дело, не смотря ни на какие трудности. Вот уже около 30 лет ее компания SMNU занимает одно из лидирующих позиций на рынке монтажно-наладочных услуг Узбекистана.

ВЕДУЩИЙ, А НЕ ВЕДОМЫЙ

Специализированное Монтажно-Наладочное Управление «SMNU» было основано в 1989 году родителями Дарьи. «Мои родители построили семейное дело по кирпичику. Сегодня это организация, где есть стабильность как для сотрудников, так и для клиентов. Это знак качества, это имя которое гарантирует, что работа будет сделана в срок, и будет отвечать требованиям», — рассказывает Дарья. Она считает своим долгом продолжать семейное дело, укреплять и преумножать достигнутое. Сегодня компания обслуживает как крупные государственные проекты, так и заказы частных компаний.



Родители и по сей день являются вдохновителями, наставниками, помощниками и опорой в бизнесе для героини. Получая их советы, Дарья Саиджанова идет в ногу со временем и держит руку на пульсе.

Бизнес для нее — это возможность чувствовать себя ведущей, а не ведомой, постоянно развиваться, нести ответственность не только за хорошо выполненное дело, но и перед собой. «Казалось бы, основная цель бизнеса — это получение прибыли, но большее удовлетворение приходит от благодарных клиентов, когда участвуешь в жизни страны и видишь результаты своего труда», — говорит Дарья.

СЕМЕЙНОЕ ДЕЛО

Действие. Сила. Мощь. Все это синонимы энергии, которая составляет основу жизни, заставляет мир вертеться, а людей — добиваться своих целей. Эти три слова лежат и в основе деятельности компании «SMNU».

«SMNU» предлагает экспертный подход к энергетике и комплексные решения самых сложных задач. Оказывает услуги в области электромонтажа с 1989 года. География проектов охватывает всю страну, в планах — работа в ближнем зарубежье. Особенностью работы ООО «SMNU» является повышенное внимание к деталям. К ним относятся индивидуальный подход к клиентам, углубленные консультации в обсуждениях проектов, тщательная подго-



товка до начала осуществления работ.

Дело Дарьи Саиджановой по-настоящему можно назвать семейным. В команде трудятся 100 человек, где 80 процентов коллектива — это члены семьи, близкие родственники и приближенные к семье люди. «Конечно, на первых порах возникали трудности, управления компанией, так как сотрудники являются не только родными, но и подчиненными, — делится Дарья. — Для меня было тяжело найти баланс и гармонию в отношениях с командой будучи самой младшей в компании на должности руководителя. Вот здесь мне и пригодились все знания и умения чтобы доказать себе и людям, что я — достойный представитель на данном посту».

Успех в бизнесе — это следствие упорного труда. Работать добросовестно, качественно, в срок и с удовольствием — такая формула успеха Дарьи Саиджановой. «У нас специфический продукт, мы ничего не производим, мы продаем свой труд! А Труд, он будет востребован только тогда, когда ты хорошо работаешь», — говорит Дарья.

Несомненно, бизнес на разных этапах

развития сталкивается с трудностями. В тяжелые времена, очень важно удержаться на плаву и найти антикризисные решения. Так в 2017 году компания пережила сложный период и более пяти месяцев работала «в холостую». «В первом полугодии у нас не было заказов, и мы вынуждены были отпустить коллектив в отпуск без содержания. Это был самый страшный момент, но и радует то, что многие специалисты поверили в будущее и переживали эти трудные времена вместе с компанией, хотя было очень тяжело, — делится Дарья. Грамотное управление и применение новых идей поправили положение. ООО «SMNU» удалось обеспечить команду работой и за второе полугодие превысить показатели за аналогичный период прошлых лет.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Дарья считает, что будучи предпринимателем Узбекистана приобретаешь к приоритетам экономики страны. «Узбекский Бизнес» — это понятие относительно молодое, которое проходит еще стадию реформирования и становления.

Сегодня в своей компании Дарья Саиджанова планирует произвести диверсификацию бизнеса. Открыть новые нестандартные направления, возможно смежные с основной деятельностью. Также глобальной целью является предоставление услуг компании на экспорт.

О КОМПАНИИ:

ООО «SMNU» since 1989
 Специализированное Монтажно-Наладочное Управление (SMNU)
 Адрес: 100000 Ташкент, Юнусабадский р-н, ул. Янги Шахар, 3
 Телефон: +99871 2124527, факс: +99871 2124527 .
 Сот. Директора: +99890 9197799
 Сайт компании: www.smnu.uz
 Facebook:
<https://m.facebook.com/profile.php?id=100000612307295&tsid=0.7551785411566878&source=result>
 E-mail: smnu1989@mail.ru



БИЗНЕС КАК СТИЛЬ ЖИЗНИ

Сардорбек Рахманов — основатель и руководитель ряда компаний, таких как ООО «SKRIBEX», ООО «ACTIVIAL» и других, специализирующихся на предоставлении всего спектра оборудования, техники, товаров, расходных материалов, комплектующих, запчастей, стройматериалов, а также услуг по проектированию, доставке, инсталляции, пусконаладке, гарантийному и постгарантийному обслуживанию.



НАЧАЛО

Прежде чем начать свой бизнес, некоторое время Сардорбек поработал и на государственной должности (курировал экспорт хлопкового волокна из Узбекистана от контракции до поставки покупателю), и в частных компаниях. Это помогло ему набрать необходимый опыт и знания для того, чтобы потом открыть свое собственное дело. А вдохновило желание быть независимым от кого-либо. «Работа в государственной структуре является очень хорошей школой для начала карьеры, но

у меня после определенного периода работы стало крепнуть желание начать свой собственный бизнес. Да, это очень большая ответственность и большой объем работы. Однако собственное дело позволило мне самому определять, чем я хочу заниматься, сколько этому уделять времени, а также уровень желаемого заработка. И для меня это стало действительно переломным моментом в жизни», — рассказывает предприниматель.

Как любого современного человека, Сардора уже с детства увлекали новые технологии, современные гаджеты и техника. А в студенческие годы у него получилось применять эти знания на практике, собирая компьютеры и зарабатывая на этом неплохие для студента деньги. Сейчас ассортимент продукции предлагаемой бизнесом, значительно расширился, и уже стало доминировать желание обеспечить своих партнеров и клиентов всем необходимым для плодотворной работы и счастливой жизни.

ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О КОМПАНИИ

За время работы Сардором и его командой были налажены успешные долгосрочные отношения с большим количеством компаний, организаций, СП, министерств и ведомств. В их числе: центральные и региональные подразделения НАК «Узбеки-

стон хаво йуллари», «Узбекнефтегаз», Министерство Обороны РУз, «UzBAT», ПРООН, Ассоциация Международного Бизнеса и Технологий и другие.

ФОРМУЛА УСПЕХА

«Для меня формула успеха — это уверенность в себе, готовность идти вперед и работать для достижения своей цели, тщательно продумывая действия, преодолевая возникающие трудности. Хорошим примером служит открытие ресторана в 2012 году во время моей учебы на РМР. Проект в итоге стал своеобразным полигоном для применения знаний и навыков, полученных на РМР. В результате нам удалось добиться успеха и вывести его на уровень прибыльности. Это был мой первый проект, который я начинал без какого-либо опыта, исключительно с надеждой на умения наемных руководителей и собственное обучение в процессе», — делится предприниматель.

РАСШИРЯЯ ВОЗМОЖНОСТИ

В 2018 году было открыто новое подразделение, которое занимается поставкой стройматериалов, хозяйственных агрегатов и установок, а также предоставляет услуги по проектированию, дизайну, строительству и ремонту помещений и целых зданий. В дальнейшем планируется еще больше расширить ассортимент предла-



гаемой продукции и услуг и организовать единую онлайн-площадку, где клиенты смогут получить всю информацию об интересующих их товарах и услугах, а также приобрести их в максимально удобной форме. Онлайн-площадка такого уровня требует очень серьезного подхода и значительных капиталовложений.

«Здесь нам бы очень пригодился опыт наших японских друзей и их содействие на взаимовыгодных условиях. Также хотелось бы представлять интересы ведущих японских производителей и поставщиков, чтобы их продукты и услуги были доступны населению Узбекистана», — говорит Сардорбек Рахманов.

О КОМПАНИИ:

ООО «SKRIBEX»,
ООО «ACTIVIAL» и другие
Полное оснащение фирм
всем необходимым
Адрес: г. Ташкент, Яккасарайский р-н, ул. Ш. Руставели, 53В
Телефон: +99871 2806081
Сайт компании: www.skribex.net
Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100001593476547&ref=br_rs
E-mail: office@skribex.net



«Для меня формула успеха — это уверенность в себе, готовность идти вперед и работать для достижения своей цели, тщательно продумывая действия, преодолевая возникающие трудности»

УСТАНОВКА НА УСПЕХ

Вячеслав Кан — создатель первого и пока единственного в Узбекистане центра развития и профориентации «My Way». Официальный партнер лидера в сфере профориентационного тестирования в СНГ Центра «Гуманитарные технологии» считает, что в каждом есть талант, чтобы стать лучшим.

БИЗНЕС — ЭТО ПОЛЬЗА

На собственное дело Вячеслава Кана вдохновила работа в проекте «www.torg.uz». «В 2004 году создавался сервис бесплатных объявлений «www.torg.uz» (онлайн доска объявлений, нынешнее название «olx.uz»), — я понял, что это очень полезный и нужный ресурс. В период выхода из «OLX» и после этого я не мог решить, чем заниматься дальше. Это время стало для меня хорошей возможностью для тренингов и саморазвития, что привело меня, в конце концов, к открытию новой ниши в системе образования Узбекистана». Так, Вячеслав Кан запустил проект — Центр развития и профориентации «My Way» в 2017 году.

На определенном этапе каждому приходится принимать одно из важных решений в своей жизни: определиться со сферой образования и выбрать профессию. Как показывает практика, многие испытывают затруднения в выборе карьерного пути по самым разнообразным причинам. «Как отец трех детей, я тоже столкнулся с этой проблемой. Профориентация как раз предназначена, чтобы помочь в решении этого сложного и важного вопроса», — рассказывает герой.

Вячеслав Кан считает, что если должным образом подходить к теме выбора профессии и учитывать в полной мере особенности, способности и желания самих детей, правильно определять их карьерное предназначение, можно добиться ускорения экономического роста страны в целом.



НЕТВОРКИНГ

Первые курсы профориентации мы начали в декабре 2017 года. За это время подготовку прошло уже более 150 подростков от 14 до 18 лет. Мы начали сотрудничать с МНО – провели бесплатно профориентационное тестирование девятиклассников в 5-ти школах Ташкента.

«В 2004 году создавался сервис бесплатных объявлений «www.torg.uz» (онлайн доска объявлений, нынешнее название «olx.uz»), — я понял, что это очень полезный и нужный ресурс. В период выхода из «OLX» и после этого я не мог решить, чем заниматься дальше. Это время стало для меня хорошей возможностью для тренингов и саморазвития, что привело меня, в конце концов, к открытию новой ниши в системе образования Узбекистана»

И планируем сделать еще больше. Большинство выпускников очень довольны результатами, смотрят уверенно в будущее, так как теперь могут делать осознанный выбор профессии. Для того, чтобы развивать таланты выпускников курса, поддерживать их и помогать им в развитии нужных навыков и компетенций, компания создала «Клуб выпускников My Way». «Члены Клуба могут бесплатно посещать специальные мастер-классы, встречи с успешными людьми разных профессий, обмениваться опытом и развивать связи».

Вячеслав Кан старается везде находить позитив, считает, что лучше говорить не о провалах, а о новых возможностях компании, которые всегда открываются тем, кто их ищет, даже в кризисных ситуациях.

Одна из ключевых техник успеха «My Way» — это нетворкинг. Базируя свою компанию на построении сетей деловых связей, Вячеслав Кан объединяет вокруг себя людей, каждый из которых профессионал в своей области. «Можно дать много хороших советов, но мне хочется сделать упор именно на отношения. Расширяйте круг своих знакомств, общайтесь с успешными и сильными людьми. Развивайте «позитивный» нетворкинг. Всегда старайтесь помогать другим, и жизнь, по закону баланса, будет возвращать вам все хорошее».

ПРАВИЛЬНОЕ БУДУЩЕЕ

Миссия компании «MyWay» — способствовать развитию Узбекистана, помогая людям проложить продуманный путь к любимой профессии, так как установка на успех закладывается с детства.

«Главное, чем сейчас приходится заниматься, — это объяснять обществу, как важен осознанный выбор профессии. Такой сферы деятельности, как профориентация, в Узбекистане, по сути, не было. Многие люди не знают или не понимают, что это такое и поэтому не осознают, какие преимущества им могут дать подобные курсы или профориентационное тестирование». Поэтому Вячеслав Кан считает, что надо постоянно повышать знания о профориентации в компании и стране. «Надеюсь, что получится активно сотрудничать с Министерством народного образования и другими структурами». Компания «MyWay» планирует превратиться в крупный Центр профориентации республиканского масштаба.

В плане международного обмена опытом Вячеслав Кан отмечает японскую систему образования. «Мне было бы очень интересно поближе познакомиться с опытом образования в Японии, начиная с дошкольного периода, заканчивая систему переквалификации для пожилых людей», — отмечает герой.

О КОМПАНИИ:



ООО «MyWay Proforientation» (бренд MyWay)
Первый и единственный в Узбекистане
Центр развития и профориентации MyWay.
Официальный партнер лидера в сфере
профориентационного тестирования в СНГ
Центра «Гуманитарные технологии»
Адрес: г. Ташкент, Яшнабадский р-н, ул. Корасувбуйи
Телефон: +99899 8987878
Сайт компании: www.myway.uz
Facebook:
https://www.facebook.com/vyacheslav.kan
E-mail: info@myway.uz

ТОЛЬКО ПОЗИТИВ!

Учитель — это второй человек после родителей, и значит он должен оставить о себе только хорошие воспоминания. И, при этом, образование должно всегда являться неотъемлемой частью жизни каждого человека.



РАЗВИВАЯ ОБЩЕСТВО

Любой бизнес — это, прежде всего, риск. А начать бизнес — всегда сложный шаг. Свой первый шаг в бизнесе Александр сделал, вдохновившись желанием помочь обществу развиваться. Ему всегда хочется сделать что-то, после чего он сможет сказать, что прожил эту жизнь не зря.

С этого момента началось зарождение учебного центра, который на сегодняшний день вырос в сеть образовательных центров. Один из филиалов расположен в центре Ташкента. Здесь есть более 30 учебных кабинетов. По городу одновременно действует еще четыре филиала. Кроме этого, есть отдельные ветви по

разным направлениям, это: бизнес курсы «Business Terra» — образовательные центры для детей с 2-х лет, «5+KIDS» и сегмент обучения на государственном языке — «A'lo Ta'lim». Говоря о деятельности учебного центра: «Мы подготовливаем ребят к поступлению в ВУЗы. Также одним из наших основных направлений являются иностранные языки. У нас есть компьютерные курсы, курсы по бухгалтерии, саморазвитию и личностному росту. Мы стараемся подходить к обучению, как к чему-то большему, чем просто изучение дисциплины. Нам важно дать человеку импульс к развитию. Я не воспринимаю образовательный процесс как коммерцию», — подчеркивает Александр.



ные, скачкообразные движения, то вверх, то вниз. Где-то вы теряете, а где-то находите и зарабатываете, где-то опять теряете. Надо просто философски относиться ко всему и принимать даже самые большие неудачи, как новые возможности для роста. Наверное, именно позитив в отношении того, что они делают, привел компанию к успеху.

ДОСТИГАЕМ ВЫСОКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Александр считает, что уникальность компании — это команда: «Я не перестану об этом говорить много и много раз! Без такой команды, как наша, мы никогда не достигли бы даже половины того, что имеем. Это единственное что нас объединяет, это то, что привело нас к успеху».

Сегодня в компании работает почти 100 человек, из них 30 — это административный персонал, и почти 70 человек — преподаватели. Все эти люди трудятся для своих гостей (в компании их не называют клиентами), людей, которые хотят научиться чему-то новому, которые хотят добиться высоких результатов, получить высшее образование, стать лучше.

Александр Климов: «Наш годовой оборот — это около 3 млрд. сум. Скажем так, это та сумма, которую мы планируем получить в этом году».

Трудности, они встречаются каждый день, на каждом шагу. Ни один бизнес не развивается без трудностей, они будут всегда. Бизнес, как и жизнь, — это волнообраз-

РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ

В дальнейших планах учебного центра, увеличение количества учащихся. Основную идею в развитии компании можно заключить в одно предложение его основателя: «Мы хотим, чтобы качественное образование было доступно, если не каждому, то очень многим».

Есть идеи по поводу сотрудничества с японскими компаниями и инвесторами. Это открытие международной школы «KUMON» в Ташкенте.

О КОМПАНИИ:



Учебный центр «Пять с плюсом», «5+ KIDS», «Business Terra», «A'lo Talim»

Учебный центр. Подготовка к поступлению в ВУЗы, общеобразовательные предметы, языковая школа, детские учебные программы, профессиональные и бизнес курсы

Адрес: г. Ташкент, улица Ойбек, дом 16

Телефон: +99871 2000350

Сайт компании: <https://5plus.uz/>

<https://www.facebook.com/education85/>

https://www.instagram.com/5plus_studycenter/

Facebook:

<https://www.facebook.com/alexander.klimov.77>

https://www.instagram.com/alexander_klimov_5plus/

E-mail: 5plus.center@gmail.com

«Мы стараемся подходить к обучению, как к чему-то большему, чем просто изучение дисциплины. Нам важно дать человеку импульс к развитию»

ВЗЛЕТНАЯ ПОЛОСА

Мехринисо Абдуразакова — бизнес-тренер, основатель учебного центра «Forta Business Education», инициатор трех крупных узбекско-японских проектов. Она позиционирует себя визионером в производстве проекторов, а также получает огромное удовольствие, делась своими бесценными знаниями в сфере бизнеса.



ВАЖНОСТЬ КАЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Мехринисо Абдуразакова рассказывала о первом шаге в мире предпринимательства: «Я в бизнесе с 2004 года. У меня были проблемы: не могла управлять, не было стратегии, я не обладала достаточной информацией. Затем пришла к выводу, что бизнесу тоже надо обучаться».

Накопив большой багаж знаний и утвердившись как успешный предприниматель, она решила помочь другим предпринима-

телям. Таким образом в 2016 году был открыт учебный бизнес центр ЧП «Forta Business Education» под руководством Мехринисо Абдуразаковой. Миссия компании «Forta Business Education» заключается в обучении предпринимателей для повышения эффективности и конкурентоспособности их дела.

А уже на сегодняшний день сфера деятельности Мехринисо расширилась: она управляет еще и оптовыми продажами фармацевтических препаратов и производством косметики.



ПРОЕКТЫ, КОТОРЫЕ ИЗМЕНЯЮТ ОБРАЗ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА

Наша героиня начала работать совместно с Японией над крупными проектами в сфере развития образования, над открытием нового производства. Таким образом было создано много рабочих мест.

«Я в бизнесе с 2004 года. У меня были проблемы: не могла управлять, не было стратегии, я не обладала достаточной информацией. Затем пришла к выводу, что бизнесу тоже надо обучаться»

Она желает производить в будущем проекторы совместно с Японией для каждого дома и каждой школы.

Понимая важность современного образования по направлению менеджмента, маркетинга и предпринимательства, основатель «Forta Business Education» старается реализовать идею открытия частного ВУЗа на своей родине совместно с Японией. Высоко оценивая систему образования в Японии, Мехринисо утверждает: «Система образования Японии обладает колоссальным опытом в подготовке предпринимателей».

«Система образования Японии обладает колоссальным опытом в подготовке предпринимателей. Это помогает повысить потенциал наших бизнесменов»

Это помогает повысить потенциал наших бизнесменов».

Одним из наиболее приоритетных проектов за последнее время стал проект, ориентированный на поддержку начинающих предпринимателей. Это социальный республиканский проект, предоставляющий 3-х стороннюю поддержку начинающим предпринимателям.

О КОМПАНИИ:

«FORTA BUSINESS EDUCATION»
Учебный центр углубленных бизнес-тренингов и семинаров на узбекском языке для нацеленных на успех предпринимателей
Адрес: ул. Шота Руставели, 12, оф 502, Яккасарайский р-н, г. Ташкент
Телефон: +99894 6651112
Сайт компании: <http://forta.uz>
E-mail: mehris0510@gmail.com



НА ВОЛНЕ РАЗВИТИЯ

Сфера услуг — это одна из наиболее значимых составляющих в экономике страны. А медицинские услуги, напрямую связанные с жизнью и здоровьем человека, представляют собой особую категорию сервиса, требующую наибольшей ответственности.

Зафар Рахимов является основателем и руководителем компании Zangiota Zam-Zam, оказывающей медицинские услуги (санаторий и лор-клиника) и производящей товары для личной гигиены и здоровья, медицинскую одежду, лечебную минеральную воду и спреи для профилактики простудных заболеваний.

НАЛИЧИЕ ХОРОШЕЙ ИДЕИ

Желание начать свое дело появилось у Зафара Рахимова во время обучения в Турции, где он понял, что при наличии хорошей идеи, перманентно расширяющихся знаний, усердия и удачи можно стать очень состоятельным и полезным обществу человеком. Первые попытки заняться предпринимательством были уже в студенческие годы, в основном это была торговля на оптовых рынках начиная от сахара, мыла, свечей, сигарет и кончая тканями.

«Бизнес для меня — это мое любимое занятие, благодаря которому я чувствую себя независимым и могу идти к своим целям. Собственное дело помогает мне внести свой скромный вклад в развитие экономики нашего молодого государства. Благодаря ему моя команда может создавать товары и услуги, которые будут удовлетворять потребности как граждан Узбекистана, так и иностранных граждан. Благодаря бизнесу у меня есть возможность заботиться о своей семье, вносить свою лепту в обучение и развитие детей», — рассказывает предприниматель.



БЛАГОРОДНЫЕ ЦЕЛИ

На сегодняшний день медицинские услуги компании Zangiota Zam-Zam пользуются большой популярностью у населения нашей страны, более того, 40% пациентов составляют граждане иностранных государств. Таким образом компания приносит валютные поступления в экономику страны. Товары представлены во всех крупных торговых сетях, рынках, аптеках Узбекистана. Налаживаются каналы для экспорта продукции. Сейчас, благодаря устойчивому и высокому спросу на медицинские услуги, ведется работа над проектом строительства новых корпусов.

Штат сотрудников Zangiota Zam-Zam насчитывает около 100 человек. «Для нас важно предоставлять услуги и производить товары, которые действительно помогут облегчить жизнь людей или даже улучшить качество их жизни», — рассказывает Зафар Рахимов.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Предприятие ведет активную работу над расширением клиентской базы в Узбекистане и сопредельных странах. Над разработкой новой линейки товаров. Планируется усовершенствовать производственные процессы для более глубо-



«Бизнес для меня — это мое любимое занятие, благодаря которому я чувствую себя независимым и могу идти к своим целям»

кой переработки сырья. Есть намерения начать сотрудничество с японскими компаниями в сфере продаж медицинского оборудования, приобретения технологий по производству средств гигиены и современных перевязочных материалов.

О КОМПАНИИ:



ООО «Zangiota Zam-Zam»
Медицинские услуги: санаторий и лор-клиника.
Производство товаров для личной гигиены и здоровья
Адрес: Ташкентская область, Зангиотинский р-н, ул. Навои 70.
Телефон: +99890 9829871
Сайт компании: zamzam.uz
E-mail: zafarm_tt@yahoo.com

«Для нас важно предоставлять услуги и производить товары, которые действительно помогут облегчить жизнь людей или даже улучшить качество их жизни»

ФАРМАЦЕВТЫ В ТРЕТЬЕМ ПОКОЛЕНИИ

Alimkhanov Pharm Group — динамично развивающаяся компания, основанная братьями Алимхановыми. Фармацевты в третьем поколении начали бизнес в 2016 году, с целью приносить пользу стране и обществу, вносить свой вклад в то, чтобы делать доступными эффективные лекарственные препараты населению Узбекистана.

О КОМАНДЕ И СОТРУДНИЧЕСТВЕ

До прихода на программу РМР, Дильшод работал медицинским представителем. После курсов стал менеджером в Европейской фармацевтической компании. Но вскоре они с братом открыли собственный бизнес.

Бизнес начинался с дистрибуции медикаментов. «В течение года наша команда увеличилась до 20 человек, на сегодняшний день мы охватываем все регионы Узбекистана, регистрируем препараты в Казахстане и в Кыргызстане. Сотрудничаем с Украиной, Белоруссией, Южной Кореей и с Европейскими производителями лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения», — отмечает Дильшод.

На данный момент его компания расширяет ассортимент продукции и охватывает новые регионы Узбекистана, также регистрирует препараты в Казахстане и Кыргызстане.

В 2016 году братья побывали в Японии с целью развития сотрудничества и налаживания партнерских связей. «Мы очень заинтересованы в японских высокоэффективных препаратах, так как наша цель — делать доступными эффективные препараты для населения Узбекистана», — делится он.

Формула успеха Дильшода Алимханова — это постоянное развитие + движение вперед к цели + упорство + позитив + коммуникабельность.

«В бизнесе самое главное — не сдаваться и упорно идти к цели, несмотря на кри-



тику, неодобрения, брать и делать то что нужно делать для достижения успеха», — считает он.

По его мнению, партнерство, репутация, результат, гибкий подход и открытость к инновациям — вот что является факторами успеха для узбекских компаний.

ЕДИНСТВЕННО, ЧТО НЕ МЕНЯЕТСЯ — ЭТО ИЗМЕНЕНИЯ

Дильшод считает своими менторами известных бизнесменов, также выпускников РМР, Мурадхона Назарова, Хасана Мамасаидова и Улугбека Хожаихмедова. «Я учусь у них многому, как и в бизнесе, так и жизненному опыту и отношению с людьми», — говорит он.

В 2007 году Дильшод сделал для себя вывод, что в мире происходят глобальные перемены и если не быть готовым к ним то невозможно будет достичь успеха. Для этого нужны были сильные знания и навыки ведения бизнеса. По рекомендациям своих менторов он выбрал курсы РМР.

«В течение года наша команда увеличилась до 20 человек, на сегодняшний день мы охватываем все регионы Узбекистана и регистрируем препараты в Казахстане и в Кыргызстане. Сотрудничаем с Украиной, Белоруссией, Южной Кореей и с Европейскими производителями лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения»

«На данный момент применяю знания и навыки по маркетингу, менеджменту, HR для достижения успеха и процветания компании», — добавляет он.

Одной из главных ценностей РМР для него стало то, что он приобрел более 70



новых друзей во время обучения и свыше 1000 друзей и знакомых с которыми находит общий язык. «Я его называю — язык РМР, сколько было моментов когда встречаешься с новым партнером и выясняется что тоже учился на РМР, тут же возникали новые точки контакта, воспоминания и слова которые поймет лишь истинный РМРшник: кайдзен, канбан, Фуджита Сан, платформа сотрудничества, пожизненный найм, скидываемся на кофе брейк, остаемся на ночь в офисе с группой чтобы доделать презентацию. В этом мире где единственно, что не меняется — это изменения, РМР это те курсы которые помогут быть успешными, гибкими и готовыми к тому, чтобы достичь победы!», — говорит он.

О КОМПАНИИ:



Alimkhanov Pharm Group
 Адрес: г. Ташкент, Чиланзар И-24-8-32
 Телефон: +99897 7350307; +99890 3260307
 Сайт компании: alimkhanov.com
 Facebook:
<https://www.facebook.com/dilshod.alimkhanov>
 E-mail: dilshodkhan@alimkhanov.com

КОМАНДА МЕЧТЫ

«Бизнес для меня — это возможность заниматься любимым делом и, при этом, получать прибыль. Бизнес дает независимость, свободу в принятии решений, возможности для самореализации и саморазвития», — утверждает Малика Турсунова, основатель научной лаборатории «New Innovation Pharm Group».

ПОВЕРИТЬ В СЕБЯ

До учебы на РМР у Малики не было опыта предпринимательства. На тот момент она возглавляла отдел в Центре сертификации лекарственных средств и чувствовала себя некомпетентной во многих вопросах. Для нее, как для выпускника гуманитарного института, необходимо было получить бизнес образование.

Кроме того, там она познакомилась со многими интересными людьми — ведущими предпринимателями страны, приобрела новых друзей, открыла в себе потенциал, о котором даже не подозревала. Она

решилась строить команду мечты, вести за собой, определять и преодолевать риски — это важные качества и знания для бизнеса.

Результатом стало открытие в марте 2016 года компании ООО «New Innovation Pharm Group». Это научно-исследовательская лаборатория, специализирующаяся на предоставлении услуг для производителей лекарственных препаратов, медицинских изделий, косметических средств. На сегодняшний день лаборатория успешно сотрудничает с более 30 крупными отечественными фармацевтическими компаниями.

В ПЛАНАХ — ОСВОЕНИЕ НОВЫХ РЫНКОВ

«Первый и самый главный навык, которому я научилась в процессе открытия бизнеса — это управление собственным временем. Потому что всегда есть необходимость совмещать учебу с работой, семьей», — говорит Малика.

Она всегда продолжает советоваться у экспертов, общаться с предпринимателями и посещать мастер-классы. Учеба для нее — непрерывный процесс.

Она считает, что главной особенностью узбекского бизнеса является гостеприимство и внимание



к традициям. «Это отмечают и наши преподаватели из Японии. Узбекский бизнесмен никогда сразу не приступит к сути дела при общении с деловым партнером. Сначала он поинтересуется его самочувствием и здоровьем, угостит, как минимум, чаем, а может и пригласит



сит на обед или ужин. Все это располагает к себе собеседника и снимает напряжение и барьеры. Иногда между деловыми партнерами устанавливаются дружеские отношения, которые могут длиться годами», — добавляет она.

В планах у Малики — освоение новых рынков. И хотя она не делится пока деталями задумки, но знает, что не остановится ни перед какими трудностями.

«В первую очередь, я планирую расширение своей деятельности в виде предоставления новых услуг. А в ближайшем будущем планирую изучить новую сферу для создания еще одного бизнеса», — говорит Малика Турсунова.

«Это отмечают и наши преподаватели из Японии. Узбекский бизнесмен никогда сразу не приступит к сути дела при общении с деловым партнером. Сначала он поинтересуется его самочувствием и здоровьем, угостит, как минимум, чаем, а может и пригласит на обед или ужин. Все это располагает к себе собеседника и снимает напряжение и барьеры. Иногда между деловыми партнерами устанавливаются дружеские отношения, которые могут длиться годами»

О КОМПАНИИ:

ООО «New Innovation Pharm Group»
 Научно – исследовательская лаборатория по проведению доклинических исследований лекарственных средств, медицинских изделий, биологически – активных добавок и косметики
 Адрес: г. Ташкент, 100069, Олмазарский р-н, ул. Широқ, 110
 Телефон: +99871 2286743; +99890 8057500
 Facebook:
<https://www.facebook.com/tursunova.malika>
 E-mail: tursunova-malika@rambler.ru

КАЧЕСТВО, СВЕЖЕСТЬ, БЕЗОПАСНОСТЬ

«Я проходила путь мамы, которая хочет полезно и вкусно накормить своих детей, которая хочет быть уверена в качестве продуктов, когда безопасность и свежесть продукции — самое главное. Начав с организации небольшой домашней фермы, я оказалась там, где я сейчас. Проект Kid's Plate был запущен во время моего декретного отпуска». Уже 2 года магазин детского питания Kid's Plate Дилнозы Ташмухамедовой помогает матерям в организации питания детей, предлагая качественные и разнообразные детские продукты питания.

ПОЗНАНИЕ ЧЕРЕЗ ВКУС

В 2012-2014 годах Дилноза начала глубоко изучать нутрицевтику. Читала много книг, прошла обучение в Италии. Хотела получить второе образование в этой сфере, но не успела, так как родилась дочь. Именно с рождением дочери она смогла внедрить в практику все свои знания. Таким образом, в 2017 году была создана компания Kid's Plate. На сегодняшний день в ней работают 14 сотрудников. Проект помогает матерям в организации питания детей, предлагая качественные и разнообразные детские продукты питания.

По словам Дилнозы преимущества Kid's Plate:

1. Все, что нужно для питания детей в одном месте;
2. Товар всегда в наличии, а не по предзаказу;
3. Небольшие порции делают товар удобным и доступным;
4. Качество, свежесть, безопасность.

Kid's Plate — это не просто коммерческий проект. «Считаем, что предлагая в ассортименте разнообразную продукцию, мы вносим свой вклад в качество питания детей. Рационально кормить детей важно не только для их здоровья. Приучая детей



к разнообразию, мы прививаем им чувство вкуса. Мир познается через глаза, уши, осязание, обоняние и вкус. И я считаю, что надо включить максимально все способы восприятия в процесс познания мира», — говорит она.

ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ

На сегодняшний день в Kid's Plate охватывает 3 магазина и кухню. Продукция включает домашние котлеты, фрикадельки, тефтели, пельмени и многое другое. Также в магазине представлены фермерское домашнее мясо, домашние яйца. Также доступна готовая продукция от поставщиков, как детские смеси, каши, пюре, соки, печенья.

Цель основателя компании — в ближайшие 5 лет создать совместное предприятие по детскому питанию со знаком «органик».

«Особенный интерес клиенты проявляют к продукции отдела «здорового питания». Это говорит о тенденции к выбору продуктов премиум-класса. Также растет спрос на продукцию, которую покупатели находят только у нас — безлактозное молоко, безглютеновые и гипоаллергенные продукты», — говорит Дилноза.

По ее словам, дети постарше, то есть школьники обожают эксклюзивный продукт Kid's Plate — Онигири. «Это наш маленький проект. Продавая Онигири, мы с радостью знакомим наших покупателей с частичкой Японии. Многие полюбили Онигири, так как это вкусно, сытно и удобно взять с собой в школу. Думаю в скором времени Онигири полюбят и студенты», — добавляет она.



«Узбекистан — страна, где самые вкусные фрукты и овощи. У нас очень трудолюбивый народ. Кроме того, сейчас создается хороший бизнес-климат для иностранных инвесторов. Хочется все это соединить и сделать качественную детскую продукцию, которая будет продаваться в самых развитых странах мира и мы с гордостью будем говорить: «Произведено в Узбекистане!»

КАНБАН И УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

После обучения в УИС Дилноза внедрила систему Канбан в отделе продаж и процесс обслуживания клиентов стал намного прозрачнее. А производительность увеличилась в 2,5 раза.

Дилноза Ташмухамедова пришла к решению о выводе бизнеса на новый уровень, она намерена масштабировать проект.

«Узбекистан — страна, где самые вкусные фрукты и овощи. У нас очень трудолюбивый народ. Кроме того, сейчас создается хороший бизнес-климат для иностранных инвесторов. Хочется все это соединить и сделать качественную детскую продукцию, которая будет продаваться в самых развитых странах мира и мы с гордостью будем говорить: «Произведено в Узбекистане!»

О КОМПАНИИ:

«Kid's Plate»
Магазин детского питания «Kid's Plate»
Адрес: Филиал №1 - У.Носира, 19 (гост. Россия), филиал №2 - БИЙ 6, 46 (Ц1), филиал №3 - Экобазар
Телефон: +99893 5647826
Сайт компании:
<https://www.kidsplate.uz>
<https://www.instagram.com/kidsplate.uz/>
<https://www.facebook.com/KidsPlate.uz/>
Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000957849437>
E-mail: dilnoza27.08@mail.ru



ЕСЛИ ЕСТЬ ИДЕЯ — ДЕЙСТВУЙ!

Екатерина Брусенцова пришла в компанию EUROSNAB в момент ее основания. EUROSNAB — это глобальная технологическая компания, работающая на рынках России и в странах Центральной Азии. Компания представляет мировых лидеров по производству пищевых ингредиентов. Была основана в 2006 году, на сегодняшний день имеет филиалы в пяти странах СНГ: Россия, Казахстан, Туркменистан, Таджикистан и Кыргызстан. Деятельность предприятия направлена на разработку инновационных решений, внедрение новых технологий и обеспечение производителей продуктов питания ингредиентами и сырьем высокого качества.

СОЗДАВАТЬ ЦЕННОСТЬ

В своей карьере Екатерина прошла путь от офис-менеджера, менеджера по продажам и до директора. Руководителем EUROSNAB она стала в 2009 году. Обучение в Узбекско-Японском Центре сыграло в этом значимую роль, так как там она получила много полезной информации и знаний, которые она впоследствии смогла применить, развивая компанию. Екатерина считает, что для того, чтобы бизнес был успешным нужно создавать ценность конечному потребителю, нести пользу отечественному рынку. «Мы хотим, чтобы отечественные товары были лучше, чем их импортные аналоги», — говорит она.

СОТРУДНИЧЕСТВО И РАЗВИТИЕ РЫНКА

Сегодня в EUROSNAB работает около 150 человек. А начиналось все с небольшой команды в 20 сотрудников. Успех компании складывался вместе с формированием команды профессиональных энергичных людей, которые были объединены одной целью — помочь клиентам производить

качественные высокотехнологичные продукты, которые благодаря использованию новых технологий, смогут конкурировать по качеству, стоимости, технологичности не только с европейскими, но и с международными производителями продуктов питания.

После прихода Екатерины на должность директора, оборот вырос в пять раз, появилась новая производственная площадка с экспортоориентированным ассортиментом продукции.



УСПЕХ ОТ СЛОВА «УСПЕВАТЬ»

Екатерина не только успешная бизнес-леди, но и мама. Имея троих детей, она все успевает и дома, и на работе. Семья очень важна для нее, как и для многих в Узбекистане. Екатерина понимает, что бизнес не бывает без трудностей. «Не будет трудностей — не будет роста». У предпринимателя были провалы, когда она переоценила свои возможности, взяв слишком много проектов одновременно, не удалось справиться со всеми. Теперь она старается правильно расставлять приоритеты в бизнесе, и доводить все до конца. По ее словам, рынок Узбекистана отличается от зарубежных и от практики бизнеса соседних стран. «Сегодня в Узбекистане многое меняется, есть поддержка предпринимателей, есть преференции, льготы и, как итог, — растет качество внутреннего продукта», — говорит она. Екатерина Брусенцова побывала во многих странах, но предпочитает бизнес-модель Японии, которая, на ее взгляд, близка Узбекистану. «Япония — «номер один» в вопросе подхода к бизнесу и корпоративной культуре в целом. Хотелось бы, чтобы наша страна развивалась именно по японской модели», — отмечает героиня.

ПЕРСПЕКТИВЫ

На сегодняшний день компания EUROSNAB осуществляет экспорт в Афганистан, Россию, Таджикистан. В планах — создать межконтинентальный склад в Центральной Азии, который будет поставлять ингредиенты в региональные подразделения. Екатерине хотелось бы сотрудничать с Японскими партнерами по направлениям пищевого и упаковочного оборудования, а также полу-

чать опыт и знания в пищевых инновациях и ингредиентах. «В этом японцы — профессионалы», — добавляет она.

«Япония — «номер один» в вопросе подхода к бизнесу и корпоративной культуре в целом. Хотелось бы, чтобы наша страна развивалась именно по японской модели»

Предприниматель считает своим ментором Александра Багиева, при этом, старается находить новые источники знаний из бизнес-литературы. «Для развития бизнеса нужно брать и делать, — считает Екатерина. Если есть идея — действуй!».

О КОМПАНИИ:

EUROSNAB

Технологии и сырье для производства продуктов питания и бытовой химии от мировых лидеров

Телефон: + 99871 2998696, + 99871 2998697

Факс: + 99871 2998698

Сайт компании: www.eurosnab.com

Facebook: <https://www.facebook.com/EUROSNAB1>

E-mail: ekaterina.brusentsova@eurosnab.com



ВРЕМЯ ДЕЙСТВОВАТЬ!

Компания «BePerfect Nutrition» — одна из немногих в Узбекистане, выпускающая продукты функционального питания. В производстве используются современные технологические разработки, все используемые ингредиенты сертифицированы и проходят тщательный контроль качества. Сырье поставляется напрямую от лучших производителей.

ВЫБИРАЯ СТИЛЬ ЖИЗНИ

Ёркин Карабаев — выпускник Ташкентского Государственного института востоковедения, студент Программы Профессионального Менеджмента (PMP) — PMP28 A2, 2017 год.

«Я испытывал потребность в качественных продуктах питания по доступным ценам, и мне всегда была интересна тема здорового образа жизни и спорта. Благодаря судьбе я стал частью мира здорового образа жизни!» — делится герой.

«BePerfect Nutrition» — это не столько коммерческий проект и прибыльный бизнес, это скорее, отражение моего стиля жизни, в которой всегда был спорт и динамика.

В 2016 году совпали желание и возможности по открытию собственного бизнеса именно в сегменте производства продуктов функционального питания и нутрицевтики. Идея создать такой бизнес и занять свою нишу на рынке оказалась удачной. Так Ёркин покинул хорошую должность в престижной компании, и вместе с братом вплотную занялся организацией собственного бизнеса. За 5 месяцев они проделали большую работу, и на сегодняшний их проект превратился в крупную компанию производителя функционального питания в Узбекистане.

Еще важно отметить, что компания BePerfect Nutrition стала первым экспортером спортивного питания в такие страны как Таджикистан, Афганистан и Киргизстан.



Братья уже видят далеко идущие перспективы, нацелены вывести свой бизнес в лидеры в данной области в Узбекистане и СНГ.

На данный момент, компания выпускает такие продукты как протеины, гейнеры, аминокислоты, креатин, ВСАА и L-карнитин. Ассортимент представлен в виде трех специализированных серий: Supreme Series, Platinum Series, Pretty FitGirl Series — отдельная линия женского питания. В дальнейшем планируется расширить выбор в линии высококачественных спортивных добавок.

Столь актуальная продукция выпускается на собственном заводе братьев и соответствует всем требованиям санитарно-гигиенического контроля Республики Узбекистан и системе менеджмента безопасности пищевой продукции ХАССП (НАССР), которая внедрена на производстве.

Для самого Ёркина спорт — смысл жизни. Он воплощает идею здорового образа жизни через свою компанию, свой бизнес. Ёркин говорит, что у него самого была потребность в качественном спортивном питании.

«Я испытывал потребность в качественных продуктах питания по доступным ценам, и мне всегда была интересна тема здорового образа жизни и спорта. Благодаря судьбе я стал частью мира здорового образа жизни!»

Сегодня такой бизнес весьма актуален и востребован, ведь не только в нашей стране, но и во всем мире популярен спортивный и здоровый образ жизни.

БИЗНЕС — ЭТО ФРУКТОВЫЙ САД

Когда Ёркина Карабаева спрашивают, что для него значит его бизнес, он, как человек, которому повезло найти дело своей жизни, сравнивает работу с фруктовым садом.

«Поначалу ты сам и еще несколько энтузиастов сажают фруктовые деревья, обрабатываете почву. Благодаря уходу и заботе о саде, многие люди могут отведать спелые и вкусные фрукты. А в дальнейшем ты можешь отдыхать в его тени и смотреть, как уже твои дети трудятся в этом саду!»

УМЕНИЕ АДАПТИРОВАТЬСЯ

Ёркин Карабаев отлично знает, чего он хочет добиться, и главное — знает как. Он детально изучает рынок продуктов функционального питания и нутрицевтики, и это помогает избежать ошибок. Бизнесмен убежден,

что избежать провалов помогают знание и выводы из чужих ошибок. Фруктовый сад должен находиться в хороших и надежных руках, чтобы радовать глаз и ощущать чудесный вкус его плодов. Поэтому концепция бизнеса обстоятельно продумана, и к ее реализации братья Карабаевы идут уверенными шагами. А заключается она в дальнейшем расширении ассортимента и выходе на новые рынки, учитывая сегодняшние потребности клиентов и маркетинговые данные рынка.

На новые идеи их вдохновляют Стив Джобс и главный исполнительный директор SenSouCo., Ltd Хиромичи Нишитцуи (Hiromichi Nishitsuji). Лекции японского лектора Ёркин слушал во время стажировки в Японии. Он нередко обращается к словам лектора о том, что «выживает не самый сильный и не самый умный, а тот, кто лучше всех приспосабливается к изменениям».

Адаптация к порой резким преобразованиям на рынке, заставляет предпринимателя учиться просчитывать ходы на много вперед, и вырабатывает привычку всегда находиться в готовности для изменения тактики бизнеса.

Ёркин, который прошел путь от студента PMP до успешного предпринимателя, уже сам может давать советы тем, кто только собирается вступить на тернистый путь бизнесмена. Он убежден, что «Мир стремительно меняется, каждую минуту появляется новая информация, изобретения. Главное — не сидеть сложа руки. Время действовать!»

О КОМПАНИИ:



BePerfect Nutrition – ведущий производитель функционального питания и нутрицевтики
 Адрес: г. Ташкент, Чиланзар-2, 15.
 Телефон: +99871 2798555, +99871 2770067
 Сайт компании: <http://www.beperfect.uz>
www.facebook.com/beperfect.uz
www.instagram.com/beperfect.uz
 Facebook:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100004283709673>

ПРОСТО О СЛОЖНОМ

Бизнес, построенный на решении определенных задач и потребностей потребителей, всегда становится успешным. В наше время, когда жизнь в большом городе становится более динамичной и многие из нас желают сэкономить больше времени на приготовлении блюд, не теряя при этом их вкусовых качеств, на современном рынке все более востребованными становятся замороженные полуфабрикаты. Так, внимательно изучив последние тенденции спроса, Эльёр Адылов решил создать производство замороженных заготовок для блюд. За короткий срок эта продукция, благодаря хорошему качеству, а также компактности и универсальности, смогла занять достойное место на рынке продуктов питания в Узбекистане.



СЕГОДНЯ

Основатель и руководитель компании Эльёр Адылов имеет опыт развития своего бизнеса в Бельгии и сегодня может с уверенностью заявить о том, что стартовать бизнес интереснее и выгоднее в развивающейся стране чем в развитой.

«Я занимаюсь бизнесом, потому что ценю свободу действий и времени. Предпочитаю стоять у штурвала, чем быть пассажиром», — утверждает герой.

Бренд Mali сегодня быстро развивается и увеличивает ассортимент своих продуктов, так как в бизнесе по производству пищевой продукции важен фактор постоянного расширения ассортимента без потери качества. Таким образом, штат сотрудников предприятия постоянно расширяется и к концу текущего года планирует достигнуть 32 человек.

«Успех в бизнесе может быть разным, и не сумма прибыли является настоящим его показателем»

ЧТО ПРИВОДИТ К УСПЕХУ?

Слово «успех» у всех на слуху и быть успешными хотят все. Однако у кого-то это получается, у кого-то нет.



Финансовая независимость как показатель достижения успеха в бизнесе — цель многих предпринимателей. В действительности же успех в бизнесе может быть разным, и не сумма прибыли является настоящим его показателем. Безусловно, у каждого из нас свое представление об успехе.

«Я занимаюсь бизнесом, потому что ценю свободу действий и времени. Предпочитаю стоять у штурвала, чем быть пассажиром»

В производственном процессе, где небольшую часть занимает ручной труд, достигнуть стабильности качества — одна из самых сложных задач. Компании Mali удалось достигнуть этого и сохранить стабильность качества вопреки различным возникавшим трудностям.

Но главным успехом было, то что «точка безубыточности» была достигнута на 7 месяце работы. Для производства это хороший срок.

Для Эльёра эти показатели демонстри-

руют хороший результат работы и это своеобразный успех, дающий прочную базу и вдохновляющий на новые достижения.

ЦИФРЫ

По мнению Эльёра, в бизнесе главное — это превращение сложных задач в простые цепочки действий, умение правильно раскладывать прибыль и знание цифр. Цифры — это: стоимость одной минуты труда работника, вес в граммах упаковки товара, среднее

время доставки, ширина/высота размера стола в разделочном отделе производства, процент роста продаж по каждой позиции товара в месяц и так далее.

БОЛЬШОЙ ПОТЕНЦИАЛ

«К сожалению, наш узбекский бизнес имеет еще маленькую историю для формирования каких-то конкретных положительных аспектов.

Вследствие этого корпоративная культура ведения бизнеса присутствует не на всех уровнях управления. Но есть большой потенциал, так как отсутствует большая конкуренция, как в Европе», — делится предприниматель.

О КОМПАНИИ:

Mali
Производство замороженных полуфабрикатов
Адрес: Узбекистан, г. Ташкент, ул. Ойбек, 2.
Телефон: +99899 8609020
Instagram: mali_uzb, the_elyor
E-mail: Elyor.ad@gmail.com



ВЫБЕРИТЕ ДЕЛО, ЧТОБЫ ПОСВЯТИТЬ ЕМУ ВСЮ ЖИЗНЬ

Любовь к вкусной еде привела Отабека Муталова к бизнесу.



БИЗНЕС ТРЕХ ПОКОЛЕНИЙ

Последнее десятилетие XX века в отрасли переработки мяса происходили большие изменения. За короткое время были организованы сотни новых производств. Рынок стал очень конкурентным. К сожалению, основные игроки в конкурентной борьбе делали упор на снижение издержек — удешевление продукции, замены мяса более дешевыми ингредиентами и, как следствие, рынок был насыщен колбасой низкого качества.

К 2000 году большинство потребителей считало, что в колбасе нет мяса. Не было доверия и уважения к производителям.

Стимулом для создания бизнеса по производству мясных продуктов стало желание Отабека Муталова восстановить доверие потребителей к колбасным изделиям. «Открывая бизнес в 2003 году, мы поставили цель возродить настоящий вкус и качество колбасы», — рассказывает предприниматель.

«MASTER DELIKATESOV» — В КОЛБАСЕ ГЛАВНОЕ МЯСО!

Отабек — колбасник в третьем поколении. Предприятие «Master Delikatesov» — это семейный бизнес. С первого дня в бизнесе работали два брата Муталовых. Наставником для молодой команды выступил отец Отабека — Хакимджан Муталов. Отабек Муталов: «Когда мы начинали бизнес, мы чувствовали себя одной большой семьей. Нас было 10 человек. У нас не было начальников и подчиненных. Каждый выполнял свою роль. В коллективе царил уважение и доверие друг к другу. Самым большим успехом я считаю то, что со временем, несмотря на то что нас теперь 250 сотрудников, нам удалось сохранить эти отношения. Люди, которые работают в компании «Master Delikatesov» счастливы на работе. Я убежден, что бизнес делают люди и дарить счастье клиентам могут только счастливые

люди».

Однако на ранних этапах развития бизнеса возникла проблема реализации выпускаемой продукции. Основной причиной этого было то, что колбасные изделия хорошего качества, имели высокие цены. Отличиться внешним видом было сложно. Отабек Муталов: «Качественный продукт без качественного сервиса — деньги на ветер. Нас не устраивало как хранят и в каких условиях продают наш продукт».

В 2009 году компания решила, создать свою торговую сеть и это оказалось очень правильным решением. На сегодняшний день уже производится более 150 видов колбасных изделий. «Своя система хороша тем, что товар доходит до потребителя под нашим контролем цены, качества и обслуживания. Собственная сеть еще и позволяет реализовать весь ассортимент, а это 150 видов изделий. Свою продукцию так же экспортируем в Таджикистан», — делится Отабек.

С 2009 года по 2018 год в Узбекистане действовал закон, который дал мощный импульс в развитии отрасли. Суть закона состояла в том, что налоги, которые платят компании по производству мясных продуктов, возвращались им в виде инвестиций, при покупке оборудования. За этот период эта отрасль ощутимо выросла. И многие производители привезли лучшее мировое оборудование.

люди».

Однако на ранних этапах развития бизнеса возникла проблема реализации выпускаемой продукции. Основной причиной этого было то, что колбасные изделия хорошего качества, имели высокие цены. Отличиться внешним видом было сложно. Отабек Муталов: «Качественный продукт без качественного сервиса — деньги на ветер. Нас не устраивало как хранят и в каких условиях продают наш продукт».

В 2009 году компания решила, создать свою торговую сеть и это оказалось очень правильным решением. На сегодняшний день уже производится более 150 видов колбасных изделий. «Своя система хороша тем, что товар доходит до потребителя под нашим контролем цены, качества и обслуживания. Собственная сеть еще и позволяет реализовать весь ассортимент, а это 150 видов изделий. Свою продукцию так же экспортируем в Таджикистан», — делится Отабек.

С 2009 года по 2018 год в Узбекистане действовал закон, который дал мощный импульс в развитии отрасли. Суть закона состояла в том, что налоги, которые платят компании по производству мясных продуктов, возвращались им в виде инвестиций, при покупке оборудования. За этот период эта отрасль ощутимо выросла. И многие производители привезли лучшее мировое оборудование.

«Своя система хороша тем, что товар доходит до потребителя под нашим контролем цены, качества и обслуживания. Собственная сеть еще и позволяет реализовать весь ассортимент, а это 150 видов изделий. Свою продукцию так же экспортируем в Таджикистан»



НОВЫЕ РЫНКИ

Сегодня компания строит новую производственную площадку. Созданы животноводческие комплексы. Уже успешно работает проект по разведению 1500 голов крупнорогатого скота, начатый совместно с украинскими предпринимателями. В дальнейшем планируется довести эту цифру до 5000 для того, чтобы полностью обеспечить производство качественным мясом и выйти на новые рынки. Стратегия развития основана на принципе повышения качества продукции.

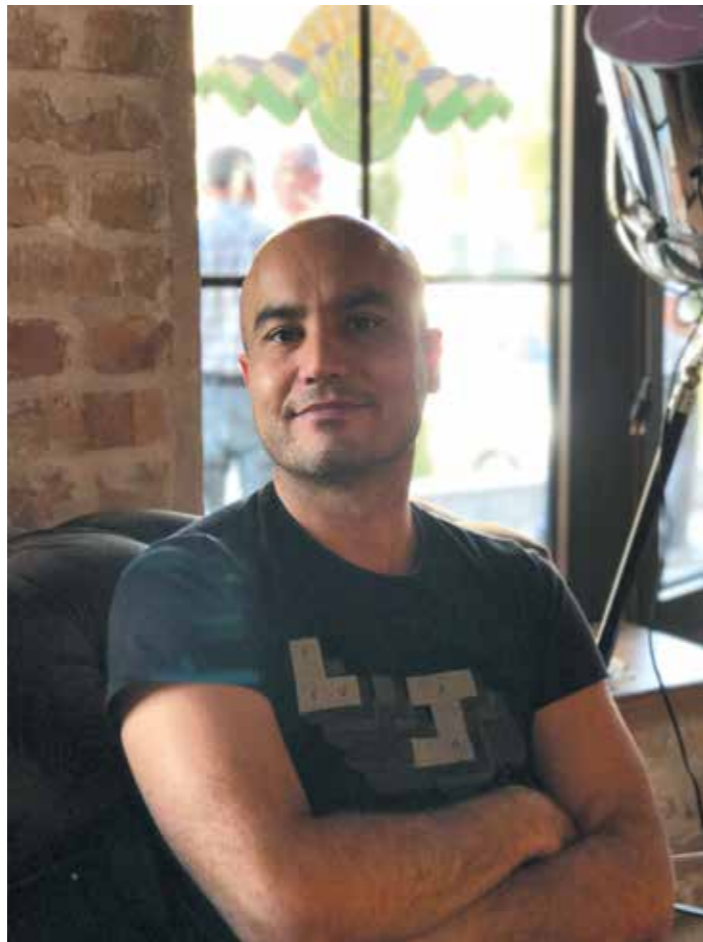
О КОМПАНИИ:

ООО «Master Delikatesov»
Производство мясной продукции
Адрес: Узбекистан, Ташкентская область, 111112, Ташкентский р-н, поселок Хасанбой, ул. Хамза, 2
Телефон: +99871 2205500;
+99897 4010093
Сайт компании: www.mdlikates.uz
Facebook:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=1000094999099671&fref=ts>
E-mail: info@mdlukates.uz



НУЖНО ПЛАНИРОВАТЬ СВОЙ УСПЕХ

Все начинающие предприниматели задаются вопросом: как добиться успеха в бизнесе? И это не удивительно. Бизнес создается для того, чтобы достигать вершин и становиться лучшим в своем деле. В противном случае, предпринимательство не имеет смысла. Успешность в бизнесе, прежде всего, предполагает, что человек занимается тем, что ему действительно нравится. Это означает, что каждый день он получает удовольствие от своей деятельности, что является мощной энергетической подпиткой для него. Такое возможно только в том случае, если вы сможете найти «дело своей жизни», не оглядываясь по сторонам и не ориентируясь на мнение окружающих. Как правило, все начинается с идеи. Идея выливается в план действий по достижению поставленных целей.



ЧЕТКИЙ ПЛАН

Сегодня под руководством Олимжона Абдуллаева более 10 компании в различных отраслях и все они лидируют в своем сегменте. Одна из них — сеть кафе быстрого питания «Street 77». Сеть была основана в 2014 году и за столь короткий период своего существования успела стать одной из крупных и наиболее популярных в сфере общественного питания в Ташкенте и насчитывает сегодня 7 заведений. Продажи постоянно растут, увеличиваясь в среднем на 100 % ежегодно, за 2017 год составили 2,7 млн долларов. В компании работает более 100 человек.

«В 25 летнем возрасте я составил четкий план действий для достижения моей цели — стать успешным бизнесменом во благо обществу. По этому плану для получения знаний и опыта я поработал в иностранных организациях в Узбекистане и соответственно занимался самообразованием. К 30 годам я был полностью готов начать свое дело, именно в 2005 году я учредил свои первые 2 компании», — рассказывает Олимжон.

РЕЦЕПТ УСПЕХА

По словам героя, у него нет своего особого рецепта успеха. В ведении дел он руководствуется общепринятыми принципами: качественный товар или услуга, адекватная справедливая цена, постоянное улучшение и развитие.

«Дайте мне точку опоры, и я переверну Землю», — сказал Архимед, и предпринимателю для принятия решений была необхо-

«Мы всегда изучаем деятельность западных и японских компаний и, в свою очередь, выстраиваем свой бизнес по их образцу. Колоссальный опыт и знания я получил на РМР 28 и во время визита в Японию в 2017 году»

дима точка опоры — знания и экспертное мнение. Олимжон считает, что экспертов на РМР большое количество. РМР систематизировал опыт и дал унифицированные знания для ведения бизнеса.

10 лет назад Олимжон Абдуллаев твердо решил, что каждый проект, созданный им будет долгосрочным и полезным для потребителей. И в результате все его проекты процветают сегодня.

«Street 77» — это моя сеть быстрого питания. Я бы сказал, что она по праву может считаться продуктом РМР, ведь большую часть инструментов управления я внедрил благодаря обучению», — рассказывает бизнесмен.

В UIC узнали, как можно сделать бизнес еще лучше, используя концепцию Омоте-наши — предвосхищение ожиданий клиента. В результате создается новая ценность. Кто как не предприниматели заботятся о других людях. Ими движут благие намерения, которые ведут к прибыли.

ПЕРСПЕКТИВЫ

В будущем мы планируем расширение нашей сети и увеличения продаж в ближайшие 2-3 года до 15 млн долларов в год. Учитывая экономический рост в Узбекистане и популяризацию фаст-фуда в нашей стране наши планы достижимы. Также планируется открытие заведений в других странах, к примеру, во время моего визита в Японию я пришел к выводу, что в Японии наша продукция будет пользоваться большим спросом.

О КОМПАНИИ:



Street 77
Сеть кафе быстрого питания
Сайт компании: www.street77.uz
Instagram: [street77uz](https://www.instagram.com/street77uz)
Телефон: +99871 2008686

ШОКОЛАТЬЕ С УЗБЕКСКИМ ВКУСОМ

Viva Maria Chocolaterie — первая шоколадная мастерская в Узбекистане. С 2013 года ее основатель Мария Портнова экспериментирует со вкусами, сочетая лучший бельгийский шоколад с дарами природы Востока и Запада. Сегодня уютное пространство в сердце Ташкента стало любимым «тайным сокровищем» для многих горожан и гостей столицы. Но пять лет назад, когда все зарождалось, никто даже не подозревал, что шоколад ручной работы может быть целым искусством и приятным бизнесом.

ЛЮБИМОЕ ХОББИ

По образованию Мария Портнова — специалист компьютерных технологий. Однако реальный мир всегда привлекал ее больше чем высокие технологии. «Мама говорит, что я делала конфеты с самого раннего детства. Я заливала леденцы, и получалось что-то вроде петушков, пыталась делать самодельную сладкую вату на палочке. И всегда любила готовить для всей семьи», — рассказывает Мария.

Тем не менее, после окончания вуза Мария искала себя в парикмахерском искусстве. Встретив вдохновившего ее мастера, она научилась профессии и успешно работала восемь лет. Но это было лишь еще одно проявление любви — работать руками и дарить людям улыбки.

В 2013 году, вдохновившись предложением мужа о производстве шоколада ручной работы, Мария отправилась в «Академию шоколада» в Москве, чтобы изучить все тонкости нового дела. По возвращению она начала делать шоколад дома и удивилась большому спро-



су среди друзей и знакомых. Пора было задуматься о бизнесе.

«Я очень люблю шоколад. Это главное в деле — любить то чем ты занимаешься. Когда работа — это любимое хобби, она в удовольствии», — говорит Мария Портнова.

ВЫСОКИЙ СТАНДАРТ

Все большей популярностью в мире сегодня пользуются небольшие мастерские, изготавливающие не конвейерный товар, а настоящий шоколад без химических добавок, с эксклюзивными начинками и красивой подаче. Именно такой шоколад делают в мастерской Viva Maria Chocolaterie. Для Таш-

кента это стало настоящим открытием. Поначалу шоколад ручной работы в незатейливых, сделанных с любовью, коробочках, брали как оригинальный подарок. Клиенты стали приобщаться к их вкусу, пробовать новые вариации, с различными начинками. Сегодня в мастерскую Марии обращаются с самыми разнообразными запросами: от индивидуальных коллекций для свадебного угощения с именами жениха и невесты вплоть до шоколадных сувениров в форме достопримечательностей Узбекистана для гостей международных бизнес-форумов.

Первое время Мария относилась к созданию шоколада как к хобби, однако, учеба на РМР помогла ей разобраться в бизнес-процессах и тонкостях управления. Таким образом, любимое занятие смогло превратиться в серьезный бизнес. «Встреча с сенсеем Фуджита Шинобу в некотором смысле изменила мое восприятие. Появилось больше уверенности в том, что я делаю правильно и нужно», — говорит она.

«По кирпичикам складывается свое правильное понимание и видение. Не нужно огорчаться если что-то идет не так, это проходят все и вы справитесь только по-своему, по-особенному. Этим и интересна наша жизнь»

РАСШИРЯТЬ ГОРИЗОНТЫ

На данном этапе Мария собирается увеличить мощность производства. «В Италии я купила лучшее оборудование по темперированию шоколада, а также высокотехнологичные холодильники. Хочу увеличить производственный цех и есть куда стремиться в плане развития сервиса», — говорит она.

В силу специфики работы шоколадной мастерской, она не планирует превращать свое дело в сеть магазинов Viva Maria. Но у нее есть планы масштабировать свой опыт на другие страны. «Так как в любой



сфере очень важно расширять горизонты», — считает героиня.

«Я и моя команда постоянно обучаемся у лучших тренеров шоколадного искусства. Я считаю, что бренду уже нужно развиваться и за пределами нашей страны. Высокий стандарт задан», — говорит Мария.

Мария верит, что в жизни важно использовать каждый шанс, иначе он может больше не подвернуться. «По кирпичикам складывается свое правильное понимание и видение. Не нужно огорчаться если что-то идет не так, это проходят все и вы справитесь только по-своему, по-особенному. Этим и интересна наша жизнь».

О КОМПАНИИ:

Viva Maria
chocolaterie

Viva Maria Chocolaterie, производство шоколада ручной работы
Адрес: г. Ташкент, Якассарайский р-н, ул. Шота Руставелли, 39
Телефон: +99871 2157292, +99890 9173575
Сайт компании: www.vivamaria.gift
Facebook:
<https://www.facebook.com/mariya.portnova>
E-mail: vmchocolaterie@gmail.com

С ЗАБОТОЙ О ЗДОРОВЬЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Сегодня «SAMO-PRODUKT» — это одно из лидирующих в Узбекистане предприятий по производству джемов и варенья. Компания также специализируется на заморозке и хранении свежих фруктов и ягод.



СВОЙ ПУТЬ

Свой путь в бизнесе Акмаль начал в 17 лет. Началось все с перепродажи импортных товаров. В 2003 году дело переросло в ресторанный бизнес после приобретения старого заброшенного здания общепита с площадью 3000 кв.м. А в 2012 году родилась идея организации собственного производства.

«Организация производственного предприятия продуктов питания, в частно-

сти варенья и джемов была обусловлена наличием собственного плодового-садоводческого и фермерского хозяйства на территории площадью 11 гектаров. Большое желание переработать урожай в качественные джемы и варенья без концентратов стало началом изучения опыта как местных, так и зарубежных передовых производителей. Мы посещали зарубежные выставки, анализировали поставщиков оборудования. За этот период мы участвовали в нескольких крупных международных выставках в области продуктов питания в Латвии, России, Казахстане и Японии. А начиная с 2016 года регулярно экспортируем нашу продукцию под брендом «SAMO — сделано в Узбекистане» в США, в Россию и в Казахстан», — рассказывает предприниматель.

Уникальность «SAMO-PRODUKT» — это, в первую очередь, команда единомышленников, команда высококлассных специалистов. В процессе переработки урожая плодового-садоводческого и фермерского хозяйства в продукцию не допускается добавление каких-либо химических концентратов. «Мы заботимся о будущем и здоровье наших потребителей», — утверждает Акмаль.

ИДТИ К ПОСТАВЛЕННЫМ ЦЕЛЯМ

«Стандартной формулы успеха, наверное, не существует. Каждый предприниматель в процессе становления часто

сталкивается с трудностями, проходит через финансовые потери, делает ошибки или поспешные выводы. И у нас трудностей в начале запуска предприятия, в период вхождения продукта на рынок было очень много. Но все они были пройдены благодаря упорству и слаженности всей команды.

Я считаю, что главное — не унывать, двигаться вперед еще с большим упорством к поставленным целям»

ЛИНИЯ ПРОГРЕССА

Как всякий успешный предприниматель, Акмаль Дадаходжаев строит планы по дальнейшему развитию своего дела. Безусловно, есть амбиции расширить список стран для экспорта продукции. И особое место в планах занимает Япония.

«SAMO-PRODUKT» участвовала на выставке в Японии, где было получено много положительных отзывов об их продуктах. Теперь ведется работа над налаживанием контактов с японскими представителями для выхода на рынок этой страны.

«Большое желание переработать урожай в качественные джемы и варенья без концентратов стало началом изучения опыта как местных, так и зарубежных передовых производителей»



МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ

Дадаходжаев отмечает, что бизнес-среда в Узбекистане развивается быстрыми темпами. За последний 10 лет образовался ряд бизнес-кластеров в текстильном и в мебельном производстве, в переработке сельхозпродуктов и во многих других отраслях экономики. Однако принципы и методы ведения бизнеса в целом у всех стран одинаковые. Отличия могут быть лишь в менталитете народа, географическом положении, историческом наследии народов Запада и Востока.

Герой с уверенностью смотрит в будущее и с гордостью отмечает, что в нашей стране совсем скоро будут достигнуты мировые стандарты ведения бизнеса.

О КОМПАНИИ:

ООО «SAMO PRODUKT»
Производство варенья и джемов
Адрес: Узбекистан, г. Ташкент, Алмазарский р-н, ул. Ниязова Фарабий 5/39
Телефон: +99890 9127707
Facebook: @JAPAN JELLY
E-mail: akmal_n_m@mail.ru



СТРАТЕГИЯ СПОНТАННОСТИ

«Business Communication Centre» (BCC) был основан, как независимая консалтинговая компания, 9 сентября 1994 года, в рамках программы TACIS по инициативе Комиссии Европейского Союза и Правительства Республики Узбекистан. С 1995 года она стала одним из первых в стране Интернет-сервис провайдером. С 1998 года это частная компания. Вот уже более 24 лет BCC предоставляет услуги доступа к сети Интернет, оперативной полиграфии, языковых курсов и обучения за рубежом. По словам коммерческого директора Азиза Ахунджанова, миссия компании - превзойти ожидания клиентов.

БИЗНЕС КАК ВОЗМОЖНОСТИ

Деятельность компании охватывает Интернет-услуги, регистрацию доменных имен в более чем 250 зонах, включая зоны .UZ, .COM, .NET, .ORG, .BIZ; услуги оперативной полиграфии, а также обучения иностранным языкам и консультаций по образованию за рубежом.

За 24 года BCC удалось не только сохранить европейский подход к работе, но и внедрить японские технологии, а также и сохранить узбекские традиции открытости и почтительно-го отношения ко всем партнерам.

«Бизнес — это возможности. Возможности профессионального роста, саморазвития, возможность путешествий, приобретения новых знакомств, самовыражения и даже духовного просвещения», — считает Азиз Ахунджанов.

Проработав несколько лет рядовым менеджером и пройдя через все отделы компании, ему удалось набрать значительный опыт, стать компетентным специалистом. Привлекая уже на руководящей должности молодых специалистов, удалось дополнить команду профессионалов, молодыми и энергичными единомышленниками. «Залог успеха любой компании — это, конечно, ра-



бота сплоченной, компетентной и трудолюбивой команды», — делится Азиз.

Компания BCC сегодня работает в нескольких сферах. «Но, я бы отдельно выделил IT-сферу. Думаю, что в ближайшем будущем мы увидим как IT еще более обширно войдут в нашу повседневную жизнь. И надеюсь, наша компания примет в этом достойное участие. Мы изучаем потенциал этого рынка и внедряем новые услуги и технологии», — говорит собеседник.

Сегодня в организации проводится полное переоснащение — как в Интернет-сегменте, так и в полиграфическом. В сфере ИКТ перед компанией стоят новые вызовы.

«Происходят огромные изменения на рынке и для нас это самое время стратегического планирования. Инвестиции достаточно серьезные, но я понимаю, что так мы инвестируем в будущее, затраты должны принести свои «плоды». Планируем скорый запуск своей сети GPON, есть планы по запуску VoIP-телефонии, еще предстоит много работы», — говорит Азиз Ахунджанов.

Как говорит наш герой, в полиграфическом сегменте конкуренция также растет ежедневно.

«Буквально каждый день узнаем о новых компаниях. Поэтому после глубокого изучения рынка, во многом благодаря положительной динамике изменения законодательной базы, новых технологий в индустрии, и установления новых деловых отношений с зарубежными поставщиками, мы решили наращивать производственные мощности. Если до этого мы занимались в основном только цифровой печатью, то к сентябрю 2018 года готовы предложить полный спектр полиграфических услуг — от тиражирования каталогов, папок, брошюр, баннеров до термо-переносом, ежедневниками, промо-ручками, в целом промо-продукцией и бизнес-сувенирами», — говорит руководитель компании.

НЕПРЕРЫВНОЕ ОБУЧЕНИЕ

«Японцы обладают неиссякаемой энергией, они очень учтивы, терпеливы и трудолюбивы и они не жалеют времени на постоянное, непрерывное обучение. Нам есть чему поучиться у Японии в плане уважения к собственному и чужому труду. Так как подходит к обучению Япония, не подходит ни одна страна мира. Во время стажировок в Японии, я сделал для себя вывод, что непрерывное обучение, для меня лично — залог дальнейшего самосовершенствования, можно сказать Кайдзен личностного харак-

тера. У нас достаточно тесные партнерские отношения со многими европейскими компаниями. В частности, посчастливилось стажироваться в Нидерландах у наших партнеров. Но признаюсь, Японский менталитет мне ближе. Я полюбил Токио, во многом благодаря полученным знаниям в TIC JICA, как ни один город в мире!», — утверждает он.

«Бизнес — это возможности. Возможности профессионального роста, саморазвития, возможность путешествий, приобретения новых знакомств, самовыражения и даже духовного просвещения»

Азиз Ахунджанов считает, что если человек перестает заниматься саморазвитием, и обучением, то он рискует потерять интерес ко всему, рискует отстать от трендов времени и перестает двигаться вперед. Формула успеха для него — это спонтанное планирование. «Бывает так, что возникают идеи, но очень много причин объективных и не очень, которые мешают их реализовать. Наверно правильно, что я, не зацкливаюсь на этом. Каким-то образом, на подсознательном уровне идеи фиксируются. Как только, каким-то естественным образом, все препятствия в реализации идеи более не мешают, она в итоге реализуется спонтанно, самопроизвольно», — говорит он.

О КОМПАНИИ:



«Business Communication Centre», торговая марка «BCC» Интернет Сервис Провайдер, оперативная полиграфия, учебный центр, обучение за рубежом
Адрес: г. Ташкент, ул. Шахрисабз, 16а
Телефон : +99893 2522252, +99893 1836666
Сайт компании: www.bcc.uz
Facebook:
<https://www.facebook.com/aziz.akhundjanov.3>
E-mail: aziz@bcc.uz

ЭВОЛЮЦИОННОЕ МЫШЛЕНИЕ

Лазиз Адхамов — один из самых неординарных людей из делового сообщества страны. Директор по развитию «SAP» в Узбекистане, основатель «Top-Contact» и соучредитель «Bookcafe». Личность, которая стремится повысить уровень культуры и образования молодежи, совмещая бизнес с социальными инновациями.



ЗНАНИЯ — СИЛА

Лазиз Адхамов родился в Андижанской области в интеллигентной семье. Родители старались развивать его таланты. «Они обнаружили, что я люблю читать и стали выписывать интеллектуальные журналы и книги. Прививали чувство ответственности к делу и людям». Институт семьи сыграл свою роль. Еще будучи подростком в 12 лет Лазиз собрал свой первый компьютер. На создание бизнеса его вдохновила вера родителей в то, что за технологиями стоит будущее.

«Сейчас, я стараюсь также вдохновлять своих детей, давать им возможность найти свой путь. Для меня семья стоит на первом месте, ведь глядя на меня, дети берут пример и знания, которые в дальнейшем станут их путевкой в жизнь», — делится предприниматель.

Лазиз Адхамов считает своим призванием приносить пользу стране. «Когда я впервые посетил Японию, я был просто поражен. Все занимались, читали, стремились к знаниям везде. Меня это так поразило, что захотелось к ним присоединиться», — рассказывает герой. Идея воплотилась в Узбекистане, как социальный проект «Bookcafe». «Оно было создано вопреки, когда сто из ста сказали что ничего не получится, только супруга поверила в идею и поддержала и Зафар Хашимов — основатель корзинки. Но также было и когда я создавал первый в Узбекистане контакт-центр «Top-Contact», первоначальное непонимание моих проектов меня не пугает», — говорит Лазиз Адхамов.

Испытывая постоянную жажду знаний и желание роста, Лазиз Адхамов принял предложение работы от немецкой компании по автоматизации бизнеса «SAP». Он стал представителем компании в Узбекистане, потом по СНГ. «Я не мог расти в своих проектах. Мне нужно постоянно получать очень много эмоций и информации. Работа в «SAP» для меня стала целым университетом». «SAP» занимается разработкой автоматизированных систем управления внутренними процессами предприятия, поставкой программного обеспечения и услуги по его внедрению, используя для этого собственную методологию внедрения.

С самого начала своей карьеры Лазиз Адхамов был ИТ-евангелистом. Открывателем новых знаний и направлений, часто

опережающих время. Он очень любит то, чем занимается. «В компании «SAP» я — проводник для движения Узбекистана вперед, инноваций для нашей страны, нашего бизнеса. И это стало первой моей мотивацией, с которой совпадали интересы «SAP» и мои, как человека, который очень любит свою страну», — делится Лазиз Адхамов.

ВСЕ ДЛЯ СТРАНЫ

Сейчас Лазиз Адхамов работает директором по развитию компании «SAP» в Узбекистане. Является также совладельцем и владельцем нескольких местных компаний. Общее количество подчиненных — около 200.

«Любая организация кем-то создается и управляется. Первое лицо выстраивает структуру, каналы обратной связи, вкладывает энергию. Для меня важно знать цели подчиненных. Создавая рабочие места, предоставляя хороший заработок, комфортные условия — этим я реализовываю свою цель: помогать людям, совершенствоваться самому, создавать перспективу на будущее», — говорит Лазиз Адхамов.

Контакт-центр «Top-Contact» — один из крупнейших представителей рынка аутсорсинговых услуг в этом направлении. Top-Contact обеспечивает круглосуточную поддержку бизнеса 365 дней в году. Предоставляет услуги маркетинговых решений, поддержку акций, услугу «тайный покупатель», телемаркетинг, «колл-центр под ключ», автоматизацию клиентской базы, услугу виртуального секретаря, горячую линию.

Уже около 6 лет продолжает развиваться его социальный проект «Bookcafe». Это место, где любители читать могут в непринужденной обстановке наслаждаться книжными новинками и классической литературой за чашкой отличного кофе или просто приятно провести время в компании успешных и интересных людей. У кафе очень обширная и постоянно обновляемая библиотека. «Там вся моя библиотека с работы и из дома. С каждой командировки я пополняю ее де-

сятками книг, за свой счет. Я ничего с этого не зарабатываю. Я хочу, чтобы студент, у которого нет возможности приобрести дорогую книгу, приходил в кафе и читал ее», — делится герой.

ИТ-БУДУЩЕЕ

Будущее за ИТ — технологиями считает Лазиз Адхамов. Мир становится глобальным «Узбекский народ изначально трудолюбивый, гибкий в мышлении. Наши дети уже сейчас формируют новые институты семьи, новые институты взаимоотношений, новые институты бизнеса. Это эволюционное развитие, глобальное мышление и умение быстро коммуницировать со всем миром.

Наступает удивительное время, когда машины стали очень производительными и дешевыми. Появились системы искусственного интеллекта. И это все в синергии меняет мир. В будущем надо будет мгновенно находить информацию и быстро реагировать. Я стараюсь развивать это в Узбекистане, для того чтобы мы были конкурентоспособными», — утверждает Лазиз Адхамов.

Наш герой планирует открыть новый проект по цифровому сельскому хозяйству. «Это новая технологическая, всеобъемлющая концепция, охватывающая точное земледелие, интегрирующая новые датчики и элементы управления». Лазиз Адхамов считает, что оцифровка раскроет компьютерную мощь, и произведет новую революцию в сельском хозяйстве. В будущем Лазиз видит сотрудничество Узбекистана и Японии именно в этом направлении.

О КОМПАНИИ:

«SAP» - Sales Director, «Bookcafe» «Top - Contact»
 Адрес: г. Ташкент, ул. Истикбол 8; г. Ташкент, Юнусабадский р-н, ул. Минг-Урик, дом №2 блок «А»
 Телефон: +99871 2337263,
 +99871 2000099
 Сайт компании:
<http://www.bookcafe.uz/>
<http://www.top-contact.uz/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/lazizaka>
 E-mail: 6680099@gmail.com



ПОЛЕЗНЫЙ БИЗНЕС

Основатель компании Newmax Technologies Акмал Пайзиев всегда хотел делать жизнь людей более удобной и комфортной, внедряя в жизнь простые и технологичные решения. Акмал — один из первых узбекских предпринимателей, создавших софтверную продукцию, которой пользуются за рубежом. Он считает примерами для подражания Илона Маска и Марка Цукерберга.



БИЗНЕС — ЭТО СВОБОДА

Акмал Пайзиев считает, что бизнес — это свобода реализации идей и финансовая независимость. Еще в школьные годы он определился с выбором своей деятельности: технологии и бизнес. Первый опыт в предпринимательстве он также начал со школы. Акмал записывал и продавал обучающие программы. В дальнейшем вместе с другом разрабатывал программное обеспечение для компаний. В 2003 году Акмал от-

крыл интернет-кафе со стартовым капиталом 12 000 долларов. А в 2005 году организовал онлайн-магазин Yarmarka.uz.

С 2006 года Акмал возглавляет компанию Newmax Technologies, которая занимается разработкой и внедрением софтверных решений и инноваций. Например, проект MaxTrack — это система GPS-мониторинга транспорта, платформа Workly помогает руководителям бизнеса вести учет рабочего времени сотрудников, MyTaxi — одно из самых популярных в Узбекистане приложения для вызова такси, а выросшее из него в отдельное направление Express24 — служба доставки еды позиционирует себя как «монстры доставки».

В компании Newmax Technologies работает около 100 человек, а в службе MyTaxi зарегистрировано более 1000 водителей. У Акмаля достаточно демократичные методы управления. Создав творческую атмосферу в лофт-пространстве офиса, он и сам может заглянуть в кабинет той или иной команды и присоединиться к процессу. Акмал считает, что специалисты в компании должны быть самомотивированы. Иначе нет смысла. «Важно объединять вокруг себя ярких и талантливых людей и действовать. Иметь огромное терпение как в человеческих отношениях, так и самих процессах разработки проектов», — говорит он.

ПУТЕШЕСТВИЕ К СЕБЕ

Хотя Акмал за свою карьеру создал десятки проектов, чаще всего его имя ассоциируют с MyTaxi. На этапе раскрутки сервиса в 2015 году его и самого можно было увидеть в качестве водителя или доставщика еды. Он это делал не только с целью проверить цепочку и тонкости сервиса, но и в рамках оригинальных маркетинговых акций. К слову, MyTaxi стал известен на рынке именно благодаря использованию кросс-маркетинга, что было достаточно новым явлением для Узбекистана на тот момент. Проект отличало полное отсутствие рекламы в стандартном ее понимании.

Сама же история создания MyTaxi была вдохновлена путешествием в Индию, когда Акмал впервые воспользовался услугами «рикши» в Индии. Поначалу была создана компания City Taxi со своим автопарком. Познакомившись со сложностями такого бизнеса, команда хотела автоматизировать процессы предоставления услуг, но впоследствии это вылилось в отдельное направление.

MyTaxi — это диспетчерская служба, которая не имеет парка собственных машин и сотрудничает с таксопарками страны. Цель проекта — сделать использование такси комфортным: когда можно вызвать такси, указать локацию и даже произвести оплату с помощью простого мобильного приложения. При этом пассажиры знают, что приедет технически исправная машина определенной марки и комфортности, с опрятным и вежливым водителем.

ДЕЛАТЬ ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ КОМФОРТНЕЕ

Сегодня фокус компании преимущественно сосредоточен на B2B-сегменте. Сервисом MaxTrack по GPS мониторингу за транспортом пользуются около 600 корпоративных клиентов, запущенная в 2011 году система Workly.io обслуживает 135 клиентов в Узбекистане и за рубежом. Два сервиса оказывающих услуги и в корпоративном и

в потребительском сегменте. MyTaxi обслуживает 40 тысяч человек ежемесячно, а самый молодой сервис, которому исполнился только год — Express24 продолжает набирать популярность в сегменте доставки еды из любимых ресторанов столицы.

Акмал не боится признавать, что в своей карьере предпринимательства были как микро-победы, так и микро-провалы. «Жизнь это — Up and Down. В ней нет стабильной прямой линии. Когда вы живете и занимаетесь бизнесом, всегда есть взлеты и падения. Но все события в жизни дают нам важный урок», — говорит он.

Главное для него в бизнесе — это приносить пользу людям. Он верит, что технологии могут сделать жизнь людей интереснее, проще и удобнее.

«Бизнес как и люди имеет свою специфику. На Западе люди свободнее выражают мысли, а в Азии часто по-другому. Мы находимся между Востоком и Западом, в этом наш плюс. У технологического бизнеса есть особый фактор, он стирает границы между странами. Все, что разрабатывается в плане технологий работает и в Японии, и в Узбекистане», — утверждает он.

В планах предпринимателя — создать образовательные проекты для улучшения жизни людей. Он надеется сотрудничать в этом направлении с лидерами образовательных технологий Японии.

О КОМПАНИИ:



Newmax Technologies
 Адрес: г. Ташкент, ул. Уриқзор, 151
 Телефон: +99890 9412220
 Сайт компании:
 Mytaxi.uz, express24.uz, workly.io, maxtrack.uz
 Facebook:
https://www.facebook.com/akmalpaiziev?hc_ref=ARTzH-pHS4Tgjc5rvesvDWY7-MaloluZftBzYdZA-AvNdKUmztAQ0RybFwcbIQsOgs4c
 E-mail: akmal@uznewmax.com

БИЗНЕС КАК ИГРА

Малика Рустамова — одна из редких женщин, которая совмещает работу, семью и дружбу. А также успевает вести бизнес с небольшой командой, гибко реагировать на открывающиеся возможности, и даже делиться знаниями с молодым поколением. Она верит, что нужно создавать ценности, которые останутся надолго. Чтобы они приносили пользу не только тому, кто их создал, но и всем окружающим.

СЕМЕЙНЫЕ ИСТОКИ БИЗНЕСА

Профессиональный гид-переводчик с опытом работы более 20 лет, Малика решила создать собственную туркомпанию Miray Travel Service в 2016 году. Сразу после поездки в Японию, где она познакомилась с опытом японских компаний.

«На тот момент я для себя поняла, что могу быть полезной и стать одним из кирпичиков моста дружбы между Японией и Узбекистаном. Именно это побудило меня создать бизнес», — говорит Малика.

Героиню поддержала и продолжает поддерживать ее семья и близкие. Гостеприимство, с которым они с мамой встречали дома гостей из Японии, в свое время даже подтолкнуло к созданию семейной пекарни.

«Мама всегда была для меня наставником и самым близким другом. Японские гости очень любили горячие лепешки в ее пекарне. Она угощала их у себя в доме, ее коронное блюдо — люля-кебаб. Удивительно, что мама не умела говорить по японски, но всегда находила общий язык с гостями. Она советовала



мне три вещи: саморазвитие, благодарность каждому и во всем, не бояться трудностей. Для наших японских гостей — это тоже очень близко. Моя мама очень любила японский народ, а они — ее», — рассказывает Малика.

Компания Miray Travel Service имеет свое место на рынке. Ее основатель старается создать такую же семейную и дружную атмосферу в команде. Во время туристического

сезона число сотрудников увеличивается. Малика нанимает дополнительных специалистов, при этом поддерживая планку качества. Ведь в работе с клиентами, особенно когда это узкоспециализированные туры для японских гостей, главное — это внимание и индивидуальный подход.

БИЗНЕС, КАК ИГРА

Сфера деятельности компании сегодня вышла за пределы туризма. Компания ведет сотрудничество с японскими компаниями. За это время осуществлены проекты в сфере сельского хозяйства, архитектуры, строи-



тельства, содействие в съемках фильмов.

«Кроме основной деятельности, я стараюсь передавать знания молодому поколению. Делиться особенностями работы гида-переводчика японского языка, — добавляет она. — В будущем хотелось бы открыть учебный центр по изучению японского языка, клуб по интересам (манга) и курсы для гидов-переводчиков японского языка. Я представляю себе такой учебный центр, где будет также соприкосновение с культурой, гастрономией, где есть свое кафе, можно выпить чашку зеленого японского чая, отведать японские сладости».

Занимаясь любимым делом Малика смотрит на бизнес, как на игру. Если в теории суть бизнес-планирования сводится к постановке целей и задач, анализа работы и оценки потенциальной прибыли и рисков компании, то для нашей героини — это

«Японию посещаю часто, в основном это связано с работой. Бизнес встречи, переговоры, светские мероприятия. В этом году, мои японские друзья сказали, как важно знать японских людей изнутри, а для этого не всегда стоит приезжать по бизнесу, и об отдыхе не стоит забывать»

игра. «Я встаю утром и думаю, как сегодня я буду играть, поскольку бизнес — это игра разума, который не знает границ. Чем больше и интереснее наши цели, тем больше возможности и достижения».

Готовя визит для очередного клиента Малика задается вопросом «Какова идеальная программа пребывания японского туриста в Узбекистане?». Учитываются запросы, интересы, физическую подготовку гостя - в итоге, каждая программа получается индивидуальной. Клиентоориентированность очень важна для любого бизнеса, но для туристического — особенно. «Цель моего бизнеса — это удивить и вызвать чувство восхищения у гостя — подарить ему радость, чтобы он хотел вновь и вновь посетить нашу страну» — говорит Малика.

НЕ ЛОВИ, А БРОСАЙ

Формула успеха в жизни для Малики Рустамовой — это умение радоваться каждому мгновению, любить, работать, учиться и передавать знания. «Успех в бизнесе — это не лови, а бросай! Женщины в бизнесе, должны учиться жонглировать, чтобы совмещать семью и работу. Это долгий процесс, где требуется терпение, выдержка», — говорит она.

О КОМПАНИИ:



ЧП Miray Travel Service
Туристическая компания, специализирующаяся на турах в пять стран Центральной Азии: Узбекистан, Туркменистан, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан
Адрес: г. Ташкент, Буюк Ипак Йули, 115А
Телефон: +99894 6193828
Факс: +99871 2686921
Сайт компании: <http://www.travelplaza-centralasia.com>
Facebook: <https://www.facebook.com/mrustamova>
E-mail: info@travelplaza-centralasia.com

ГЛАВНОЕ — ВЕРА

Фарход Расулев имеет собственное виденье бизнеса. Отточенное мастерство думать быстро, действовать решительно, позволяет туристической компании Dolores Travel Group держать свою высоту на рынке Узбекистана уже 20 лет.

НЕОЖИДАННАЯ МЕЧТА

Фарход Расулев мечтал быть международным журналистом. В сферу туризма попал случайно. Будучи школьником 10-11 классов летом подрабатывал в «President's Cup» переводчиком с английского языка в отделах транспортной логистики и GSA. Занимаясь встречами и проходами иностранных гостей, организовывая их досуг, герой определил себе цель в жизни, нашел близкое душе дело.



В бизнес Фархода Расулева пригласил старший брат. Именно он стал наставником и поддержкой. Вместе они прошли долгий путь предпринимательства и творческого планирования. Сейчас бизнес для Фархода — это дело, которым он обожает заниматься.

Большую роль сыграло и обучение на курсах PMP. «Оно значительно помогло мне в теоретических понятиях, а также в построении стратегии. Расширило мое видение бизнеса и поменяло отношение ко многим деталям», — отмечает бизнесмен.

Главным критерием успеха Фарход определяет веру. «Нельзя бояться и нужно верить. Именно вера в себя и в свое дело, помогла достигнуть больших результатов. Как только вы теряете веру, считайте, вы полностью потеряли бизнес», — говорит герой.

ДОСТИЖЕНИЯ — ЭТО БЫСТРОЕ РЕАГИРОВАНИЕ

Основанная в 1998 году компания «Dolores Travel Group» занимается туризмом в Узбекистане и Центральной Азии. Имеет 3 офиса: в Ташкенте, Алматы и Сочи. Ежегодно участвует на Всемирных Туристических Выставках.

Сфера деятельности очень обширна. В работу компании помимо инсентив, VIP туров и организаций бизнес поездок включены также и отдел бронирования отелей (E-Commerce, B2B платформа), визовая поддержка в Узбекистан, и по Центральной Азии, СIP-залы, трансферты, и другие услуги в аэропортах Узбекистана. Компания имеет

собственный автопарк из 25 Автобусов 45 мест, 8 микроавтобусов 12 мест, 20 седанов.

Штат в группе компаний составляет более 130 человек. Это мультиязычные профессиональные менеджеры и гиды на основе «freelance».

«Туризм являлся фактором, способствующим улучшению взаимопонимания между государствами и народами, важным средством укрепления мира и дружбы, активным стимулятором развития внешнеэкономических, торговых и культурных отношений»

О формуле успеха Фарход Расулев говорит так: «Я бы не сказал, что есть, какая-то точная формулировка. Но думаю, что риск, бесстрашие перед кредиторами, а также огромный труд всегда помогали идти вперед. Если более точно сказать, то не всегда в распоряжении есть достаточно времени и приходится действовать быстро».

С трудностями компания сталкивается и справляется каждый год. «Провалы происходят периодически, невозможно развиваться без ошибок. Самое главное — делать во время выводы, и если еще не поздно исправлять промахи. Чем быстрее вы приняли или осознали, что это ваша ошибка, тем скорее не откладывайте ее решение», — отмечает Фарход.

Самым большим прорывом за последний год герой считает значительное улучшение отношения к туристической отрасли со стороны государства.

По факту, в 2017 году, оборот группы компаний превысил 7 млн. USD.

ОНЛАЙН БУДУЩЕЕ

Dolores Group представляет в Узбекистане APG Network, Sixt.

Клиенты компании в основном B2B из более 100 зарубежных организаций.

В этом году мы открыли новое направле-

ние «Аренда машин». Для его развития мы строим планы на 5-10 лет вперед. Фарход Расулев считает, что транспортные услуги будут всегда востребованы, как в виде аренды, так и полноценного обслуживания.

В планах на будущее Фарход Расулев видит дальнейшее развитие туризма онлайн-продаж. А также развитие компании в инфраструктуре отрасли. Чем сильнее вы в своей инфраструктуре, тем сильнее вы на рынке.

В 2019 году планируется запуск новой web-платформы по аналогии booking.com для рынка Узбекистана.

«Нельзя бояться и нужно верить. Именно вера в себя и в свое дело, помогла достигнуть больших результатов. Как только вы теряете веру, считайте, вы полностью потеряли бизнес»

«Туризм являлся фактором, способствующим улучшению взаимопонимания между государствами и народами, важным средством укрепления мира и дружбы, активным стимулятором развития внешнеэкономических, торговых и культурных отношений. Узбекская модель бизнеса отличается от моделей других стран, но это и дает уникальность международного сотрудничества», — говорит Фарход Расулев.

О КОМПАНИИ:



Dolores Travel Group
Туроператор по въездному туризму в Узбекистане и Центральной Азии
Адрес: 104А, Kichik Beshagach Str., Tashkent, 100015, Uzbekistan
Телефон: + 99871 1208883
Факс: + 99871 1208873
Сайт компании: www.doloresttravel.com
Facebook: www.farkhadrasulev.com
E-mail: www.doloresttravel.com

ПРИЗВАНИЕ — МЕНТОР

Михаил Шамшидов — эксперт по туризму делится своим видением и опытом через тренинги, менторство и публичные мероприятия, выступая под авторским брендом «Туризмолог». Он убежден, что для развития в Узбекистане большого туризма нужны, прежде всего, мыслящие и действующие по-новому люди.

ЛИЧНОСТНЫЙ РОСТ

«Для меня бизнес — это дело, непосредственно связанное с развитием личности», — делится Михаил. В течение 18-ти лет профессиональный рост героя связан с индустрией туризма. «Начинал я карьеру в далеком 1998-м в международном отеле, где познал основы корпоративного управления, учился быть исполнителем. Затем работал в небольшой турфирме. Ее владельцем был иностранец, у которого я очень многому научился и который долгие годы оставался моим наставником. Там была полная свобода творчества, но отсутствовала система. Зато, после окончания в 2002 году курса РМР-2, я однозначно понял,



что хочу свое дело, где смогу объединить накопленный опыт, международные стандарты и новые знания», — продолжает Михаил.

В 2003 году он с партнером основал интернет-компанию OgeXSA.com, принимающую иностранных туристов в Узбекистан. А позже, в 2007-м — сервис OTPUSK.UZ, занимающийся отправкой узбекистанцев зарубеж и внутренним туризмом. Обе торговые марки уже многие годы остаются узнаваемыми брендами в сегменте B2C, успешно сочетая инновационный подход и качество обслуживания.

ТРЕНИНГИ И МЕНТОРСТВО

После 13 лет успешного предпринимательства на рынке туризма и продажи своего бизнеса в 2016-м, Михаил активно изучает закономерности стартап-индустрии, иницируя и являясь ментором ряда новых проектов. С 2018 года занимается тем, к чему стремился много лет — открытыми и корпоративными тренингами по стратегии, маркетингу и развитию бизнеса в туризме. Прорабатывает интерактивный учебный курс для ВУЗов, практикуясь через консультирование и менторинг. «Непрерывно развивает и держит эксперта в тонусе работа по созданию качественного контента», — продолжает Михаил. «Через авторский Telegram-канал по турбизнесу @tourismologist и YouTube-канал по маркетингу в туризме #AskMiSha я не просто регулярно делюсь опытом, но и получаю каче-

ственную обратную связь от моих подписчиков, которая помогает мне непрерывно совершенствовать свой образовательный продукт».

Михаил мечтает о том, что Узбекистан войдет в число игроков большого туризма. «Преподавание я начал достаточно недавно, но что точно вижу и во что на 100% верю так это то, что развитию туризма в нашей стране сейчас больше всего нужны кадры. Именно кадры могут быть как катализатором роста, так и основным сдерживающим фактором».

«TRAVEL TECHNOLOGIES»

Не менее важным фактором являются новейшие технологии и IT-решения. Но только там и настолько, насколько это надо — интегрируя «умные» решения с тем, что уже имеется — историей, архитектурным наследием, богатейшей культурой, традициями, природными достопримечательностями. «Как раз сейчас нахожусь в поиске партнеров и инвесторов для вынашиваемого мной tech-проекта в туризме», — делится герой.

ИННОВАЦИОННОЕ ВИДЕНИЕ

За время предпринимательства Михаил занимался изучением методологий как американской (традиционной), так и японской школы менеджмента. Он считает, что внедрение элементов из обоих этих типов управления в Узбекистане вполне возможно. «В двух словах, американская — это много ресурсов и акцент на результативность. Японская — это очень ограниченные ресурсы и акцент на предельную эффективность процессов. Мы, предприниматели, смотрим на вещи с точки зрения возможностей. В этом и вызов позитивного мышления. Поэтому, с самого окончания РМР я занимаюсь изучением того, как привить кай-



дзен в реалиях наших бизнес-организаций и в какой форме? Но при этом, занимаясь малыми улучшениями, целенаправленно стремиться к инновационным прорывам. Однако опираясь на анализ как собственных, так и ошибок других людей, я убежден, что для успешной реализации проектов одних предпосылок в виде ресурсов, какой-либо методологии или даже талантов недостаточно. Необходим сбалансированный микс из инновационных идей, предпринимательского опыта и знания технологий управления проектами. А также сотрудничество предпринимателей разного возраста и гендера. Только в такой среде, где есть молодые люди, которые лучше всего понимают, что сейчас нужно рынку и опытные наставники, помогающие выработать стратегию и выстроить систему эффективного управления, и все на базе таких технологий, как Lean, Agile и Scrum могут создаваться прорывные решения.

О КОМПАНИИ:

Туризмолог - авторский бренд
Михаила Шамшидова
Тренинги, консультации
и менторинг по развитию
бизнеса в туризме
Адрес: г. Ташкент
Телефон: +99893 5003936
Сайт компании: www.shamshidov.com
Facebook:
www.facebook.com/shamshidov
www.linkedin.com/in/michael-shamshidov
E-mail: michael@shamshidov.com



ЭКСПОРТНЫЕ АМБИЦИИ

Акмалхон Олимханов — целеустремленный человек, смог осуществить свою мечту и открыть в Узбекистане первую частную внешнеторговую компанию, которая помогает производителям выйти на зарубежный рынок.

ПУТЬ К МЕЧТЕ

Еще в возрасте 15 лет, когда Акмалхон учился в экономическом лицее, он мечтал работать в Министерстве внешних экономических связей (в то время МВЭС). «Мне всегда нравилось общаться с иностранцами, разговаривать на иностранных языках. После поступления в университет, первым делом пошел на практику в экспортную компанию МВЭС РУз. А после завершения учебы устроился туда специалистом пер-



вой категории и в течение 13 лет постепенно рос по карьерной лестнице и вырос до должности директора по ВЭД». Практический опыт работы с зарубежными компаниями и обучение на курсах РМР стали толчком к открытию собственного дела. «Курсы РМР настолько практические, что уже на первом месяце обучения я принял решение и зарегистрировал первую компанию «Alimkhan Exim Group». А на втором месяце с помощью японских преподавателей разработал дизайн нового инновационного продукта, который мы начали импортировать из-за рубежа. Я выбрал этот путь, потому что получаю удовольствие от работы в сфере экспорта», — рассказывает предприниматель.

МОЛОДЫЕ, НО УСПЕШНЫЕ

ООО «Alimkhan Exim Group» представляет собой первую внешнеторговую компанию, которая занимается экспортом продукции субъектов малого бизнеса Республики Узбекистан. Это экспорт всех отраслей промышленности: текстильная, плодоовощная, продуктовая, товары народного потребления, стройматериалы и другие.

В перечень услуг входит организация всей цепочки экспорта, включая: консультацию по экспорту, помощь в оформлении необходимых документов, решение логистических вопросов, предотгрузочная инспекция, правильная контракция и сертификация, поиск и налаживание со-



трудничества с потенциальными иностранными покупателями за рубежом, разработка бизнес планов по производству экспортной продукции, бизнес-туризм (посещение предприятий экспортеров Узбекистана).

Команда состоит из пяти человек. «Нам всего лишь 2 года и за этот период мы помогли приобрести статус экспортера более 30 предприятиям», — рассказывает Акмалхон Олимханов.

К трудностям бизнеса герой подходит профессионально: «Трудности делают нас умнее», — говорит он. Сталкиваясь с новыми препятствиями, Акмалхон решает их, приобретая опыт. «Бывают и трудности, конечно, потому, что это внешняя торговля. И здесь необходимо учитывать все: специфику зарубежных рынков, документацию, сертификацию и технических регламент страны импортера. Именно в таких ситуациях начи-

«На самом деле, планы грандиозные, но будем осуществлять их постепенно. Хотим создать всю цепочку проектов, которые обучат этапам экспорта новых производителей, и существенно увеличат объем экспорта малого бизнеса Узбекистана. Также планируем запустить экспорт в Японию — это наша цель. В скором времени будем развивать двустороннее торговое сотрудничество между Японией и Узбекистаном»

нающие производители убеждаются, что на первых порах им нужна помощь профессионалов», — делится Акмалхон Олимханов.

Накопленный опыт в государственной компании по организации экспорта пополняется и от наставников, к ним Акмалхон Олимханов обращается за советами. К тому же, своими наставниками герой считает клиентов, которые помогают развиваться в процессе совместного сотрудничества.

ТОЛЬКО ВПЕРЕД

В будущем бизнесмен планирует расширить свою компанию. «Собираемся открыть филиалы в Ферганской долине, Самарканде и Хорезме. Для получения и обработки зарубежных заказов создавать торговые дома в КНР, Казахстане, РФ, ОАЭ, Латвии».

Часто выезжая в командировки, проходя стажировки, Акмалхон Олимханов намерен постепенно «переключать» психологию поставщиков на современные тенденции аутсорсинга.

«На самом деле, планы грандиозные, но будем осуществлять их постепенно. Хотим создать всю цепочку проектов, которые обучат этапам экспорта новых производителей, и существенно увеличат объем экспорта малого бизнеса Узбекистана. Также планируем запустить экспорт в Японию — это наша цель. В скором времени будем развивать двустороннее торговое сотрудничество между Японией и Узбекистаном».

О КОМПАНИИ:



«Alimkhan Exim Group»

Адрес: г. Ташкент, ул. Лабзак, 32а

Телефон: +99871 2005445

Сайт компании: www.alimkhan.uz

Facebook:

<https://www.facebook.com/Akmalkhon.Olimkhan>

E-mail: info@alimkhan.uz

БИЗНЕС КАК СЛУЖЕНИЕ

О Хикмате можно смело сказать, что он всегда стремится быть на шаг впереди своего времени. Начав с развития торговли с Китаем, сегодня его проекты настолько диверсифицированы, что включают уже акселераторы для поддержки молодых предпринимателей. Гибко реагируя на будущие потребности рынка, он основывает инновационные бизнес-направления, где уже сложно сказать то ли тенденции рынка формируют стратегию компании, то ли компания формирует рынок своими инновациями.

ДЕСЯТЬ В ОДНОМ

Сегодня группа компаний HUMO Partners включает в себя 12 проектов в сфере создания экосистемы предпринимательства: Ассоциация международного бизнеса и технологий (АМБИТ), Узбекско-Китайский Торговый Дом, услуги по бизнес-туризму International Business Travel, медиапроект Лаборатория Бизнеса, Лизинговая компания CLG, поставки зарубежного оборудования Western Production Technologies, MediTech, бизнес-центр Techno Plaza, co-working центры Ground Zero, TSM, BATISKAF, Акселератор бизнеса.

«Наряду с международными проектами, мы занимаемся финансированием и деловым туризмом, у нас есть собственный бизнес-центр. Мы открыли уже три коворкинг-центра GroundZero. Помимо этого, мы еще ремонтируем технику, которую продаем. Мы являемся лидирующей компанией, занимающейся поставкой оборудования, технологий из различных стран мира», — говорит Хикмат.



Все 13, на первый взгляд разноплановых, бизнес-направлений на деле выстраиваются в одну цепочку и предлагают спектр бизнес-решений для малого и среднего предпринимательства.

«Есть также некоммерческие инициативы: глобальная сеть предпринимательства, представителями которой в Узбекистане мы являем-ся. Бизнес-ассоциация,

которую мы основали пять лет назад — АМБИТ (Ассоциация международного бизнеса и технологий), проект Лаборатория бизнеса, который занимается популяризацией предпринимательства», — добавляет бизнесмен.

Сегодня АМБИТ и группа компаний Humo Partners работают партнерами в США, Турции, странах ЕС, Израиль, России, Центральной Азии, Индии и других стран. Стратегия развития очень простая. «Мы хотим быть лидерами в каждой позиции группы компаний, то есть если это коворкинг-центры, мы стремимся быть лучшими в этом, но пока мы — единственные. Нам важно создавать бизнесы, которые будут помогать развивать

предпринимательство и экосистему предпринимательства, поднимать на новый уровень нас тоже», — говорит он.

ЕЖЕДНЕВНАЯ РАБОТА НАД СОБОЙ

«Я не верю, что есть конкретная формула успеха. Я не верю в грандиозные проекты, которые сразу падают тебе на голову и ты становишься суперуспешным», — утверждает Хикмат Абдурахманов.

По его словам, успех — это ежедневная работа над собой, это исправление ошибок, это не опускать руки и работать с командой. «Вот когда ты делаешь это с командой, ты делаешь маленькие проекты и потом масштабируешь, создаешь ценность занимаясь тем, что тебе интересно. Вокруг этих факторов и формируется успех», — добавляет предприниматель.

Он считает, что все решения не могут быть правильными. Но всегда важно обсуждать свои планы с командой, уметь слушать команду. «В случае, если что-то идет не по плану, лучше собираться командой и решать вопросы вместе», — говорит Хикмат.

ЖИЗНЬ КАК ПУТЕШЕСТВИЕ

Хикмату Абдурахманову приходилось жить во многих странах: в Великобритании, США, Сингапуре, Китае, поэтому с культурами западных и восточных стран он знаком достаточно хорошо.

«В какой-то степени, наша культура — это микс двух вариантов. Потому что мы всегда находились на перекрестке цивилизаций. У нас большой акцент делается на личные взаимоотношения, понятие ответственности перед людьми, с кем вы делаете бизнес, что очень ценно», — говорит предприниматель.

По его словам, любой молодой человек, который хочет добиться в своей жизни каких-то результатов, обязательно должен иметь наставников. Его первыми наставниками были его родители, а также старшие

братья. «Ментором в западном понимании были больше путешествия, общение с интересными людьми. Я всегда старался быть среди людей, которые были опытнее и успешнее, чем я. Когда ты окружен такими людьми, ты стараешься соответствовать их лучшим качествам», — добавляет он.

СЛУЖЕНИЕ ОБЩЕСТВУ

На протяжении последних пяти лет Хикмат Абдурахманов активно занимается общественной деятельностью в качестве Председателя Ассоциации международного бизнеса и технологий.

Впервые в 2017 году Глобальная Сеть Предпринимательства включила Узбекистан в свои списки, Хикмат Абдурахманов стал страновым директором GEN в Узбекистане.

Своей миссией считает построение крепкого моста между предпринимателями Узбекистана и ведущими зарубежными поставщиками технологий, а также создании прогрессивного делового сообщества в Узбекистане. С мая 2018 года Хикмат также возглавил Общественный Совет при Хокиимияте города Ташкент.

О КОМПАНИИ:



Адрес: г.Ташкент, Яшнабадский р-н, ул.Темур Малика 146

Телефон: +99871 2699339

Сайты компаний:

www.uzchinatrade.uz

www.ibt.uz

www.technoplaza.uz

www.ambit.uz

www.clg.uz

www.groundzero.uz

www.meditech.uz

www.batiskaf.uz

Facebook:

<https://www.facebook.com/HikmatAbdurahmanov>

E-mail: hikmat@ambit.uz

НЕ ИЩИТЕ ФОРМУЛУ УСПЕХА — ДЕЙСТВУЙТЕ!

Ни один прорыв в бизнесе не обходится без людей, зараженных общей идеей, готовых делать больше и лучше, чтобы добиваться лучших результатов.



ПЕРЕМЕНЫ НАЧИНАЮТСЯ С ЛЮДЕЙ

Хорошая идея не гарантирует успех в бизнесе. Чтобы воплотить идею в жизнь вам необходимо решиться и сделать первый шаг. Нужна энергия, которая будет придавать сил для того, чтобы каждый день добиваться маленьких побед. Необходимо собрать в команду людей, готовых делать больше и лучше, чтобы добиваться лучших результатов. А таких людей нужно искать: молодых, талантливых, амбициозных.

Person Hunters предоставляет услуги финансового, управленческого и HR кон-

салтинга, маркетинговых исследований, охраны труда, обучения и оценки персонала.

На сегодняшний день в компании работает около 20 человек, и каждый из них ежедневно вносит частичку себя в общее дело.

У НАС НЕТ КЛИЕНТОВ

Юлия Яковлева: «Я не люблю слово «клиент»! У нас нет клиентов, у нас есть наши партнеры, коллеги: люди и компании, для которых ты каждый день готов делать то, что улучшит их бизнес, что сделает их сильнее и успешнее».



ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Развитие нового проекта Central Asia Employer Brand Award & Summit позволит объединить на одной площадке HR-ров и управленцев со всего региона Центральной Азии, дать новый толчок в развитии сферы управления персоналом и повышению бренда работодателя.

Юлия Яковлева: «Япония с ее отношением к построению системы менеджмента, отношением к людям и работе для меня всегда была очень интересна. Надеюсь, в будущем мы сможем наладить более тесные отношения с японскими компаниями

не только в сфере управления персоналом, но и в области обучения и развития. Я всегда говорила и не перестаю говорить о том, что PMP — это не просто обучение. PMP — это атмосфера и энергетика, которая заражает и дает толчок к действию. Вбирайте эту энергию, аккумулируйте и воплощайте свои мечты, свои идеи!»

О КОМПАНИИ:



ООО «Profi Staff», торговая марка Person Hunters™
HR консалтинг, финансовый и управленческий консалтинг, аутсорсинг, маркетинговые исследования, охрана труда, обучение и оценка персонала
Адрес: г. Ташкент, Мирабадский р-н, просп. Афросиаб, 2
Телефон: +99891 1329666
E-mail: yy@personhunters.com
www.personhunters.com
Facebook:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=1662806841>
<https://www.linkedin.com/company/person-hunters/>

«Япония с ее отношением к построению системы менеджмента, отношением к людям и работе для меня всегда была очень интересна. Надеюсь, в будущем мы сможем наладить более тесные отношения с Японскими компаниями не только в сфере управления персоналом, но и в области обучения и развития»

ПУТЬ К УСПЕХУ

Компания «Master Expert» — ведущее оценочное предприятие на рынке Узбекистана. С 1998 года предлагает своим клиентам высококачественные услуги разработки бизнес-планов и ТЭО, документального сопровождения кредита, оценки имущества, а также бизнес-консультирования.



НЕИЗБЕЖНОСТЬ ПЕРЕМЕН

Еще в далеком 2006 году Ravshan Khalit начал свою профессиональную деятельность в Территориальном Управлении города Ташкент по демополизации и поддержке конкуренции. Работа спорилась и Ravshan продемонстрировал отличные результаты. Однако наступил день, когда ситуации было суждено измениться.

«Однажды мой ментор, первый заместитель управления, посоветовал мне пройти

стажировку в оценочной компании, чтобы ознакомиться с их деятельностью и получить дополнительный опыт. Мне понравился процесс и атмосфера. Затем я начал совмещать работу в хокимияте и в оценочной компании «Бахо сервис». Через год я оставил государственную службу и решил окунуться в мир бизнеса. Так началась моя удивительная история создания и развития оценочной компании», — рассказывает Ravshan.

РАЗВИТИЕ

За 18 лет профессиональной практики Master Expert выполнила более 10000 проектов в сфере инвестиционного проектирования, разработки бизнес-планов и оценки всех видов имущества в различных отраслях экономики Узбекистана. Было совершено более 8000 различного рода оценок и разработано более 2000 бизнес-планов. Наши клиенты получили около 4200 кредитов на развитие бизнеса.

Так фирма Ravshana Khalitkarieva стала крупнейшей оценочно-консалтинговой компанией на рынке оценочных услуг нашей страны. «Общее количество сотрудников в нашем предприятии — 20 человек. У нас в штате больше профессиональных сертифицированных специалистов-оценщиков, чем в какой-либо другой компании, работающей в Узбекистане», — делится предприниматель.

Коллектив компании Master Expert во главе с руководителем постоянно совершенствуется и учится чему-то новому. Внедряют и развивают новые, современные методы менеджмента. «Наша компания, пожалуй, единственная компания в сфере оценки, которая пробует внедрить философию «Кайдзен» в свои бизнес-процессы. Пока это не очень хорошо получается. Но мы понимаем, что мы должны больше стараться», — говорит предприниматель.

ПОЗИЦИЯ НА РЫНКЕ

Компания тесно сотрудничает почти со всеми банками страны. При этом, Master Expert — сегодня ведущий партнер Бюро принудительного исполнения при Генеральной прокуратуре.

Только в Ташкенте насчитывается 95 оценочных компаний, а по Республике их более 200. Итак, конкуренция огромная. Но это не пугало нас.

«Однажды мой ментор — первый заместитель управления, посоветовал мне пройти стажировку в оценочной компании, чтобы ознакомиться с их деятельностью и получить дополнительный опыт. Мне понравился процесс и атмосфера. Затем я начал совмещать работу в хокимияте и в оценочной компании «Бахо сервис». Через год я оставил государственную службу и решил окунуться в мир бизнеса. Так началась моя удивительная история создания и развития оценочной компании»

Правильно выбранная стратегия, правильный менеджмент, правильный подход к клиентам, а главное — понимание и решения их проблем, трудолюбие персонала, высокое качество услуг послужили основой для установления нашей позиции на этом рынке. Установив хорошие, доверительные отношения с банками, мы можем предложить клиентам пакет документов для полу-

чения кредитов. Эта услуга еще не реализована в других компаниях.

«Для меня бизнес — это не только источник доходов, это, в первую очередь, служение обществу. Мы помогаем предпринимателям Республики Узбекистан добиваться высоких финансовых результатов. Каждый сотрудник нашей компании знает, что он, в первую очередь, служит своему обществу», — признается Ravshan.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ТРАДИЦИЯМ

Как и в Германии, Корее, Японии, у нас тоже большая доля семейных бизнес-компаний. Причина в том, что бизнесмены в нашей стране работают в основном с семьей, родителями и братьями. Таких примеров очень много. В нашей стране на данный момент уже подросли представители второго поколения успешных управленцев бизнеса. Поэтому необходимо изучать навыки семейного управления бизнесом. У них и у нас учат детей становиться предпринимателями, когда они еще молодые.

Как у южнокорейцев и Японцев, у нас в начале пути всегда есть усердие и энтузиазм. Предприниматели пытаются испытать себя в разных отраслях, пока не найдут свой путь. Они ведут бизнес не на базе готовой школы, а больше опираясь на национальные традиции и обычаи. Мне кажется, что мы повторяем опыт развитых стран, идем по этому же пути.

О КОМПАНИИ:

ООО «Master Expert»
Оценочно-консалтинговая компания
Адрес: Узбекистан, г. Ташкент, Шайхонтохурский р-н, ул Бунедкор, 6А
Телефон: +99871 2003232
Сайт компании: www.masterexpert.uz
Facebook: <https://www.facebook.com/ravshan.khalit>
E-mail: info@masterexpert.uz



БИЗНЕС ПО-ДРУГОМУ

Группа компаний RANSIF, которой руководит Санжарбек Насирбеков — это многоотраслевая консалтинговая компания, базирующаяся в Ташкенте, которая предоставляет свои услуги в Центральной Азии, на Кавказе, в Афганистане и Монголии.



БИЗНЕС-ВЫЗОВ

Санжар Насирбеков — предприниматель с 15-летним опытом в IT, сооснователь интернет-магазина LaTienda, сервиса для проведения маркетинговых исследований Pollo.uz и других проектов. Он все время участвует в запуске новых проектов, меняет направления своей деятельности и не устает изучать абсолютно новые идеи и возможности. Бизнес для Насирбекова — это, своего рода, вызов. «Начало нового бизнеса или проекта меня всегда вдохновляет. Я стремлюсь достичь поставленных перед собой целей и расширять свои возможности», — говорит он.

На момент поступления на курсы PMP, он уже развивал свои бизнес-проекты около 10 лет. Но после прохождения учебы его

понимание управления бизнесом кардинально изменилось. «Японский менеджмент и другие бизнес-дисциплины позволили мне посмотреть на возможности и перспективы бизнеса по-другому», — добавляет он.

RANSIF консультирует частные компании, государственные учреждения и международные организации по таким темам как: экономическое развитие, информационные технологии и комплексные цифровые решения, стратегическое планирование, сбор данных и аналитика, сельское хозяйство и поставка воды, торговля и транспорт, урбанизация и инфраструктура, энергетика и окружающая среда.

«Мы также проводим учебные курсы для лидеров по вопросам коммуникации, публичных выступлений, переговоров, стратегии и стартапов. Являемся преданной делу и страстной командой профессионалов, которые также владеют английским, французским и немецким языками», — говорит герой.

«Бизнеса без провалов не бывает. После провалов мы получаем ценный опыт, а опыт нужен для достижения результатов»

Компания работает совместно с европейскими партнерами в сфере исследования рынка Узбекистана и консалтинга зарубежных инвесторов. По его словам, он

всегда старается собирать команду, которая превосходит его в том или ином аспекте.

ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ НА РЕЗУЛЬТАТ

Формула успеха Санжарбека Насирбекова — заниматься тем делом, которое интересно. Его не пугают провалы и сложности. «Бизнеса без провалов не бывает. После провалов мы получаем ценный опыт, а опыт нужен для достижения результатов», — говорит Санжарбек.

Сегодня компания активно развивает направления связанные с крипто-валютой и исследованием возможностей в сфере блокчейнов. Санжарбек лично проводит мастер-классы и ознакомительные лекции по этой теме. Он верит, что Узбекистан имеет большой потенциал в развитии «майнинговой» экономики. Недавно созданное Министерство инноваций и отдел по крипто-валюте в Министерстве информационных технологий Узбекистана — явное тому подтверждение.

По мнению Санжарбека, майнинг криптовалюты в Узбекистане привлекателен не только для жителей страны, но и для иностранных предпринимателей, которые бы могли открыть здесь свои фермы. «Узбекистан входит



в тройку стран-лидеров по прибыльности майнинга. Из плюсов: дешевое электричество; дешевый интернет, дешевая арендная плата за помещение», — говорит он.

Конечно, в этой сфере еще много нераскрытого потенциала. Также необходимо развитие законодательной базы. «Я думаю, для нашей страны лучшим решением будет создать собственную крипто-валюту, так ее будет легче контролировать, инкассировать, будет возможность создания собственных узлов и регулировки», — отмечает предприниматель.

О КОМПАНИИ:

Ransif Group
Маркетинговые исследования, консалтинг
Адрес: г. Ташкент, Юнусабад, Янги Шахар 9А
Телефон: +99898 3626800
Сайт компании: <http://www.ransif.com>
Facebook: <https://www.facebook.com/nasirbekov>
E-mail: office@ransif.com



«Японский менеджмент и другие бизнес дисциплины позволили мне посмотреть на возможности и перспективы бизнеса по-другому»

ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ

Компания «Veritas» — молодая, динамично развивающаяся компания, созданная небольшим коллективом инициативных квалифицированных специалистов. Предприятие оказывает услуги в сфере профессиональной оценки и финансового консалтинга.



КОМАНДА ПРОФЕССИОНАЛОВ

С самого начала развития команда во главе с ее руководителем Зухриддином Нигманхановым сделали приоритетом своей деятельности максимально возможное удовлетворение потребностей клиентов. Общий штат сотрудников насчитывает более 60 человек.

Работа с клиентами основывается на индивидуальном подходе и глубоком понимании отраслевой специфики ведения бизнеса. «Мы стремимся к формированию долгосрочных партнерских отношений, создавая наиболее выгодные условия для продуктивного взаимодействия. Команда наших специалистов имеет опыт работы по таким направлениям, как оценка биз-

неса, оценка акций, оценка всех видов активов и имущественного комплекса в целом, переоценка основных средств согласно МСФО (IAS) 16 и по национальным стандартам, оценка эффективности корпоративного управления, аудит по НСБУ, НСАД, и МСА, бухгалтерский учет, формирование и трансформация бухгалтерской отчетности по МСФО, оптимизация системы налогообложения, правового, налогового и управленческого консультирования», — говорит Зухриддин Нигманханов.

«Veritas» развивается по модели лучших международных практик предоставления услуг аудита и консалтинга с учетом потребностей отечественных компаний. В качестве постоянного партнера «HLB Tashkent» «Veritas» не только обеспечивает

международный уровень качества услуг отечественным клиентам, но и предоставляет аудиторско-консалтинговые услуги на международном рынке с вовлечением локальных компаний — членов «HLB International» в разных странах. Также «Veritas» является лидером в сфере оценки бизнеса по национальным и международным стандартам. «Veritas» проводит полную оценку стоимости бизнеса в соответствии с международными стандартами, помогает в достижении целей клиентов и партнеров, содействует улучшению эффективности управления рисками, повышению прозрачности бизнеса, оптимизации налогообложения.



ХОРОШАЯ РЕПУТАЦИЯ — ЗАЛОГ УСПЕХА

Зухриддин Нигманханов утверждает, что он достигает успеха путем оперативного решения поставленных задач, а залогом успеха и процветания ООО «Veritas» является репутация честной и открытой компании, строго придерживающейся высоких эталонов этических норм делового поведения.

На сегодняшний день фирма работает над проектами подготовки финансовой отчетности в соответствии с МСФО для таких предприятий и организаций как: АК «Узбек-

нетгаз», ОАО «Алмалыкский горнометаллургический комбинат», ОАО «Бекабад цемент», ОАО «Узжелдорпасс», АО «Узбекистан почтаси», АО «Узбекистан темир йуллари», ОАО «Бектемирспирт», УзВЧ НХК «Узбекнефтегаз», ОАО «Янгиюльский МаслоЖирКомбинат» и других. Вспомогательные подразделения оказывают смежные услуги по предотгрузочной инспекции груза, подготовленного к перевозке, освидетельствование соответствия груза сопроводительных документов, количества и качества груза, включая упаковку и маркировку, инспекции количества и качества грузов на всех стадиях перевозки и другие виды услуг. Наряду с базовыми видами сервиса предприятие старается предложить клиентам и партнерам комплексные решения стоящих перед ними задач. Именно поэтому «Veritas» постоянно расширяет спектр своих услуг.

О КОМПАНИИ:

ООО «Veritas»
Услуги в сфере профессиональной оценки и финансового консалтинга
Адрес: г. Ташкент, ул. Олой 1
Телефон: +99871 2348328,
+99890 3710000
Сайт компании: www.veritas.uz
E-mail: info@veritas.uz



«Мы стремимся к формированию долгосрочных партнерских отношений, создавая наиболее выгодные условия для продуктивного взаимодействия»

СИЛА. ОПЫТ. ПОТЕНЦИАЛ

Хикматулла Лутфуллаев — сегодня успешный предприниматель в сфере производства обшивочных панелей для потолков и стен, профилей для окон и дверей, а также более 180 видов стеклянной мозаики.



Компания ARTPLAST работает по немецкой технологии, адаптированной под азиатский жаркий климат, используя немецкое оборудование KraussMaffei и сырье европейских производителей Hornschuch, KRONOS, Kleiberit. Немецкие «рецепты», специально разработанные для стран нашего региона и высококачественное сырье, отвечающее мировым стандартам, позволяют ARTPLAST создавать профильные системы высокого качества. Они оптимальны для использования в условиях низких и высоких температур, устойчивы к их перепадам, обладают отличной тепло- и звукоизоляцией, и широкими возможностями в плане дизайна.

БИЗНЕС В УДОВОЛЬСТВИЕ

Желание заниматься своим делом родилось у героя еще в детстве: «Впервые я попробовал еще в школе по банальной причине — понадобились деньги на карманные расходы, я попросил отца купить цветной принтер и печатал на нем визитки и бейджи. Учась в институте, открыл свое рекламное агентство, позже занялся поставками и продажей рекламного оборудования. Но не чувствовал, что реклама и реализация товаров — дело моей жизни. Такое ощущение пришло, когда серьезно занялся производством. Мой отец уста Гайратулла — кандидат технических наук, строитель. Он не только работал по профессии, но и был усто, создавал окна и резные обшивки на потолки из дерева. Я видел результаты его труда и стремился сам делать нечто достойное. И вместе с братом Эркином Насыровым в 2007 году мы учредили ARTPLAST», — рассказывает Хикматулла.

По мнению предпринимателя, бизнес — это не просто работа, а особый образ мышления, благодаря которому предприниматель вкладывает свои силы, опыт, потенциал в реализацию важных и интересных проектов.

Хикматулла Лутфуллаев: «Наблюдать за развитием своего дела, уметь направлять свою энергию в нужное русло и непосредственно участвовать во всех процессах — невероятное удовольствие».

ПЛАНОМЕРНОЕ РАЗВИТИЕ

В начале производство было запущено с минимальной линейкой продукции, а сегодня в активе компании представлен широкий ассортимент панелей ПВХ, профилей разных серий, свыше 180 видов стеклянной мозаики. Налажен экспорт профилей, ПВХ-панелей и мозаики в Казахстан, Кыргызстан, Туркменистан и Таджикистан, ведутся переговоры о регулярных поставках в Афганистан. Эти факты говорят сами за себя: наращиваются мощности и планомерно развивается продуктовая линейка. Команда ARTPLAST насчитывает 190 человек.

Среди клиентов частные и корпоративные заказчики, крупные жилищно-строительные компании: MURAD BUILDINGS, GOLDEN HOUSE, VEK STROY, а также заказчики из ближнего зарубежья. Согласно тактике руководства фирмы, для того, чтобы добиться настоящей лояльности клиентов, нельзя подразделять их на «крупных» и «мелких». Ситуация, когда каждый клиент останется доволен результатами работы нужна для эффективного наращивания клиентской базы.

СИНТЕЗ КАЧЕСТВ И ОПЫТА

Хикматулла Лутфуллаев утверждает, что формулу успеха в бизнесе составляют: «Японское спокойствие умноженное на немецкую точность нейтрализуют свойственную нам эмоциональность. Страхование от провала, если она существует, состоит в том, чтобы сознательно избегать ранее допущенных ошибок. Здесь важно суметь проанализировать негативный опыт и не допустить его повторения».

Бывая в Сингапуре, Китае, Таиланде, Корее и наблюдая за особенностями ведения бизнеса в этих странах, бизнесмен всегда пытается проанализировать, насколько



они применимы к реалиям Узбекистана. «В ситуации, когда условия не соответствуют мировым стандартам, любой позитивный опыт можно адаптировать, и мы стараемся это делать. Внедряем японское эффективное использование рабочего времени, материальных и человеческих ресурсов, осваиваем высокие технологии производства у немецких коллег, перенимаем опыт корейских производителей для улучшения качества продукции и повышения ее эксплуатационных свойств», — делится Хикматулла Лутфуллаев.

О КОМПАНИИ:



ООО «ARTPLAST»

Производство обшивочных панели для потолков и стен, 180+ видов стеклянной мозаики, ПВХ-профилей для окон и дверей по немецкой технологии в широком диапазоне цветовых решений и конфигураций

Адрес: Узбекистан, Ташкент, Шайхонтохурский р-н, ул. Шомахмудова, 128

Телефон: +99871 1407777

Сайт компании: www.artplast.uz

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100006746139763>

E-mail: info@artplast.uz

ТОЛЬКО ЛИДЕРЫ МОГУТ УДИВИТЬ КЛИЕНТА

Дмитрий Кучкаров, благодаря своей любознательности и стремлению к лучшему, не упустил свой шанс. Начав бизнес в 90-х годах с торговли обувью и одеждой на местном рынке, стал основателем крупной инжиниринговой компании в Узбекистане.

СТРЕМЛЕНИЕ ВПЕРЕД

В 2003 году он руководил Узбекско-Американским СП по выпуску гибкой упаковочной пленки и самоклеющейся этикетки. Компания участвовала на полиграфической выставке, получив предложение от агента российского завода «Русская трапеца» продавать упаковочные машины. На тот момент существовала всего одна компания, занимающаяся продажей технологического оборудования для производства и упаковки продуктов питания.

Изучив рынок Дмитрию удалось понять основную ошибку конкурента — это полное отсутствие локального сервиса. Все специалисты, технологи и инженеры приезжали на место монтажа из-за рубежа. Услуги оплачивались в валюте и после завершения контрактных обязательств у местных клиентов часто возникали серьезные проблемы.

Дмитрий Кучкаров начал с набора и обучения инженеров и менеджеров, собрал базу местных технологов и открыл с партнером сервисную компанию ООО «Techno Food Service», которая занималась решением проблем клиентов, облегчив процесс покупки, технического обслуживания оборудования.

На сегодняшний день ООО «Techno Food Service» — компания с богатым опытом имеющая высокие показатели в сфере поставки, монтажа и сервисной поддержки технологического оборудования



для производства и упаковки продуктов питания и напитков в Узбекистане. Благодаря многолетним отношениям с иностранными партнерами из России, Италии, Франции, Германии, Китая и Украины предприятие способно решать задачи, связанные с инжинирингом и поставками оборудования пищевой промышленности.



КОМПАНИЯ С БОГАТЫМ ОПЫТОМ

Благодаря многолетнему опыту в сфере разработки развития производства, проектированию и инновационных решений в области пищевой промышленности компанией реализовано более 500 проектов в Республике Узбекистан, Казахстан, Кыргызстан и Таджикистан. «Techno Food Service» производила монтаж технического оборудования на объектах государственного значения, таких как стадион «Milliy» (30 тысяч посадочных мест), бизнес-центр «Пойтахт».

С 2003 года клиентами компании являются СП «Вим Биль Дан», Агрохолдинг «Агромир», «Makiz», «Tegen», СП «Вкусный хлеб», «Ermak», СП «Интер сок», «Chashma Farm», «Dunie M», «Cendi Gold», «Bonu Shirinklary» и многие другие.

Годовой оборот предприятия составляет в среднем около 4 миллиардов сум. При этом, действуют поставки оборудования по прямым контрактам на суммы от 1 до 2 млн. долларов в год.

БУДУЩЕЕ УЖЕ СЕГОДНЯ

Компания развивается и предлагает инновационные технологии в сфере своей деятельности, активно взаимодей-

ствуя с иностранными специалистами.

В настоящее время Дмитрий Кучкаров руководит тремя компаниями:

- ООО «Techno Food Service» — компания, специализирующаяся на предоставлении инженерных услуг и производстве технологического оборудования для упаковки продуктов питания и напитков.

- «TechnoInterFinans» — поставка, продажа и лизинг оборудования для производства продуктов питания и напитков.

- ЧП «Dmitriy Kuchkarov Project» — консалтинговая компания, занимающаяся инвестиционным консалтингом и проектным управлением для клиентов.

О КОМПАНИИ:

Инжиниринговая компания
 Адрес: г. Ташкент, Яшнабадский р-н, ул. Янгибазар, дом 1
 Телефон: +99871 2897283, сот +998 90 1671314
 Сайт компании: www.tfs.uz, www.delastore.uz, www.project.uz
 Facebook:
<https://www.facebook.com/dmitrii.kuchkarov>
 E-mail: dmitriyk2002@gmail.com

НЕ ТОРОПИТЕСЬ, НАБЕРИТЕСЬ ОПЫТА!

«Случаются разные неудачи, но каждый провал ценен тем, какие выводы ты делаешь. В моем случае провалы служили мне хорошей школой»



БИЗНЕС КАК БОРЬБА ЗА ВЫЖИВАНИЕ

Заниматься бизнесом Игоря Ким заставляла сама жизнь. Во времена, когда экономика страны только формировалась, работы почти не было.

Игорь Ким: «Свой бизнес я начал сразу после университета, в конце 90-х годов. Для меня бизнес начался как процесс борьбы за выживание. В то время, когда я

начинал, не было PMP, не было бизнес-курсов. Каждый из бизнесменов тогда сам искал для себя путь и не было понимания того, что такое бизнес. Уже позже я открыл для себя много новой полезной информации на курсах PMP».

ADVANCED SCREENING TECHNOLOGIES

Бизнес, которым руководит Игорь Ким, представляет собой подобие одной холдинговой компании, включающей в себя различные сферы деятельности.

Будучи соучредителем, Игорь Ким определяет стратегию развития компании «Advanced Screening Technologies».

«Изменения, происходящие в нашей стране, вдохновляют нас на новые начинания. С Японией можно сотрудничать во всех сферах, так как Япония — страна с развитой экономикой. Например, Узбекистан находится в сейсмоактивной зоне, и в области строительства сейсмостойчивых сооружений Япония имеет богатый опыт, за которым, я думаю, можно было бы обратиться»

Здесь клиентура очень разная. Это зависит от специфики каждой из компаний. В сфере технического обслуживания оборудования и инжиниринга клиентами являются в основном предприятия. В сфере ресторанного обслуживания клиенты — население города.



«Свой бизнес я начал сразу после университета, в конце 90-х годов. Для меня бизнес начался как процесс борьбы за выживание. В то время, когда я начинал, не было PMP, не было бизнес-курсов. Каждый из бизнесменов тогда сам искал для себя путь и не было понимания того, что такое бизнес. Уже позже, я открыл для себя много новой полезной информации на курсах PMP»

СТРАТЕГИЯ

В каждой из сфер деятельности «Advanced Screening Technologies» осуществляется определенная система управления, включающая изучение рынка, разработку процедур взаимодействия, координацию основных процессов и планирование стратегии развития.

«Изменения, происходящие в нашей стране, вдохновляют нас на новые начинания. С Японией можно сотрудничать во всех сферах, так как Япония — страна с развитой экономикой. Например, Узбекистан находится в сейсмоактивной зоне, и в области строительства сейсмостойчивых сооружений Япония имеет богатый опыт, за которым, я думаю, можно было бы обратиться», — делится Игорь.

О КОМПАНИИ:



ООО «Advanced Screening Technologies»
Техническое обслуживание оборудования и инжиниринг
Адрес: 100059, Ташкент, Яккасарайский район, ул. Шота Руставели, 138
Телефон: +99871 2501217, моб: +99890 3182630

БИЗНЕС-ПРОЕКТЫ, ОБЪЕДИНЕННЫЕ ЛЮБОВЬЮ К СТРАНЕ

La Tienda — текстильная компания, основанная Бехзодом Умаровым объединяет вокруг себя ряд проектов в направлении текстиля и туризма. LaTienda.uz, Photoset.uz, Promotextile, UzbekistanTshirts, Caravan of Dreams, Voy, Razumboy появились всего лишь в течение года и обрели свое место на рынке Узбекистана.

В ПОИСКАХ СВОЕГО «Я»

Основатель компании Бехзод Умаров проработал на государственной службе почти 15 лет. Любовь к родине, стремление внести вклад в развитие своей страны и укрепление ее международного имиджа, а также поиски самореализации вдохновили Бехзода на открытие своего дела.



«Для меня бизнес — это, прежде всего, возможность самореализоваться. Попробовать найти потребность, иногда даже боль клиентов и постараться ее решить. Каждый продукт должен решать чью-то проблему, должен быть полезен. Иначе проект обречен на провал», — признается Бехзод.

Я считаю, что до сих пор нахожусь в поисках своего «Я». На данный момент запущено 4 проекта, еще 3 на стадии запуска, еще 5-6 зреют в голове. Столько идей, хочется их всех реализовать. Благодарю Аллаха за то, что дает мне силы и надежных партнеров для реализации задуманного. Одному уж точно мне со всем не справиться.

РЫНОК, КОТОРЫЙ НЕ СТОИТ НА МЕСТЕ

У каждого проекта компании есть своя история, своя команда. Все они объединены общей ценностью — любовью к стране и желанием создавать то, что остается надолго.

Развитие интернет-магазина LaTienda.uz повлекло за собой новые направления бизнеса. Работая с ведущими производителями Узбекистана, магазин предлагает одежду для всей семьи. Онлайн-покупки стали и удобством, и приятной новостью для местных жителей, привыкших обязательно примерять, советоваться, испытывать тактильные ощущения для того чтобы сделать выбор. Но

жизнь становится все динамичнее и возможности пойти с членами семьи за покупками становится все меньше. При этом, доверие к текстильной продукции, особенно детской одежде, произведенной в Узбекистана начало расти. Именно в этот момент, когда стала ясна необходимость изменений в потребительском поведении, интернет-магазин LaTienda.uz стал набирать круг своих клиентов. Проект облегчает жизнь не только клиентов, но и бизнеса, создавая дополнительные возможности для дистрибуции и продаж.

Еще одно направление — это собственное производство текстиля для корпоративного сегмента. Promotextile.uz производит промо-одежду: футболки, поло, кепки, фартуки и другой текстиль с нанесением логотипа и использованием корпоративных цветов компании заказчика. На базе данного производства появился новый проект — UzbekistanT-Shirts. Это коллекция патриотических футболок «Узбекистан», созданная совместно с Государственным Комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма для гостей нашей страны. Над дизайном работали талантливые художники, что позволило создать визитную карточку Узбекистана и его творческого потенциала.

Более того, интерес к продвижению страны вылился в создание туристического агентства Caravan of Dreams, которое специализируется на турах по историческим городам Узбекистана.

УКРЕПЛЕНИЕ КОМАНДЫ И ПРИНЦИПЫ KAIZEN

Бехзод Умаров верит в принципы синергии. Его формула успеха — креативность, нестандартность мышления и упорный труд. Именно поэтому он стремится объединять вокруг себя похожих по образу мышления людей и этим же принципом руководствуется в подборе команды.

«Мы поддерживаем активную связь как с выпускниками нашего курса PMP, так и других выпусков. Дружим, встречаемся, весело

«Для меня бизнес — это, прежде всего, возможность самореализоваться. Попробовать найти потребность (иногда даже боль клиентов) и постараться ее решить»

проводим время, обсуждая новые проекты. Признаться, все проекты, над которыми работаю в последнее время, запущены именно при помощи выпускников курсов PMP», — рассказывает Бехзод.

В компании поддерживается дух взаимоподдержки, обучения и постоянной работы над собой. Как в японской философии Kaizen, где непрерывно продолжается поиск идей для оптимизации, улучшения и самосовершенствования.

«Каждый человек, вошедший в мою жизнь, является для меня ментором. У кого-то учусь мудрости, у кого-то терпению, у кого-то навыкам», — отмечает бизнесмен.

Именно постоянное стремление к развитию заставляет основателя компании вкладывать много энергии в своих сотрудников. На данном этапе компания работает над укреплением команды и находится в поиске кадров, которым можно доверить управление существующими проектами. «Это позволит нам идти дальше и запустить новые проекты, реализовывать идеи», — говорит герой.

О КОМПАНИИ:



LaTienda.uz, Photoset.uz, Promotextile, UzbekistanTshirts, Caravan of Dreams, Voy, Razumboy Интернет-магазин, фотостудия, промоодежда, текстильная продукция для туристов, туристическое агентство, интеллектуально-развлекательная игра
Адрес: г. Ташкент, Каракамыш-2/4, 28-5
Телефон: +99893 3977599
Сайты компаний: www.latienda.uz, www.photoset.uz, www.caravanofdreams.tours
Facebook: <https://www.facebook.com/bekhzod.umarov>
E-mail: bekhzod.umarov@gmail.com

СЕМЬЯ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ

Семейный бизнес, основанный Шерзодом Бекназаровым и его супругой Иродой Суюновой, пользуется успехом в Узбекистане. Грамотный подход к управлению и аналитический взгляд на рынок позволили из одного магазина вырасти до крупной компании, завоевать лояльность клиентов и осуществить мечту.



БИЗНЕС С СЕМЕЙНЫМИ ЦЕННОСТЯМИ

Ирода Суюнова работала вместе с мужем в иностранной компании по строительству мукомольных фабрик. Работа была интересная, но заказы были не частые. Тогда супруги задумались об идее бизнеса, который имел бы большой спрос, но при этом максимально долгий «срок годности».

«Мы долго спорили, рассуждали и решили, что бизнес должен быть полезным для всех. Для мужчин, женщин и конечно для наших любимых детей. В итоге мы пришли к мнению, что это будет сеть магазинов одежды. Так родилась наша бизнес-идея. Главной целью стало доставлять

радость всем. Это был 2006 год», — рассказывает Ирода.

Начало было не простым. Изучив все тонкости этого дела, семья приступила к открытию первого магазина «YSK». Неординарное название YASKANAMU магазин получил в честь их дочери Жасмины, которую ласково родные звали «Ясканаму».

КЛИЕНТ БЫЛ УСЛЫШАН

Начали с открытия одного магазина, потом второго. Супругам удалось дорасти до крупной компании. Интригующая маркетинговая кампания при вхождении на рынок позволила вскоре завоевать лояльность клиентов. «Главной ценностью

для команды было предоставить нужный товар в нужное время. При этом по доступной цене. «Магазин — это не просто поставить на полку и продавать, а целое искусство. Мы стали развивать капсульные коллекции, акции, программы лояльности, работать над рекламой, маркетингом и всеми элементами бизнеса», — говорит Ирода.

«Магазин — это не просто поставить на полку и продавать, а целое искусство. Мы стали развивать капсульные коллекции, акции, программы лояльности, работать над рекламой, маркетингом и всеми элементами бизнеса»

«У нас три разные аудитории и три бренда. Развивать один бренд для всех не получилось. Нужен был отдельный подход для каждого. Некоторые потребители считают, что дешево — значит плохо. Есть, наоборот, такие, кому нужно самое лучшее и желательно бесплатно. Есть аудитория, которая ценит свое время, уют и сервис и готовы за это платить. Для каждого из них у нас есть свой бренд», — рассказывает Шерзод Бекназаров.

Сегодня качество одежды «YASKANAMU FUTURE» не уступает продуктам мировых производителей. Доступность цен, широкий ассортимент, профессионально обученный персонал — это главные преимущества компании. А территориальный охват дает шаговую доступность к каждому из магазинов в любой точке города.

Компания «YASKANAMU GROUP» включает в себя 19 семейных магазинов одежды «YSK», магазин мужской одежды премиум класса «Collezione.uz», супермаркет одежды «ALVON». Вся продукция производится на собственном швейном производстве — сердце компании. Слоган компании и ценность, которой она следует — «Качество может быть доступным».

ЗНАНИЯ БЕСЦЕННЫ

Об успехе Шерзод Бекназаров говорит так: «Успех — это блюдо, которое готовится из многих ингредиентов. Невозможно его описать в двух словах. Это анализ потребностей аудитории, постоянная работа над собой, настойчивость, хороший бизнес-климат, равноправные конкурентные условия». Также герой отмечает, что бесценно иметь знания и опыт, стандартные шаблоны не работают, нужно всегда пополнять свои знания и находить новые решения. Компания сталкивалась и с кризисными временами, но Шерзод Бекназаров не падал духом и старался минимизировать потери.

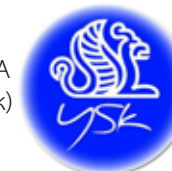
«Я очень рада, что мы выбрали именно это направление для бизнеса, — признается Ирода. — Меня радует, когда наши клиенты при покупке товаров уходят с улыбками».

«Бизнес — это действия, направленные на получение прибыли в рамках закона, и лучшее что бы если в это время вас окружала команда, которая разделяет ваши идеи и стремления», — говорит Шерзод Бекназаров.

Не имея наставников и участь на своих ошибках, предприниматель всегда старался почерпнуть опыт из разных источников. «Мы часто участвуем в семинарах, тренингах, читаем специальную литературу, ищем новые источники информации», — утверждает герой. Серьезную базу дало обучение на РМР. Шерзод Бекназаров сразу же стал использовать полученные знания на практике, и это приносило результаты.

О КОМПАНИИ:

«YASKANAMU GROUP»
Сеть магазинов текстиля
Адрес: г. Ташкент, Чилонзор 6, 54 А
(ориентир – метро Мирзо Улугбек)
Телефон: +99890 9111007
Сайт компании: www.yस्क.uz



БИЗНЕС ВО БЛАГО

Аброр Дадаходжаев в бизнесе уже с 1996 года. Первым шагом было руководство сетью ресторанов. В 1999 году им был открыт Торговый дом Алмалыкского мебельного комбината. Это послужило началом производства корпусной мебели. Все начиналось с малого, но в дальнейшем переросло в крупные международные проекты.

МУЛЬТИЗАДАЧНОСТЬ

Аброру Дадаходжаеву удается успешно руководить двумя совершенно разными предприятиями: ART MEBEL GROUP — производство мебели и Olimxon Global — переработка рисовой шелухи. «Для меня бизнес — это возможность зарабатывать деньги честным путем», — утверждает герой.

Уже с самого детства он познал вкус торговли, когда, будучи еще маленьким мальчиком, узнал о рынке и был осведомлен о ценах на продукты питания.

Сегодня общее количество специалистов, работающих с Аброром насчитывает около 150 человек.

В компании Olimxon Global задействовано примерно 15 человек. Это новый проект, специализирующийся на переработке рисовой шелухи в корм для крупнорогатого скота. Ранее во всем мире рисовая шелуха не использовалась никем как корм для животных, однако, специалисты компании во главе с Аброром Дадаходжаевым смогли найти новый путь ее использования и запатентовали свой уникальный метод работы.



На данном этапе производственный процесс на стадии совершенствования, однако уже есть положительные результаты лабораторных анализов и экспериментов на животных. В скором времени будет построен первый в Узбекистане завод по переработке рисовой шелухи. Второй такой завод планируется построить в Японии.



ЧЕСТНОСТЬ И ПРИНЦИПАЛЬНОСТЬ

По утверждению бизнесмена, формула успеха — это честность, добропорядочность и принципиальность. Эти принципы должны быть основой любого бизнеса. За всю предпринимательскую деятельность Аброра Дадаходжаева провалов было не мало. При этом, он убежден, что неудачи случаются для испытания на прочность и накопления опыта. Ведь отрицательный опыт — это тоже опыт.

ГЛОБАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД

Планов и амбиций очень много. Команда перманентно старается расширить горизонты, найти новых партнеров во внешнем мире. «Мы смотрим на наш бизнес не

только с коммерческой, но и с социальной точки зрения. Ведь сегодня рис в основном выращивается в развивающихся странах, а в мире существует острая нехватка еды для населения и для скота. Мы хотим внести свой вклад в решение этой проблемы. Более того, рисовая шелуха, как отходы, сжигается, а сжигание рисовой шелухи наносит большой вред экологии. Наш проект призван найти достойное ей применение, избегая таким образом сжигания», — рассказывает предприниматель.

Географическое расположение нашей страны уже само по себе диктует нашему обществу различные модели поведения. Узбекистан находится в середине, можно сказать между Европой и Азией.

«Для меня бизнес — это возможность зарабатывать деньги честным путем»

Если говорить о принципах ведения бизнеса, на Востоке и на Западе они очень разные. В Узбекистане же принципы ведения бизнеса имеют много схожих черт с обеими сторонами, у нас это своеобразный синтез.

«Обучение в программе PMP во многом помогло мне. Я открыл для себя много новой полезной информации, но главное — я узнал о действенных методах систематизации бизнеса», — поделился Аброр.

О КОМПАНИИ:

ООО «Olimxon Global»
Разработка и производство кормов из рисовых отходов
Адрес: 100020 Узбекистан, г. Ташкент,
ул. Беруни, Б-1, дом 2, секция 1
Телефон: +99871 249 25 95,
+99897 185 40 43
Сайт компании: www.cbfeed.uz, www.art-mebel.uz
E-mail: tinclik@gmail.com



БИЗНЕС КАК СЕМЬЯ

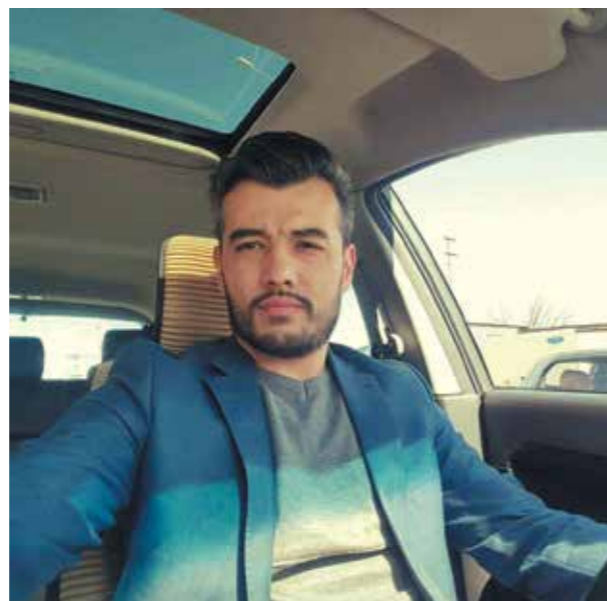
Предприниматель Одил Каримов уважает семейные традиции и с удовольствием продолжает фамильное дело. Для него бизнес — это не работа, это образ жизни. Очень важную роль он уделяет воспитанию молодых кадров. Считает, что нужно передавать свои знания и опыт, постоянно самосовершенствоваться и относиться к провалам с благодарностью.

СЕМЬЯ «WELLWOOD»

Главное правило в жизни Одила — это видеть во всем возможности. Свою компанию он с гордостью называет «ота-касб» (отцовское дело). Основанное в 2001 году отцом семейства — уста — Тохтапулатом — фамильное дело связало жизнь братьев с бизнесом. «Мой папа — дипломированный специалист Ташкентского Политехникума в направлении «мебельное производство. Начинали мы с братьями под руководством отца, на своем участке в махалле «Самарканд Дарвоза», — рассказывает Одил.

Сегодня «WellWood» в широком ассортименте производит качественную мебель различных видов для спален, гостинных, столовых, детских, офисную мебель и другие. Все этапы производства осуществляются на собственной базе имеющегося оборудования и технологий. Безусловно, большое внимание уделяется современным тенденциям и стилю. Осуществляется строгий контроль качества.

Особенностью узбекского бизнеса, по мнению Одила, является высокая клиентоориентированность, которую можно встретить почти во всех видах предпринимательства. «Производители стараются создать наилучшие условия для своих потребителей, изучают их предпочтения, и пытаются максимально оправдывать их ожидания. Это очень похвально», — утверждает бизнесмен.



ДАРИТЬ РАДОСТЬ

Высокая клиентоориентированность отмечается и в бизнесе нашего героя. Слоган Фабрики: «WellWood — конструктор Вашего комфорта!». Приоритетом компании является предоставление клиентам и партнерам удобства, как на этапах оформления сделки, так и при эксплуатации самой продукции. «Клиенты это все, — отмечает Одил. — А в мебельном деле это выражение верно вдвойне. Почти во всех случаях, мебель покупается на радость. Поводами служат: переезд в новый дом, свадьба, или же рождение ребенка. Видеть счастье на лицах наших клиентов ценнее



Формула успеха для Одила очень проста: идея — действие — результат. На сегодняшний день в дружной семье WellWood насчитывается более 100 человек. Годовой оборот компании превышает отметку в 2 млрд. сумов. Но на этом Предприниматель не планирует останавливаться.

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

В ближайших планах компании — оптимизация процессов в трех ключевых составляющих: произ-

водство, операционная система, продажи. А также комплексное развитие лейбла, ряда суб-направлений под брендом WellWood.

Налаживание систем дистрибуции и кредитования, и конечно же, расширение производственных мощностей и пополнение рядов членов семьи WellWood.

«Моя мечта — это построить мегазавод, с наилучшей техникой, налаженными как часы, механизмами. Развитие направления домашнего декора и предметов интерьера», — отмечает Одил. Он надеется на развитие сотрудничества с партнерами из Японии и других стран.

«Клиенты это все, а в мебельном деле это выражение верно вдвойне. Почти во всех случаях, мебель покупается на радость. Поводами служат: переезд в новый дом, свадьба, или же рождение ребенка. Видеть счастье на лицах наших клиентов ценнее всех богатств мира. Получить от них приятные отзывы — лучшая награда».

Будучи соучредителем «Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности Узбекистана», Одил Каримов считает важным вкладывать в обучение кадров. «С первых дней работы, мы уделяем этому вопросу большое внимание. Придерживаясь стратегии долгосрочной перспективы, мы стараемся создать все условия для обучения и развития молодых ребят, кто питает интерес и имеет желание, учиться и развиваться в этой сфере», — говорит он.

О КОМПАНИИ:



ООО «WELLWOOD INC»
Мебель и домашний декор
Адрес: Яккасарайский р-н, ул. Усмана Насыра, 53Б,
БЦ «Rieter» / Яшнабадский р-н, ул. Оханграбо, 3
Телефон: +99871 2538888, +99899 8860888
Сайт компании: <http://wellwood.uz/>
Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000964742066>
E-mail: info@wellwood.uz

СТРЕМИТЬСЯ К ВЫСОКОЙ ЦЕЛИ

Своей целеустремленностью Низомиддин Абдуллаев доказал, что желанием предлагать потребителям товары и услуги только высокого качества, можно добиваться успеха.



ОПЫТ, НАКАПЛИВАЕМЫЙ С РАННЕГО ДЕТСТВА

Низомиддин Абдуллаев — генеральный директор производственного предприятия ООО «O'rta Osiyo Stil». Он искренне желает и стремится оставить свой значительный след в мире бизнеса, к которому он приобщен с детства. Первым шагом была продажа с братом канцелярских товаров в школе. Совмещая свой первый бизнес с учебой в школе, он получил бес-

ценный навык грамотного распределения времени.

Низомиддин Абдуллаев рассказывает о своем первом серьезном шаге в мир бизнеса: «В 20 лет я начал свою предпринимательскую деятельность в строительной компании. Строительство меня очень вдохновило, ведь это как сказка, что за какое-то время на пустом месте появляются красивые здания. Я получал огромное удовольствие, создавая, что-то новое и ценное», — говорит он.

ПУТЬ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ НОВОЙ КОМПАНИИ

Имея 10-летний опыт работы в строительном бизнесе, Низомиддин Абдуллаев решил перейти на новый уровень и вид предпринимательства. Он подчеркивает преимущества, объясняя свой выбор перейти от строительства в производственную отрасль: «В производстве множество факторов, которые зависят от нас, в отличие от строительства где все зависит от заказчика, оплаты, финансирования, погодных условий. В производстве можно планировать и выбирать стратегический путь развития бизнеса. Кроме того, я мог себе позволить уделять больше внимания семье. Наблюдать, как растут дети».

«В 20 лет я начал свою предпринимательскую деятельность в строительной компании. Строительство меня очень вдохновило, ведь это как сказка, что за какое-то время на пустом месте появляются красивые здания. Я получал огромное удовольствие, создавая, что-то новое и ценное»

Таким образом, в 2008 году Низомиддин Абдуллаев со своей командой основал компанию фабрику мебели ООО «O'rta Osiyo Stil» Торговой Марки Eletto™, где выпускается различная продукция с использованием ламинированного ДСП и МДФ, а также искусственного камня и металла. В 2010 году они фокусировались на расширении производства. Одним из крупных заказов стала заявка от Финансового Института. Это был хороший шанс проявить себя и завоевать уважение и доверие клиентов, социально значимый проект.

В 2017 году Низомиддин посетил Японию и заметил одно интересное преимущество японских компаний в сфере реализации мебели: самые крупные фирмы японского рынка предоставляют своим



клиентам комплексные решения, начиная от ремонта и технического оснащения до мебели для одной сферы деятельности.

Бизнесмен перенял японский опыт и на сегодняшний день компания уже начала искать новые предложения для своих клиентов в области оснащения офисов и опыт работы в строительстве помог в предоставлении комплексных решений.

Один из проектов, который изучается для дальнейшей деятельности — это переработка бытовых отходов. Сегодня проект функционирует в масштабе города Ташкент.

«Я думаю сотрудничать с Японией именно в этом направлении. Это будет серьезным шагом в развитии процесса переработки отходов», — делится предприниматель.

О КОМПАНИИ:

ООО «O'rta Osiyo Stil»
Фабрика мебели
Адрес: г. Ташкент, ул. Безакчилик, 14
Телефоны: +99871 1980198, +99895 1701525
E-mail: abdullaev.n.n@gmail.com

ИСТИННЫЕ ЦЕННОСТИ

Ювелирная компания «Romantic Jewelry», основанная в 2008 году, предлагает клиентам широкий ассортимент изделий, который всегда соответствует тенденциям моды, требованиям клиентов и стандартам качества. Основатель компании «Romantic Jewelry» Роман Ни входит в сообщество рукодельцев Узбекистана «Хунарманд Уюшмаси», имеет лицензию на работу с драгоценными металлами и драгоценными камнями, предлагает ювелирные услуги официально. Является членом Торговой Промышленной Палаты РУз, состоит в партии «УзлиДеп» и руководит ППО «Бизнес молодость».

УМЕНИЕ ДЕРЖАТЬ СЛОВО

Бизнес для Романа Ни — это возможность развития. При этом он считает, что в бизнесе развиваться можно, как себя, так и других людей. Для себя он определяет несколько принципов ведения бизнеса: «Чтобы стать успешным предпринимателем, в первую очередь, нужно быть честным, порядочным и всегда держать свое слово», — говорит он.

По натуре Роман — созидатель, поэтому ему хотелось заниматься бизнесом. В 2008 году, после окончания университета, Роман пошел учиться на ювелира.

«Захотелось открыть ювелирное производство, поэтому я учился у ювелира и позже вместе со своим мастером открыли свой первый цех. Мы производили и реализовывали серебряные украшения в Узбекистане



и Казахстане. А также изготавливали украшения из золота и драгоценных камней по индивидуальным заказам», — вспоминает Роман.

Основной штат сотрудников «Romantic Jewelry» — ребята из низких социальных слоев населения, интернатов и детских домов.

Обучить и дать профессию как можно большему количеству ребят, которые не имеют на это возможность — это одна из основных целей, которую преследует компания «Romantic Jewelry».

Следующим этапом в бизнес-жизни Романа стали курсы РМР в 2013-2014 году.

«Я прошел много различных курсов, но хотел поступить и обучиться именно на РМР. Кроме педагогов, я многому научился и от сокурсников», — делится он.



МОТИВАЦИЯ — УЧЕНИКИ

В 2014 году случился переломный момент, после которого Роман начал свой бизнес заново практически с нуля. Конечно, ему нелегко все давалось, но он решил продолжать начатое. Также Роман Ни — очень ответственный человек, который прекрасно понимает, что нужно продолжать работать и развиваться не только ради себя, но и ради своих учеников и сотрудников. У всех свои семьи, дети и, соответственно, их нужно обеспечивать. «В моем бизнесе не особо большие прибыли, но мне нужно работать и развиваться не только ради себя, но и ради моих учеников и сотрудников. Я несу за них ответственность. Мои ученики — это моя мотивация», — говорит предприниматель. Некоторые бывшие ученики Романа Ни уже успешно работают за рубежом и имеют собственный бизнес, а он продолжает своё любимое дело в родном городе.

Его компания специализируется на изготовлении изделий из золота и серебра из каталогов и индивидуального дизайна, а также реставрации ювелирных изделий. Каждое украшение «Romantic Jewelry» проходит проверку на соответствие требованиям

предъявляемым к ювелирной продукции в государственной пробирной палате города Ташкента. «Romantic Jewelry» предлагает своим клиентам большой выбор ювелирных украшений из серебра в ювелирных магазинах города Ташкента по доступным ценам. Эти несомненные преимущества не только выделяют компанию среди конкурентов, но и позволяют сделать покупателям 3 уникальных предложения: гарантию качества и надежности продукции, широкий ассортимент и справедливую цену.

Оборот компании около 60.000 - 70.000 долларов в год.

О КОМПАНИИ:



«Romantic Jewelry»
Ювелирное производство, продажи, услуги
Адрес: г. Ташкент, Паркент-74
Телефон: +99890 3542298
Сайт компании: <http://roman-jewelry.uz/>
Facebook: Roman Ni,
Instagram: intelligent_rj
E-mail: intelligent85@mail.ru

МЫ ДАРИМ ЛЮДЯМ СЧАСТЬЕ!

Формула успеха — это, конечно же, любить свой бизнес, любить своих клиентов, любить своих сотрудников, не думать о трудностях и не забывать, что бизнес должен приносить прибыль.



ПРОДОЛЖАЯ ТРАДИЦИИ

Начиная карьеру в качестве помощника юриста во Франции, Azizjon Nazarov воспользовался своим шансом и на сегодняшний день является учредителем компании Avangardo. Компании, которая занимается реализацией ювелирных изделий из серебра, наручных часов и сувениров.

Мотивом начать бизнес стало то, что мама Azizjona Nazarova, ювелир с 30 летним опытом в сфере ювелирных изделий, в 2008 году по некоторым причинам решила закончить свою деятельность. Azizjon Nazarov решил продолжить дело, превратить его в бизнес. Для этого у него был готовый эксперт с многолетним опытом работы, который хорошо разбирается в ювелирных изделиях, и самое главное ему самому была интересна эта сфера.

ВОСХИЩАЯ ЛЮДЕЙ

Основная цель бренда Avangardo — восхищать людей качественными изделиями и сервисом. Azizjon Nazarov: «Мы не продаем товар, мы создаем сервис, который делает людей счастливее. Видеть восхищенные взгляды клиентов — для меня большая радость».

На данный момент в организации работает около 18 человек, до 2015 года количество сотрудников достигало 40 человек. В процессе оптимизации бизнес-процессов и улучшения бизнес модели количество рабочих мест сократилось до 18. «С 2016 года положение в бизнесе изменилось, управлять делом стало намного труднее. Пришлось работать более рационально: в 2015 году у нас было 20 торговых точек, а с 2016 года мы начали постепенно уменьшать их, потому что управлять 5 магазинами гораздо легче и эффективнее», — делится предприниматель. Результат не заставил себя ждать. Если до 2015 года серебряные изделия были не очень популярны, то потом компания Avangardo смогла убедить людей покупать больше серебра, предоставляя высококачественные ювелирные изделия.

Клиентами компании являются в основном женщины от 18 до 70 лет. Годовой обо-



рот бренда Avangardo составляет, около 2 миллиарда сум в год и это не плохой показатель для ювелирной отрасли.

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Компания уже сотрудничает с брендами Rhythm Japan, Royal Crown, Ion Power и Ника, а также предоставляет покупателям изделия собственного бренда Avangardo. У компании есть сервис-центры, куда клиенты могут обращаться по вопросам ювелирных изделий.

Фирма активно работает над расширением сотрудничества с иностранными брендами, в том числе и с брендами Японии. Как сказал Azizjon Nazarov: «Ближайшие 2-3 года мы планируем начать сотрудничество с двумя интересными брендами, которые ведут деятельность в нашей индустрии, это Accessorize и Swarovski. С япон-

цами мы около 3 лет ведем переговоры на счет бренда Casio, но в данный момент не удалось достигнуть договоренности. Но я думаю, что есть другие интересные бренды, например, Citizen. С 2011 года мы работаем с брендом Rhythm. Я думаю, что в Японии есть много интересных брендов, которые можно было бы импортировать в Узбекистан», — говорит Azizjon Nazarov.

О КОМПАНИИ:

AVANGARDO
Jewellery

ООО «Avangardo»
Ювелирные изделия из серебра, наручные часы, сувениры
Адрес: (торговые точки):
ТРЦ «Самарканд Дарвоза», 1-этаж
ТРЦ «Мега Планет», 1-этаж
ТЦ «Korzinka.uz MERKATO», 1-этаж
ТРЦ «Golden Centre» рядом с метро Новва, 1-этаж
Телефон: +99897 7476996
Сайт компании:
<https://avangardo.uz>
<https://www.facebook.com/avangardo.uz/>
https://www.instagram.com/avangardo_uz/
Facebook:
<https://www.facebook.com/Kottaka>

«Мы не продаем товар, мы создаем сервис, который делает людей счастливее. Видеть восхищенные взгляды клиентов — для меня большая радость»

РЕКЛАМА – ЭТО НЕ ПРОСТО

Диёр Мирзаахмедов — основатель рекламного агентства «Siymo», председатель Ассоциации «Национальный маркетинговый центр» и ежегодного проекта «ADWEEK» считает, что «В бизнесе нет трудностей. В бизнесе есть вызовы и испытания». Креативный подход к задачам и постоянное обновление знаний, уже на протяжении 20 лет помогают предпринимателю вести свое дело в Узбекистане.

ПОМОГАЯ ЛЮДЯМ, СТАНОВИШЬСЯ СЧАСТЛИВЕЕ

«Бизнес для меня — это возможность помогать людям, это то, что доставляет удовольствие», — делится Диёр Мирзаахмедов.

Диёр начал свой бизнес 20 лет назад. Вдохновившись примером опытных предпринимателей, он создал креативное, современное рекламное агентство «Siymo».



Компания «Siymo» работает на рынке рекламы с сентября 1998 года. Основная деятельность связана с изготовлением и размещением наружной рекламы, включая широкоформатную, интерьерную, цифровую и офсетную печать, POS материалы, оперативную 3D визуализацию, изготовление сувенирной продукции, дизайн-макетов всех видов наружной рекламы.

КРЕАТИВНАЯ МНОГОЗАДАЧНОСТЬ

У компании есть собственная производственная база. Это дает возможность качественно выполнять заказы в сроки.

«В рекламном агентстве «Siymo» работают те, кто любит производство наружной рекламы, оперативную полиграфию и сувенирную продукцию», — делится Диёр Мирзаахмедов. Специалисты агентства — менеджеры по продажам, дизайнеры, мастера по производству рекламной продукции, всегда готовы оказать комплексное обслуживание на любой изысканный вкус. Клиенты рекламного агентства ставят качество и сроки выше экономии. «Реклама — это не просто, но мы всегда помогаем решить реальные задачи наших клиентов в реальном времени» — говорят в компании.

За годы развития компания не раз проходила этапы испытаний на прочность. «Преодолев препятствия и проработав



ошибки, всегда повышается самооценка и уверенность в завтрашнем дне. В бизнесе нет трудностей, есть вызовы и испытания на прочность вашей бизнес модели. И, к счастью, на протяжении последних 20 лет, мы крепко стоим на ногах», — отмечает Диёр Мирзаахмедов.

Компания запустила на своем сайте сервис «Siymo online» для консультаций в режиме 24/7. Это позволяет экономить время клиентов, создавая дополнительное удобство. Ведь для заказа нужной рекламной услуги, достаточно оформить ее онлайн или «заполнить корзину» (услуга популярна в онлайн-магазинах). Менеджеры сами связываются с клиентом и консультируют по вопросам выбора оптимального соотношения цены и качества, согласуют сроки выполнения заказа. Для удобства и лучшего сервиса опция работает без выходных.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

«Узбекистан — прекрасная страна для ведения бизнеса с тщательно продуманным расчетом. Внешняя романтичность и простота этой страны держится на процессах, которые организуют достаточно умные люди. «Узбекский бизнес» —

это смешанная с глубокими традициями, неутомимая предприимчивость в рамках национальных законов», — отмечает Диёр Мирзаахмедов.

Основанная на данном менталитете стратегия развития рекламного агентства «Siymo» заключается в надежности для партнеров и постоянном повышении своих возможностей. Дальнейшие планы достаточно обширны. К ним относится развитие Ассоциации «Национальный маркетинговый центр», а также успешное проведение ежегодной «Недели маркетинга и рекламы ADWEEK» и еще очень много новых интересных проектов.

О КОМПАНИИ:

SIYMO⁹⁸

Рекламное агентство «Siymo»
 Адрес: г. Ташкент, ул. Камаша, 36
 Телефон: +999871 1201002, +999871 1201012
 Сайт компании:
www.siymo.uz, www.nmc.uz, www.adweek.uz
info@siymo.uz
 Facebook:
<https://www.facebook.com/mirzadiyor>
 E-mail: intelligent22.11.1985@gmail.com

БИЗНЕС – ЭТО СВОБОДА

Учредитель медиа-холдинга Unique Present Арсен Длянчев считает, что бизнес для него — это, прежде всего, свобода. Ему удалось собрать вокруг себя команду единомышленников, главная цель которых — сделать жизнь окружающих людей ярче и счастливее, даря самые позитивные впечатления.

ДЕЛАТЬ ЖИЗНЬ ЯРЧЕ

Компания Unique Present была основана в 2012 году и сегодня многие знают эту команду, как креативных организаторов праздников, тимбилдингов, корпоративных мероприятий, масштабных общественных событий, создателей медиа и рекламных продуктов. Постоянные



клиенты точно знают — в Unique Present можно обратиться с любым вопросом: от заказа оригинального подарка любимым и организации частного юбилея до приезда бизнес-гуру для тренинга на сотни участников. За 7 лет работы на рынке Узбекистана холдинг организовал более 2 000 мероприятий, в том числе для более 200 компаний. Число же зарубежных проектов уже превысило 300. Именно они, а точнее подразделение холдинга BetheChangeGroup, организовали первые в Узбекистане тренинги международных бизнес-тренеров как Брайан Трейси, Игорь Манн, Джон Кинг и других.

ЛИЧНЫЙ ПУТЬ

Формула успеха Арсена Длянчева: «Иди и дорога появится». В свое время известный КВН-щик (командная игра), оратор и ведущий, Арсен — настоящий оппортунист и учит своих сотрудников также не бояться трудностей, не говорить, что что-то не умеют. Ведь попробовав, можно научиться. «Я не знаю ни одного успешного человека, у которого не было бы провалов. Провалы были, бывало и самое дно, когда денег на еду не было, но приходилось что-то делать. Выводы из этих провалов очень простые: Не зазнавайся! Благодарите Бога за то, что имеете! Если хочешь, чтобы дело процветало — контролируйте!», — утверждает герой.



«Мы стремимся стать компанией «номер один» в сфере event-организации. Если завтра в Узбекистане будут проводиться Олимпийские игры, должна быть только одна компания, которая будет в состоянии это сделать. Мы очень надеемся, что это будем мы. Вот такого масштаба мероприятия мы хотели бы организовать», — говорит Арсен.

НЕ ЗАРАБАТЫВАЕТ ТОЛЬКО ЛЕНТЯЙ

По словам Арсена, предприимчивость — это особенная изюминка узбекских бизнесменов. «Японский предприниматель прочтет как написано в правилах и сделает — у него все получится. Узбекский предприниматель даже если не прочитает, но все равно попробует, и у многих получается успех. Если не получится, уже будет искать варианты», —

«Мы были в разных странах, изучали опыт многих компаний, в том числе таких как Google, Facebook. У каждой из них есть своя изюминка»

делится Длянчев. «Мы были в разных странах, изучали опыт многих компаний, в том числе таких как Google, Facebook. У каждой из них есть своя изюминка». За последние два года в Узбекистане сделано невероятное. Не зарабатывает только лентяй, причем все законно. Все мои друзья активизировались, что-то предпринимают, начинают новые стартапы», — делится Арсен. По его мнению, сегодня самое время чтобы инвестировать в Узбекистан, находить новых партнеров и развивать сотрудничество. В Узбекистане создается огромное количество

возможностей. Он уверен, что здесь есть все для того, чтобы создавать и развивать бизнес.

«За последние два года в Узбекистане сделано невероятное. Не зарабатывает только лентяй, причем все законно. Все мои друзья активизировались, что-то предпринимают, начинают новые стартапы»

О КОМПАНИИ:



Медиа холдинг «Unique Present»
Организация мероприятий любого уровня и масштаба
Адрес: г. Ташкент, Юнусабадский р-н, ул. Кургон, 3-проезд, дом 3
Телефон: +99890 3703407; +99878 1508484
Сайт компании: ups.uz, ars.uz
Facebook:
<https://www.facebook.com/ArsenDlyanchev>.
live?ref=br_rs
E-mail: ceo@upc.uz

ПОДАРКИ, ЗА КОТОРЫЕ ГОВОРЯТ СПАСИБО

Когда в 2007 году Хасан и Хусан Мамасаидовы создали компанию «Dekos» на рынке Узбекистана, предложений в сегменте бизнес-подарков практически не было. Сегодня компания предлагает более 500 разновидностей промо-продукции, оригинальных корпоративных сувениров, наград. Компания выполняет все виды нанесения элементов фирменного стиля на промпродукцию.

БИЗНЕС-ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

Семейный бизнес впервые начинался в 1997 году с участием родителей и четырех братьев. А на сегодняшний день появилось около 10 направлений и более 350 сотрудников. Каждый из братьев возглавляет отдельную компанию.

«Dekos» является частью группы компаний. Все направления группы — это лидирующие игроки рынка в своих сегментах. «Office Market» — самый первый в Узбекистане изготовитель пригласительных и открыток на любой случай, «Print Uz» —



типография полного цикла, сеть канцелярских магазинов Deli, Kanstik, Kansler. Есть даже направления по поставке бумаги, строительству, дистрибуции, лизингу», — говорит Хасан Мамасаидов.

В каждом подразделении ведется постоянное изучение потребительского поведения — «consumer behavior». В корпоративном сегменте одна стратегия обслуживания, в розничном — другая, в дилерском — третья. «Важно понимать поведение разных клиентов и укреплять их лояльность», — добавляет он. На данном этапе, например, «Dekos» отказалась от B2C для того, чтобы фокусироваться на B2B клиентах. Это привело к увеличению объема продаж. Годовой оборот компании с каждым годом растет.

Бизнес для Хасана и Хусана Мамасаидовых — предназначение, возможность реализовать себя. Мы получаем удовольствие от процесса достижения поставленных целей», — говорят они.

ФАКТОР КРАХА

«В любом бизнесе есть фактор успеха и фактор краха», — считают братья. И оба этих фактора важны для развития. «Провалы в бизнесе были, есть и будут. Каждый провал мы анализируем и постоянно делаем выводы, чтобы предупредить следующий провал такого рода! Самые большие

провалы, которые нам очень дорого обошлись — это кредитные обязательства в иностранной валюте. Они заставили нас кардинально изменить стратегию развития. Это было моим фактором краха!», — говорит Хасан Мамасаидов.

Ближайшие планы компании — внедрить корпоративный менеджмент, автоматизировать бизнес и настроить бизнес-процессы так, чтобы рост компании не зависел от учредителя или от руководителя. Это позволит создать возможность легкого и удобного масштабирования.

СЕМЬ РАЗ ОТМЕРЬ, ОДИН РАЗ ОТРЕЖЬ

Стремление к знаниям и постоянное общение с практиками бизнеса, позволяет братьям постоянно улучшать себя. Почти каждый умный собеседник для них — ментор. При этом, они и сами не устают делиться знаниями и опытом со всеми, кому это интересно.

«Все направления группы — это лидирующие игроки рынка в своих сегментах. «Office Market» — самый первый в Узбекистане изготовитель пригласительных и открыток на любой случай, «Print Uz» — типография полного цикла, сеть канцелярских магазинов Deli, Kanstik, Kansler. Есть даже направления по поставке бумаги, строительству, дистрибуции, лизингу»

Хасан и Хусан Мамасаидовы — также известные бизнес-спикеры. Они регулярно выступают перед студентами, молодыми предпринимателями, делятся опытом на корпоративных тренингах по всей стране. Уже больше года они инициируют поездки известных предпринимателей в регионы в рамках программы Союза молодежи, проводят тренинги и вдохновляющие мастер-классы для поддержки будущих бизнесменов.



В 2018 году братья стали авторами программы «М-ФАКТОР», которая регулярно выходит в эфир на Национальном телевидении. Они приглашают известных бизнесменов на откровенный разговор о факторах успеха, проблемах, взлетах и падениях. «Передача выполняет функцию того же ментора. Потому, что каждый новый спикер помогает нам найти ответы на ключевые вопросы бизнеса», — говорят они.

«Узбекский бизнес находится на этапе хаотичного роста и развития, а не систематического подхода к управлению. Японский метод управления бизнесом отличается устойчивостью», — считает Хасан Мамасаидов.

По его словам, японский подход даже отличается от европейских и западных подходов к бизнесу тем, что японцы очень долго изучают вопрос, стратегически все взвешивают и потом принимают решения, делая по принципу «семь раз отмерь, один раз отрежь».

О КОМПАНИИ:

DEKOS

Корпоративные подарки и сувениры Dekos (ЧП «DEKOS GROUP»)

Адрес: г. Ташкент, ул. Мирабадская, 41/4

Телефон: +99871 1290066, +99893 5506688

Сайт компании: <https://dekos.uz/>

Facebook:

<https://www.facebook.com/hasan.mamasaidov>

E-mail: hasan5555@mail.ru; hmamasaidov@gmail.com

СОЗДАВАТЬ КРАСОТУ

Цветочная Мастерская Bloom — это онлайн магазин, который отличает активный маркетинг в социальных сетях Facebook, Instagram, а также в мессенджере Telegram. В ассортименте магазина букеты и композиции из живых цветов любой сложности, цветочные композиции в коробках и корзинах, свадебные букеты, композиции для оформления столов. А еще клиенты могут заказать доставку подарков: коробки шоколадных конфет, корзины с фруктами, воздушные шары, мягкие игрушки, скретч-плакаты.

ЦВЕТОЧНЫЙ БИЗНЕС, ИЗМЕНИВШИЙ ЖИЗНЬ

Идея начать цветочный бизнес родилась задолго до поступления на РМР. Александра Воробьева 12 лет проработала переводчиком в иностранных представительствах, но уже тогда ей хотелось чего-то большего. После окончания программы профессионального менеджмента в 2016 году, у нее появилась четкая цель открыть цветочный магазин и найти особенную нишу. Александре хотелось создавать красоту и при этом удобство для клиентов.

Наша героиня записалась на курсы «Азбука Флористики» у известного ташкентского флориста Рубена Саакяна, основателя Дома цветов Goodveen. «Затем, благодаря моим друзьям, партнерам, которые по-



верили в меня и инвестировали в мой проект, мне повезло практиковаться в одном из знаменитых салонов Алматы Henri Vopar», — говорит Александра.

ОФФЛАЙН-ПУТЬ ОНЛАЙН-МАГАЗИНА

Когда Александра запускала проект, у нее было ясное видение будущего бизнеса. Она не отступала перед трудностями. «Сразу после открытия на меня свалилось множество вопросов, о которых я даже не

подозревала. Но со временем все вопросы решались, мы становились все более узнаваемыми», — делится она.

«Сейчас мы продолжаем работать как онлайн-магазин, но в планах на ближайшее будущее открыть салон цветов. Конечно, онлайн-заказы очень удобны, но статистика показывает, что пока далеко не все готовы довериться виртуальному выбору и предпочитают покупать цветы и подарки в магазине».

Для Александры собственное дело — это возможность раскрыться. Это самореализация и удовольствие — видеть плоды своего дела, которое уже стало смыслом жизни. Это как раз тот случай, когда любимое хобби стало работой.

ФОРМУЛА УСПЕХА

Внимательный и индивидуальный подход очень важен для сотрудников Bloom. «Заказы мы принимаем через социальные сети, либо по телефону. Мы обговариваем все условия заказа, перед доставкой отправляем фото готового букета вместе со всеми дополнительными подарками. Если заказчик доволен, мы делаем доставку. В

«Заказы мы принимаем через социальные сети, либо по телефону. Мы обговариваем все условия заказа, перед доставкой отправляем фото готового букета вместе со всеми дополнительными подарками. Если заказчик доволен, мы делаем доставку. В случае, когда доставка осуществляется не самому заказчику, а непосредственно получателю, то мы отправляем заказчику фото с получателем с момента доставки. В качестве дополнительной ценности мы предлагаем бесплатную открытку. Доставка по столице у нас бесплатная. Все для удобства клиентов»



случае, когда доставка осуществляется не самому заказчику, а непосредственно получателю, то мы отправляем заказчику фото с получателем с момента доставки. В качестве дополнительной ценности предлагаем бесплатную открытку. Доставка по столице у нас бесплатная. Все для удобства клиентов», — делится Александра.

В планах на ближайшее будущее открыть салон цветов, но при этом не отказываться от интернет-магазина, потому что будущее за онлайн-продажами.

О КОМПАНИИ:

Bloom
Цветочная Мастерская, онлайн-доставка цветов
Адрес: г. Ташкент, Чиланзарский р-н,
ул. Мукимий, 15а
Телефон: +99898 8573737
Сайт компании:
www.t.me/bloomuz
www.facebook.com/bloom.uz
www.t.me/bloomuz
E-mail: aleksusup@gmail.com



ВОЛШЕБСТВО СВОИМИ РУКАМИ

Нодира Вахидова характеризует себя как творческую личность. Сегодня ее творчество проявляется в управлении цветочным бутиком Fiori, еще совсем недавно ее знали как со-учредителя сети магазинов «Мясная находка». В прошлом она также участвовала в создании ряда успешных софтверных продуктов как «БЭМ» и «Автотест». Чем бы она ни занималась, во всем стремится к инновациям и делает свои проекты с большой любовью.

ЯПОНСКОЕ ВДОХНОВЕНИЕ

Цветочный ритейл увлек Нодиру Вахидову в 2016 году. «Эта работа и красивая, и сложная. Цветы — это скоропортящийся товар. Без списания не обойтись. Не скрою, что в проекте Fiori только к концу первого года мы начали выходить хоть на какой-то плюс. Если вы хотите чего-то добиться, то вы никогда не должны сдаваться и всегда продолжать учиться», — делится Нодира.

После обучения на РМР Нодира поняла, что больше не сможет оставаться наемным сотрудником. «Когда ты управленец, у тебя есть четкие цели, ты пытаешься все систематизировать, — говорит Нодира. — Когда ты предприниматель, ты больше думаешь о перспективе, потенциале, видишь то, что будет через 3-5 лет. Если ты этого не видишь, то, скорее всего, это не совсем твое. Предприниматель больше визионер. А управленец — упорядочивает и налаживает».

Япония, как родина флористики, в какой-то мере стала вдохновением для Нодеры, в ее новом бизнесе. Страна, в которой цветы и умение составлять из них изысканные композиции - икебаны считаются неотъемлемой частью культуры. Много веков назад в Киото буддийские монахи научились «оживлять цветы», создавая из них и прочих природных материалов удивительные композиции.



«Флорист должен знать многое, — утверждает Нодира. — Ботанику, искусствоведение, латынь, живопись, историю искусства, колористику, фотографию, маркетинг, рекламу и когда вы узнаете это все, то только тогда станете конкурентоспособны», — утверждает героиня.

КОМПОНЕНТ УСПЕХА

Именно стремление Нодеры к постоянному самосовершенствованию, любовь к учебе, открытию всего нового, позволило ей достичь успеха в очередном бизнес-проекте.

«Сейчас, когда трудности преодолены, цветы — это творчество, которое приносит удовольствие, самореализацию и главное — когда видишь результат своего труда, когда видишь радость в глазах человека, получившего в подарок букет, созданный специально для него — это и есть лучшая награда!», — рассказывает Нодира. — А еще приятно видеть, как преобразуется окружающее пространство, когда оформляешь цветами интерьер или мероприятие. Буквально на глазах все становится на свои места, приобретает законченный вид, правильную атмосферу, гармонию, благодаря цветам и верно подобранным элементам декора. Эта профессия уникальна по своей сути, ибо позволяет человеку одновременно и в полной мере проявить свою любовь к творчеству, любовь к природе и любовь к людям».

Не останавливаясь на достигнутом, Нодира сегодня работает над новым проектом. Пока детали проекта хранятся в секрете, но выбрано направление косметики. «Я давно и искренне восхищаюсь предпринимателем Зафаром Хашимовым. Он является для меня не только учителем, но и примером для подражания. Его профессиональные качества по ведению бизнеса, убеждению людей, его скромность — многому стоит у него учиться».

«Успех — это не цель жизни. На определенном этапе, когда задачи поставлены и выполнены, их можно засчитать как успех, но они открывают следующий уровень, и человек возвращается к постановке и выполнению новых задач. Мудрость, на мой взгляд, состоит в том, чтобы в погоне за успехом не упустить саму жизнь»

Совместно с Зафаром Хашимовым Нодира Вахидова работает над проектом нового бизнеса. «Проект, над которым мы работаем, направлен на женщин и детей. Проанализировав рынок, я знаю, что в Японии есть хорошие косметические компании. Товары для детей также могут порадовать своими новинками в технологиях», — делится героиня. Нодира выступает в проекте в качестве топ-менеджера и, хотя здесь она не владелица бизнеса, для нее это колоссальная возможность учиться у одного из ведущих бизнесменов Узбекистана.

«Успех — это не цель жизни. На определенном этапе, когда задачи поставлены и выполнены, их можно засчитать как успех, но они открывают следующий уровень, и человек возвращается к постановке и выполнению новых задач. Мудрость, на мой взгляд, состоит в том, чтобы в погоне за успехом не упустить саму жизнь», — говорит Нодира.

О КОМПАНИИ:

«Fiori flower boutique»
Цветочный бутик
Адрес: ул. Тараса Шевченко 24,
г. Ташкент
Телефон: +99891 1924020,
+99890 9203322
Сайт компании: <https://fiori.uz/>
Facebook:
<https://www.facebook.com/nodira.vakhidova>



КРАСОТА ДЛЯ ВСЕХ

Sweet Moments в переводе с английского означает «сладкие моменты». Компания стала первой в Узбекистане представившей технологию «шугаринг» — использование в косметологии сахарной пасты для депиляции. Надежда Тарева основала компанию в 2014 году, но деятельность в этом направлении началась намного раньше.



ХОББИ СТАВШЕЕ БИЗНЕСОМ

В начале — это было хобби. С 2011 года участвуя на выставках, Надежда заметила, что ее продукция, хотя и новая для рынка, пользуется хорошим спросом. Радость и благодарные отзывы клиентов подтолкнули ее к созданию полноценного бизнеса. «Предпринимательская жилка у меня проявилась еще в старших классах школы. Мне очень нравилось изобретать, продавать, приносить пользу», — рассказывает героиня.

В дальнейшем важным толчком стало обучение по программе РМР. «Я постоянно обучалась и обучаюсь по сей день, — рассказывает героиня. — Это дает возможность нашей продукции быть актуальной и востребованной на рынке Узбекистана».

МОМЕНТЫ КРАСОТЫ

Официально компания «Sweet Moments» была открыта в 2014 году. Почти год до этого Надежда разрабатывала стратегию и бизнес-план, экспериментировала с рецептурой продукции, чтобы вывести идеальную формулу, разрабатывала технологический процесс производства.

Сегодня «Sweet Moments» — это уже узнаваемый бренд, производящий профессиональную сахарную пасту для шугаринга. Продукт разработан с учетом физиологических особенностей кожи потребителей различного возраста, пола. Под индивидуальные характеристики каждого клиента подобрать состав позволяет широкая линейка типов продукта.

Компания, в которой уже работают 20 человек, постоянно участвует на международных выставках, что позволяет налаживать сотрудничество с иностранными партнерами. Качество, экологичность продукции и стабильность поставок позволяют расширять рынки и охват клиентов в том числе в сегменте B2B.

ПЕРЕДАВАЯ ОПЫТ

Надежда Тарева постоянно стремится к саморазвитию, любит изучать опыт успешных людей. «Мои самые любимые авторы — это Брайан Трейси, Роберт Киосаки, Роберт Аллан. Для меня важно, чтобы наставник сам был гармоничный и успешный во всем: в бизнесе, семье, развивался как личность, был открытым и помогал людям», — рассказывает она. Любовь к обучению, подтолкнула ее создать первую в Узбекистане школу шугаринга. Это новое направление деятельности компании, позволяющее развивать индустрию в целом.

Школа шугаринга ежегодно проводит обучающие программы и готовит к выпуску специалистов по сахарной депиляции. Обучение построено по европейским традициям: царит дружеская, непринужденная обстановка. Получая знания и практический опыт, готовые мастера всегда имеют возможность получить поддержку от своих наставников. Стоит отметить, что сами ученики определяют, когда окончить практику и работать самостоятельно.

ИННОВАЦИИ

Делясь опытом предпринимательской деятельности, героиня отмечает, что не нужно бояться открывать свое дело и масштабировать деятельность. «Тем более, если вы занимаетесь любимым делом, и оно хорошо получается», — подчеркивает Надежда. Вдохновляет героиню японская философия



«Кайдзен». «Она оказалась очень эффективной в моем бизнесе. Мне также понравилось отношение японцев к сотрудникам, где в компании все как одна семья и люди почти десятилетиями работают на одном месте. У нас менталитет и видение бизнеса отличается в этом плане, но идея мне понравилась, и я стараюсь ее использовать на практике».

Планы на будущее компании грандиозны, главное не останавливаться перед препятствиями и двигаться целям. «Планируем расширяться, экспортировать продукцию за рубеж, а также проводить семинары и вдохновлять людей открывать свое дело», — делится Надежда Тарева.

О КОМПАНИИ:

Sweet Moments
beauty woman

ЧП Sweet Moments.
Производство косметической продукции, первый производитель профессиональной пасты для депиляции в Узбекистане
Адрес: Миробадский р-н, Алтынкуль, 6а-29
Телефон: +99890 3458874
Сайт компании: Sweet-moments.uz
Facebook:
<https://www.facebook.com/nadejda.tareva>
E-mail: Tnv87@yandex.ru

«Я постоянно обучалась и обучаюсь по сей день. Это дает возможность нашей продукции быть актуальной и востребованной на рынке Узбекистана»

БИЗНЕС – ЭТО РЕАЛИЗАЦИЯ ВСЕХ СВОИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Надо иметь цель и идти к ней, не сдаваясь. А самое главное — это знания, применяемые на практике. Знания новых технологий, изучение разнообразных моделей бизнеса и подходов, огромное желание изменить жизнь к лучшему - развивает как самого человека, так и бизнес.



Вот уже 25 лет компания «Beta» успешно работает на рынке Узбекистана. А начиналось все с того, что отец Лейлы Таласовой, Бедер Таласов, как инженер, начал свой бизнес в производстве медицинских приспособлений для травматологии. Через 5 лет, в 1999 году, к нему присоединилась Лейла, имеющая небольшой опыт в сфере коммерции. В те годы рынок Узбекистана находился на начальном этапе своего становления.

«Начав с продажи аксессуаров для компьютеров, мы вскоре заметили потребность небольших и больших компаний в канцтоварах и бумаге, а еще больше — в грамотном подходе. Решили заняться продажей канцтоваров».

И с тех пор «BETA» реализует продажи в оптовом и корпоративном сегменте комплексного обеспечения офисов и распространения школьной продукции в торговых точках Узбекистана.

«Мы являемся ведущим предприятием в предоставлении канцтоваров и бумаги как государственным, так и частным компаниям. Нас знают, нас уважают, нам доверяют, а некоторые даже и любят»



ГЛАВНАЯ ЦЕННОСТЬ КОМПАНИИ – ЕЕ КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ

С 1999 года в компании существует клиентская база. На сегодняшний день она насчитывает уже несколько тысяч организаций.

«Мы являемся ведущим предприятием в предоставлении канцтоваров и бумаги как государственным, так и частным компаниям. Нас знают, нас уважают, нам доверяют, а некоторые даже и любят», — делится Лейла.

За свою некороткую историю компании «BETA» также приходилось переживать и трудные времена. Однако ее основатели смогли преодолеть все трудности, сделать нужные выводы и с уверенностью двигаться дальше.

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Компания «BETA» продолжит заниматься поставкой качественных товаров, а также планирует развивать розничные продажи на новом уровне обслуживания. Лейла Таласова уже ведет переговоры и с японскими производителями для того, чтобы предложить нашему покупателю качественный продукт.



О КОМПАНИИ:

ООО «BETA»
Оптовая торговля
канцелярскими товарами,
комплексное обеспечение
офисов
Адрес: Узбекистан, г. Ташкент, ул. Каримова, 17
Телефон: +99878 1223333
Сайт компании: Beta.uz
E-mail: leyla@beta.u



ВО БЛАГО СТРАНЫ

Равшан Абдуганиев активно развивает три бизнес-направления в Узбекистане. На сегодняшний день он видит большой потенциал в сфере Rent-a-car — аренда автомобилей для туристов. Его основная миссия в бизнесе — гармонично развиваться и вносить вклад в реализацию приоритетов страны.



БИЗНЕС КАК РЕБЕНОК

Равшан Абдуганиев начал свой первый бизнес в 2011 году. Тогда он вложил средства в компанию по производству видео, но участвовал как пассивный инвестор, не вникал в суть бизнеса. Параллельно он работал наемным сотрудником. В 2014 году Равшан получил первый большой заказ и ушел с работы, решив полностью посвятить себя бизнесу.

«По правде сказать, на тот момент мне уже стало скучно на работе. К этому времени я прошел путь с обычного менеджера до начальника отдела и дальше я не видел для себя роста», — говорит он.

Равшан смотрит на бизнес как на маленького ребенка, за которым нужен постоянный уход.

«Бизнес для меня — это как ребенок, которого надо поставить на ноги, воспитать, дать образование и дальше просто наслаждаться результатом», — добавляет он.



ДЕЛАЙ ТО, ЧТО УМЕЕШЬ!

В начале 2018 года у его компании было 16 автомобилей, на сегодняшний день — 54 авто, к концу года в планах увеличить автопарк до 100 автомобилей и открыть филиалы по всей стране.

Формула успеха Равшана Абдуганиева: «Делай то, что ты умеешь. Если у меня есть предложение по новому бизнесу, но я не специалист или мало осведомлен о нем, я не берусь за него».

Все направления бизнеса Равшана Абдуганиева имеют одну общую цель — работать во благо государства.

RENT-A-CAR, ВИДЕОПРОДАКШН И УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

На сегодняшний день бизнес Равшана Абдуганиева имеет несколько различных направлений: видеопродакшн, детский учебный центр и прокат автомобилей. Компанию, специализирующуюся на прокате автомобилей, он основал вместе со своим братом Шохрухом Абдуганиевым в 2013 году.

«Я активно занимаюсь прокатом автомобилей, потому что эта деятельность мне интересна. Мы с братом решили объединить усилия для дальнейшего развития этого направления, так как видим потенциал и перспективу развития».

«Сам я на сегодняшний день активно занимаюсь прокатом авто, потому что данное направление очень меня заинтересовало, мы с братом приняли решение объединить наши силы в дальнейшем развитии этого бизнеса так как мы оба видим в этом огромный потенциал»

«Делай, то что ты умеешь. Если у меня есть предложение по новому бизнесу, но я не специалист или мало осведомлен о нем, я не берусь за него»

О КОМПАНИИ:

ООО «SoftLife»
Транспортные услуги,
прокат автомобилей
Адрес: проспект Амира
Тимура, 15
Телефон: +99897 1550555,
+99890 3560056
Сайт компании:
rentcar.uz
<https://www.facebook.com/rentcar.uz/>
E-mail: digitalarea@mail.ru



«ЗЕЛЕНОЕ» МЫШЛЕНИЕ

Шерзод Каттаходжаев недавно назначен на государственную должность. С августа 2018 года он является заместителем Управляющего государственной унитарной компании по утилизации отходов «Махсустрэнс». Работу он начал с организации «мозгового центра» для обсуждения идей и улучшения имиджа компании, а также определения видения дальнейшего развития компании. Совместно с ГРП (группой реализации проекта) Азиатского Банка развития старается сделать систему сбора и утилизации отходов понятной и простой.



ЗАБОТА ОБ ЭКОЛОГИИ

С юношеских лет Шерзод активно занимался спортом. Прыжки с парашюта, катание на лыжах, постоянные поездки на экскурсии, в музеи-заповедники помогли увидеть всю красоту природы и желание сохранить ее. Наверное именно эти уроки повлияли на выбор профессии. Развивая коммерческие проекты

в сфере инжиниринга и строительства, он создал клуб по альтернативной энергетике и посвящал много времени именно этой общественной деятельности. В период активных реформ в Узбекистане в 2017 году ему предложили войти в состав управления нового АО «Национальной Энергосберегающей Компании». Проработав заместителем директора компании, он вскоре пошел дальше и возглавил национальную компанию по управлению отходами «Махсустрэнс».

«Меня всегда интересовали «чистые», «зеленые» технологии, борьба с загрязнением воды, воздуха, восстановление земель. Производство энергии из возобновляемых источников: солнечная энергия, биотопливо, смягчение последствий изменения климата, снижение вредных выбросов в атмосферу, повышение эффективности использования топлива, а также энергоэффективность в зданиях и осветительных приборах», — говорит Шерзод.

Фактически «зеленые» технологии охватывают все сферы экономики — энергетику, промышленность, транспорт, строительство, сельское хозяйство. В настоящее время они внедряются в цепочку деятельности компаний, включая, помимо производства, потребление, менеджмент и методы организации производства.

СВОЙ ПУТЬ

Вступив на должность руководителя «Махсустрэнс», Шерзод Каттаходжаев поставил цель обеспечить экономическую устойчивость предприятия и внедрить инновации по защите экологии.

Как человек идейный, Шерзод искал направление, которое принесет пользу не только ему, но и окружающим людям, животным и природе. «Я хотел смотреть шире расчетов, которые предлагают экономисты, хотел смотреть дальше законов, что так пристально учитывают юристы. Познавая этот мир, хотелось помочь ему. Выбрав свой путь, идти по нему до конца», — делится Шерзод.



СОТРУДНИЧЕСТВО С ЯПОНИЕЙ

Закончив обучение на PMP, Шерзод начал глобально задумываться о внесении вклада в экологические и экономические проблемы Узбекистана.

«Мы пьем воду, дышим воздухом, выращиваем в земле продукты питания. Люди вырубают деревья для своих потребностей, уничтожают места обитания животных, забывая о том, что это рано или поздно повлияет на качество нашей жизни. Мы загрязняем озера и моря, не

понимая, что наносим вред самим себе. Мы — часть природы и должны понимать, что охранять ее и не дать ей погибнуть — это не дань моде, это просто необходимость.

Мы заинтересованы современной технологией биогаза в Японии, это является новым направлением также в совместном сотрудничестве по сортировке мусора, дальнейшей переработке и более экологической утилизации отходов. Не только, Узбекистану, но и другим странам нужно перенимать опыт друг у друга», — утверждает Шерзод.

«Мы заинтересованы в современной технологии биогаза в Японии, это является новым направлением. Также, заинтересованы в совместном сотрудничестве по сортировке мусора, дальнейшей переработке и более экологической утилизации отходов. Не только Узбекистану, но и другим странам нужно перенимать опыт друг у друга»

О КОМПАНИИ:

ГУП «Махсустрэнс»
Государственная унитарная компания
по утилизации отходов
Адрес: г. Ташкент, Учтепинский р-н,
промзона, Бекабад
Телефон: +99871 2470670; +99871 2470211
Сайт компании: <http://maxsustrans.uz/home>
Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000802205802>
E-mail: maxsustrans@inbox.uz



50 ИСТОРИЙ УСПЕХА

Издание подготовлено по заказу Узбекско-Японского Центра (УЖС)
при поддержке Японского Агентства Международного
Сотрудничества (JICA)

Авторские права принадлежат Узбекско-Японскому Центру.

Все права защищены. Никакая часть данного издания не может
быть воспроизведена в какой-то ни было форме без письменного
разрешения владельцев авторских прав.

По вопросам использования материалов данного издания просим
обращаться по адресу:

100084, Ташкент, ул. Амира Темура, 107-Б, Международный Бизнес-
Центр, 6-этаж

Тел: (99871) 120-73-94/95, 235-13-28, 234-50-68

E-mail: infomail@ujc.uz

Руководитель проекта:

Динара Дултаева

Координатор проекта:

Татьяна Хасамитдинова, Нигора Жамолова

Редактор:

Юлдуз Латипаева

Дизайн и верстка:

Ольга Силенко

Над проектом работали:

*Маргарита Сергеева, Акбар Хидиров,
Лола Рахманбаева, Елена Донцова*

Издание подготовлено к печати
ИД Dinara&Co.
www.dinara.co

Печать офсетная. Формат А4.
112 стр. Тираж 500 шт.

Republic of Uzbekistan

**Japan International Coopera-
tion Agency
(JICA)**

**Project for Capacity Development of Business
Persons and Networking
through Uzbekistan-Japan Center
for Human Resource Development**

Needs Survey Report

September 2016

PADECO Co., Ltd.

Contents

1. Needs Survey	1
2. Survey Findings.....	5
2.1 Sector Study Results	5
2.2 Trained Human Resource Requirements of PMP Graduates.....	22
3. Recommendations for UJC Training Program	28
4. Conclusions.....	30
5. Sector Wide Study	31

Appendices

Appendix 1	Report on Economic Situation and SMEs in Uzbekistan
Appendix 2	HRM Needs of the Food Industry
Appendix 3	HRM Needs for Textile Industry
Appendix 4	HRM Needs for Stationery and Printing Companies
Appendix 5	HRM Needs Survey for the Furniture Industry
Appendix 6	Overview of the HRM Needs for the Industry of Construction Materials in Uzbekistan
Appendix 7	HRM Needs for Restaurant Industry
Appendix 8	HRM Needs Survey for Retail and Wholesale Business
Appendix 9	HRM Needs for Tourism Sector
Appendix 10	ICT Sector
Appendix 11	HRM Needs for Agribusiness Industries in Uzbekistan
Appendix 12	HRM Needs for the Healthcare and Pharmaceuticals
Appendix 13	HRM Needs for Household Chemical Goods Industry
Appendix 14	HRM Needs for Leather and Shoe Industry in Uzbekistan
Appendix 15	HRM Needs of the Electrical Appliances Industry
Appendix 16	HRM Needs of the Financial Sector
Appendix 17	HRM Needs for Renewal Energy Sector
Appendix 18	Overview of HR Needs in the Light Industry
Appendix 19	Logistics in Uzbekistan
Appendix 20	Regional Survey

Abbreviations and Acronyms

ADB	Asia Development Bank
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumers
BC	Business Course
BDS	Business Development Service
Bln	Billion
CAREC	Central Asia Regional Economic Cooperation
CBU	The Central Bank of Uzbekistan
CIS	Commonwealth of Independent States
CPI	Consumer Price Index
CRM	Client Relation Management
DTF	the distance to frontier
ECA	Europe and Central Asia
FAE	Field Application Engineer
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FDI	Foreign Direct Investment
FIEZ	Free Industrial and Economic Zone
FRD	Fund for Reconstruction and Development
GDP	Gross Domestic Product
GMP	Good Manufacturing Practice
GNP	Gross National product
GOU	Government of Uzbekistan
HR	Human Resources
HRM	Human Resource Management
HTML	Hyper Text Markup Language
ICT	Information and Communication Technology
ISO	International Organization for Standardization
ITU	International Telecommunication Union
JICA	Japan International Cooperation Agency
JSC	Joint Stock Company
JSICB	Joint Stock International Commercial Bank
kWt	Kilowatt

MFI	Micro finance Institutions
NC	National Company
NGO	Non-Governmental Organizations
NPL	the nonperforming loan
OECD	Organization of Economic Co-operation and Development
PMP	Professional Management Program
PR	Public Relations
PSA	Production Sharing Agreement
RHC	Rural Health Clinics
S&M	Sales and Marketing
SC	Special Course
SIM	Subscriber Identity Module
SIZ	special industrial zone
SJSC	State Joint Stock Company
SME	Small and Medium Enterprise
SoHo	Small office, home office users.
SQL	Structured Query Language
SWOT	Strength- Weakness-Opportunities -Threat
TRACECA	The Transport Corridor Europe–Caucasus–Asia
TRIMS	Trade-Related Investment Measures
TVET	Technical Vocational Education and Training
UJC	Uzbekistan Japan Center
UN	United Nations
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USD	United States Dollar
UZS	Uzbekistan Som
VAT	Value Added Taxation
WTO	World Trade Organization

Table

Table 1: Sectors Studied Overview	2
Table 2: Furniture Sector Overview	7
Table 3: HR Needs in Tourism Sector	10
Table 4: HR Needs in Pharmaceutical Sector	11
Table 5: HR Needs in Financial Sector	13
Table 6: HR Skills by Associations	18
Table 7: Course Programs by Associations	21
Table 8: PMP Graduates Distribution by Sectors	22
Table 9: PMP graduates Distribution by Position	23
Table 10: PMP graduates Distribution by Job Functions	23
Table 11: Survey respondents Distribution by Position	23
Table 12: Survey respondents Distribution by Job Functions	23
Table 13: Proposed Course Subjects	24
Table 14: External Consultants	24
Table 15: PMP and SC Respondents Distribution by Position	24
Table 16: Suggested SC Courses	25
Table 17: Suggested Courses by Category	25
Table 18: HR Needs in Regions	27
Table 19: Sector Wide Study	31

Figure

Figure 1: Map of Regions	26
--------------------------------	----

1. Needs Survey

(1) Introduction

The present study researched the state of small and medium-sized enterprises (SMEs) and their human resource development needs across industries, occupations, and professions. The findings and conclusions derived from this study are intended to serve as a foundation for updates to the business course program of UJC.

1) Purpose

The current Technical Assistance project aims to promote business skills that can contribute to the development of SMEs and industrial diversification in Uzbekistan. In pursuing this objective, the study explored a demand for trained business personnel and analyzed the macroeconomic situation, economic structure and its dynamics, as well as the state of human resource management. It was conducted by examining the literature and in-depth field studies that included surveys and interviews. The data gathered through this process is meant to guide UJC in updating and revising their current approaches to designing and planning of the training programs (in the short term – for the coming year and in the long term– forth next five-year project period) so as to make their programs more relevant to the needs of the businesses in Uzbekistan.

Study Objectives:

- a) Understand the macroeconomic trends and the challenges faced by small and medium-sized enterprises in various industries by examining the available qualitative and quantitative data,
- b) Identify human resource and skill requirements of SMEs across industries, occupations, and professions,
- c) Identify the specific training courses that meet the current needs of the PMP-program graduates,
- d) Collect suggestions and recommendations on updating the business course curriculum of UJC.

2) Specific Features:

- a) The study used sector resource persons, consultants, and experienced and knowledgeable business owners and managers from among the graduates of the PMP program, those who are well aware of the problems present in the study-covered sectors, to confirm the SME issues identified by examining the available qualitative and quantitative information, so under the coordination of the selected UJC BC staff members as part of their training.
- b) The study included a regional research component to determine what training subjects are in demand in the regions of Uzbekistan.
- c) The study had extensive industry coverage and explored the state of affairs and demand for specific trained human resources in 17 different sectors.

The study focused on several representative sectors that were selected in the beginning based on a few simple criteria and existing understanding of the economic situation. These criteria are as follows:

- No domination of heavy industries and public enterprises;
- No deficit in resources;
- No domination of micro-enterprises, such as small woodcraft shops, handicraft shops or individual artisans;
- Export-oriented industries as a whole;

- Industries in which the PMP-program graduates are active;
- Focused on domestic market with prospects for export development.

Initially, the candidate sectors were shortlisted through discussions with the resource persons, and subsequently, as the survey progressed and information was collected by the resource persons, their list was supplemented and finalized to include 17 sectors. The trained human resource requirements of the businesses in these 17 sectors were then studied through questionnaire and interview-based survey.

Hypothetical Needs of Businesses for Consultants

The study also addressed the assumptions regarding the needs of the businesses for external specialists and consultants; this exercise was performed through discussions with the resource persons.

- Investment and Loan Appraiser
- Production Improvement Consultant (KAIZEN in Japanese)
- Export promotion agent
- ICT Usage Strategist
- Advertisement and Promotion Agent

3) Study Particulars

- Study Duration:
The main part of the survey was conducted over the period from January to April 2016.
- Study Scope:
 - Survey questionnaires were distributed to a total of 1,300 PMP-program graduates.
 - The number of the companies surveyed is shown in the table below; on average, 50 companies answered the survey questionnaire within each individual sector, and 5 companies in every sector were thoroughly interviewed.
 - The study covers 17 sectors (industries).

Table 1: Sectors Studied Overview

No.	Sector	No. of Companies (statistics)	Definition by Classification
S1	Food Processing	9750	Confectionery, vegetables and food processing, dairy products, food packaging, meat packing, oil and fat industry
S2	Textile	2000	
S3	Stationary and Printing	340	Stationary goods and materials
S4	Furniture	1100	
S5	Construction Materials	5000	Construction and building materials, including bricks, concrete products, and interior finishing materials
S6	Catering and Restaurants	10576	
S7	Retail and Wholesale	53676	Trade
S8	Tourism	1175	Inbound and outbound tourism
S9	ICT Business	N/A	ISP services, mobile communication services, software development, IT outsourcing
S10	Agribusiness	N/A	Agricultural machines, fertilizers, seeds, and associated business lines serving

			the agricultural sector
S11	Pharmaceutical	6000	Export pharmaceutical products, their production and registration, biologically active additives
S12	Chemical	394	Household chemicals: detergent and toiletries
S13	Leather and Shoes	100	
S14	Electrical Appliances	43	
S15	Financial Sector	110	Banking, leasing and insurance
S16	Renewal Energy	10	
S17	Logistics	N/A	

3. Study Methodology

In accordance with its objectives, the study addressed essentially two questions: 1) trained human resource needs in different sectors, and 2) human resource and skill requirements of the PMP-program graduates. This was approached as follows.

1) Needs for Trained Human Resources in Sectors

a) Sector-wide Study:

- The overall macroeconomic environment (industrial policies, fiscal policies (taxation, foreign exchange controls), and SME policies and promotion programs in Uzbekistan) was examined by collecting the available information.
- The available qualitative and quantitative information was collected and reviewed to explore macroeconomic trends and identify the challenges faced by small and medium-sized enterprises in various industries.
- The resource persons and experts with extensive relevant background were consulted to identify obstacles impeding the growth of the selected industries, with the growth issues so identified meant to serve as inputs into planning of the UJC training offerings.
- The study examined problems associated with the internal and external business environment and used the resulting data as inputs in the SWOT analysis to identify critical success factors for sustainable growth of the selected industries.

b) Study of Human Resource Needs in Sectors

About 50 companies were surveyed by questionnaires in each of the selected sectors to identify the specific needs they have for trained human resources (across business lines, occupations, and professions), both internal and external, and their preferences for training course contents. This was followed up by in-depth interviews with 5 companies in each sector to further explore and confirm the survey produced findings.

2) Human Resource and Skill Requirements of PMP-program Graduates

a) This component of the study used a survey to investigate what training courses should be implemented to address the needs of the graduates. The survey was organized around the following categories:

- Additional or specialized subjects for the PMP program,
- Preferred future SC-course subjects,
- Preferred knowledge and expertise for transfer from Japan,
- Specialized professional/specialist services the graduates need to support their company growth.

b) Confirmation Survey among PMP-program Graduates

Feedback was gathered from the graduates through a confirmation survey regarding the suggested updates to the training program content with a particular focus on the content of the Specialized Courses.

3) Regional Courses

The regional component of the study investigated the problems of SMEs and their needs for trained human resources mainly through interviews with relevant organizations (governmental and nongovernmental) in each city and through review of secondary information and statistical data in the literature and government publications. The study covered the following cities: Fergana, Andijan, Namangan, Bukhara, Samarkand, Urgench, Nukus, Navoi, Namangan and Karshi (8 large and 2 more cities).

4) Implications for UJC Program

Through analysis of the study findings, revisions have been suggested to the structure of the UJC training program, and they include, inter alia, a possible expansion of the special courses (SC) and implementation of new forms of training offerings, particularly corporate training offerings.

2. Survey Findings

This section presents the study findings in the following order:

- a) Sector Study Results and Implications
- b) Study of Human Resource Requirements of PMP Graduates
- c) Regional Study

2.1 Sector Study Results

- General Economic Situation and State of SMEs

Owing to the favorable macroeconomic situation and government support of SMEs, all sectors have been performing well in the last five years, and given that the economic growth rates of above 8% since 2010 are mainly attributed to the growth of SMEs, they are expected to make a greater contribution to the economic development in the coming years.

The clear evidence of progressive changes in the economy of Uzbekistan is in the growth of small business and entrepreneurship. In 2015 the share of SME's in the GDP reached 56% compare to 31% in 2000. Today small enterprises account for 32% of total manufactured goods, almost 100% of services, 26% of exports, and 71% of jobs. This shows that small business plays great role in sustainable development of Uzbek economy, creating jobs and ensuring well-being of population.

Considering the above, the further emphasis by the Government on the development of SMEs and the private sector seems inevitable. At the same time, despite the fact that the economic crisis caused by the recent economic difficulties in the Russian Federation has slowed down the economic growth in some sectors of Uzbekistan, e.g. construction materials, most industries have still demonstrated sustainable growth. This phenomenal growth leads to foresee a future of export-led development, although it will be subject to overcoming a number of challenges, the major one of which is foreign exchange controls that hinder import of capital goods and raw materials. Nevertheless, the technical modernization is happening on the back of the project-based investments by the Government and individual initiatives of private businesses. The study also identified several other challenges, such as access to finance and markets and capacity development of the SME regulatory framework, that require Government interventions to overcome.

- Sector Study Findings

The following summary findings for the study-covered industries provide an overview of the current situation in these industries, development trends, prevailing problems, and the human resource and skill requirements in these industries based on the industry reports provided in the appendices hereto. The problems were studied using a number of tools and through discussions with the resource persons and consultants, who have also helped throw light on the issues affecting the growth and development of the industries.

S1	Food Processing
----	-----------------

	With more than 9,750 companies, including 1,313 companies in the processing of fruits and vegetables, 1,493 in the processing of dairy and meat products, 108 in oil and fat, 1,137 in confectionery business, and 5,709 companies in other miscellaneous business lines (beer, nonalcoholic drinks, etc.), The food processing sector is one of the most dynamically developing industries of the economy. It benefits from rich local sources of raw materials and the vast local market. However, despite its huge capacity, 80% of the businesses are at the initial stage of development.
--	--

	There are certain conditions such as competent management, replacement of outdated
--	--

technologies with modern equipment, improvements in processes, trained and qualified people capable of making decisions, and government support, which, if met, will lead to rapid development of the food processing industry. It will also help the businesses in this sector increase their chances of success in overseas markets.

The most demanded in the sector are process engineers who could lead the development of new products and implement the right processes. However, as most of the businesses in the food industry are small and medium-sized enterprises and most often these are family businesses, the function of the process engineer together with that of sales are usually carried out by the owner who is often unwilling or can't afford to employ full-time or hire a part-time process engineer. The resulting limited capability takes a toll on product innovation and slows down the growth.

The above points to a need for state program of trainings and seminars in the food industry to cover process engineering, development and marketing of new products, sales and positioning, and others.

S2 Textile

The textile sector is considered a promising segment of the light industry of Uzbekistan. Being the largest in the light industry, the textile sector has been demonstrating steady growth in the last decade, mainly fueled by foreign direct investment projects and facilitated by the abundance of basic raw materials in the local market. The efforts of attracting foreign investment and promoting domestic manufactures in overseas markets are led by the key organization in the light industry – national corporation JSCO'zbekyengilsanoat.

The Government support aims to encourage local production and to increase the value added in the country, so as to transform the industry from exports of raw materials to exports of finished goods and from a market of imported goods to the market dominated by domestic products (these days, most apparels imported from China, Turkey and other countries). The businesses in the industry recognize the importance of quality, and as a result most of them are targeting higher quality product segments. They market themselves in the three main markets: local open air markets, branded retail shops, and overseas markets.

The businesses are willing to invest in personnel training and trained personnel. The most wanted among the textile companies are executives with operations and strategic management skills and competent mid-level managers. To accommodate these needs, trainings are suggested to include two phases, with the **first phase** aimed at executives and directors. In the beginning, executive course in Strategic Management is important that might also include trainings in operations management, finance and accounting (geared to help them identify low performing areas), Internet marketing and/or sales. Following the Strategic Management course, it will be the job of such executives to identify mid-level management training needs and pick trainings for middle managers accordingly. The following trainings are suggested for the **second phase**:

- Marketing
 - Brand Development
 - Internet-based Brand Marketing
 - Marketing Overseas
 - Sales
 - Sales Management
 - Internet Sales/E-commerce
 - Export
-

- Finance and Accounting
 - Elimination of Wastes for Increased Efficiency
- Production
 - Operations Management for Optimized and Efficient Operations
 - Kaizen
 - Cases Studies of Japanese Textile Businesses. Textile Business Promotion Methods for Developing Countries.

S3 Stationary and Printing

Though there is always demand for stationery as stationery goods are required in any office, company, school or any other organization, few businesses want to be players in this market, and this has little to do with parallel import or illegal sales putting pressure on pricing policies, as was occasionally mentioned during the interviews. The best competitive performance comes down to human resources and skills. Few wholesale businesses realize how educated and trained personnel are important for customer service and satisfaction. Therefore, the stationery sales businesses are wants in good sales people and marketing managers. The printing companies need sales managers, printing masters, digital printer operators, designer-coders, print production engineers, though as in case of the stationery business, 45% of the respondents among the printing businesses mentioned that they focus on sales and marketing.

S4 Furniture

The furniture makers offer a comprehensive range of products in different price categories that cater to the needs of consumers across all levels of income. The wide selection of furniture in the market comes from the fact that a great portion of it is made in Uzbekistan. The opportunities this industry offers to the businesses are simple tax regulations and rapid development of construction industry, while the poor quality of imported raw materials threatens their ability to meet the customer requirements. Below is a summary of the findings.

Table 2: Furniture Sector Overview

Core Structures	Case furniture, metal furniture, woodworks, cushioned furniture
Production Volume	Increased tenfold over 10 years from 28.1 billion sums to 392.1 billion sums.
Product Exports	Country overall USD2.53 million in 2013, including USD2.02 million from Tashkent Country overall USD2.70 million in 2014, including USD1.34 million from Tashkent
Investments in Tashkent	2013 – 10.67 billion Sums 2014 – 59.92 billion Sums
Major Sector Strengths	- Customer orientation - Wide selection of raw materials - Low labour costs - Regular renewal of materials and upgrade of equipment
Sector Weaknesses	- Imported raw materials - Lack of skills and competencies - Low profit margins
Trained Human Resource Needs	High demand formed-level managers
Need for External Experts	High demand for: - Promotion and Advertisement Consultants

	- Quality Improvement and Production Safety Consultants
--	---

The growing demand for furniture in the local market creates a need for more investments in the sector and for new technologies, engineering solutions and clearly defined actions. One option would be to increase the number of joint ventures with foreign capital to stimulate the growth of quality and to increase export capacities; companies also need to increase consumer awareness of their brands and customer recognition of local makers, first and foremost, through improving their competitiveness.

The furniture begins with engineering, and its fabrication, transport, and assembly must follow certain rules, and all this takes qualified people such as engineers, designers, and constructors. To cope with the rapid increase and to take advantage of the export opportunities, the furniture businesses are strengthening their human resources across all of the above said professions. In particular, the demand is high for people trained in operations management, sales and marketing, and product development. The findings point to a dire need in the furniture industry for professionals in production management. Like any other business enterprise, furniture business also requires competent people with experience in sales, product promotion and promoting brand awareness. There is a strong demand for consultants in quality improvement practices, i.e. Kaizen, as the industry is very competitive; after all the high quality of the final product the businesses need in order to meet the customer expectations requires in its turn a quality assurance system with quality controls built in at every stage of production.

S5 Construction Materials

The building material makers integrated into national holding corporation JSC Uzstroy materialy supply the market with all major construction materials such as cement; lime; gypsum; wall, roofing and trimming materials (glass, marble and granite plates); ceramic ware; and insulation materials; overall over 100 kinds of basic construction products. The number of construction material makers in the republic is large and their size ranges from 20 to 100 employees. That being said, it is also noted that further development of the industry as required to increase the production of cement, ceramic ware, ceramic tiles, thermal insulation materials, glues, and paints, requires investments for a total of about \$430 million US dollars. In the current economic situation, the construction materials sector is in a survival mode.

Regarding the needs of trained human resource in this sector, it is known that in times of economic slowdown, the critical factor for survival is the strong marketing effort aimed at promoting sales. In the same vein, the most of the respondents showed interest in sales, marketing, and product development competencies. Identified was also a need for professional marketing experts and product development professionals. To top off the list, there is also a need among the respondents for electronic engineers to solve equipment-related problems. The important consideration, though, is that entrepreneurs rather prefer to invest in training of their existing employees than incur large investment cost by contracting external consultants.

S6 Catering and Restaurants

The catering business in Uzbekistan is developing both quantitatively and qualitatively. Increasing competition in this sector force restaurants and cafés to pay more careful attention to the customer service, and they do so through in-house personnel trainings and by contracting skilled restaurateurs. More national cuisine establishments are opening up contributing to improvements in service and comfort. The development of the catering industry is also fueled by lucrative gastronomic tourism.

Regarding the needs of human resource,,the most wanted in the sector are marketing, sales, and product managers, to help restaurants and cafes survive fierce competition and attract visitors by developing and promoting new products and Services. When questioned about the need for external consultants, many respondents expressed interest in advertising managers and promoters, as well as consultants on quality improvement (KAIZEN).

S7 Retail and Wholesale

The last decade has seen a growth of the trade sector. Trade in Uzbekistan has enormous potential for growth thanks to a number of factors. These contributing factors are continuous population growth (21%), the young average age of the population (27.5 years), the relatively low labor cost (average monthly income totals 1,012,873 Uzbek sums), growing consumption, increase in homeland production and export, and a slow but steady transition from outdated forms of trade (bazaars and open air markets, small shops, micro-trade and private shuttle trade) to civilized and modern forms.

The growth in the share of consumers, who prefer modern trade that combines customer service and guarantees, is happening in parallel to the growth of the industry itself that seeks to meet these consumer needs by offering competitive prices and good product mix in a convenient Location. Forecasting the trained human resource requirements based on the above, it can be argued that in general, despite existing problems, the trade business in Uzbekistan is poised for sizable growth, and therefore business training programs are relevant for all levels of sales personnel and will continue to be in demand for a long time.

In both retail and wholesale trade, there is a deficit in trained basic level sales people – sales associates and sales representatives – who would be suitably qualified and trained to perform their functions in customer-oriented way. Given that the trade is growing and the market is not saturated, the deficit in trained human resources is expected to be a long-term issue. Now, there is also a great need for junior and middle-level managers – from supervisors to sales managers. What contributes to this situation is the fact that there are no training programs available in the country to teach the sales science. There are also very few international companies to benefit from their corporate personnel training and development systems, and in recent years, the need for trained sales management people has been further aggravated by emigration of highly trained people from the country.

S8 Tourism

The study has shown that despite having a huge potential for tourism, Uzbekistan is far from leading in this field in Central Asia. Even Kirgizstan that seems to have little to offer other than mountains and Lake Issyk-Kul gets more visitors to the country than Uzbekistan. Most of the potential for tourism remains untapped. This sector is sliding into stagnation as in the past three years; the number of visiting tourists has remained unchanged, while the flow of tourists from Europe has noticeably decreased.

The Government attaches great importance to the improvement of the infrastructure, but the flow of tourists into the country is being adversely affected by the lack of knowledge about Uzbekistan abroad. In the face of fierce competition, the hotels and travel agencies are beginning to invest in improving the quality of their services. However, there is still a long way to go and the service level is still inferior to that in the developed countries. There is a need in this market for well-trained people, and therefore more training programs in hospitality and tourism are required to prepare professionals for the sector.

Talking of specific trained human resource needs, many companies pointed out a need for people trained in sales and marketing (86%), new product development (42%), and financial management.

Table 3: HR Needs in Tourism Sector

Employment areas	%
Sales and Marketing	86%
Production Management	14%
Product Manager	42%
HRM	12%
Corporate Work	22%

S9 ICT business

In the foreseeable future, the ICT sector will remain a driving force behind innovation and growth of the global economy overall and Uzbekistan economy in particular. The growth of the sector creates increasing demand for ICT professionals, and such increased demand in its turn makes demands on the system of education of Uzbekistan. The Government of Uzbekistan is likely to continue promoting the development of the sector by continuing the liberalization of the sector and attracting foreign investments, though the government investments are mainly focused on the strategic task of improving the country's network backbone.

Overall, the ICT sector is one of the rapidly developing sectors in Uzbekistan. It is experiencing a shortage of qualified personnel, and the shortages expected to continue to grow. This creates a window of opportunity to create a training organization designed to accommodate the training needs of the businesses in the sector and those of the sector as a whole, i.e. not only would such training organization have to cater to the staff training requirements, but also to assist young entrepreneurs and independent professionals (freelancers) to implement their own projects.

Trainings should offer companies the opportunity to train their personnel on the ongoing bases, without severely interrupting their current work. That being said, the most demanded are training courses in the following areas:

- Marketing related subjects: Social Media Marketing, PR, Digital Marketing, Advertising, CRM, Brand Management, Negotiation Strategy and Skills, Communication Skills;
- Management related subjects: Project Management, Strategic Management, Business Analysis, Leadership, KPI Management;
- Software and IT related subjects: TOR Preparation Skills, IT Architecture, Search Engine Optimization (SEO), Coding in JAVA, HTML, SQL and etc.

Special attention should be given to such topics as Project Management and Digital Marketing. The interviewed respondents complained it was practically impossible to find project managers. When it comes to the digital marketing, then its tools are extensively used by many SMEs that sell goods/services in the B2B and B2C segments. Most importantly, these small and medium-sized enterprises recognize the value of such marketing techniques and how important they are in bringing about good performance. Trainees should be encouraged to team up with their fellows to work on certain business projects, thus implementing the "learning by doing" principle. This will in turn facilitate business ties and promote joint projects between businesses in different sectors.

S10 Agribusiness

The agrarian sector is one of the most important sectors of the Uzbekistan's economy, and agribusiness, as part of it, plays a crucial role in the development of the republic. The sector development is constrained by legacy agrarian culture and state interventions that encumber mechanization, technological advancement, and seed and fertilizer production. According to the study, the most demanded human resource needs are sales and marketing professionals and managers (55 per cent), followed by people trained in operations management (19 per cent), and people trained in production and financial management rounding off the top three (10 per cent each).

S11 Pharmaceutical

The pharmaceutical market continues to grow from year to year, and according to drug market research Drug Audit, it totals about \$1.2 billion, which makes the pharmaceutical industry one of the leading industries in Uzbekistan. That being said, the pharmaceutical industry stimulates the development of other industries by creating a market for advertising and printing businesses, logistic and warehousing companies, marketers and distributors, and others. The critical success factors in this industry are deep understanding of marketing tools and strategies and the art of accurate planning and budgeting. That is why the majority of people employed in this field are further trained to acquire skills beyond the academic curriculum of university level education. This combination of academic education and special training helps them perfectly communicate with physicians, pharmacists, and company management, meet customer expectations, and run profitable business.

Table 4: HR Needs in Pharmaceutical Sector

№	Organiza- tion/Business	Title or Position	Degree (high, fair, low)
1	Manufacturers	GMP Specialists Process Engineers and Machine Setup Technicians Analytical Laboratory Chemists	High
2	Wholesalers and Distributors	Sales Associates and Representatives Procurement Officers(Local Market)	High
3	Representative Offices	Marketing Officers and Associates Product Managers Regulatory Affairs Managers Sales Reps and Promotion Agents (Medical Reps)	Fair
4	Pharmacies	Procurement Officers and Sales Persons	Fair
5	Private Clinics and Diagnostic Centers	Doctors (as per clinic demands) Laboratory Chemists Marketing Officers and Associates Managers(Managing Directors)	High
6	Ministry of Health (including its regional branches)	Procurement Officers (Direct Purchases) Tender Officers Clinical Doctors for 3rd Phase of Clinical Trials	Fair
7	Certification and Standardization Centers	Laboratory Chemists Various Managers Etc.	Fair / Low

S12 Chemical

The chemical industry's share in GDP is not large and totals 0.3 per cent. The industry is currently dominated by fertilizer producers, and is marked by rapidly growing production of household chemicals. There are 394 businesses registered in the industry and they are all small-sized enterprises. The statistical data indicate that there is a huge potential for the domestic chemistry market, though imports of these products in 2014 were a modest total of \$105 million.

Problems of the chemical industry are mainly attributed to the shortage of domestic laboratories and dependence on overseas raw material suppliers. Other than this, the industry also suffers from the lack of trained human resources, particularly people trained in production and operations management, in design and development of new products, and in sales and marketing. Infusion of such skills and competencies into the industry is expected to improve the quality and facilitate the production of competitive products, and as a result contribute to the sales growth in the domestic market.

S13 Leather and Shoes

The sector of leather goods and footwear has a great potential for development. Recognizing that great potential, the Government has been making effort to attract investments in the industry to modernize it. The investment program for the period 2015-2019 includes 61 projects, of which 31 are aimed at modernizing and expanding existing companies and the other 30 involve construction of new production facilities. These projects are expected to create 1,795 new jobs. Human resource-wise, the study has found that industry critically needs people trained in production and operations management, product development, and sales and marketing. Infusion of such competencies together with adoption of modern equipment is expected to improve the quality of leather goods and footwear, their competitiveness in the domestic and overseas markets, and as a result, contribute to the growth of domestic sales and export capacity.

S14 Electrical Appliances

The results of the study show that the government is taking steps to implement investment projects aimed at increasing the value added domestically and developing the industry's ability to meet consumer demand well beyond the production of traditional, inexpensive cable products and electrical wiring. The demand for the local market is stable, but the state's intervention is required to protect the local manufacturers from the entrenched black market.

In addition, it is important to note that there is a deficit of skilled personnel in the industry. In particular, there is a high demand for engineers (especially semiconductor engineers), managers and people trained in production and operations management and sales and marketing, and for external consultants in localization and export promotion.

S15 Financial Sector

The financial services sector of Uzbekistan demonstrates steady growth. The industry is represented by 26 commercial banks, which make up the banking sector, and the other financial institutions, such as insurance, microfinance and leasing companies. Uzbekistan is currently preparing a program of further reforms in the banking system for the years 2016-2020 aimed at driving further efficiencies in the bank operations, improving the quality of financial intermediation in the economy, and strengthening the financial sustainability and liquidity of the banks. However, while lending has grown considerably over the last decade, the problem of financing the private sector remains the most significant obstacle to the sustained growth of the private sector in

Uzbekistan. In the financial sector, there is still a shortage of professionals who could have become "change agents" and bring about internal systemic reforms, and therefore the trained professionals are a demand shared by all companies in this industry. Overall, the specific requirements for trained human resources are as shown in the table below.

Table 5: HR Needs in Financial Sector

Sector	Services	HR Needs	Level of Demand	Importance and Potential Impact at Industry Development
Financial	Insurance Services	Managers: Operations Management, Sales and Marketing, Financial Management	High	Development of insurance services market in Uzbekistan
	Financial Leasing Services	Manager and Specialist: Financial Management	High	Development of leasing services market in Uzbekistan, attraction of new clients
	Banking Services	Manager and Specialist: Financial Management	High	Development of banking services market

S16 Renewal Energy

There is a perceptible need for alternative sources of energy in Uzbekistan, especially in remote regions where there are no electricity grids or little capacity is available in winter to power commercial agriculture. Given advances in technologies and a significant area of potential application, the market should grow as should the number of players in it. Meanwhile, the industry is in its infancy; as few as 10 companies are active in the market and they are poorly represented in the remote regions due to a lack of manpower and resulting limited promotion capacity. This industry requires a cluster model, but before that can happen, the industry needs a multiple increase in trained professionals (engineers, installers, repair and maintenance technicians, etc.), and demonstration investment projects to begin with.

Talking of the major barriers impeding the development of alternative energy in Uzbekistan and explaining the rudimentary state of the renewable energy market, there are four of them.

- 1) Low cost of grid electricity and natural gas for people and businesses.
- 2) State monopoly on energy resources.
- 3) Lack of a legislative framework for regulating the production and distribution of alternative sources of energy.
- 4) No major players in the alternative energy market (lack of advocacy, no appropriate technical training programmes, and no targeted support for such businesses).

Trying to change this situation without state intervention will be very difficult. Nevertheless, small changes might at least be brought about through grassroots initiatives, e.g. by inviting the largest possible number of parties in the discussion of the problem to raise awareness of it, and by promoting the understanding of how the use of alternative energy could change the overall direction of the energy market toward "green technologies." Achieving this critical point will require a multiple increase in trained industry professionals (engineers, installers, repair and maintenance technicians, etc.).

S17 Logistics

The Ministry of Economy reports that the Government intends to invest about \$10 billion through 2020 in the country's transport infrastructure to deal with the increase in international transport of goods and to attract transit traffic through the country.

In Uzbekistan and in many other countries, logistics is now perceived as a set of functions related to the transport of goods only. In the meantime, business practices in developed countries show that logistics has a strategic role to play in the organization of trade flows. One of the most common principles in the global practice of organizing regional transport systems is creation of terminal complexes around major cities and development of modern networks of warehousing and logistics centers to minimize the shipping costs of production and trading companies.

Today, there is a growing demand for a more diversified range of transport services such as intermodal freight transport, door-to-door delivery, customs clearance, packaging, storage, etc. This growing demand has given rise to a need for institutional development of the logistics industry and for improved quality of services across industrial, trade, information, transport, warehousing, managerial and other kinds of logistics.

It is also true that the development of logistics services is impossible unless entrepreneurs in this industry are trained and professional knowledge of university professors is improved.

Now is the appropriate time to start vigorously working on improving the quality of services provided by the country's transport and logistics companies. Therefore, one of the priorities of the national economic development policy has been the introduction of quality management systems that meet the requirements of the international standards.

Presently, national transport and logistics companies that do not have ISO 9001:2008 certification cannot compete with foreign companies in transport and logistics services. In order to achieve sustainable development of the quality management system, national personnel need to be trained in Quality Management Systems (ISO9001:2008). There is also a demand for trainings of trainers and for retraining of transport and warehousing people.

Currently, there are about 700 logistics companies in the transport sector of Uzbekistan. For example, in 2010, the industry had no more than 400 companies. The largest companies in the market are the national transport corporations, such as Temir Yullari, Havo Yullari, and Uzneshtrans, who carry out most of the cargo transportation.

With the advent of market relations, there are now an increasing number of small and medium-sized transport businesses with a small fleet of vehicles. Their vehicles are 12 years old on average, while 60 per cent of the fleet is over 15 years old; the vehicles are all completely worn-out and to be written off. Moreover, most of the vehicles do not meet the Euro-4 standards that put limits on permissible axle loads and set environmental restrictions, and therefore will not be allowed in Europe. As a result, most of the Uzbek vehicles are used to transport goods (e.g. cotton, materials, consumer and agricultural goods) within the country. While many companies are ready to update the fleet, such readiness is confronted by the difficulties of buying trucks made by the local manufacturers, such as ISUZU and MAN, as a result of as long a waiting list as from six to eighteen months.

The market has a large number of import and export brokering companies, about 50 to 60 per cent of the total, who do not have their own fleet, but who serve as a bridge between clients and vehicle owners. They also transport by rail and air, with the

quantities going through national transport corporations Temir Yullari and Havo Yullari, as the two are monopolies in these markets.

As regards the domestic logistics market, it is in a formative stage. In this segment, there are many private carriers represented by vehicle owners who are at the same time drivers. Up to 70% of such owner-cum-driver private carriers are working illegally; these are mainly owners of trucks, cars and buses. They all have a permanent gathering station, the so-called *pyatakor* literally a *nickel*, usually located on the city outskirts, and they transfer goods and passengers to the regions. There are no public companies in this segment.

One of the main difficulties for transport companies is to convert local-currency revenue into foreign currency. Many business people called it one of the main challenges for the future development of the industry. 10, 089 businesses are registered in the field of logistics in Uzbekistan, and the industry employs 162,760 people.

As for the trained human resources needs, 12% of the respondents in the study showed interest in directors, 10% in forwarders, and 8% each in logisticians, mid-level managers and qualified drivers. Lesser interest was shown in trained sales and marketing people and mechanics who each collected by 6% of the votes. Pointed out as demanded were also deputy directors for operations, procurement officers, customer service managers, transport specialists, technologists, foreign economic specialists, IT professionals, repair and maintenance technicians, each collecting by 2% of the votes.

As regards the competencies and skills required at the senior management level, financial management and corporate planning skills were mentioned by 38% of the respondents. Sales and marketing and human resources management skills follow with 28% each. 22% of the respondents expressed interest in production and operations management skills, and the skills in new product development got the lowest 12% of references.

Middle managers are most interested in sales and marketing skills – 14%; production and operations management and human resources management follow with 12%. 10% of the respondents showed interest in the development of corporate planning skills. The least interest was shown in financial management – 6% and new product development – 2%.

As for the demand for external consultants, 22% of the business executives in the study reported a need for export promotion consultants, 20% pointed to a need for consultants in advertising and promotion, 20% – for consultants on quality improvement (KAIZEN), 4% indicated a need for consultants in investment and credit evaluation. Talking of the requirements for other external experts, the surveyed CEOs reported a need for consultants in logistics – 4%, consultants in legal support for international transport – 2%, and accounting consultants – 2%.

– Summary: Problems and Human Resource Requirements in Sectors

The table below shows the critical success factors and relevant competences (specific personnel requirements) that the survey pointed out as required for overcoming the problems challenging the growth and development of the industries. The following methods were used to identify the problems:

- The challenges to growth were identified through discussions with the resource persons and consultants with extensive relevant background, and are meant to serve as inputs into planning of the UJC training offerings.

- The study examined problems associated with the internal and external business environment and used the resulting data as inputs in the SWOT analysis to identify critical success factors for sustainable growth of the selected industries.

These findings also help explain the background reasons behind the study disclosed need for certain skills and competences (they answer the question of why such human resources are required).

Table 6: HR Skills by 18 Associations

Sector (Name of Association)	Human Resource and Skill Requirements of Businesses in the Sector				HR and Skill Requirements (profession and position)
	Situation and Issues				
	% of GDP	Growth Rate	No. of Companies	Sector CSF (Critical Success Factors)	
Food Processing (Association of Food Industry)	16.21%	129%	9,750 enterprises	Investment in development of raw materials through partnership programs among businesses in the industry. Development of high value-added products for local and international markets	Technologists, Marketing and Sales
Textile (Association of Light industry)	3.8%	25%	312 companies	Investment in new technologies. Development of textile brands distinguished by the highest level of quality and capable of competing with the world's finest brands.	Sales and Marketing, Production and Operation Management, Finance Management, Product Development.
Stationary and Printing	-	15 % (per year)	340 companies	Customer satisfaction and loyalty; Effective management of offices in regions; Increase in market share; Sustainable financial position to be able to import.	Sales Managers, Printing Master, Operator of Digital Printing, Designer-Coder, Print Production Technologist, Sales and Marketing (45%)
Furniture			1,100 companies and 44,000 persons	Improved branding and promoting increased recognition of local producers; Increasing the number of joint ventures with foreign capital to improve quality and to access export markets; Good product quality; Adaptation to changing business environment; Sourcing new products locally.	Production and Operations Management, New Product Development, Sales and Marketing
Construction Materials	1.4%	38%	110 companies	Increasing the number of joint ventures with foreign capital; Improved branding and promoting increased recognition of local producers; Good product quality; Attracting new customers; Low cost.	Sales and Marketing Production Management
Catering and Restaurants	8.3%	7.7%	10,576 catering facilities and 48,808 people	Highly skilled personnel; High customer service level; Customer loyalty; Unique positioning advantage;	Product Manager, Sales, Marketing, Financial Management

Sector (Name of Association)	Human Resource and Skill Requirements of Businesses in the Sector				HR and Skill Requirements (profession and position)
	Situation and Issues				
	% of GDP	Growth Rate	No. of Companies	Sector CSF (Critical Success Factors)	
				Customer service and feedback; Low employee turnover.	
Retail and Wholesale	58.8%	15.1%	53,676	Openness to Change Sensitivity to changing market needs Investment in growth markets Distribution coverage, delivery speed, and prominence	<ul style="list-style-type: none"> – Debtor Management Specialist – Merchandiser – Analyst – Regional Sales Representative – Logistics Specialist – Trade Marketing Specialist – Brand Development Manager
Tourism (Uztourism)	2%	7% higher than last year	1,175 organizations and firms	Highly qualified personal, including guides High customer service level Training of personnel Customer service Low cost/price	Sales and Marketing
ICT				Innovative response to customer needs Short time to market for new products Continuously learning new technologies Public and foreign investments are very important for improving communication infrastructure, including the Internet, and ensuring its high quality in remote regions. Today, companies affiliated with Korea Telecom are active in this field in conjunction with public companies. Support for young start-ups to translate their ideas into life and to stimulate sales by the best marketing tools.	Product Development, Sales and Marketing, Production/Operations Management Project Management Lean Startup
Agribusiness	16.7%			Investment in new technologies based on alternative energy sources.	Sales and Marketing, Industrial Management

Sector (Name of Association)	Human Resource and Skill Requirements of Businesses in the Sector				HR and Skill Requirements (profession and position)
	Situation and Issues				
	% of GDP	Growth Rate	No. of Companies	Sector CSF (Critical Success Factors)	
Pharmaceutical	4.1%	3.3%	1,000 inpatient health institutions, 5,081 polyclinics and outpatient institutions, 501 rural outpatient posts, 10 specialized hospitals, 2 republican centers and 3,475 private hospitals	Investment in localization of production of drugs for import substitution; Easy access to finance for local companies; Advances in generic drug design technologies; Improved branding and promoting increased recognition of local producers;	Sales and Marketing
Leather and Shoes	0.17%	102.9%	More than 100 footwear companies of different capacity are working over the republic with 20-120 employed people	Investment in procurement of modern equipment; Improved branding and promoting increased recognition of local producers; Attractive and stylish packaging.	Sales and Marketing, Production and Operations Management Professionals
Chemicals	0.3%	121.5%	394 companies	Investment in procurement of modern equipment; More foreign direct investment in the industry; Starting a National Product Development Lab.	Production Engineers, Product Development Specialists, Sales and Marketing Directors and Managers
Electrical Appliances	1.1%	116.2%	43 companies	More joint ventures with foreign companies; Broader representation and availability in retail.	Production and Operations Management Professionals, Sales and Marketing Managers and Professionals
Renewal Energy	N/A	N/A	less than 10 companies	Government support Modern technologies Patent protection	Fundamentals of Engineering; Engineers, Installers, Service Engineers, etc.
Financial Sector	35%	25%	26 commercial banks, 31 insurance, and 52 leasing companies	Government support Branding Analytic support capabilities Information systems	Managers: Operational Management, Sales and Marketing, Financial Management, Project Management, Sales; Creative Thinking
Logistics	N/A	N/A	10,089 companies	Introduction of new IT technologies; Partnerships with foreign companies; Development of new services and infrastructure.	Logistic Managers and Specialists

Finally, the following table defines the training subjects that are intended to respond to the identified needs for trained human resources and to help overcome the problems challenging the growth of industries. However, while the need for technological trainings surfaced in some sectors, they do not appear in this table as they fall outside the scope of the UJC activities.

Table 7: Course Programs by Associations

Sector (Name of Association)	Suggestions for UJC Course Program Development	
	Possible Training Courses	Foreseeable Impacts
Food Processing (Association of food processing)	Production Management, Marketing and Sales	Increased production quality and sales growth
Textile (Association of light industry)	Export Promotion, Supply Chain Management, Quality Control	Increased product exports
Paper and Printing	Sales and Marketing	Sales growth
Furniture	Product Development, Marketing	Increasing attractive products, sales growth
Construction Materials	Production Management, Marketing and Sales, Problem solving and Kaizen	Higher production quality and sales growth
Catering and Restaurants	Hospitality and Service Delivery, Marketing and Sales	Improved services and sales
Retail and Wholesale	Debt Management, Sales Techniques, Business Analytics and Marketing	Improved sales
Tourism	ICT Management, Customer Service, Creative thinking, Project management, Marketing and Sales	Enhanced competitiveness
ICT	Project Management, Product Development, Lean Startup	Improved sales and product cycle
Agribusiness	Sales and Marketing, Export Promotion, Analytical Thinking	Improved production quality and sales
Pharmaceutical	Quality Control, Marketing, Project Management, ISO accreditation and Kaizen	Improved TQM, brand awareness
Leather and Shoes	Kaizen, Production Management and Sales	Improved production quality
Chemicals	Production Management	Improved production quality
Electrical Appliances	Sales Management, Production Management	Improved production quality and sales
Renewal Energy	Fundamentals of Engineering and Project Management	Improved production and awareness
Financial Sector	Product Development, Creative Thinking, Project Management, Sales Management	Improved production quality and sales
Logistics	Supply Chain Management, Marketing	Improved project management process

2.2 Trained Human Resource Requirements of PMP Graduates

The results of the study among the PMP-program graduates are as follows:

(1) Course Survey

This section presents the results of a survey conducted among the PMP-program graduates to identify the training courses that would fit their requirements in human resource competencies and skills.

The table below describes the scope of the study; it shows many graduates were surveyed by the questionnaire and their distribution by positions.

Table 8: PMP Graduates Distribution by Sectors

	Sector	Number of PMP graduates	Executive (Owner)	Manager	Junior manager	Others
S1	Food Processing	36	8	20	4	4
S2	Textile	12	4	6	0	2
S3	Stationary and Printing	23	16	5	0	2
S4	Furniture	14	6	7	1	0
S5	Construction Materials	40	20	17	1	2
S6	Catering and Restaurants	8	7	1	0	0
S7	Retail and Wholesale	66	33	28	5	0
S8	Tourism	21	6	9	5	1
S9	ICT Business	132	35	82	9	6
S10	Agribusiness	7	5	2	0	0
S11	Pharmaceutical	82	17	52	9	4
S12	Chemical	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
S13	Leather and Shoes	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
S14	Electrical Appliances	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
S15	Financial Sector	44	11	25	4	4
S16	Renewal Energy	2	2	0	0	0
S17	Logistics	18	8	7	3	0
	Others	340	96	113	39	92

There are 1,350 PMP graduates in total, and they make up the maximum possible number of respondents. Out of them 845 graduates are reachable. The distribution of positions among these graduates is as follows:

Table 9: PMP graduates Distribution by Position

Job position	Composition (%)
Executive	32%
Manager	44%
Junior manager	9%
Other	14%

The following table shows the distribution of the PMP graduates by functions.

Table 10: PMP graduates Distribution by Job Functions

Job (title)	Number of PMP graduates	Executive (Owner)	Manager	Junior manager	Others
Financial Management	76	22	45	7	2
Sales and Marketing	167	30	117	18	2
Production/ Operation Management	144	43	74	19	8
Product Development	81	7	59	4	11
HRM	9	0	6	3	0
Corporate Planning	161	153	8	0	0

The survey response rate was about 10%. The position-wise distribution of these respondents follows.

Table 11: Survey respondents Distribution by Position

Number of Respondents	Executive (Owner) (%)	Manager (%)	Junior manager (%)	Remarks
105	25	60	15	

The percentages below show how the demand for professionals among the graduates distributes position-wise. The greatest need was expressed for marketing managers and executives, though the survey has shown that there is demand for all professionals that were offered for consideration.

Table 12: Survey respondents Distribution by Job Functions

Position	Financial Management (%)	Sales and Marketing (%)	Production/ Operation Management (%)	Product Development (%)	HRM (%)	Corporate Planning (%)
Executive	35	23	33	23	30	30
Manger	45	57	32	45	36	46
Junior Manager	20	20	35	32	34	24

a) Proposed additional course subjects:

Table 13: Proposed Course Subjects

Courses	Addition/Deletion/Expected Subject	Remarks (%)
PMP Course	(Opinions)	
	- Kaizen	28%
	- Digital management	26%
	- Taxation	13%
	- Others (Analytical thinking, foreign economic activities etc.)	33%
SC Course	- Company's business analytics	7%
	- Problem Solving and Analytical Thinking for Management	7%
	- Kaizen	6%
	- Strategic Management and Portfolio Development	5%
	- HRM system for Motivation and development	5%
	- Marketing Management	5%
	- Business Model Analysis and Creation	5%
	- Effective Product Development Tools and Methods	4%
	- Others (Project management, Managerial accounting, TQM, b2b, b2c sales, HRM for executives and others etc.)	4%
Technical Transfer by Japanese Experts	Japanese new business models,	22%
	Japan markets targeted marketing,	19%
	Kaizen for production management improvement	25%
	Good practices in Japan HRM	17%
	Business Process Reengineering	17%

- b) Need for external consultants. The survey findings below describe the distribution of interest in external consultants across the predetermined set of expertise areas (representing 100%).

Table 14: External Consultants

Job title	(%)	Remarks
Investment and loan appraiser	4%	
Production improvement consultant (KAIZEN in Japanese)	34%	
Export promotion agent	8%	
ICT usage strategist	21%	
Advertisement and promotion agent	33%	

The results indicate that the sales promotion and Kaizen consultants are of the greatest interest.

(2) Study of Specific Subject Requirements

The study also explored the training needs at the individual subject level. This was accomplished through an online survey whereby the PMP and SC graduates were asked to indicate the degree of relevance and level of their interest in different subjects that are part of or are being considered for SC courses.

The response rate was 12.5%. The no. of respondents and their position-wise distribution follow.

Table 15: PMP and SC Respondents Distribution by Position

Number of Respondents	Executive(Owner)	Manager	Junior manager	Others
-----------------------	-------------------	---------	----------------	--------

150	70	45	10	35
-----	----	----	----	----

The table below presents the results for the subjects that UJC can offer on a generic basis. They show that there is interest among the graduates in all subjects proposed for their consideration, with the degree of interest varying depending on the individual respondent's field of business. As can be noticed, the list does not include personal development and professional attitude subjects (such as management philosophy and development of entrepreneurial skills). They have been left out from the list as these skills and ideas can be taught within every subject.

Table 16: Suggested SC Courses

SC Course Category	Subject	Interest (%)
Business Analytics	Company's Business Analytics	7%
	Statistical Analysis in Microsoft Excel	4%
	Business Process Reengineering	3%
	Microsoft Excel for Managers	3%
Business Innovation Management	Problem Solving and Analytical Thinking for Management	7%
	Strategic Management and Portfolio Development	5%
	Project Management	4%
	Management Decision Making	2%
Financial Management	Managerial Accounting	5%
	Accounting for Non-accountants	4%
HRM and HRD	HRM System for Motivation and Development	5%
	HRM Plan for Executive and Managers	4%
	HRM Process Design and Implementation	2%
Marketing and Sales	Marketing Management	5%
	Sales Techniques and Tools for BtoB and BtoC Sales	4%
	Customer Management	4%
	Internet marketing	4%
	International Marketing to Japan and Other Countries	3%
	Marketing Research and Strategy Development	2%
Product and Service Development	Business Model Analysis and Creation	5%
	Effective Product Development Tools and Methods	5%
	Lean Startup	2%
Production Management	Kaizen	6%
	TQM	4%
Corporate Trainings	Kaizen for Manager and Workforce	6%
	Retail Management for Manager and Front workforce	2%
	Sales Management for Sales Representative and Sales Personnel	8%
	Hospitality and Service Delivery for Catering Business	7%

Below are totals for the above course categories:

Table 17: Suggested Courses by Category

SC Course Category	Interest in %
Marketing and Sales	22%
Business Innovation Management	18%
Business Analytics	17%

Product and Service Development	12%
HRM and HRD	11%
Production Management	10%
Financial Management	9%

(3) Regional Survey

The study also explored the needs for trained human resources in the regions of the republic and the findings are summarized further. The detailed results of the regional study are described in the appendices hereto.

- Uzbekistan consists of 13 regions (oblasts) and is bordered on the north by Kazakhstan and Kyrgyzstan, by Tajikistan on the east, by Turkmenistan on the west, and by Afghanistan on the south. These 13 regions are Andizhan, Bukhara, Djizak, Fergana, Khorezm, Namangan, Kashkadarya, Navoi, Samarkand, Surkhandarya, Syrdarya, Tashkent Oblast, and the Republic of Karakalpakstan.

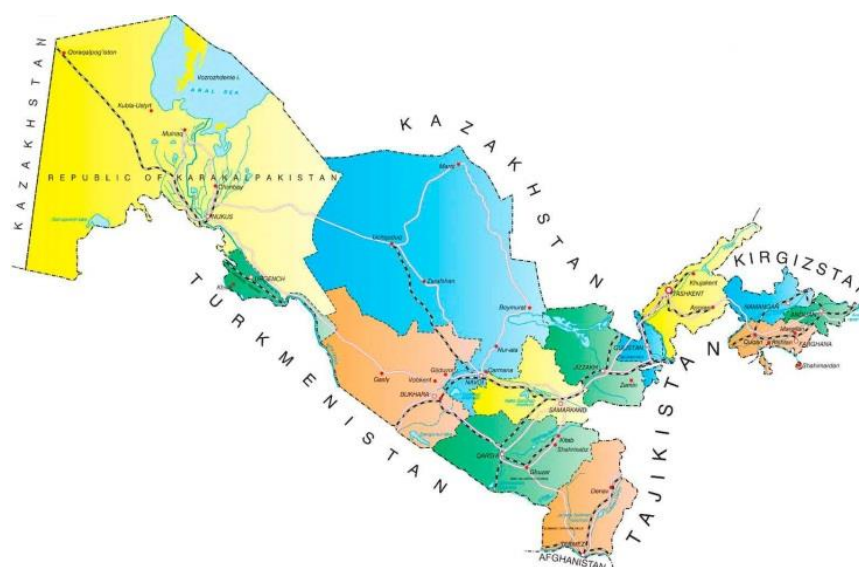


Figure 1: Map of Regions

The economies of most regions are based on the agricultural production of local cash crops, such as cotton, and are dominated by the associated industries and services. Tourism and mining industries are well developed in several regions. The Government is pursuing a policy of industrialization and has recently opened industrial parks in several key areas. The potential is growing for interregional economic integration and exports to Russia and to the Central Asian countries, though it is evident that the industrialization will not be a short process and will take years to complete.

There is a pronounced need in the regions for progressive infrastructure development, but higher production levels will not be possible without capacity development of the businesses themselves. In this regard, under the SME-led economic development model, a heavy emphasis must be put on the development of entrepreneurship. The service industries are emerging in the central cities of the regions creating a need for sales managers.

The table below shows the general features of the regional economic outlooks and human resource needs: These are based on the survey shown in the Appendix, and the sources of the information are based on the statistically data, and literature like:

1. Gender Statistics of Uzbekistan (<http://gender.stat.uz/en/>)
2. The State Committee of the Republic of Uzbekistan on statistics (<http://stat.uz/en/>)
3. UNDP in Uzbekistan (<http://www.uz.undp.org>), research papers
4. Cost of Doing Business in Uzbekistan
5. The World Bank country reports (<http://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan/data>)

Table 18: HR Needs in Regions

Cities (regions)	Character of Economy (local uniqueness)	Human resource needs	Demand Level (high, fair, low)
Andijan	Car production, textile, agriculture	Export promotion managers, agronomy specialists	high
Bukhara	Tourism, agriculture	Marketing managers, export promotion agents	high
Jizzakh	Special Industrial Zone “Jizzakh” Deep processing of raw and mineral resources and agricultural commodities, light industry and construction materials	Production management specialists, agronomy specialists	high
Fergana	Textile, agriculture	Textile industry managers, marketing managers	high
Karshi	Livestock, mining	Production management specialists	high
Namangan	Textile, agriculture	Agronomy specialists	high
Navoi	Free Industrial-Economic Zone. Chemical, petrochemical, light industry, extraction of minerals, construction materials	Production management specialists	high
Nukus	Services, logistics	Logistic managers	high
Samarkand	Tourism, bus production	Export promotion agents, marketing managers	high
Urgench	Tourism, bus production, agriculture	Agronomy specialists	high

3. Recommendations for UJC Training Program

This section describes the recommendations that are intended to guide UJC in updating the business courses, in revisiting the approaches to their organization and structuring, and in designing the business training program as a whole.

- 1) **Target Sectors.** The study of trained human resource and skill requirements in the sectors has shown that the economic structure and performance have changed dramatically: SMEs have become the dominant players in the market, industries are transforming toward export orientation and import substitution, and the domestic consumption is growing rapidly. The sectors sharing these characteristics, such as textiles, pharmaceuticals, furniture, food and ICT, are therefore seen as priorities, although more industries may join their ranks in the future. Building partnerships in the sectors that demonstrate rapid growth and have professional associations and many motivated businesses is a promising opportunity, so it is advisable to continue the sectoral approach and partner with such associations and deliver trainings to their member companies. The latter may be both joint trainings for the association members and corporate trainings organized specifically for individual companies.
- 2) **Target Needs for Trained Human Resources.** In the current economic growth environment the businesses have a need for professional managers to support their growth, and according to the findings, the trained managers and directors are required across all corporate functions. Here, the training courses to advance competencies in marketing management have been found to be among the most wanted together with courses related to management of innovations – to teach skills of managing new developments and optimizing business processes. Managers and directors aside, in some service sectors there is a need for trained sales assistants and front office workers, so an option of offering trainings to teach training skills to the managers in such sectors deserves consideration. The most reasonable training delivery option for this purpose seems to be comprehensive and demand-driven corporate trainings customized to the needs of individual companies and also members of the partner associations. As for the problems challenging the growth of businesses and industries, they should be addressed by developing Business Development Services (BDS), such as advisory services on direct investments, export promotion, access to finance and business matching. However, as the current program of UJC is limited to the business trainings, allying with various other training institutions will be required to widen the range of the BDS services.
- 3) **Changes in Business Course Program.** While some incremental improvements may be required in the PMP program, they should be only minor as no major changes have been suggested by the respondents in the survey. The business and management models are of interest as subjects for the technical transfer from Japan, and they may be introduced as additional courses. Worthy of consideration are packaged professional courses for managers to include the generic subjects that the study confirmed as relevant to the competency needs of the businesses. This applies in particular to the subjects related to innovation management. Such subjects are recommended to be made a part of the expanded and improved SC courses, and some of them may be implemented in the form of corporate trainings. It is advisable not to limit the SC courses to the PMP graduates only, but to open them to a wider audience of would-be managers and executives, thus meeting the needs in the sectors for trained human resources and expanding the scope of the training program UJC offers.
- 4) **Regional Courses.** There is a high demand for certain professionals in the regions of the republic, and the workshops there should continue. However, the current one-size-fits-all ap-

proach needs to be abandoned in favor of defining priorities, at least in terms of venues and methods of delivery.

4. Conclusions

The study has found that the small and medium-sized enterprises (SMEs) are the main driver of economic growth, identified specific needs for trained human resources and competencies across a range of business functions and job positions, and pointed to a need for Business Development Services (BDS) and for new, comprehensive, professional and innovative courses in addition to the PMP program.

There are industries that could benefit from the UJC support and that can become a good market for UJC to expand its business capacity development activities, but this will mean that UJC will need to depart from the current approach of providing services to the general public and focus on individual, priority sectors. The right delivery method here seems to be corporate trainings in cooperation with industry associations and related institutions. The possibilities for such cooperation have not been thoroughly explored yet, though there are good prospects for successful implementation, and it can be accomplished by utilizing local resources.

It is clear that careful elaboration of the design of the PMP and SC courses is required to better serve the PMP and SC trainees. However, since the format of the PMP program offers very little room for modification and expansion, expansion of the SC courses is the only available option. Such expansion is likely to be resourced locally. Another possibility that should be explored is organizing corporate trainings for the companies of the PMP-program graduates and SC-course trainees.

Going forward the following steps are recommended.

- 1) Trainings targeted at individual businesses and associations are to be introduced. To this end, these opportunities must be explored and pilot trainings organized in selected industries, while negotiations with the relevant industry associations and the companies of the PMP-program graduates should begin this effort.
- 2) Follow-up is required on the following matters that were out of the scope of the study:
 - a) Explore measures to stimulate the growth of industries where business exchanges with Japanese companies are planned, linking these measures to the Study in Japan program.
 - b) Explore options and organize pilot business development services, such as advisory services on women entrepreneurship and access to finance, through various other UJC programs such as seminars and consultations.
 - c) Explore a system of tracking the progress and supporting the PMP-program graduates to make sure they are successful, e.g. a system of group monitoring and mentoring/coaching.
 - d) Regularly examine the needs of the industries for trained human resources engaging the resource persons that were involved in this study.

5. Sector Wide Study

This section presents the findings of the study for individual industries, which are accompanied by a preliminary description of the overall economic situation in the industry and the state of SMEs.

Table 19: Sector Wide Study

S0	Report on Economic Situation and SMEs in Uzbekistan	Appendix 1
S1	Food Processing	Appendix 2
S2	Textile	Appendix 3
S3	Stationary and Printing	Appendix 4
S4	Furniture	Appendix 5
S5	Construction Materials	Appendix 6
S6	Catering and Restaurants	Appendix 7
S7	Retail and Wholesale	Appendix 8
S8	Tourism	Appendix 9
S9	ICT Business	Appendix 10
S10	Agribusiness	Appendix 11
S11	Pharmaceutical	Appendix 12
S12	Chemical	Appendix 13
S13	Leather and Shoes	Appendix 14
S14	Electrical Appliances	Appendix 15
S15	Financial Sector	Appendix 16
S16	Renewal Energy	Appendix 17
S17	Logistics	Appendix 18
S18	Regional Report	Appendix 19

Бизнес курсы Узбекско-Японский Центр июль-сентябрь

Business courses July-September

Июль, 2018
Выпуск 1

Ежегодно, Узбекско-Японский Центр проводит около 60 бизнес курсов, семинаров, форумов. Их оканчивают около 1000 человек. Реализуются бизнес консультации, стажировки в Японию.

Для большей осведомленности о событиях заблаговременно, с этого месяца публикуем информацию о курсах, семинарах, мероприятиях ежеквартально. Бюллетень доступен в электронной форме на сайте ujc.uz, в приемной Узбекско-Японского Центра.

В августе приглашаем на курсы: Управление продажами в розничной сети (6-10 августа), Коучинг (13-17 августа), управление изменениями (13-17 августа) и в Самарканд (28-30).

В сентябре — пройдет курс Кайдзен в Ташкенте (5-11), а в Бухаре — второй курс программы ключевые навыки менеджмента (13-15), а 26 сентября — седьмой Открытый бизнес форум.



Программа профессионального менеджмента (Professional Management Program, PMP) - самые популярные бизнес курсы, которые окончило более 1600 человек. Обязательное условие — защита бизнес плана, которая прошла — 25 и 26 июня (на фото).

Набор на PMP-32 – с 1 октября, регистрация на <https://ujc.uz/business/page/30>

График курсов

Управление продажами в розничной сети 2

Коучинг 2

Управление изменениями 2

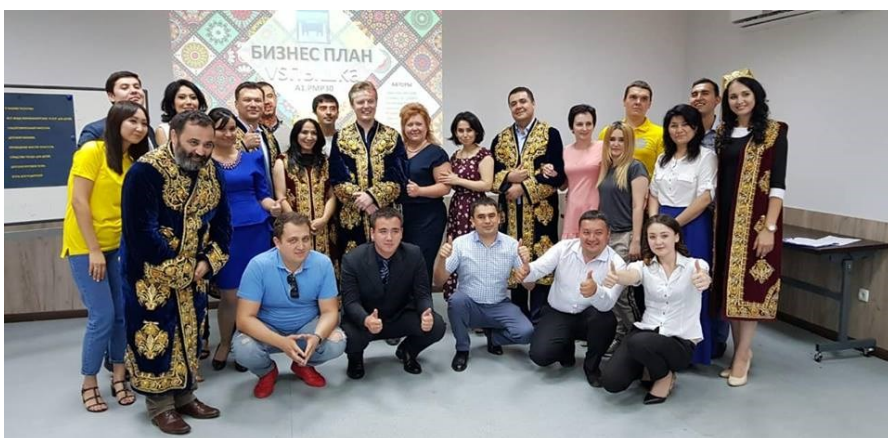
Кайдзен, Самарканд 3

Реинжининг бизнес процессов 3

Ключевые навыки менеджмента 3

Бизнес семинары 4

Открытый бизнес форум 4



Для участия на курсах и мероприятиях UJC необходима предварительная он лайн регистрация на сайте ujc.uz/business/courses
facebook—<https://www.facebook.com/ujcbc/>
Telegram: t.me/ujc_bc

Управление продажами в розничной сети**Ксения КОНОВАЛОВА****Август 6 - 10****(18:45-21:40)**

Цели курса:

Получить инструменты для

- анализа маркетинга и продаж магазина
- управления продажами в рознице.
- увеличения продаж в магазине, эффективной системы управления.

Количество участников —24

Крайний срок подачи заявки —26 июля

Стоимость: 600 000 сум

Ксения Коновалова, бизнес-тренер UJC, директор и учредитель консалтинговой компании «KEY Consulting», стажировалась в Японии

Источник: <https://ujc.uz/business/news/3909>

Основное содержание:

- Определение видения, целей, стратегия развития магазина
- Сегментация. Целевая аудитория. УТП.
- Воронка продаж, поиск «узких мест».
- Управление персоналом, мотивация, оценка
- Мерчандайзинг.
- Средний чек, как его увеличить
- Ассортимент. ABC-анализ ассортимента, планирование акций. Оборачиваемость. Маркетинговый анализ ассортимента.



Май, 2018 — церемония вручения сертификатов курса управление продажами в розничной сети
Координатор: Шурат Калдыбаев, shukhrat@ujc.uz

КОУЧИНГ эффективный инструмент управления**Ирина ШАКИРОВА****Август 13 - 17****(10:00—13:00)**

Предназначен для руководителей разных уровней, HR-специалистов, тренеров, консультантов;

Курс предлагает усилить традиционные формы управления – методом – коучингом, который позволяет развить навыки самостоятельных достижений

Количество участников — 18

Стоимость: 600 000 сум

Ирина Шакирова, HRM-консультант, бизнес-тренер Узбекско-Японского центра, стажировалась в Японии.

Основное содержание: Понятие «коучинг». Критерии успешного коучинга. Экспресс-коучинг, «GROW» («РОСТ»), самокоучинга, внедрение коучинга

Координатор: Наталья Ушарова, natalya@ujc.uz



Каждая минута курса — отрабатывает практические навыки. (фото- 2017 г)

Управление изменениями**Дурбек МУХАМЕДОВ****Август 13 - 17****(18:45-21:40)**

Цель тренинга: Понять сущность управления изменениями, овладеть практическими навыками управления изменениями для повышения эффективности деятельности организации

Стоимость: 600 000 сум

Дурбек Мухамедов, доктор технических наук (Москва), международный бизнес тренер, имеет степень MBA, преподаватель PMP.

Основные темы курса

- виды, цели, модели, внедрение, риски изменений в организации
- оценка готовности к изменениям
- диаграмма «Интерес – Влияние»
- анализ силовых полей
- преодоление сопротивления изменениям

Источник: <https://ujc.uz/business/news/3891>

Координатор: Гайрат Хайдаров, gayrat@ujc.uz



Реинжиниринг бизнес процессов, Самарканд 28, 29, 30 сентября

Тренинг предоставит знания по планированию и управлению производственными процессами, цепочками поставок, контролю качества продукции согласно принципам японской модели производственного менеджмента.

Место проведения: Самарканд

Регистрация онлайн

К концу курса участники смогут понять и объяснить:

- Определение понятия РБП
- Причины проведения РБП
- Как грамотно провести РБП
- Учебные примеры: Коматсу, Одавара, Форд, Mazda, Банк Японии, другие
- Применение РБП в Узбекистане
- Разработка эффективного механизма проведения РБП

Координатор: Гайрат Хайдаров,
gayrat@ujc.uz

Мицуо Тамада



Реинжиниринг бизнес процессов 5, 6, 7, 10, 11 сентября

Курс разработан для предоставления знаний для повышения роста эффективности компаний путем проведения реинжиниринга бизнес процессов.

Стоимость: 700 000 сум

Количество участников — 20

Ассистент / переводчик:

Марат МИРЗАДЖАНОВ

(Сертифицированный Кайдзен-практик, один из авторов пособий по внедрению Кайдзен в Узбекистане)

Основные разделы курса:

- Определение понятия РБП.
- Причины проведения РБП
- Как грамотно провести РБП
- Учебные примеры: Коматсу, Одавара, Форд, Mazda, Банк Японии, другие
- Применение РБП в Узбекистане
- Разработка эффективного механизма проведения РБП

Координатор: Дамир Музафаров,
damir@ujc.uz

Мицуо Тамада

Отзыв участника курса

—
"Курс в сжатые сроки позволил грамотно расставить акценты, и грамотно провести РБП в своей компании Спасибо УЖС"

Программа "Ключевые навыки менеджмента", Бухара 10–21 сентября

Цель: обучить ключевым навыкам менеджмента для успешного продвижения бизнеса.

Предметы курса:

- Навыки построения коммуникаций в компании.
- Производственный менеджмент (Кайдзен).
- Как разбираться в финансовых отчетах.
- Маркетинговые инструменты в продажах.

Участники:

- узнают ключевые понятия построения команды
- освоят концепцию и методологию Кайдзен, определят проблемы или трудности в деятельности, разработают идеи по внедрению Кайдзен.
- максимально поймут финансы своего бизнеса.
- смогут применять маркетинговые инструменты для повышения своих продаж.
- увидят бизнес задачи и узнают методы их решения

Кто преподает?

- Артур Пак-Вартанян (учредитель стартап компании Brain Hub)
- Мицуо ТАМАДА (Исполнительный директор/Старший консультант, Truspire Co. Ltd., Тренер PMP).
- Лариса Скачкова (преподаватель PMP)
- Ксения Коновалова (учредитель Key Consulting group)

Координатор: Гайрат Хайдаров,
gayrat@ujc.uz



100084, Ташкент, ул. Амира Темура, 107-Б, Международный Бизнес-Центр, 6-этаж

Телефон: (998 71) 1207394/95,
2351328, 2345068
Факс: (998 71) 1207396
Эл. почта: infomail@ujc.uz

В июле-сентябре ожидаются открытые интерактивные семинары и бизнес семинары, оплата за участие на которых не предусмотрена, необходима регистрация. Информацию можно узнать подпавшись на рассылку по адресу - nodirbek@ujc.uz

**Узбекско-Японский Центр -
новые горизонты ваших возможностей**

Ожидаемые бизнес семинары
Cluster Management and Strategic Alliance, Мицуо Тамада (21 сентября).
ISO для бизнеса, Марат Хабибуллин (конец сентября).

**Открытые интерактивные семинары на
узбекском языке**

IDEATHON, Санджарбек Насырбеков, (август)

Открытый бизнес форум, 26 сентября, 14:00

Построение бизнеса с Японией: инновации и менеджмент

Ожидаемые спикеры:

- г-н Щинобу Фуджита (Президент «Strategic Consulting firm», Япония)
- г-н Мицуо Тамада (TruSPIRE Co., Ltd., консультант)
- г-н Манабу Шимояширо (директор JETRO в Узбекистане, Япония)

Выпускники PMP: Абдор Дадаходжаев, учредитель Samo Product (PMP-12)

Седьмой открытый бизнес форум нацелен на усиление динамики деловых отношений между Японией и Узбекистаном, сотрудничества между

УЖС и компаниями выпускников бизнес курсов, обсуждение вопросов внедрения передового японского опыта в национальные компании.

Регистрация откроется в конце августа



На фото: в 2017 году успешно прошел 6 открытый бизнес форум: Культура и менеджмент

Бизнес курсы Узбекско-Японский Центр ноябрь-декабрь

Business courses November–December

Ноябрь,
2018

Полное расписание бизнес курсов, семинаров, консультаций до конца 2018 г.

26 – 30 ноября – «Как подготовить и провести эффективный тренинг по продукту» для продукт менеджеров фармацевтических компаний

26 – 30 ноября – «Прогнозирование и анализ бизнес данных»

26 ноября – 7 декабря – «Бухара. Программа «Продвинутый менеджмент 2.0»

3 – 7 декабря – «Продвижение тренинговых услуг»

10 – 14 декабря – «Построение бизнес-моделей: примеры японских женщин-предпринимателей»

17– 21 декабря – «Мотивационный менеджмент»



Набор на PMP-32 – до 17 ноября,
регистрация на <https://ujc.uz/business/page/30>

График курсов

Программа профессионального менеджмента 2

«Как подготовить и провести эффективный тренинг по про- 2

Прогнозирование и анализ бизнес данных 2

«Продвинутый менеджмент 2.0» 3

Построение бизнес-моделей: примеры японских женщин-предпринимателей 3

Мотивационный менеджмент 3

Продвижение тренинговых услуг 4

Бизнес семинары 4



Для участия на курсах и мероприятиях УЈС необходима регистрация на сайте ujc.uz/business/courses
facebook—<https://www.facebook.com/ujcbc/>
Telegram: t.me/ujc_bc
Tel. (+99897) 120-73-94/95

Программа профессионального менеджмента – 5,5 месяцев

Набор по 17 ноября

Участники получают и улучшают практические базовые знания и навыки для ведения бизнеса.

Время обучения:

A-1 – 14:30 – 17:25

A-2 – 18:45 – 21:40

Требования:

высшее образование
+ 2 года опыта работы
или среднее образование
+ 4 года работы.

Этапы поступления:

1. Регистрация на тест
2. Тест по математике и логике
3. Анкетирование
4. Собеседование

16 предметов курса:

1. Командопостроение
2. Бизнес менеджмент
3. Экономика управления
4. Коммерческое письмо
5. Управление проектами
6. Клиенториентированный сервис
7. Основы бухгалтерского учета
8. Навыки презентации
9. Генерирование бизнес идеи
10. Маркетинг
11. Производственный менеджмент
12. HRM
13. Организационное развитие
14. Финансовый и управленческий учет
15. Маркетинговые исследования
16. Бизнес план

Команда преподавателей РМР

практики, консультанты, владельцы бизнеса

Щинобу Фуджита	Лариса Скачкова
Дурбек Мухамедов	Марина Ванина
Мицуо Тамада	Нелля Сальфумуллокова
Юлий Юсупов	Марина Ванина
Киёми Эгума	Ирина Шакирова
Дияс Муталов	Дамир Музафаров
Шухрат Калдыбаев	

Ожидаемая стоимость (может отличаться от указанной)

A-1 – 5 000 000

A-2 – 6 000 000

Координаторы:

Дамир Музафаров (damir@ujc.uz)

Шухрат Калдыбаев (shukhrat@ujc.uz)

"Как подготовить и провести эффективный тренинг по продукту"

Нелля Сайфулмуллокова

для продукт-менеджеров фармацевтических компаний

26–30 ноября, 10:00 – 13:00

Цель тренинга: Отработать практические навыки отбора, обучения и оценки сотрудников.

По завершению обучения участники будут:

- Знать особенности эффективного обучения взрослой аудитории
- Четко понимать алгоритм подготовки тренинга по продукту
- Подготовят собственную программу тренинга по продукту

Содержание тренинга

- Особенности обучения взрослых людей
- Что важно сделать до тренинга
- Составляем программу тренинга
- Энергия бизнес-тренинга.
- Посттренинг – залог успеха.

Стоимость: 600 000 сум

Координатор: Шухрат Калдыбаев,
shukhrat@ujc.uz



Прогнозирование и анализ бизнес данных

26–30 ноября, 10:00 – 13:00

Целевая аудитория: руководители и специалисты, которые решают такие аналитические задачи, прогнозируют; исследуют; ищут способы улучшить KPI.

Ключевые темы курса:

- Основы аналитики. Подготовка данных для анализа.
- Анализ влияния факторов на основе методов проверки гипотез

- Прогнозирование на основе метода сезонной декомпозиции
- Моделирование влияния факторов
- Прогнозирование на основе метода сезонной декомпозиции
- Моделирование влияния факторов

Окончив курс слушатели:

- Смогут правильно подготавливать исходные данные для анализа
- Проверят гипотезы с помощью

Марина Сучилина

доказательных методов и визуализировать результаты анализа

- Научатся прогнозировать развитие ситуации с учетом динамики и сезонности разными способами.
- Получат пошаговые инструкции по применению каждого метода

Стоимость: 600 000 сум

Координатор: Шухрат Калдыбаев
shukhrat@ujc.uz

Бухара. Программа «Продвинутый менеджмент 2.0» 26 ноября – 7 декабря, 10:00 – 13:00

Цель: Достижение успеха в управлении процессом введения изменений и инноваций в организации.

Участники:

1. Достигнут понимания сути изменений и инноваций
2. Узнают подходы в управлении в процессе введении изменений
3. Разработают стратегию управления процессом внедрения инноваций
4. Ознакомятся с причинами сопротивления изменениям

5. Получат навыки в преодолении сопротивления внедрению инноваций
6. Узнают подходы/технологии внедрения процесса организационных изменений
7. Освоят алгоритм планирования и управления инновациями
8. Узнают как читать финансовые отчеты и как разбираться в финансах предприятия
9. Будут знать инструменты по управлению продажами в организации

Основные темы курса:

1. Управление изменениями и инновациями
2. Как разбираться в финансовых отчетах
3. Управление продажами

Стоимость: 600 000 сум
Координатор: Гайрат Хайдаров,

Построение бизнес-моделей: примеры японских женщин-предпринимателей 10–14 декабря, 10:00–13:00

Основные темы курса:

1. Сильные и слабые стороны женщин-предпринимателей.
2. 9 блоков построения бизнес-моделей.
3. Рассмотрение опыта японских женщин-предпринимателей.

Координатор: Шухрат Калдыбаев,
shukhrat@ujc.uz

4. Обмен мнениями с узбекскими женщинами-предпринимателями.
5. Дизайн и типы бизнес-моделей.
6. Разработка продукта в группах.
7. Презентация разработанных продуктов.

Приглашенные гости — выпускники РМР

Требования к участникам:

- опыт работы в бизнес сфере
- желание разработать новый продукт

Стоимость — 700 000 сум

Координатор Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Яно Нахоку

Мотивационный менеджмент 17–21 декабря, 10:00 – 13:00

Данный курс для тех, кто хочет научиться создавать в своей компании хороший мотивационный климат.

Стоимость — 600 000 сум

Координатор Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Основные темы курса:

- Понятия «мотивация» и «мотивационный менеджмент».
- Основные теории мотивации, возможности их практического применения в бизнес-компании.
- Организационные факторы, влияющие на создание мотивирующей/демотивирующей атмосферы в компании.

Ирина Шакирова

- Методы оценки мотивации сотрудников при приеме на работу.
- Управление индивидуальной мотивацией сотрудников в текущей деятельности.
- Типы корпоративной культуры и особенности мотивации в разных корпоративных культурах.



100084, Ташкент, ул. Амира Темура, 107-Б, Международный Бизнес-Центр, 6-этаж

Телефон: (+99871) 120-73-94/95,
235-13-28, 234-50-68
Факс: (998 71) 120-73-96
E-mail: infomail@ujc.uz

Узбекско-Японский Центр

новые горизонты ваших
возможностей

В ноябре-декабре ожидаются открытые интерактивные семинары и бизнес семинары, оплата за участие не предусмотрена, необходима регистрация.

Координатор — Нодирбек Абдурахманов

Подпишитесь на рассылку по адресу nodirbek@ujc.uz, чтобы узнать точные даты и темы

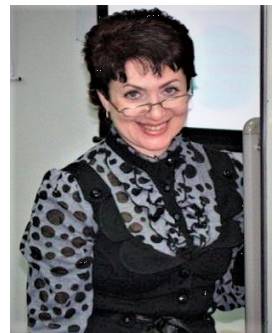
Ожидаемые бизнес семинары
Ресторанный бизнес

Открытые интерактивные семинары на узбекском языке
Трейдинг

ПРОДВИЖЕНИЕ ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ

3—7 декабря, 10:00 — 13:00

Ирина Шакирова



Цели тренинга:

- рассмотреть комплекс факторов, влияющих на эффективность обучения в компании;
- развить навыки позиционирования тренера в компании;
- развить навыки взаимной оценки и грамотного сотрудничества (как тренера с заказчиком тренинга, так и заказчика тренинга с тренером).

Тренинг полезен:

- практикующим тренерам, желающим пройти обучение
- HRM-консультантам
- HR-специалистам коммерческих компаний по обучению и развитию
- начинающим HR-менеджерам.

Стоимость — 600 000 сум

Координатор Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Темы курса:

- Система обучения и развития персонала в коммерческой компании.
- Позиционирование тренера
- Обработка запроса на обучение.
- Организация обучения.
- Оценка эффективности обучающих программ

Требования:

- опыт работы в бизнесе
- желание развить свои навыки как тренера
- опыт проведения тренингов/семинаров

Бизнес курсы Узбекско-Японский Центр февраль-март

Business courses February–March

Январь, 2019
Выпуск 3

Полное расписание бизнес курсов, семинаров, консультаций до конца марта 2019 г.

11 февраля – 15 февраля – «Построение и развитие отдела продаж»

25 февраля – 1 марта – «Введение в HRM (Управление людскими ресурсами)»

25 февраля – 1 марта – «Бизнес план. Основа для строительства бизнеса»

11 марта – 12 апреля – Успешная карьера (5 недель)

11 – 15 марта – «Коучинг в управлении»

11 – 15 марта – «Анализ и прогнозирование данных»



График курсов

Успешная карьера 2

Бизнес план. Основа для строительства бизнеса 2

Основы управления проектами 2

Построение и развитие отдела продаж 3

Введение в HRM (Управление людскими ресурсами) 3

Коучинг в управлении 3

Анализ и прогнозирование данных 4

Бизнес семинары 4



Набор на Программу «Успешная карьера» начнется с 4 февраля.

На фото – выпускники Программы, ноябрь 2018 г.

Для участия на курсах и мероприятиях УЈС необходима регистрация на ujc.uz/business_courses
facebook—<https://www.facebook.com/ujcbc/>
Telegram: t.me/ujc_bc
Tel. (+99897) 120-73-94/95

Успешная карьера – 5 недель

Набор с 11 февраля

Успешные выпускники Программы участники будут:

1. Знать ключевые понятия построения команды
2. Уметь писать деловые письма, резюме и сопроводительные письма
3. Уметь строить деловые отношения и строить нетворкинг.
4. Уметь планировать карьеру и ставить цели, задачи.
5. Видеть бизнес задачи и знать методы их решения.

Базовые предметы курса:

1. Построение команды
2. Time management
3. Навыки публичных выступлений
4. Навыки делового письма
5. Основы экономики и экономическое мышление
6. Профессиональное развитие (Планирование карьеры, основы планирования)
7. Эффективные коммуникации

Команда преподавателей «Успешная карьера» практики, консультанты, владельцы бизнеса

Марат Мирзаджанов
Дилшод Алимханов
Марина Сучилина
Александр Климов
Шухрат Калдыбаев
Дамир Музафаров



Ожидаемая стоимость - 1 200 000 сум

Координатор: Нодирбек Абдурахманов,
nodirbek@ujc.uz

Бизнес план. Основа для строительства бизнеса

София Наринян

25 февраля – 1 марта, 9:45 – 12:40

Цель: дать основы бизнес-планирования и отработать основные навыки по составлению бизнес-плана.

Стоимость: 600 000 сум

Координатор:

Дамир Музафаров, damir@ujc.uz

[Источники](https://ujc.uz/business/news/4134) — <https://ujc.uz/business/news/4134>

В ходе тренинга Вы:

- узнаете, как привести к успеху свой бизнес с помощью БП
- научитесь выделять самые существенные аспекты бизнеса
- узнаете роль БП как инструмента планирования бизнеса (будущего или существующего)
- получите Excel таблицы по финансовому плану и разработанный БП по разработанному кейсу.



С 2015 года — это первый специализированный курс по Бизнес планированию, а в этот раз — в стенах PMP.

Основы управления проектами 4–8 февраля, 18:45 – 21:45

Цель: рассмотреть подходы к управлению проектами.

Ключевые темы курса:

- С чего начинается проект?
- Цель, устав, оценка проекта
- Жизненный цикл проекта
- Ограничения проекта
- Процессы управления проектом
- Устав проекта

Окончив курс слушатели:

- Определят базовые признаки проекта и проектные роли
- Сформулируют цель проекта
- Научатся использовать «Матрицу приоритетов»
- Усвоят критерии оценки проектов по системе OECD DAC
- Определят индикаторы успеха проекта

Елена Сабирова

Стоимость: 600 000 сум

Координатор: Нодирбек Абдурахманов nodirbek@ujc.uz



Построение и развитие отдела продаж, 11 февраля – 15 февраля, 18:45 – 21:40

Ксения Коновалова

Цель:

1. Пересмотреть архитектуру отдела продаж, вывести модель продаж.
2. Вывести подбор кандидатов на новый уровень.
3. Пересмотреть регламентирующие документы для отдела продаж, при отсутствии создать прямо на тренинге.
4. Выстроить систему обучения специалистов по продажам.
5. Изучить методы мотивации сотрудников. Выработать или изменить KPI отдела продаж

Программа тренинга:

- Диагностика отдела продаж.
- Построение архитектуры отдела продаж.
- Определение модели продаж.
- Отработка коммерческих предложений.
- Построение команды продавцов.
- Определение кадровой политики. Поиск, отбор, найм.
- Вопросы на собеседовании, как отбирать кандидатов, на что обращать внимание.
- Создание регламентов, скриптов,

инструкций. Книга продаж – как основной инструмент отдела продаж.

- Построение системы обучения отдела продаж.
- Техники продаж, тренинги по продажам.
- Технологии, программы, упражнения.

Контактное лицо:

Шухрат Калдыбаев – координатор бизнес курсов, shukhrat@ujc.uz
Стоимость: 600 000 сум

Введение в HRM (Управление людскими ресурсами) 25 февраля – 1 марта, 09:30 – 12:30

Ирина Шакирова

Цель курса:

Предоставить знания о системе HRM/Управления человеческими ресурсами в компании/организации.

Координатор: Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Основные темы курса:

1. Понятие HRM. Система HRM компании, ее связь с контекстом бизнеса, масштабом деятельности и уровнем развития компании.
2. Позиционирование HR-департамента. Роль, функции и задачи в бизнес-системе.
3. Методы поиска и отбора персонала. Процесс поиска и отбора.

4. Виды и методы обучения и развития разных категорий персонала.
 5. Система мотивации персонала, ее составляющие и связь с бизнес-деятельностью компании.
 6. Презентация плана действий на основе полученных знаний.
- Тренинг – базовый, наиболее полезен будет начинающим HR-специалистам и начинающим менеджерам.

Коучинг в управлении 11–15 марта, 09:30 – 12:30

Ирина Шакирова

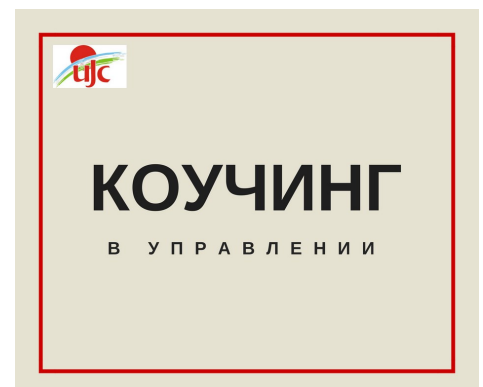
Курс усилит традиционные формы менеджмента (планирование, инструктаж, контроль, наставничество) – коучингом, чтобы развить навык самостоятельных достижений.

Стоимость – 600 000 сум

Координатор Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Основные темы курса:

- Понятие «коучинг». Ситуации для применения.
- Менеджер в роли коуча – риски и возможности. Критерии успешного коучинга.
- Методы экспресс-коучинга.
- Модель «GROW» («РОСТ»).
- Методы самокоучинга.
- Внедрение коучинга в компании.





100084, Ташкент, ул. Амира Темура, 107-Б, Международный Бизнес-Центр, 6-этаж

Телефон: (+99871) 120-73-94/95,
235-13-28, 234-50-68
Факс: (998 71) 120-73-96
E-mail: infomail@ujc.uz

Узбекско-Японский Центр

новые горизонты ваших
возможностей

В феврале-марте ожидаются открытые интерактивные семинары и бизнес семинары, оплата за участие не предусмотрена, необходима регистрация.

Координатор — Нодирбек Абдурахманов

Подпишитесь на рассылку по адресу nodirbek@ujc.uz, чтобы узнать точные даты и темы

Ожидаемые бизнес семинары

Открытые интерактивные семинары на узбекском языке

Февраль. Налоговая реформа. Баходирхон Фозилхужаев.

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДАННЫХ **11 – 15 марта, 18:45 – 21:40**

Слушатели этого курса:

- ◆ Могут правильно подготавливать исходные данные для анализа
- ◆ Проверять гипотезы с помощью доказательных методов и визуализировать результаты анализа
- ◆ Научатся прогнозировать развитие ситуации (продажи, рынки, курс) с учетом динамики и сезонности разными способами.
- ◆ Получат пошаговые инструкции по применению каждого метода

Тренинг полезен руководителям и специалистам, в функционале которых присутствует одна из следующих задач:

- ⇒ планирование/прогнозирование
- ⇒ анализ причин/факторов исследования
- ⇒ поиск способов улучшения KPI's
- ⇒ сравнение и выбор из альтернатив

Стоимость — 600 000 сум

Координатор Шухрат Калдыбаев,
shukhrat@ujc.uz

Марина Сучилина



Фундаментальные темы курса:

1. Азы аналитики. Подготовка данных для анализа.
2. Анализ влияния факторов на основе методов проверки гипотез
3. Прогнозирование на основе метода сезонной декомпозиции
4. Моделирование влияния факторов

Бизнес курсы Узбекско-Японский Центр апрель-июнь

Business courses April-June

Апрель, 2019
Выпуск 4

Полное расписание бизнес курсов, семинаров, консультаций до конца 2019 г.

29 апреля – 3 мая – «Прогнозирование и анализ бизнес данных»

13 мая – 17 мая – Навыки управления для бизнес лидеров

13 мая – 17 мая – Управление KPI

20 мая – 23 мая – Кайдзен

27 мая – 31 мая – «Управление временем»

10 июня – 14 июня – «HR практика»



Набор на PMP-33 – до 18 мая, регистрация на <https://ujc.uz/business/news/4177>

8 мая состоится третий брифинг

PMP-33. Победители PMP-26, 27, 30, 31 поделятся впечатлениями и результатах обучения на PMP

График курсов

Программа профессионального менеджмента 2

Прогнозирование и анализ бизнес данных 2

Навыки управления для бизнес лидеров 2

Управление KPI 3

Кайдзен 3

Управление временем 3

HR практика. Отбор. Обучение. Оценка персонала. 4

Открытые интерактивные семинары 4



Для участия на курсах и мероприятиях UJC необходима регистрация на сайте ujc.uz/business/courses

facebook – <https://www.facebook.com/ujcbc/>

Telegram: t.me/ujc_bc

Tel. (+99897) 120-73-94/95

Программа профессионального менеджмента – 5,5 месяцев

Набор по 18 мая

Участники получают и улучшают практические базовые знания и навыки для ведения бизнеса.

Время обучения:

A-1 – 14:30 – 17:25

A-2 – 18:45 – 21:40

Требования:

высшее образование
+ 2 года опыта работы
или среднее образование
+ 4 года работы.

Этапы поступления:

1. Регистрация на тест
2. Тест по математике и логике
3. Анкетирование
4. Собеседование

16 предметов курса:

1. Командопостроение
2. Бизнес менеджмент
3. Экономика управления
4. Коммерческое письмо
5. Управление проектами
6. Клиенториентированный сервис
7. Основы бухгалтерского учета
8. Навыки презентации
9. Генерирование бизнес идеи
10. Маркетинг
11. Производственный менеджмент
12. HRM
13. Организационное развитие
14. Финансовый и управленческий учет
15. Маркетинговые исследования
16. Бизнес план

Команда преподавателей РМР

практики, консультанты, владельцы бизнеса

Щинобу Фуджита
Дурбек Мухамедов
Мицуо Тамада
Юлий Юсупов
Нозоми Саито
Дияс Муталов
Шухрат Калдыбаев

Лариса Скачкова
Марина Ванина
София Наринян
Нелля Сайфульмулюкова
Ирина Шакирова
Дамир Музафаров

Ожидаемая стоимость (может отличаться от указанной)

A-1 – 5 500 000

A-2 – 6 500 000

Координаторы:

Шухрат Калдыбаев (shukhrat@ujc.uz)

Нодирбек Абдурахманов (nodirbek@ujc.uz)

Прогнозирование и анализ бизнес данных (с использованием Excel)

29 апреля – 3 мая, 09:30 – 12:30

Марина Сучилина

Слушатели курса:

- Смогут правильно подготавливать исходные данные для анализа
- Проверять гипотезы с помощью доказательных методов и визуализировать результаты анализа
- Научатся прогнозировать объем продаж, конъюнктуру рынка.
- Получат пошаговые инструкции по применению каждого метода.

Ключевые темы курса:

- Азы аналитики. Подготовка данных для анализа.
- Анализ факторов влияния
- Прогнозирование на основе метода экспоненциального сглаживания
- Интерпретация коэффициентов регрессионного уравнения

Координатор Наталья Ушарова,
unatalya@ujc.uz

Стоимость: 700 000 сум

Регистрация:

<http://bit.ly/bizdata042019>

Навыки управления для бизнес лидеров 13 мая – 17 мая, 09:30 – 12:30

Цель: предоставить знания и потренировать навыки для успешного руководства людьми.

Ключевые темы курса:

1. Цикл управления. Основные компетенции и функции руководителя. Стили управления
2. Субординация и координация

3. Целеполагание- основа эффективного управления

4. Делегирование и контроль

5. Проведение совещаний

Координатор: Наталья Ушарова
unatalya@ujc.uz

Стоимость: 700 000 сум

Ирина Шакирова



НАВЫКИ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ
БИЗНЕС-ЛИДЕРОВ



100084, Ташкент, ул. Амира Темура, 107-Б, Международный Бизнес-Центр, 6-этаж

Телефон: (+99871) 120-73-94/95,
235-13-28, 234-50-68
Факс: (998 71) 120-73-96
E-mail: infomail@ujc.uz

В апреле-июне ожидаются открытые интерактивные семинары с целью развития карьерного и личностного потенциала.

Целевая аудитория — студенты Вузов, колледжей, лицеев. Оплата за участие не предусмотрена, необходима регистрация.

Узбекско-Японский Центр

новые горизонты ваших
возможностей

Подпишитесь на рассылку по адресу
podirbek@ujc.uz, чтобы узнать точные даты и темы

Ожидаемые открытые семинары

1 мая, 2019 г. 18:45

«Карьера. С чего начать?» - Алма Абдурахманова,
HR Manager в Toyota Motor Company

HR практика. Отбор. Обучение. Оценка персонала.

Ирина Шакирова

10 июня – 14 июня, 09:30 – 12:30

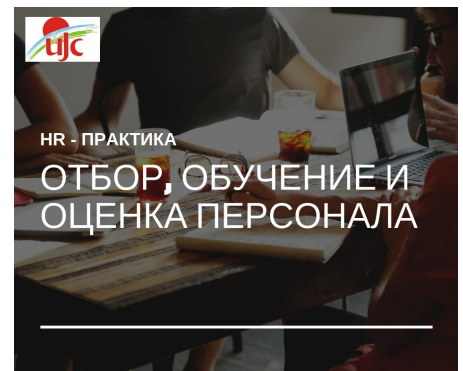
Приглашаются:

- Участники базового тренинга «Введение в HRM»
- HR-специалисты по отбору, обучению и оценке
- Менеджеры среднего звена, участвующие в отборе, обучении и оценке персонала.

Ключевые темы курса:

- Модель компетенций сотрудника. Практические аспекты отбора сотрудников.
- Формы и содержание программ обучения и развития.
- Центр оценки как метод обучения, развития и оценки персонала.

Координатор
Шухрат Калдыбаев,
shukhrat@ujc.uz
Стоимость — 800 000 сум



ANNEX 3

**PROJECT FOR CAPACITY DEVELOPMENT OF BUSINESS PERSONS AND NETWORKING THROUGH
UZBEKISTAN-JAPAN CENTER FOR HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT**

Duration: 1 December 2015 to 30 November 2020 (5 years)

Target group: Direct target group: UJC staff, local lecturers of business courses, participants of business courses

Indirect target group: Professionals in private sector, business owners and their employees, entrepreneurs in Uzbekistan, MFERIT

Target Area: Tashkent, Bukhara

Narrative Summary	Objectively Verifiable Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>Overall Goal UJC contributes to promotion of SMEs and diversification of industry in Uzbekistan as well as to strengthening of relations between Uzbekistan and Japan especially in business.</p>	<p>1. Number of SMEs which benefit from the business services of UJC is increased from xx to xx. 2. Number of SMEs operated by UJC graduates that have business relations with Japanese companies is increased from xx to xx.</p>	<p>1. Business reports and statistics of Uzbekistan Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey) 2. Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey)</p>	<p>Government policy to promote SMEs does not change.</p>
<p>Project Purpose Institutional system is established at UJC to develop capacity of business persons to contribute to SME promotion and also to strengthen relations between Uzbekistan and Japan.</p>	<p>1. Number of UJC graduates/participants who expand their business or their career is increased from xx to xx. 2. The information on business and human resources disseminated by UJC is utilized by target people.</p>	<p>1. Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey) 2. UJC record of visitors/database users/newsletter subscribers Interview to users of information and database provided by UJC</p>	<p>Political and socio-economic situations in Uzbekistan does not considerably deteriorate.</p>
<p>Outputs</p> <p>1. Practical business courses are regularly provided by UJC, including topics on Japanese management, quality control and production control.</p> <p>2. UJC programs are sustainably operated utilizing local resources and network.</p> <p>3. Management system is established at UJC as a base for enhancement of business human resources networking and information sharing between Uzbekistan and Japan.</p>	<p>1-1 Number of PMP graduates/ business course participants reaches xx by the end of the Project. 1-2 The average rate of satisfaction level of PMP graduates/ business course participants reaches xx.</p> <p>2-1 Annual operation plan of UJC is regularly revised based on the mid-term plan formulated.. 2-2 Balance of revenue and expenditure is continuously checked and analyzed by UJC staff. 2-3 The share of income brought by UJC activities in UJC budget becomes xx%.</p> <p>3-1 Number of activities for business human resources networking and information sharing expansion reaches xx. 3-2 The average evaluation of participants of activities for business human resources networking and information sharing reaches xx.</p>	<p>1-1 UJC report of business courses 1-2 Questionnaire to PMP graduates/business course participants UJC report of business courses</p> <p>2-1 UJC annual report UJC annual plan 2-2 UJC annual report UJC financial statements 2-3 UJC financial statements</p> <p>3-1 UJC annual report 3-2 Questionnaire to participants of activities for business human resources networking enhancement UJC record of activities</p>	<p>Administrative framework for organizations related to promotion of SME does not change.</p>

<u>Activities</u>	Inputs	
<p><u>Activities of Output 1</u></p> <p>1-1 Formulate a comprehensive plan for programs of capacity development of business persons</p> <p>1-2 Conduct survey on SME situations and needs for capacity development of business persons (business field, type of profession, position, etc.). Revise the curriculum of capacity development of business persons based on the results of the survey.</p> <p>1-3 Plan and implement activities for capacity development of business persons (PMP, short course, regional seminar, open seminar, business seminar).</p> <p>1-4 Provide support for local SMEs of PMP graduates through consulting services.</p> <p>1-5 Provide follow-up for PMP graduates through open business forum and alumni event.</p> <p>1-6 Formulate a training plan for local lecturers and staff involved in capacity development of business persons and implement the plan. Revise the training plan through monitoring of training progress.</p> <p>1-7 Conduct monitoring and evaluation of capacity development of business persons. Improve activities for capacity development of business persons constantly, based on the results of monitoring and evaluation.</p> <p>1-8 Strengthen network with governmental agencies and organizations related to SME promotion, business organizations, private companies, and PMP graduates/ex-trainees in Japan to improve and expand activities for capacity development of business persons. Disseminate information on local SMEs and human resources actively.</p> <p>1-9 Conduct follow-up of PMP graduates every six month to examine the effects of activities for capacity development of business persons.</p>	<p>Uzbek side</p> <p>(a) Assignment of counterpart personnel Co-Director Coordinator/Accountant</p> <p>(b) Provision of floor space and facilities of UJC</p> <p>(c) Operation cost (Utility charges for the above and other necessary expenses)</p>	<p>UJC remains a registered educational organization (NPO).</p>
<p><u>Activities of Output 2</u></p> <p>2-1 Formulate and implement comprehensive plan to strengthen organizational capacity of UJC.</p> <p>2-2 Formulate and implement comprehensive plan to strengthen financial sustainability of UJC.</p> <p>2-3 Plan and implement UJC activities based on the above comprehensive plan.</p>	<p>Japanese side</p> <p>(a) Dispatch of experts Long-term Co-Director Networking activities/Coordinator Short-term Business course lecturer (upon necessity)</p> <p>(b) Local operation costs</p> <p>(c) Training in Japan</p> <p>(d) Provision of equipment</p>	<p>Pre-conditions</p> <p>Related organizations in Uzbekistan do not oppose the Project.</p>
<p><u>Activities of Output 3</u></p> <p>3-1 Develop database of PMP graduates/business course participants.</p> <p>3-2 Provide support for networking activities of PMP graduates.</p> <p>3-3 Establish a working structure to promote business networking activities between Uzbekistan and Japan (providing information for economic organizations and companies, promotion of human resources networking).</p>		

Specific target level and evaluation points of Objectively Verifiable Indicators are defined within six months after the project start upon agreement of project stakeholders.

Notes

MFERIT: Ministry of Foreign Economic Relations, Investments, and Trade

PMP: Professional Management Program

SME: Small and medium enterprise

UJC: The Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development

**PROJECT FOR CAPACITY DEVELOPMENT OF BUSINESS PERSONS AND NETWORKING THROUGH
UZBEKISTAN-JAPAN CENTER FOR HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT**

Duration: 1 December 2015 to 30 November 2021 (6 years)

Target group: Direct target group: UJC staff, local lecturers of business courses, participants of business courses

Indirect target group: Professionals in private sector, business owners and their employees, entrepreneurs in Uzbekistan, MIFT

Target Area: Tashkent and other cities (such as Bukhara)

Narrative Summary	Objectively Verifiable Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>Overall Goal UJC contributes to promotion of SMEs and diversification of industry in Uzbekistan as well as to strengthening of relations between Uzbekistan and Japan especially in business.</p>	<p>1. Number of SMEs which benefit from the business services of UJC is increased from 0 to 100. 2. Number of SMEs operated by UJC participants and graduates that build new business linkages with foreign companies (including Japanese companies) is increased from 0 to 25.</p>	<p>1. Business reports and statistics of Uzbekistan Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey) 2. Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey)</p>	<p>Government policy to promote SMEs does not change.</p>
<p>Project Purpose Institutional system is established at UJC to develop capacity of business persons to contribute to SME promotion and also to strengthen relations between Uzbekistan and Japan.</p>	<p>1. Number of UJC graduates/participants who expand their business or their career is increased from 0 to 200. 2. The information on business and human resources disseminated by UJC is utilized by target people.</p>	<p>1. Follow-up survey of PMP graduates/business course participants (questionnaire survey) 2. UJC record of visitors/database users/newsletter subscribers Interview to users of information and database provided by UJC</p>	<p>Political and socio-economic situations in Uzbekistan does not considerably deteriorate.</p>
<p>Outputs</p> <p>1. Practical business courses are regularly provided by UJC, including topics on Japanese management, quality control and production control.</p> <p>2. UJC programs are sustainably operated utilizing local resources and network.</p> <p>3. Management system is established at UJC as a base for enhancement of business human resources networking and information sharing between Uzbekistan and Japan.</p>	<p>1-1 Number of PMP graduates/ business course participants reaches 1,500 per year by the end of the Project. 1-2 The average rate of satisfaction level of PMP graduates/ business course participants reaches 4.5/5.0.</p> <p>2-1 Annual operation plan of UJC is regularly revised based on the mid-term plan formulated. 2-2 Balance of revenue and expenditure is continuously checked and analyzed by UJC staff. 2-3 The share of expenditures borne by UJC becomes 50% of total (local) expenditures of UJC 2-4 Future UJC strategy is formulated.</p> <p>3-1 Number of activities for business human resources networking and information sharing expansion reaches 100. 3-2 The average evaluation of participants of activities for business human resources networking and information</p>	<p>1-1 UJC report of business courses 1-2 Questionnaire to PMP graduates/business course participants UJC report of business courses</p> <p>2-1 UJC annual report UJC annual plan 2-2 UJC annual report UJC financial statements 2-3 UJC financial statements 2-4 UJC annual report (including JCC minutes, monitoring sheet)</p> <p>3-1 UJC annual report 3-2 Questionnaire to participants of activities for business human resources networking enhancement UJC record of activities</p>	<p>Administrative framework for organizations related to promotion of SME does not change.</p> <p>Local currency does not fluctuate drastically.</p>

	sharing reaches 80%. 3-3 Database management system is in place.	3-3 UJC annual report (including JCC minutes, monitoring sheet)	
<p>Activities</p> <p>Activities of Output 1</p> <p>1-1 Formulate a comprehensive plan for programs of capacity development of business persons.</p> <p>1-2 Conduct survey on SME situations and needs for capacity development of business persons (business field, type of profession, position, etc.). Revise the curriculum of capacity development of business persons based on the results of the survey.</p> <p>1-3 Plan and implement activities for capacity development of business persons (PMP, short course, regional seminar, open seminar, business seminar).</p> <p>1-4 Provide support for local SMEs of PMP graduates through consulting services.</p> <p>1-5 Provide follow-up for PMP graduates through open business forum and alumni event.</p> <p>1-6 Formulate a training plan for local lecturers and staff involved in capacity development of business persons and implement the plan. Revise the training plan through monitoring of training progress.</p> <p>1-7 Conduct monitoring and evaluation of capacity development of business persons. Improve activities for capacity development of business persons constantly, based on the results of monitoring and evaluation.</p> <p>1-8 Strengthen network with governmental agencies and organizations related to SME promotion, business organizations, private companies, and PMP graduates/ex-trainees in Japan to improve and expand activities for capacity development of business persons. Disseminate information on local SMEs and human resources actively.</p> <p>1-9 Conduct follow-up of PMP graduates every six months to examine the effects of activities for capacity development of business persons.</p> <p>Activities of Output 2</p> <p>2-1 Formulate and implement comprehensive plan to strengthen organizational capacity of UJC.</p> <p>2-2 Formulate and implement comprehensive plan to strengthen financial sustainability of UJC.</p> <p>2-3 Plan and implement UJC activities based on the above comprehensive plan.</p> <p>2-4 Formulate a future UJC strategy and consider how the strategy can be implemented and monitored.</p> <p>Activities of Output 3</p> <p>3-1 Develop database of PMP graduates/business course participants.</p> <p>3-2 Provide support for networking activities of PMP graduates.</p> <p>3-3 Establish a working structure to promote business networking activities between Uzbekistan and Japan (providing information for economic organizations and companies, promotion of human resources networking).</p> <p>3-4 Formulate a database improvement plan with a management manual.</p> <p>3-5 Initiate some of the urgent tasks identified in the improvement plan.</p>	<p>Inputs:</p> <p><u>Uzbek side</u></p> <p>(a) Assignment of counterpart personnel;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co-Director from Uzbek-side - Coordinator - Accountant <p>(b) Provision of floor space and facilities of UJC</p> <p>(c) Operation cost (Utility charges for the above and other necessary expenses)</p> <p><u>Japanese side</u></p> <p>(a) Dispatch of experts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Long-term: Co-Director from Japanese-side, Networking activities/Coordinator - Short-term: Business course lecturer (upon necessity) <p>(b) Local operation costs</p> <p>(c) Training in Japan</p> <p>(d) Provision of equipment</p>	<p>UJC remains a registered educational organization (NPO).</p> <hr/> <p>Pre-conditions</p> <p>Related organizations in Uzbekistan do not oppose the Project.</p>	

Specific target level and evaluation points of Objectively Verifiable Indicators are defined within six months after the project start upon agreement of project stakeholders.

Notes

MIFT: Ministry of Investments and Foreign Trade

PMP: Professional Management Program

SME: Small and medium enterprise

UJC: The Uzbekistan-Japan Center for Human Resources Development