

# UJASIRIMALI KATIKA BIASHARA ZA TANZANIA



*Toleo la Pili*

*Jeremia R. Makindara*

**UJASIRIMALI KATIKA  
BIASHARA ZA TANZANIA**

**Toleo la Pili**

**Jeremia R. Makindara**

## YALIYOMO

Utangulizi .....	iii
Shukrani .....	iv
Yaliyomo .....	v
<b>Sura ya Kwanza: Maswala ya Kuangalia Kabla ya Kuanzisha Biashara .....</b>	<b>1</b>
<i>Utangulizi</i>	
<i>Tabia za kijasiriamali</i>	
<i>Stadi za biashara</i>	
<i>Kukuza mawazo na fursa za biashara</i>	
<b>Sura ya Pili: Ukuzaji na Uendelezaji wa Dhana ya Biashara .....</b>	<b>7</b>
<i>Utangulizi</i>	
<i>Ukuzaji wa dhana na mawazo ya biashara</i>	
<b>Sura ya Tatu: Taratibu za Biashara na Huduma za Serikali .....</b>	<b>11</b>
<i>Sura za miundo ya biashara</i>	
<i>Kamuni na masharti ya biashara ndogondogo</i>	
<i>Biashara ndogondogo: Hatari na uthibiti wake</i>	
<b>Sura ya Nne: Jinsi ya Kugharamia Mpango wa Biashara .....</b>	<b>17</b>
<i>Chanzo cha fedha</i>	
<i>Sura za kugharimia</i>	
<i>Muda wa kugharimia</i>	
<b>Sura ya Tano: Mpango wa Biashara .....</b>	<b>19</b>
<i>Utangulizi</i>	
<i>Mpango wa biashara ni nini?</i>	
<i>Kwanini yakupasa kuandika mpango wa biashara</i>	
<i>Mpangilio wa mpango wa biashara</i>	
<i>Utafiti wa soko</i>	
<b>Sura ya Sita: Mikakati ya Kutafuta Soko kwa Ajili ya Biashara Yako .....</b>	<b>26</b>
<i>Uchanganuzi wa hali/mahali</i>	
<i>Shabaha za elimu ya soko</i>	
<i>Bajeti</i>	
<b>Sura ya Saba: Mpango wa Kifedha na Biashara Yako .....</b>	<b>30</b>
<i>Kukuza mpango wa fedha</i>	
<i>Taarifa ya mapato halisi</i>	
<i>Mizania</i>	
<i>Taarifa za mapato</i>	
<i>Uchanganuzi wa taarifa za fedha</i>	
<b>Sura ya Nane: Zana za Utafiti kwa ajili ya Biashara Yako .....</b>	<b>38</b>
<i>Habari mahususi za kibiashara</i>	
<i>Habari mahususi za kiviwanda</i>	
<b>Hitimisho .....</b>	<b>40</b>
<b>Marejesho .....</b>	<b>41</b>

# SURA YA KWANZA

## Maswala ya Kuangalia Kabla ya Kuanzisha Biashara

### *Utangulizi*

Ujasiriamali una maana nyingi, ila kiujumla neno hili linamaanisha kuwa ni:

“Kujitolea/kukubali kuanzisha shughuli mpya ambazo ni za kibunifu na kivumbuzi”.

Wajasiriamali kwa ujumla huangalia ulimwengu kwa mtazamo halisi, wakitafuta changamoto na fursa mpya kwa moyo wa ujasiri. Na hawa ndio mawakala wasababishao mabadiliko katika jamii.

Wajasiriamali ni viongozi wa kesho - hugeuza maono na dira kuwa uhalisi/ukweli. Ajira binafsi huwapa wajasiriamali uhuru wa kuleta na kutendea kazi mawazo mapya waliyonayo ambayo yana mwitikio na fursa zinazotambulika.

### **Tabia za Kijasiriamali**

Watu wenye sifa na tabia za kijasiriamali hufurahia kazi ngumu, changamoto na mafanikio ya ajira zao binafsi walizonazo. Ni watu wanaopenda kujitawala wenyewe.

#### *Tabia za Wajasiriamali wenye mafanikio:*

Wajasiriamali wenye mafanikio kwa desturi huwa na tabia zifuatazo:-

- Hujiamini
- Wenye msimamo
- Wenye mwelekeo wa kutimiza lengo
- Wavumbuzi na wabunifu
- Wenye kujitegemea
- Wenye uwezo wa kubadilisha (mipango, malengo n.k.), wenye akili nyepesi/hodari na wenye kupendelea mambo mbalimbali.
- Wenye bidii na juhudi
- Waanzilishi
- Huwa na mawazo ya kujenga
- Hupenda kubahatisha kwa kiasi/kadri

Kwa kuongezea, mjasiriamali mweye mafanikio anapaswa kuwa na stadi nyingine za kimsingi za kijasiriamali ili kwa na ufanisi zaidi katika biashara zake. Stadi hizi ni:

- Umakinifu
- Upambanuzi
- Mpangilio/utaratibu
- Uvumbuzi
- Mawasiliano
- Mwenye mitandao
- Mwenye kushawishi
- Sifa za uongozi

### **Stadi za Biashara**

Kuanzisha na kuendesha biashara kunahitaji stadi maalum kama vile upangaji makini wa mipango, utafiti, ukadiriaji wa kiwango cha hatari, msimamo na saburi

## **Stadi muhimu za kuendesha biashara na ajira binafsi**

Stadi zifuatazo ni muhimu kwa mtu aliyejijari mwenyewe ambazo anastahili kuwa nazo:-

- Kutambua fursa
- Kuunda mawazo kwa usahihi na ya kueleweka
- Kuweka lengo
- Kukuza mpango wa biashara
- Kujipatia msaada wa kiufundi
- Kuchagua aina ya umilikaji
- Kupanga mkakati wa kutafuta soko
- Kuonyesha mahali pa kufanyia biashara
- Kugharamia biashara
- Kushughulikia masuala ya kisheria
- Kuongoza watu kama rasilimali
- Kuanzisha biashara/kukuza biashara
- Kuongoza jitihada za mauzo
- Kutatua matatizo ya kibiashara yanayojitokeza

## **Nini husababisha biashara kufilisika?**

Kuna sababu nyingi sana za biashara kufilisika lakini sababu zinazojitokeza mara nyingi huwa ni hizi zifuatazo:

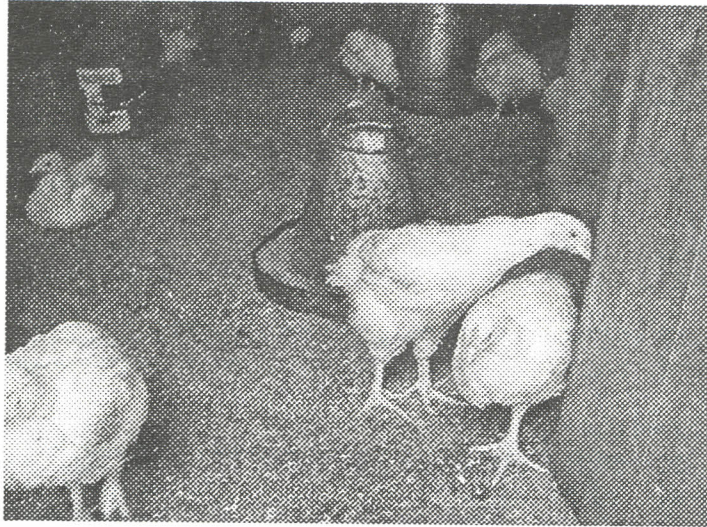
- Ukosefu wa uzoefu wa kufanya biashara
- Ukosefu wa mtaji wa kutosha kwa biashara inayoanzishwa
- Mahali/Eneo duni la kufanyia biashara
- Usimamizi mbovu wa hesabu za mali au bidhaa zinazouzwa
- Ununuzi wa kupindukia wa vifaa vya kudumu na samani
- Mtazamo au mwelekeo wenye dosari toka mwanzo
- Desturi mbovu za kuchukua mikopo
- Matumizi binafsi yasiyoidhinishwa ambayo hugharamiwa na biashara yenyewe
- Mapato halisi yasiyotosheleza/uhaba wa mapato halisi
- Mauzo hafifu
- Elimu duni ya soko au kutokuwa na uzoefu juu ya masuala ya masoko
- Msongo wa kazi au/na kuwa mambo mengi ya kufanya kupita kiasi

## **Kukuza Mawazo na Fursa za Biashara**

Yawezekana ni mara nyingi mtu umeshawahi kufikiri juu ya uwezekano wa kuanzisha biashara yako mwenyewe. Wazo la kuwa boshi wewe mwenyewe – na kujaribu kufanya mambo yako na kuwajibika ili kupata fedha zako – linavutia sana. Yawezekana ulishakuwa na msukumo, uzoefu na uwezo wa kifedha unaohitajika ili ufanikiwe. Jambo lililokuzuia tu ni kufikiri aina gani ya biashara uianzisha.

Kama haya yaelekea si mageni kwako, basi uko kwenye mwelekeo muafaka kabisa wa kuanzisha biashara. Wajasiriamali wengi hutumia muda mwingi kuchunguza, kuchanganua na kusumbuka kuhusu aina ya biashara itakayokuwa muafaka kwao. Wanaweza kuwa na kaumu ya mawazo lakini hawana uhakika ni wazo lipi kati ya hayo litawaridhisha zaidi na kuwa na ufanisi zaidi. Vile vile kuna watu wako kinyume chake pia yaani ni kawaida kutokea watu wakawa hawana wazo la biashara hata kidogo lakini wanajua kuwa wanataka kuwa wajasiriamali.

Je watu hufikia vipi wazo la kuanzisha biashara na watambuaje kwamba wazo hilo litaelekea kuwa biashara nzuri?



### **Wazo la Biashara**

Mara nyingi mawazo ya biashara huanzishwa kutokana na tatizo linalojitokeza katika soko. Kwa mfano inawezekana kabisa kuwa katika jamii kuna kundi la watu lenye mahitaji yasiyotoshelezwa ipasavyo. Hii hupelekea wazo la kutafuta suluhisho la tatizo hilo. Kama wazo litathibitika kwamba lawezekana, basi fursa ya biashara huwa imeshabuniwa.

Kama mjasiriamali, yakupasa kujifunza kutazama kila hali kwa mtazamo mpya wa kiujumla. Yakupasa kutazama mbele na zaidi ya kilichopo na ufikiri nini hasa chaweza kuwepo au kujitokeza. Mambo yanayowezekana hayana kikomo. Fursa zinazunguka jamii. Changamoto ni kujifunza jinsi ya kumaliza tatizo na kupiga taswira ya ufumbuzi wa tatizo hilo vichwani mwetu. Kwa vipi? Kwa kutatua tatizo kwa kuchangia mawazo papo kwa papo na familia na marafiki au kuondoa kipingamizi chako binafsi cha kuamini kuwa huwezi na kuwa na mawazo ya kimaendeleo.

### **Vyanzo vingine vya mawazo ya biashara vyaweza kuwa vifuatavyo:-**

- Usomaji wa magazeti, vitabu, na vijarida vyenye maelezo mafupi kimatangazo na vipeperushi
- Kuhudhuria maonyesho ya biashara
- Kutumia tovuti
- Kuhudhuria makongamano
- Kuongea na watu mbali mbali kuhusu mambo ya biashara
- Kuwa makini katika kutafuta mahitaji ya watu binafsi, kaya, jamii na kadhalika
- Kutokuacha kujifunza mambo mapya kila siku!

Mara ukishabaini fursa ya biashara, kuna vipengele viwili vikuu vya kuzingatia navyo ni:

- (i) Je, biashara hiyo inaweza kufanyika?

Uchunguze zaidi tu kama vile kufanyauchunguzi wa hali halisi na ikiwezekana kuandika mpango wa biashara, kwaweza kujibu swali hili

- (ii) Je, kuna yeyote aliyewahi kufanya biashara hii kabla yangu?

Utafiti wako utakufanya utambue iwapo fursa hiyo ilishavumbuliwa kabla au la. Ikiwa ilishavumbuliwa kabla, chunguza nani amefanikiwa kuifanya kwa mafanikio na utafute nini wanakifanya kwa usahihi na kama kuna nafasi ya kuiboresha. Buni na kutafiti kitu cha kutofautisha biashara yako na ile ya washindani wako? Hii ni sehemu inayohitaji uepo wa hali ya

Juu katika kufanya uamuzi iwapo wazo hili litaweza kuendelezwa na kuwa biashara itakayoleta faida.

### **Fursa za biashara**

Fursa za biashara zaweza kutokana na vyanzo viwili tofauti:-

- (i) Zaweza kujitokeza kwa kuangalia matokeo ya maisha yako binafsi uliyoyapitia. Maisha haya yanajumuisha kazi ulizozifanya awali, mambo binafsi unayoyapenda kwa ajili ya kujiburudisha na uzoefu binafsi au
- (ii) Kutoka fursa katika mazingira yaliyo nje au kwenye soko kwa ujumla.

### **Fursa ya biashara kutokana na mzunguko wa maisha**

Fursa ya biashara kutokana na mzunguko wa maisha inaweza kupatikana kutokana na haya yafuatayo:

#### **Mtindo wa maisha na uzoefu**

Mawazo yanaweza kutokana na utazamaji wa kawaida kabisa wa matukio ya kila siku maishani mwetu. Ni kiasi tu cha kuoanisha zaidi yale yanayotokea kutuzunguka. Mawazo yaweza kuwa dhahiri kutokana na kusafiri, uzoefu unaopata katika kutafuta bidhaa kwenye soko, mawazo yaliyosimuliwa na watu ambao wamemaizi tatizo au fursa au kutokana na kuangalia kwa makini mwenendo wa watu wengine tu!

#### **Mambo tunayoyapenda kuyafanya ili kujiburudisha**

Mambo tependayo kufanya ili kujiburudisha na hamu ya kujifurahisha yaweza kupelekea fursa za biashara. Mathalani, waandishi waanzishao kampeni za uchapishaji au waalimu waanzishao shule binafsi au maktaba binafsi. Vile vile wafugaji wa kuku au mifugo wanaweza wakaamua kuanzisha biashara yao ya kuuza chakula cha mifugo ili kupata mahitaji ya mifugo yao kwa urahisi zaidi.

#### **Kazi yako**

Wazo kutoka katika kazi yako laweza kutokea katika njia nyingi tofauti. Waweza kuwa umetambua fursa ya bidhaa au huduma ambayo mwajiri wako haipi thamani inayotakiwa au kwa sababu nyingine zozote na sio biashara muhimu kwake. Labda umeendeleza na kuboea/kuwa mtaalamu katika stadi au maarifa yanayoweza kuwa na mvuto miongoni mwa watu mnaofanya kazi/biashara ya aina moja au una bidhaa ambayo waweza kuiuza kwa mwajiri wako.

#### **Elimu:**

Kujifunza maishani mwetu ni hitaji muhimu ili kufanikisha jitihada za kirajasiriamali. Zaidi ya kukuza stadi, elimu huweza kupelekea kufikia wazo la biashara.

#### **Angalia yatendekayo kukuzunguka au katika mazingira unayoishi**

Kuna vipengele kadhaa vya kimazingira vinavyoweza kupelekea fursa ya biashara. Hivi ni:-

#### **Mabadiliko katika Soko**

Yaani wakati mteja anabadili tabia yake ya uteuzi na manunuzi, daima fursa mpya ya kuweka bidhaa mbadala hujitokeza. Kwa mfano: Burudani majumbani na maduka/maktaba za video badala ya majumba ya sinema. Au pindi wafugaji wanapoamua kujitengenezea vyakula vya mifugowao wenyewe, mahitaji ya mali ghafi huibuka badala ya kuuza chakula chenye. Hivyo soko la vyakula vya mifugo linakuwa limepata ushindani mpya.

#### **Mabadiliko katika aina mbalimbali za biashara.**

Pindi Serikali inapoadili masharti ya biashara mara nyingi biashara mbalimbali huathirika. Fursa hujitokeza kusaidia kutoa suluhisho kwa makampuni kukabiliana na mabadiliko hayo au kuhudumia mahitaji mapya yaliyosababishwa na mabadiliko hayo. Kwa mfano, pale serikali ilipoanza kubinafsisha mashirika ya umma, Shirika la Uzalishaji wa Chakula cha Mifugo (TAFCO) nalo halikusalimika. Hali

## ***Ujasirimali Tanzania***

hii ilileta changamoto kwa watu binafsi ambao walianzisha na kujenga viwanda vyao vya kuzalisha vyakula vya mifugo.

### **Athari za kiteknolojia**

Matokeo ya ukuaji wa teknolojia huathiri takriban sekta zote za biashara toka matengenezo ya magari hadi upigaji wa picha. Kwa mfano hivi sasa mikutano au makongamano yanaweza kufanyika kwa kutumia mtandao wa video (video conference). Fursa mpya kama hizi zitumiwa teknolojia mpya zinaendelea kukua kwa kasi/kiwango cha kuogofya na hivyo kuleta changamoto katika uanzishaji wa biashara mpya. Pia ukiangalia kwenye sekta ya vyakula vya mifugo mabadiliko ya teknolojia na upatikanaji wa teknolojia rahisi umeweza kuleta ushindani kwani vimeanzishwa viwanda vidogo vidogo na vya kati ambavyo vinazalisha vyakula vya mifugo. Hivyo vimeongeza upatikanaji wa vya mifugo kwa urahisi zaidi na ukaongeza changamoto kwa wafugaji hasa wa mifugo midogo kama kuku kuongeza na kukuza ufugaji wao.

### **Shinikizo la ushindani:**

Kuhitajika kwa bidhaa fulani kunaweza kuanzisha soko lenye ushindani sana la aina fulani za biashara. Biashara binafsi ya kompyuta ni mfano ambapo shinikizo la ushindani limeathiri soko hili kwa kiasi kikubwa. Vile vile mahitaji ya kuku wa nyama yameleta ushindani sana kwa wafugaji na wazalishaji wa mifugo. Mahitaji haya huwa ya juu sana hasa wakati wa sikukuu kam vile Idi. Pasaka na Noeli. Hivyo kuwa changamoto kubwa tu ya uanzishaji wa biashara mpya za mifugo hapa Tanzania.

### **Mabadiliko ya watu katika jamii**

Mabadiliko katika umri, pato na idadi ya watu katika nchi yamechangia kuongeza mahitaji katika sekta mbalimbali kama vile sekta ya afya, mipango ya kifedha na kwenye biashara za ushauri. Kwa mfano ukiangalia soko la kuku, watu wameanza kupendelea kuku wa kienyeji na mayai ya kienyeji. Hivyo mabadiliko haya yameweza kuleta changamoto mpya katika jamii na hivyo kuibua biashara mpya ya ufugaji wa kuku wa kienyeji kwa wingi zaidi.

### **Je, mwelekeo husaidia vipi kuleta matokeo?**

Endapo waweza kutambua mwelekeo fulani na kujifunza jinsi ya kutabiri ili kuweza kunufaika na utabiri wako. uko njiani kukuza biashara yenye ufanisi na yenye kuweza kuwa ya kustaajabisha. Kujua mteja wako atahitaji nini kwa siku zijazo ni jambo ambalo huchangia kuleta mafanikio.

Mwelekeo una maana ya “uelekeo wenye uhakika na wenye kutabirika au mfululizo wa matukio yenye uhakika na kutabirika”. Mwelekeo waweza kukaa zaidi ya miaka kumi.

Habari za mwelekeo hutupatia habari vitu vitumiwavyo katika kufikia hitimisho fulani kuhusu wakati ujao na uliopita. Kutabiri mwelekeo kwaweza kufikiwa kwa kutumia njia mbalimbali kutegemeana na yule atabiriye.

Kwa mfano, ukiangalia mahitaji ya nyama wakati wa siku za sikukuu, unaweza ukatabiri mwelekeo na ukapange uanze kufuga kuku wa nyama kwa wingi kwa wakati gani ili upate soko zuri kwa wakati wa sikukuu hizo. Hii inakwenda sambamba na wazalishaji wa vyakula vya mifugo ambao wanaweza wakaangalia mwelekeo wa soko lao na wakazalisha vyakula kwa wingi kwa wakati muafaka kutokana na ongezeko la mahitaji katika soko.

### **Wawezaje kutabiri mwelekeo?**

Kuna njia mbili ambazo hutambulisha mwelekeo unaotokea.

- (i) Kusoma vitabu vilivyoandikwa na wataalamu na watabiri au wabashiri wa masuala ya kibiashara au kijamii na kwenda na wakati. Hii ni pamoja na kupinga mapokeo na mambo ya zamani. Mbinu hii hutumika sana kwenye masoko ya hisa.au
- (ii) Kujifunza jinsi ya kutambua mwelekeo wewe mwenyewe.





Kwa njia yoyote kati ya hizo mbili hapo juu, zana zifuatazo zapaswa kuzingatiwa na kutumiwa:-  
Takwimu za idadi ya watu.

- Mabadiliko katika sura ya idadi ya watu yaani watoto, vijana, wazee, wanawake/wanaume)
- Mabadiliko katika jamii: Desturi, mila na maadili
- Viashirio vya kiuchumi: Hivi ni pamoja na mfumuko wa bei, viwango vya ukosefu wa ajira n.k.

Katika kuambua mwelekeo, kinachoangaliwa ni viashirio. Endapo kutakuwa na sehemu kubwa ya kutosha ya idadi ya watu wenye mahitaji yenye kulandana, yawezekana basi hapo kukawa na nafasi ya kuanzisha biashara mpya.

Kwa mfano ukiangalia mwelekeo ulivyo kwa wananchi wa maeneo ya Kibaha, Ruvu na Mlandizi katika mkoa wa Pwani unaweza kuona kuwa ufugaji wa kuku wa nyama na mayai imeshamiri sana na unaendelea kuongezeka siku hadi siku. Unawezakuona kuwa mashamba mapya ya mifugo yanaanzishwa na watu wanazidi kuhamia kwenye maeneo haya. Hivyo kwa kuangalia mwelekeo huu unaweza kutabiri kuwa katika kipindi cha miaka mitano hadi kumi ijayo kutakuwa na mahitaji makubwa ya vyakula vya mifugo. Hivyo unaweza kuanzisha kiwanda cha kuzalisha vyakula vya mifugo na ukapata soko kubwa tu kutokana na mahitaji mapya yanayojitokeza siku hadi siku.

# SURA YA PILI

## Ukuzaji na Uendelezaji wa Dhana ya Biashara

### Utangulizi

Kama ilivyo kwa mjasiriamali, mtu anaweza kufikiri kwamba kuna wateja wengi wasiodhihirika bado katika biashara inayotaka kuanzishwa. Lakini, mtu awezaje kumtafuta yule ahitajiye msaada wake na awezaje kumpatia bidhaa au huduma mteja mtarajiwa?

Hivyo wakati ungali unatafuta wazo la biashara ni muhimu kutambua wazi wateja wako halisi ni akina nani na wana hitaji la kiwango gani la bidhaa au huduma yako. Hii itakusaidia pia kukuza mkakati wa kupeleka bidhaa au huduma unayotaka kuanzisha kwa wateja wako.

### Ukuzaji wa Dhana na Mawazo ya Biashara

Ili uweze kuuza bidhaa au huduma yako, utahitaji kutambua wazi swala la kuwa unauza nini katika biashara yako. Inapaswa kuwa na uwezo wa haraka wa kukamilisha na kuelezea dhana ya biashara yako katika sentensi au maneno machache.

Mara nyingi ili kupata wazo la biashara lenye kueleweka, mjasiriamali huandika mara nyingi tu na kulirekebisha. Mara nyingine inakubidi kuandike upya na kurekebisha wazo la awali mara kadhaa kadri unavyokusanya habari zaidi kuhusu wazo lako la biashara.

Kama mfanyabiashara, ungependa kuwa na wateja wanaofurahia bidhaa au huduma yako ambao wangependa kurudi kwako wakileta mahitaji na shida zao. Hivyo wazo zuri la biashara ni muhimu toka mwanzo.

### Ni njia zipi za kuingia katika biashara?

Kuna njia tatu ambazo mtu anaweza kutumia kuingia katika biashara yake binafsi.

- (i) Kununua biashara iliyopo. Mfano: Kampuni ya Interchick ilivyoanzishawa ilikuwa inamilikiwa na Kampuni za Ujerumani. Hivi sasa imeuzwa kwa Kampuni ya India. Hivyo mtua anaweza kuingia kwenye biashara kwa kununua kampuni ambayo iko tayari inafanya biashara.
- (ii) Kununua haki miliki toka kwa mwenye haki miliki. Mfano: Kampuni zinazozalisha dawa za mifugo zinaweza kuuza hati miliki kwa kampuni za Tanzania kuzalisha dawa hiyo hapa nchini. Mfano Kampuni ya Interchem Pharma ya Moshi inaweza kupewa hati miliki ya kuzalisha vitamini za kuweka kwenye vyakula vya mifugo kutoka kwa Makampuni makubwa yanayozalisha vitamini hiyo huko Ulaya au Marekani.
- (iii) Kupanga na kuanzisha biashara yako mwenyewe. Kwa mfano unaweza kuanzisha duka ka jumla au la rejareja la kuuza vyakula vya mifugo.

### Kununua biashara iliyopo au inayoendelea

Biashara za kujitegemea hununuliwa na kuuzwa kila siku. Waweza kugundua biashara inayouzwa kwa kupata taarifa toka magazetini au kupitia wakala halisi, makampuni ya uhasibu, wanasheria, mameneja wa benki, au wamiliki wa sasa wa kampuni hizo ambazo wangependa kuziua.

Endapo utachagua kuingia katika biashara yako mwenyewe, utahitaji fedha taslimu za kuwekeza. Vilevile utahitaji mwongozo wa mhasibu na mwanasheria kukusaidia kuandaa ofa ya awali ya kununua/ununuzi na pia kufanya mashauri ili kuafikiana na muuzaji.

### **Kununua haki ya kufanya biashara toka kampuni mama**

Biashara ya aina hii inapendwa sana na inazidi kupendwa zaidi kila siku hata katika biashara usizoweza kuzidhania!

**Biashara ya aina hii huwapatia wale wanaokodisha haki miliki faida nyingi sana.** Ila inahitaji mtaji mkubwa na inabidi kulipia malipo ya mrabaha. Vile vile anayekodi haki miliki huwa hana uhuru wa kubadilisha biashara yenyewe na ni lazima afuate utaratibu wa aliyemwuuzia hati yenyewe.

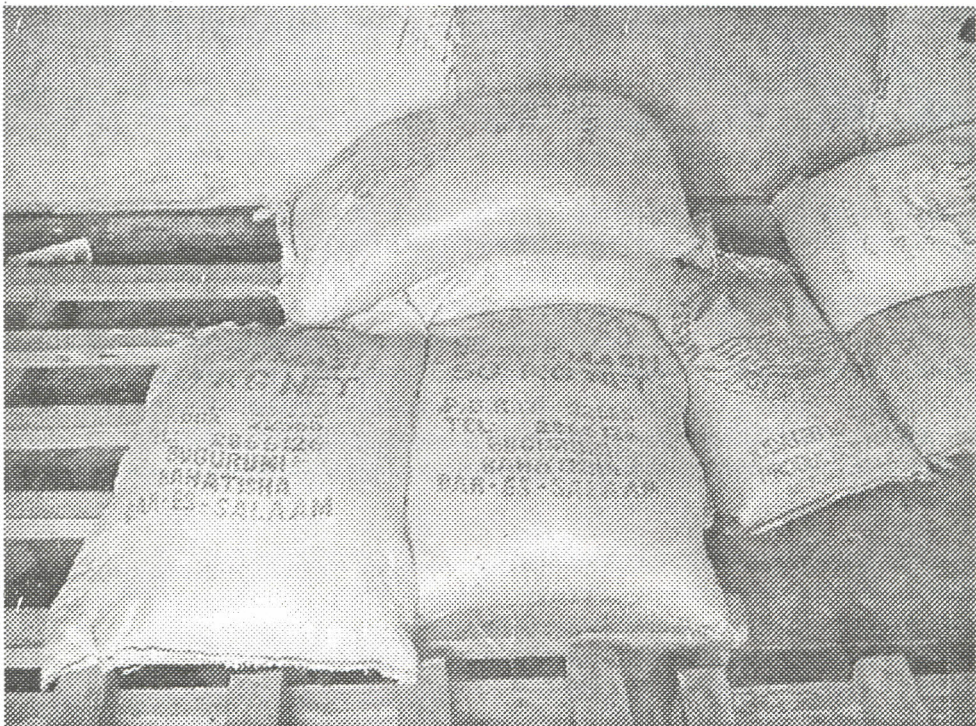
### **Kupanga na kuanzisha biashara yako mwenyewe.**

Labda jambo la kuvutia zaidi kwa mjasiriamali ni fursa ya kuanzisha biashara yako mwenyewe. Hii licha ya kukupa uhuru mkubwa zaidi wa kufanya mabadiliko upendayo, inahitaji uangalifu katika kupanga mipango na kuwa na msimamo thabiti kwa upande wa mjasiriamali. Kama ilivyo katika aina mbili zilizotangulia, mjasiriamali apaswa kutafuta msaada na mwongozo toka kwa mabingwa/wataalam kadiri inavyohitajika.

### **Aina za biashara zinazoweza kuanzishwa**

Kuna aina tatu za biashara mtu anazoweza kuanzisha nazo ni:-

- (i) Usambazaji wa jumla au rejareja
- (ii) Kutengeneza (kuzalisha) au kuunganisha malighafi na kutoa bidhaa mpya au tofauti
- (iii) Utoaji wa huduma



### **Usambazaji wa jumla au rejareja**

Katika biashara yoyote ya usambazaji, iwe jumla au rejareja unajihusisha na biashara ya kununua bidhaa toka kwa wazalishaji na kuziua kwa wanunuzi. Kwenye biashara ya rejareja waweza hitaji duka ili wateja waje kununua. Usambazaji wa jumla wawezahitaji chumba cha maonyesho kwa ajili ya kuangalia bidhaa zinazouzwa pamoja na kutuma katalogi (orodha ya vitu na picha za bidhaa mbali mbali) na vipeperushi.

### **Kutengeza au kuunganisha malighafi na kutoa bidhaa mpya au tofauti**

Biashara hii huhusika na uundaji halisi wa bidhaa za mwisho kutoka katika malighafi au bidhaa iliyotengenezwa nusu nusu. Kama ni kutengeneza au ni kuunganisha, hii hutegemea kiwango na hatua ya malighafi iliyotumika. Mfano kama vitu vilivyo tumika vyenye vimekamiliika, hii itaitwa uunganishaji. Kwa upande mwingine, endapo vitu vitakavyotumika viko katika hali ghafi au isiyokamiliika, hii itaitwa utengenezaji. Hata biashara ndogo ya kazi za mikono kama vile kutengeneza vikapu, ufinyanzi au ufumaji vyaweza kuchukuliwa kama uzalishaji au uunganishaji mdogo. Kwa mfano Shirika la Viwanda Vidogo Vidogo (SIDO) linasaidia makampuni madogo madogo yanayotengeneza vyombo vya kulishia mifugo. Yaani vymbo vya kulia vyakula na vya kunywea maji. Hivi ni mifano mizuri wa kampuni zinayofanya uunganishaji.

### **Utoaji wa huduma**

Biashara ya huduma haizalishi au kusambaza bidhaa fulani. Msisitizo wake huwa ni kwa mmiliki biashara ambaye kwa kawaida huwa na stadi na uwezo ambao wateja huwa tayari kuulipia ili kuupata. Mfanya biashara hutoa huduma kwa kubadilishana na malipo ya kiasi fulani cha fedha. Kwa mfano mtu akianzisha kliniki ya tiba za mifugo, hii ni biashara ya huduma.

### **Kwanini ni muhimu kutambua fursa ya biashara?**

Si kila wazo jipya lazima liwe linaweza kuthibitika kufanyika. Wazo la kijasiriamali ni muhimu lakini halitoshelezi kwa biashara ndogo. Kila wazo lahijaji kushughulikia matakwa au tatizo. matakwa au hitaji maalum. Ni wazi kuwa japokuwa biashara inapaswa kuwa na faida kibiashara, hiki siyo kiambato cha msingi. Jambo muhimu ni mjasiriamali ambaye anaweza kutambua fursa iliyo kubwa kutosheleza na kuendeleza biashara inayotarajiwa kuanzishwa.

Endapo idadi ya wateja wenye tatizo, matakwa au mahitaji si ya kutosheleza, ina maana wazo hilo la biashara halina wateja wa kutosha kulifanya lifanikiwe. Kwa hiyo, wajasiriamali wengi wapya na wanaoendelea kukua, huanza kwa kutambua fursa, kuelezea bayana fursa hiyo, kisha kujaribu kutengeneza wazo maalum linalolingana na fursa hiyo.

Kwa ufupi si mawazo yote ya biashara mpya yana hitaji kubwa la kutosha katika soko kiasi cha kuweza kulifanya liweze kuwa ni biashara yenye kuthibitika kuweza kufanyika.

**Maana ya Fursa:** Hitaji, takwa, tatizo au changamoto ambayo yaweza kushughulikiwa. kutatuliwa na/au kutoshelezwa na programu au uvumbuzi wa kijasiri.

**Maana ya wazo la kijasiriamali:** Njia mpya na mahsusi ya kutosheleza hitaji au matakwa, kutatua tatizo au kukabili changamoto.

Nyenzo zinazoweza kusaidia ili kuweza kufikia wazo au dhana ya biashara ni:-

- Magazeti (aghalabu la wiki/mwezi/mwaka)
- Maonyesho ya biashara
- Machapisho ya biashara
- Maonyesho ya magari
- Maonyesho ya kazi za mikono
- Maonyesho ya nyumba na bustani
- Marafiki
- Pitio la jumla la kazi /picha ya urekebishaji kazi
- Takwimu za ukuaji wa amali/kazi

**Wawezaje kupima/kukadiria fursa za biashara?**

Wakati unakadiria fursa ya biashara mpya inayotarajiwa, zingatia maswali yafuatayo:-

- (i) Je, kweli hii ni fursa itakayopelekea biashara tarajiwa itakayothibitika kuweza kufanyika?
- (ii) Imeshatambuliwa na wengine? Na je, wameifuatilia?
- (iii) Fursa hii itadumu kwa muda gani? Je, yaweza tegemeza tarajio la muda mrefu?
- (iv) Je, una taarifa za kutosha kukuwezesha kukadiria fursa hii inavyostahili? Je, taarifa hizo ni sahihi?

**Jinsi ya kutathmini wazo la biashara.**

Japokuwa hakuna jambo lolote linaloweza kutoa hakikisho la ufanisi wa biashara, wazo lililothibitika kuweza kufanyika kutokana na utafiti mzuri ni kichochezi cha uhakika kwa mafanikio. Ili uweze kujua kama wazo la biashara ni zuri yakupasa kutumia mwongozo ufuatao:-

- ~Je, wazo lahusiana moja kwa moja na mwelekeo wa soko? Kuna soko lililolengwa?
- ~Je, linatosheleza hitaji, matakwa au kutatua tatizo?
- ~Je, wazo hili limeshajaribiwa kabla? Limeshaonyesha kufanikiwa?
- ~Kuna hatari zipi zinazohusiana na wazo lako?
- ~Unahisi msimamo kiasi gani kuhusiana na wazo hili likiwa kama tarajio la biashara?
- ~Je, wazo hili ni bora kuliko yote yaliyopo ili uweze kulifuata?

# SURA YA TATU

## Taratibu za Biashara na Huduma za Serikali

### Sura za Miundo ya Biashara

Kuna sura halali kadhaa ambazo waweza kuchagua kutoka kwazo wakati ukichagua njia nzuri zaidi ya kuunda biashara yako. Kuangalia kwa makini mambo kadhaa ya kuchagua kabla ya kuanza, yaweza kuokoa wakati na fedha baadaye.

### Kuna sura kadhaa za miundo yabiasharaikijumuisha hizi zifuatazo:-

#### Umilikaji mali mwenyewe

Umilikaji mali mwenyewe huwepo pale mtu anapofanya biashara kwa kuwajibika yeye mwenyewe. yaani anafanya na kumiliki biashara akiwa mwenyewe.

#### Miliki mali hawezi kujajiri. Majukumu na manufaa ni wajibu wa mmiliki mali mwenyewe.

Umilikaji mali mwenyewe huandikishwa serikalini endapo biashara ni tofauti na jina binafsi la mmiliki. Majina ya biashara huandikishwa kwenye Serikali za Mitaa hapa Tanzania au kwa Wakala wa Serikali wa Uandikishaji wa Biashara (BRELA).

#### Ubia

Ubia ni biashara ya watu wawili au zaidi isipokuwa hawazidi kumi. Mara nyingi ubia unakuwa wa watu wawili au wa mashirika. wanapoamua kufanya biashara pamoja.

Ubia si chombo kamili na halali kilichotenganishwa na wabia wake. Kwa maneno mengine. matendo ya mbia mmoja yanawafunga au yanawabana wabia wote katika ubia huo.

Kila mbia katika ubia anawajibika kisheria kwa madeni yote ya wabia wengine na ya ubia hadi kiwango kamili cha mali zao binafsi kwa kipindi chote anapokuwa katika ubia huo. Ubia vilevile husajiliwa kwenye serikali za mitaa au BRELA.

### Kuna aina mbili za ubia:-

(i) **Ubia wa jumla:** Huu ni ubia ambao wapaswa kutosheleza vigezo vifuatavyo:-

- Yapaswa kuwa ni biashara.
- Biashara yapaswa kuendesha katika “mtazamo wa faida”.
- Lazima pawe na mapatano ya kuendesha biashara kwa pamoja na kugawana faida.

(ii) **Ubia wenye mipaka:** Katika ubia wenye mipaka, dhima ya kila mbia mwenye mipaka, imewekewa mipaka kutokana na kiwango cha fedha au mali nyingine mbia aliyochangia au aliyokubali kuchangia katika ubia wenye mipaka. Mfano wa ubia huu ni kampuni inayouza mazao ya mifugo ya Farmers Choice ambacho kinamilikiwa na Kampuni za Kenya na Tanzania.

Mbia mwenye mipaka kimsingi ni mwekezaji anayekaa tu na mara nyingi sio mshiriki hai katika kuendesha ubia au biashara yenyewe.

Faida kutokana na ubia huwekewa mipaka kutokana na malipo ya fedha aliyoweka mbia mwenyewe.

Endapo mbia mwenye mipaka atachukua nafasi katika kuthibiti ubia, mbia huyu atapoteza dhima ya ukomo na atakuwa mbia wa kawaida. Wabia wa kawaida huwa hawana dhima ya ukomo.

### **Mashirika/Makampuni**

Shirika ni sehemu kamili ya biashara inayochangia mtaji na inatumika mara nyingi zaidi kuendesha shughuli za kibiashara.

Shirika ni sehemu iliyotengwa na iliyo halali na kamili, iliyotenganishwa kisheria kutoka kwa wamiliki wake, wanahisa wa shirika. Wanahisa hupata hisa zao katika shirika kwa kutoa fedha, mali au huduma zao kwa shirika.

Wanahisa wanawajibika tu kwa madeni ya shirika endapo wanahisa hao wamedhamini/weka hakikisho la malipo ya madeni ya shirika. Mtu aweza kuwa kwa wakati mmoja, mwanahisa na mwajiriwa katika shirika.

Shirika linasimamiwa na wakurugenzi na maofisa wa shirika ambao hawatakiwi kuwa na hisa katika shirika.

Shirika laweza kusajiliwa au kuidhinishwa na Serikali za Mitaa au Serikali Kuu kwa kupitia wakala wake yaani BRELA.

### **Sura nyingine za miundo ya biashara**

**Umilikaji wa pamoja:** Hili ni jina lililopewa hali ambapo watu wawili au mmoja wanamiliki mali kwa pamoja. Kila mmiliki pamoja anamiliki kutokana na kiwango cha hisa au mtaji wake na yuko huru kushughulika kipekee na jambo analolipenda kuhusiana na mali hiyo isipokuwa tu kama jambo hilo analolipenda limezuiliwa kwenye mkataba na wanachama wengine.

**Umilikaji biashara tarajiwa pamoja:** Hii inahusisha mchanganyiko wa rasilimali za watu wawili au zaidi ili kuweza kuendesha biashara tarajiwa pamoja kwa kufuata kanuni zilizokubaliwa.

**Umilikaji Biashara Tarajiwa** pamoja waweza kuchukua sura ya umiliki wa mali wa pamoja, ubia au ubia wenye mipaka au shirika.

Lengo kuu la umilikaji biashara tarajiwa pamoja, ni kwamba kila mhusika anaweza kulinda haki yake katika umilikaji huu. Mfano wa umilikaji huu ni ile hali ambayo kampuni mbili za kuzalisha chakula cha mifugo zinaweza kuomba uwakala wa pamoja wa kuziuzia chakula cha mifugo mashamba makubwa ya mifugo.

**Haki miliki:** Huu ni mpangilio unaoanzishwa na mkataba wakati mtu mmoja, mwenye haki miliki hutoa haki kwa mtu mwingine, mpewa haki miliki, kutumia alama ya biashara yake (trade mark) na/au huduma za mwenye haki miliki na/au kumhitaji mpewa haki miliki kufanya biashara kufuatana na njia zilizoamriwa za utendaji kazi na mipangilio inayothibitiwa na mwenye haki miliki.

Mwenye haki miliki humpatia mpewa haki miliki ubingwa na mbinu za utekelezaji wa biashara yenyewe. Hii ni pamoja na kutoa mafunzo, kumpatia mfumo wa usimamizi na uhasibu, kuchagua mahali, kujenga majengo, kumpa orodha/mahesabu ya bidhaa/vifaa, kuendesha mipango ya utangazaji na utafutaji masoko.

Mwenye haki miliki huendelea kuwa na riba katika biashara ya mpewa haki miliki. Mwenye haki miliki huendelea kuwa na haki ya kupata fidia toka kwa mpewa haki miliki kupitia ada, malipo ya kukodi au kwa kuuza bidhaa kwa mpewa haki miliki ili aziuze tena. Mfano Kampuni ya Unga Feeds inaweza ikaipa Kampuni ya Kijenge Animal feeds kuzalisha mali ghafi za kuchanganyia kwenye vyakula vya mifugo hapa nchini.

**Leseni:** Hii ni makubaliano ya kimkataba ambapo mmiliki hutoa kibali rasmi kutengeneza bidhaa, yaani hataza (patent), alama ya biashara, haki nakili, mbinu za utekelezaji au ufundi wa kutoa taarifa, kwa mtu mwingine haki ya kutumia mali hii kwa kuzingatia

## Ujasirimali Tanzania

malipo mrabaha (royalty fee). Mtoa leseni huwa hana au huwa na uthibiti kidogo juu ya biashara ya mwenye leseni.

Mpewa leseni na haki miliki huwa na mikataba ya kujitegemea na si waajiriwa wa mtoa leseni au mtoa haki miliki.

**Chati ifuatayo inafupisha faida na hasara za aina tofauti za umilikaji biashara zilizoelezwa hapo awali.**

AINA YA BISHARA	FAIDA	MAPUNGUFU
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umilikaji mali mwenyewe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rahisi kuanzisha</li> <li>Charama ndogo kuanzisha</li> <li>Uwezekano wa faida za kodi</li> <li>Uthibiti wa moja kwa moja</li> <li>Faida kwa mmiliki</li> <li>Ujasiri wa taarifa</li> <li>Rahisi kutenguliwa/kuvujwa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hakuna ukomo wa dhima</li> <li>Mtaji wenye ukomo</li> <li>Ugumu wa uongozi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ubia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rahisi kuanzisha</li> <li>Gharama ndogo kuanzisha</li> <li>Faida za kodi</li> <li>Mtaji ulioongezewa</li> <li>Mchangonyiko wa stadi za uongozi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hakuna ukomo wa dhima</li> <li>Uthibiti wa mtu binafsi uliopunguzwa</li> <li>Ukomo wa maisha ya biashara</li> <li>Uwekezaji wenye uthibiti mkali hivyo mtaji unaweza kukaa tu bila kufanyiwa kazi</li> <li>Ukiritimba wa kufanya maamuzi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Shirika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dhima ya ukomo</li> <li>Maisha yanoyoendelea</li> <li>Rahisi kubadili umilikaji</li> <li>Uwezo wa kuvitia fedha</li> <li>Stadi na ujuzi wa kazi mbali mbali huwepo kwenye shirika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muundo wenye utata/uchangamani na gharama</li> <li>Kutozwa kodi kubwa na serikali</li> <li>Idhini yenye masharti</li> <li>Usiri mdogo</li> <li>Kuritimba wa kufanya maamuzi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ushirika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uthibiti wa kidemokrasia</li> <li>Dhima ya ukomo</li> <li>Mtaji wa rasilimali uliochangizwa</li> <li>Stadi na ujuzi wa kazi mbalimbali huwepo kwenye shirika</li> <li>Umilikaji wa waajiriwa wenye mpato yenye kinga/bima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muundo wenye utata/uchangamani na gharama</li> <li>Kuna ukomo wa dhima</li> <li>Kutoza kodi kubwa kama kwenye shirika</li> <li>Usiri mdogo</li> </ul>



### **Kanuni na Masharti ya Biashara Ndogondogo**

Kuna masharti na kanuni kadhaa zinazotumika katika biashara zote. Kichocheo cha utata ni kwamba kanuni zinathibitiwa na watu tofauti na mara nyingine mamlaka za kisheria zinazohusika na biashara yenyewe.

**Masharti na kanuni hizi hutolewa na:-**

- Serikali za Wilaya/Manispaa na Mikoa
- Serikali Kuu (Kanuni za Kitaifa)
- Bodi nyingine za utawala na urekebishaji na za kitaaluma zinazoweka viwango vya bidhaa au huduma kama vile Chama Cha Madaktari wa Mifugo Tanzania (TVA) au Bodi ya Madawa Tanzania.

### **Aina za kanuni na mamlaka za kisheria**

Maeneo yafuatayo ya biashara huwa yanalindwa na masharti na kanuni zilizowekwa na mamlaka za kisheria hapo juu.

### **Mamlaka za kisheria za Wilaya /Manispaa na Mikoa**

- Ukaguzi wa majengo
- Leseni za biashara
- Ukaguzi wa moto/usalama
- Ukaguzi wa afya kwa biashara za vyakula
- Kibali cha shughuli za biashara
- Ukaguzi wa mabomba
- Vibali vya kweka mabango na matangazo ya biashara
- Sheria mbalimbali ndogondogo

### **Mamlaka kuu/za kitaifa**

- Malazi na utalii
- Kodi za mashirika
- Leseni za kuuza mifugo nje ya nchi
- Kodi ya Ongezeko la thamania yaani VAT
- Leseni za usafirishaji na Uwakala wa mizigo/vifurushi
- Sheria kadhaa zinazoongoza utendaji wa biashara maalum.

### **Mashirika/Bodi nyingine za urekebishaji**

Kuna bodi nyingine za urekebishaji kama vile Mamlaka ya Mapato Tanzania. TRA, Shirika la Viwango Tanzania (TBS), Tume ya Kitaifa ya Uthibiti wa Chakula (TUKUTA) na Shirika la Utafiti wa Madawa ya Kilimo la nchi za Tropiki (TPRI). Mashirika yote haya huweka kanuni zinazopaswa kufuatwa na mashirika ya biashara kulingana na namna na aina ya biashara inayoendeshwa.

### **Kanuni za jumla za biashara**

Kuna kanuni za biashara za jumla au zilizozoeleka ambazo lazima biashara nyingi zizifuate.

Kanuni hizi ni:-

- (i) Muundo wa Umilikaji: Angalia Sheria ya Usajili wa Makampuni Kifungu na 212 na 213 katika katiba ya Tanzania.
- (ii) Uandikishaji biashara: Kanuni za usajili wa biashara. Kwa Tanzania hii hufanywa na Wakala wa Usajili wa Makampuni BRELA iliyoko chini ya Wizara ya Viwanda na Biashara.
- (iii) Ukataji wa leseni za biashara: Biashara nyingi huhitaji leseni. Mfano leseni ya kuangiza bidhaa za mifugo nje ya nchi au leseni ya kuuza bidhaa za mifugo nchi za nje.
- (iv) Kanuni na sheria za kazi: Mfano ni sheria ya kiwango cha chini cha mshahara kinachotakiwa kulipwa kwa waajiriwa wa sekta binafsi, kiwango cha mafao ya uzeeni na makato ya kila mwezi ya michango ya mifuko ya jamii na malipo ya pensheni.
- (v) Uthibiti wa fedha za kigeni: Hii ni muhimu kwa biashara ya kuingiza na kutoa bidhaa nje ya nchi. Ingawa hivi sasa sheria hii imelegezwa kidogo.

## ***Ujasirimali Tanzania***

- (vi) Sheria ya ardhi: Mfano ni Sheria ya Mipango miji inayothibiti ujengaji na maendeleo ya maeneo ya mijini. Hivyo kwa wafugaji ni sharwajue sheria hii kwani ni lazima wajue kwamba mashamba yao ya mifugo yako mjini au kijijini.
- (vii) Kodi ya mapato: Hii hurekebisha utozaji wa kodi ya mapato ya wafanyakazi na ya shirika.
- (viii) Ushuru wa forodha: Hii inashughulika na ushuru wa forodha na kodi ya ongezeko la thamani yaani VAT.
- (ix) Kodi ya ukadiraji mali: mfano kodi ya umiliki wa majengo na viwanda yaliyoko mijini.
- (x) Kuthibiti ubora wa bidhaa: Sheria ya uthibiti wa ubora wa bidhaa mbali mbali na hasa vyakula ambazo hutolewa na Shirika la Viwango la Taifa (TBS). Hii ni muhimu sana kwenye biashara ya vyakula vya mifugo kwani vyakula visivyo na ubora unaotakiwa huwapa hasara kubwa sana wafugaji.

### **Hasara Zinazoweza Kutokea Kwenye Biashara Ndogondogo na Uthibiti Wake**

Swala lisiloweza kuepukika kwenye biashara mara nyingi ni upatikanaji wa hasara. Hasara huchukua sura nyingi na miundo mingi inapotokea kwenye biashara. Mara nyingi hasara zinapotokea au kutofanikiwa katika biashara mara nyingi huwa ni matokeo ya uongozi duni na usimamizi mbovu wa biashara. Vile vile hasara inaweza kusababishwa pia na hali zisizoweza kuthibitiwa na mjasiriamali. Ingawa hasara huathiri biashara kubwa na ndogo, biashara ndogo ndogo ndizo zenye uelekeo wa kiathirika zaidi na kwa hali ya juu kwa sababu zinakosa msingi mzuri wa kuanzia na huwa hazina mtaji wa kutosha pamoja na kukatia bima biashara zenyewe.

Mara nyingi hasara zinazoweza kutokea kwenye biashara haziwezi kuondolewa kabisa. Hasara nyingine hazizuiliki na nyingine zinagharimu sana kuziwekea uthibiti kamili. Hata hivyo, lazima wajasiriamali wajaribu kwa uwezo wao wote kuthibiti na kupunguza hasara zinazoweza kujitokeza kwa kupanga na kujiandaa kwa athari zilizo ndani na nje ya uthibiti binafsi.

### **Aina za Hasara:**

Kuna aina tatu za hasara. Hizi ni pamoja na:-

#### **(i) Hasara zisizo za kihalifu:**

Hasara za aina hii hutokana na vitu kama moto, maafa ya asili, dhima binafsi, kuanguka kwa uchumi wa nchi, kukatizwa kwa biashara na kupoteza watumishi wazuri na wenye uzoefu.

#### **(ii) Hasara zinazohusika na uhalifu:**

Hasara za aina hii ni pamoja na wizi /unyanganyi, uvunjaji nyumba, udokozi, hundi mbaya/hewa, wizi wa ndani unaofanywa na wafanyakazi, na kughushu nyaraka.

#### **(iii) Hatara zinazotokana na mazingira:**

Ni muhimu pale biashara mpya inapoanzishwa kuangalia na kutathmini hasara zinazoweza kusababishwa na mazingira. Hata hivyo mara nyingi inakuwa si rahisi kutambua kwamba biashara inaweza kuhatarisha mazingira yake. magonjwa ya mifugo ya mlipuko kama kideri (mdondo), mito kukauka au mabomba kukauka na mfugaji kukosa maji ya akiba, kuchafuliwa kwa vyanzo vya mito/maji na magonjwa megnine yanayosambazwa kwa njia ya hewa.

### **Bima kwa biashara ndogondogo**

Kupata bima sahihi ya kulinda biashara yako kwa bei ya ushindani si kazi rahisi. Kila mfanya biashara au mjasiriamali anakuwa na hali tofauti inayomfanya atafute bima tofauti kutokana na mazingira ya hasara anayoikadiria au kuitazamia.

Hata hivyo ili kupata bima inayokidhi biashara yako, wajasiriamali inabidi wafanye utafiti sana kwa mawakala wa bima ili kuhakikisha wanapata bima inayostahili na inayokidhi matakwa yao. Katika hali ya Tanzania, wafanyabiashara za vyakula vya mifugo wanaweza wakazikati bima biashara zao. Ila kwa mifugo, uanzishwaji wa bima ya mifugo bado haujafikia kiwango cha kuwa biashara inayotambulika.

**Aina za Bima:**

Aina za Bima ni pamoja na:

- (i) **Bima ya jumla:** Bima hii hulinda mali za kampuni yako kama vile vifaa, magari, majengo, hesabu ya vifaa n.k. Pia hulinda vipengele kama dhima ya mtu wa tatu, dhima ya bidhaa, mkatizo wa biashara, na wizi. Kwa wale wanaoendesha biashara uuzaji wa vyakula vya mifugo wanashauriwa kupitia upya sera za biashara zao na ili waweze kukata bima za aina hii.
- (ii) **Faida za mmiliki/mwajiri:** Aina hii ya bima husaidia kulinda gharama za tiba, madawa, meno, kuona/ macho na pia kukulinda kutokana na kupoteza pato kutokana na kilema au kifo. Mfano, Bima ya maisha, na kutokujiweza kwa muda mrefu, bima za ajali kazini au bima za fidia.
- (iii) **Bima ya Wanahisa/Wabia:** Bima hii hulinda kupoteza fedha kunakosababishwa na kifo au kutokujiweza kwa muda mrefu kwa wanahisa wa biashara, wabia au mtu muhimu. Kimsingi, hii ni aina ya bima ya maisha na hivyo gharama zitategemea vigezo vingi kama umri, jinsia, tabia za uvutaji sigara n.k.

**Angalia:** Kupata bima sahihi si kazi rahisi. Hata hivyo inabidi kutibua muda mwingi na jifihada kama kupata bima mayostahili kabla haianza biashara hali kucukana na ahari zinazoweza kutokoa huko mbeleni.

# SURA YA NNE

## Jinsi ya Kugharamia Mpango wa Biashara

### Utangulizi

Kujiandaa kugharamia biashara mpya si kazi rahisi. Biashara mpya huwa hazina mauzo au kumbukumbu za mwelekeo wa mauzo yake. Hivyo huchukuliwa kuwa na hatari zaidi kuliko kugharamia biashara iliyokwisha anzishwa. Wajasiriamali wapya hupata shida kukadiria kiwango cha fedha watakazohitaji kuanzisha na kuendesha biashara. Mara nyingi wajasiriamali hufanya makadirio madogo ya kiwango cha fedha wanazohitaji. Huwa hawachukui tahadhari kwa matatizo au vipingamizi visivyotegemewa au vinavyoweza kutokea baadaye.

### Fedha binafsi

Chanzo cha fedha ambacho ni rahisi kufikiwa na kisicho na masharti kwa ajili ya biashara mpya mara nyingi huwa ni mfuko wako mwenyewe. Ni chanzo cha kwanza unachotakiwa kukitumia kwa sababu watu wengi hawatawekeza katika biashara yako bila ya wewe mwenyewe kuwa na msimamo kifedha. Hata hivyo, kwa nini mtu mwingine awekeze katika biashara yako kama wewe hauko tayari kuwekeza fedha zako? Hii yaweza kufanyika kwa kuangalia akiba zako za fedha ulizonazo au aina nyingine za uwekezaji, kutoka katika bima ya maisha, kuuza mali au kuahirisha matumizi mengine.

### Ndugu na marafiki

Ukishaangalia akiba yako na kuona haitoshi, unaweza kuwa na muda wa kuchangisha fedha toka kwa ndugu na marafiki. Hii hufahamika kama "fedha za upendo" kwani hutolewa kwa watu wanaopendana na kuaminiana sana. Fedha za aina hii hutumiwa na wajasiriamali wengi angalau kwa shughuli za mwanzo za kugharamia kwenye biashara inayotarajiwa. Hatari kubwa kabisa ya chanzo hiki ni kwamba inaweza kusababisha kiwango kikubwa cha mashaka katika mahusiano endapo biashara haitafanikiwa.

Hivyo ni muhimu uchukulie uwekezaji wa ndugu/marafiki zako kama utakavyochukulia benki au chanzo kingine cha nje cha fedha. Tengeneza makubaliano rasmi, na masharti pamoja na utaratibu wa kuzirudisha na wape taarifa za ukuaji wa biashara yako. Kulingana na aina ya biashara, aina hii ya chanzo cha fedha yaweza kutosheleza mtaji wa biashara unaohitajika.

### Asasi/Mashirika yasiyo ya kiserikali (NGOs)

Siku hizi kuna mashirika kadhaa nchini Tanzania yanayotoa mikopo kwa biashara ndogondogo. Hata hivyo kila shirika lina masharti na matakwa yake yanayopaswa kutimizwa kabla ya mikopo kutolewa. Mifano ya Mashirika haya ni PRIDE Tanzania, Swiss Contact, n.k.

### Mabenki

Mabenki ni miongoni mwa vyanzo vya nje vinavyotumika sana kugharamia biashara mpya. Kigezo cha msingi kinachoangaliwa na mabenki katika kumkadiria mwombaji mkopo ni imani/msimamo wao katika uwezo wa mtu wa kurudisha mkopo. Imani/msimamo wao hutegemea vichocheo kadhaa navyo ni:-

- Kumbukumbu za nyuma na mwelekeo wa mtu na historia yake ya kukopa fedha.
- Fedha taslimu inayozunguka katika biashara itakayoweza kukidhi ratiba ya malipo.
- Hisa zisizo na riba ya kudumu au mali ya kutosha.

Mabenki huwa hayachukui hatari kubwa. Wana wajibu kuhakikisha usalama wa amana za watu walioweza fedha katika benki zao na kurudisha mafao ya maana. Kwa bahati mbaya wajasiriamali wengi hawatambui hili. Hivyo imekuwa ni kawaida kwa mjasiriamali asiyejiandaa kwenda benki kuomba mkopo na akikataliwa, kuilaumu benki kwa kutomjali mtu mdogo/mlalaho. Wajasiriamali

waelewa huenda katika benki wakijua sana taarifa zote zinazohitajiwa na mwenye benki, ikiwa ni pamoja na historia yao ya kifedha, hali yao ya kifedha kwa sasa, mpango wa biashara wanayotaka kuifanya na ikibidi viambatanisho vingine kama leseni ya biashara, uhakiki wa kodi na vibali vinginevyo vinavyotakiwa kwenye biashara hiyo toka kwa Mamlaka zinazohusika.

**Aina ya fedha/mikopo zinazoweza kupatikana kutoka benki ni:-**

- **Mkopo wa muda mfupi:** Mikopo ya aina hii kwa kawaida hurudishwa kati ya siku 30 hadi 180, na hutumika kununua vifaa visivyo vya kawaida ili kufidia pengo la fedha taslimu inayozunguka katika biashara na kutoa nafasi ya punguzo la bei toka kwa mkopaji kwa kulipa mapema. Kwa mfano mwenye kiwanda cha kuzalisha chakula cha mifugo anaweza kuwa amekosa fedha za kununulia mali ghafi. Hivyo akaomba mkopo wa aina hii ili aweze kuendesha biashara yake.
- **Mkopo wa kuendesha biashara:** Hii kwa kawaida ni mikopo inayotolewa kwa siku 90, na hutolewa kwa njia ya mkopo ambayo huruhusu mjasiriamali kuweza kupata fedha kwa kiwango fulani alichofikia [kama vile asilimia hamsini (50%) ya malighafi au bidhaa zilizokamilika kuzalishwa] na ni lazima ilipiwe riba. Hii ni mikopo ya muda mfupi lakini ina hatari kidogo na hutolewa kulingana na maelezo ya kifedha na kumbukumbu za mwelekeo wa kibiashara wa mjasiriamali anayehusika.
- **Mikopo ya mali za kudumu:** Hii kwa kawaida huwa ni mkopo ya muda mrefu inayotolewa kwa mwaka au zaidi kulingana na gharama za mali za kudumu kama vile mashine/vifaa, magari, majengo ya biashara. Mikopo ya aina hii kwa kawaida huwa ni asilimia 60 hadi 80 za gharama za vifaa na karibu asilimia 75 ya thamani ya soko ya mali inayonunuliwa. Kwa mfano mwanzishaji wa kiwanda kidogo cha kuzalisha vyakula vya mifugo anaweza kuomba mkopo wa aina hii kwa ajili ya ujenzi au kununulia mitambo.

**Serikali**

Serikali katika ngazi zote imekuwa na mipango kadhaa ya misaada ya kifedha kwa biashara ndogondogo. Mfano katika Tanzania kuna Mfuko wa Wanawake na Maendeleo (Women Development Funds) inayotolewa na Wizara ya Maendeleo ya Jamii, Jinsia na Watoto na Mfuko wa Maendeleo ya Vijana unaoendeshwa na Wizara ya Kazi na Vijana. Vile vile serikali inashirikiana na Taasisi za fedha kutoa mikopo kwa ajili ya biashara ndogo ndogo za kilimo na kifugo. Mfano wa mtaji huu ni Mfuko wa Pembejeo ambapo Serikali kwa kushirikiana na Benki ya CRDB inatoa mikopo kwa ajili ya kuanzisha au kuendeleza biashara za pembejeo za kilimo na mifugo.

**Vyanzo vingine vya fedha**

Vyanzo vya nje:-

- Mkopo wa Wanahisa
- Malipo ya hisa ya mwajiriwa
- Punguzo la bei/Fedha toka kwa wagawaji
- Mali isiyohamishika /kuweka rehani
- Mapato yaliyobakizwa
- Kukodisha badala ya kununua
- Malipo ya awali/karadha toka kwa wateja

# SURA YA TANO

## Mpango wa Biashara

### Utangulizi

Mlolongo wa kuweka pamoja mpango wa biashara, hii ikiwa ni pamoja na wazo unaloliweka kabla ya kuanza kuandika mpango wenyewe, hukulazimisha kuchukua mtazamo usio na upendeleo wa uhakika na usiohusisha hisia kuhusu mradi wako wa biashara kwa ujumla wake. Mpango wa biashara ni zana ya utendaji ambayo endapo itatumika vyema itakusaidia kusimamia biashara na kufanya kazi kwa ufanisi ili kupata mafanikio ya biashara hiyo.

Umuhimu wa kupanga hauwezi kusisitizwa zaidi. Kwa kuchukua msimamo usio na upendeleo juu ya biashara yako, waweza kutambua maeneo yenye udhaifu na yale yenye nguvu, kuonyesha mahitaji ambayo vinginevyo ungeweza kutokuyaona, kuona fursa mapema na kuanza kupanga jinsi ya kufikia malengo yako ya biashara vizuri zaidi.

Mpango wa biashara hukusaidia pia kuona matatizo kabla hayajakuwa makubwa na hukusaidia kutambua vyanzo vyake, hivyo kupendekeza njia za kuyatatua. Mpango wa biashara ulioandaliwa vema utakusaidia pia kuepuka matatizo fulani kabisa.

Vilevile mpango wa biashara hutoa taarifa inayohitajika na wengine kutathmini biashara yako, hasa kama unahitaji mtaji au mkopo kutoka nje.

Mpango kamilifu wa biashara waweza kwa haraka kuwa pendekezo kamili la kugharamia ambalo litakidhi mahitaji/matakwa ya wakopeshaji wengi.

Kwa kuwa mipango mingi ya biashara hupelekwa katika mabenki na vyanzo vingine vya kugharamia ni muhimu kutambua jinsi mwenye benki anavyochanganua mpango wa biashara na maswali gani yataulizwa wakati wa kuwakilisha mchanganuo huu. Kazi ya mwenye benki ni kukadiria kiwango cha hatari kwa kila pendekezo la mkopo na kutosheka kuwa deni linaweza kulipwa na mkopaji na wakati huohuo akiweza kuruhusu biashara kuendeshwa kwa faida.

Uchanganuzi huu msingi wake uko katika vipengele/vichocheo kama vile: aina ya biashara, kusudi la mkopo, kiwango cha mkopo, uwezo wa kurudisha mkopo na ujuzi, uzoefu na stadi za usimamizi za mwenye biashara.

Wenye mabenki, wanasheria na wahasibu wa umma waliothibitishwa ni mabingwa katika maeneo yao na wapaswa kujumuishwa katika kupanga mahali popote ambapo maarifa na ubingwa wao waweza kuwa wa msaada. Hata hivyo mjasiramali yampasa kuifanya kazi hii mwenyewe.

Mpango wa biashara ulioandaliwa kitaalamu hautakusaidia chochote endapo hauuelewi kikamilifu. Kiwango hiki cha kuelewa hutokea tu kwa kujihusisha na mpango huu tangu awali. Njia nzuri ya kuboresha uwezekano wa mafanikio ni kupanga na kufuata mpango wote kama ulivyopangwa. Hata hivyo wataalamu wanaweza kutumia kompyuta kurahisisha uandaaji wa mpango wa biashara.

Ni muhimu kukazia kwamba itakuwa rahisi biashara zenye miaka kadhaa ya mafanikio ya uendeshaji kuweza kugharimiwa kuliko wale wanaoanza biashara kwa kuwa wakopeshaji watakuwa na ukaribisho/mapokezi na msimamo zaidi kuhusu uwezo wako wa kurudisha mkopo kufikia wakati huo. Mara nyingi, bila ya mpango thabiti wa biashara ulio na matarajio na utabiri halisi unaodhihirisha uzoefu wa usimamizi na unaotoa dhamana, inaweza kuwa haiwezekani kwa biashara mpya kupata kuongezewa

muda wa mkopo kwa ajili ya biashara mpya kwa kuwa wanawakilisha hatari kubwa ya kushindwa kulipa au kutekeleza mkataba.

Hii haimaanishi huwezi kupata mkopo kama unaanza biashara, ila ni kwamba itabidi ufidie kukosa kumbukumbu za nyuma za utendaji wa biashara yako kwa kuwa mkakamavu/hodari na umejiandaa katika maeneo mengine. Onyesha kwa shauku yako na ukamilifu wa mpango wako wa biashara kwamba umejitoa kwa biashara hiyo na kwamba una hakika kuwa biashara yako itafanikiwa. Kumbuka kwamba wakati unaomba mkopo unajiuza wewe mweyewe pamoja na biashara yako.

Miliki biashara anapaswa kukumbuka kwamba anabeba wajibu wa kifedha kwa maamuzi yote na kwamba mafanikio au kushindwa hutokana na maamuzi haya.

Kumbuka kwamba kadri unavyoandaa mpango wako wa biashara, inaweza kukubidi urekebishe au upitie upya maamuzi yako ya awali.

## Mpango wa Biashara ni Nini?

Mpango wa biashara ni mpango makini wa biashara yako. Ni mpango unaoeleza mambo yote kinaganaga na mipango mingine yote yapaswa kutengenezwa kutoka katika mpango huu.

## Kwa Nini Uandike Mpango wa Biashara?

Mpango wa biashara ni kama ramani ya barabara kwa ajili ya ukuaji wa biashara yako. Hujumuisha maelezo ya kimaandishi ya biashara yako na takwimu za kifedha zinazotangamana na maelezo hayo. Malengo ya mpango wa biashara ni:-

- (i) Kukusaidia upate fedha toka kwa wakopeshaji (upate mkopo) au wawekezaji kuuza sehemu ya umilikaji katika kampuni yako kwa mtu mwingine).
- (ii) Kukuza na kutekeleza mawazo yako kuwa katika bidhaa, huduma au utendaji halisi wa biashara.
- (iii) Kutambua udhaifu na nguvu za kampuni yako na washindani wake na kutoa mkakati wa kuendeleza ukuaji wa kampuni yako.
- (iv) Kukuza mwongozo wa uendeshaji wa kampuni yako.

Mpango wa biashara unahusu matokeo ya biashara kutokana na maamuzi yanayotegemewa kuchukuliwa. Mpango wenyewe hauna thamani iwapo haukusaidii kufanya biashara yako iwe bora zaidi. Thamani yake ni yale maamuzi yanayofikiwa kutokana na mpango huo. Kama ni kila mwezi au robo mwaka, wahitaji kufuatilia matokeo, kuchanganua tofauti kati ya mpango na matokeo halisi na kufanya usimamizi. Nini kilienda kombo na je waweza kukirekebisha? Nini kilienda sawa, na waweza kutumia manufaa haya au kuboresha? Mabadiliko gani yametokea katika mazingira ya biashara ambayo hayakutarajiwa? Haya mabadiliko yanaathiri vipi mpango huo? Ni jinsi gani ya kutatua athari hizo?

## Unahusu Nini Hasa?

Nini huingia katika mpango wa biashara? Kwa kifupi mpango wa biashara waweza kugawanywa katika sehemu kuu nne nazo ni:-

- (i) Maelezo ya biashara yenyewe
- (ii) Mpango wa kutafuta soko
- (iii) Mpango wa usimamizi wa kifedha
- (iv) Mpango wa usimamizi. Agenda ya mpango wa biashara lazima ujumuishe muhtasari wa utendaji, nyaraka zinazounga mkono utendaji huo na kuonyesha hali ya kifedha.

## *Ujasirimali Tanzania*

Hata hivyo mpango wa biashara unaweza kuwa kama ifuatavyo:

### (i) **Jina la shirika/kampuni**

Taja jina la kisheria la biashara.

### (ii) **Mmiliki au atakayekuwa mmiliki.**

Taja jina/majina la/ya mmiliki/wamiliki pamoja na sura na asilimia ya umilikaji.

### (iii) **Taarifa kuhusu biashara yenyewe**

#### **A. Aina ya Biashara na Bidhaa au Huduma**

- Taja aina/namna ya jumla au mahsusi ya biashara (yaani biashara ya vyakula vya mifugo, ulimaji shamba, kibanda cha aiskrimu, kituo cha kulelea na kuuza vifaranga, n. k. Taja aina ya biashara (uzalishaji, huduma, ujenzi, biashara ya jumla, biashara ya rejareja n.k.).
- Taja malengo na shabaha ya kampuni.
- Elezea bidhaa yako na/au huduma yako. Kwa ufupi, eleza nani anunua bidhaa/huduma na nani ni mtumiaji/mlaji wa mwisho. [Utajadili wateja wako kikamilifu katika uchanganuzi wa soko].
- Eleza jinsi bidhaa/huduma inavyouzwa kwa wateja (duka ambalo wateja huja, wauzaji wawakilishi, utoaji oda au kuagiza kupitia njia ya simu, utoaji oda au kuagiza kupitia katalogi au kwa njia ya posta.
- Eleza ni kwa vipi na ni wapi wanunuzi hupata bidhaa/huduma (duka ambalo wateja huja, kupitia posta n.k.)
- Toa maoni kuhusu ubora wa bidhaa/huduma
- Kadiria bei ya wastani ya bidhaa/huduma

#### **B. Historia ya Biashara**

- Kama ni mpya sema hivyo. Kama ni biashara iliyopo elezea umri wa biashara, wamiliki wa awali (kabla yako kama walikuwepo), jinsi ilivyopatikana na muda iliyoendeshwa na wewe, inavyojulikana au sifa zake na idadi ya wafanyakazi, wingi wa mauzo na faida ya mwaka uliyopata na matukio yoyote ya muhimu yaliyoathiri maendeleo ya kampuni.

#### **C: Ofisi/Kiwanda**

- Toa anuani na maelezo ya eneo na jengo la kampuni hiyo lilipo.
- Taja kama limekodishwa au linamilikiwa. Endapo limekodishwa, kutoka kwa nani na katika masharti gani. Taja ukubwa wa eneo.
- Elezea aina ya namna ya kufikia jengo la ofisi/kampuni yenu (barabara kuu, kutembea kwa miguu, maegesho ya magari, n.k.).
- Je, biashara ipo mahali pazuri panakofikika kirahisi na wateja? Taja masaa ya kazi.

#### **D: Watumishi**

- Kwa sasa na makadirio ya baadaye, taja idadi ya wafanyakazi na ya aina ya kazi wanazotakiwa kufanya (kazi ya ujuzi/utaalamu au kazi isiyo ya ujuzi/utalaam), vyanzo vya kupata wafanyakazi (hata walemavu, wazoeifu/au makundi mengine yasiyofikiwa kiuchumi au kijamii), kupanga muda wa kuajiri (au muda wa kuacha kufanya kazi)
- Toa maoni kuhusu ubora wa wafanyakazi

#### **E: Kutunza mahesabu ya kuweza kufidia gharama**

- Eleza jinsi biashara inavyozalisha fedha.
- Taja jinsi ambavyo bei zipo au zitakavyotambulishwa na zitatambulishwa na nani.



**F: Mahesabu ya mali ghafi na unakonunulia**

- Eleza ni mahesabu yapi ya vifaa, malighafi zipi na/au vifaa vipi biashara hutumia (mwanzoni na kwa kuendelea)
- Orodhesha wanaokuuzia mali ghafi kwa majina. anwai. aina na asilimia ya vifaa vilivyotolewa na urefu wa muda (muda gani) uliokuwa unanunua kutoka kwa kila mmoja uhakika na idadi ya marudio ya manunuzi.
- Kuna ugumu au uraisi kiasi gani kupata vifaa muhimu? Kama ni vigumu, utakabili vipi upungufu halisi au upungufu unaotarajiwa?
- Je. bei za vifaa vyako hazibadiliki au hupanda na kushuka? Kama zinapanda, unakabiliaje kubadilika kwa gharama?
- Orodhesha vifaa vinavyotumiwa na biashara na toa maoni kuhusu hali yake. Endapo vifaa vimefanyiwa tathmini, jumuishia thamani yake na utaje nani aliyevifanyia tathmini.

**G: Masuala ya kisheria**

- Taja sura ya biashara (umilikaji binafsi, ubia, ushirika n.k) na hali/ hadhi yake (imeshaundwa au iko katika hali ya kuundwa)
- Taja mahitaji ya leseni (aina na vyanzo vya kutoa leseni) na hali/ hadhi (imeshaombwa, imeombwa na haijajibiwa/ inangoja uamuzi, imeshapatikana)
- Taja mahitaji ya ugawaji wa maeneo mbalimbali na hadhi /hali yake.
- Je. kanuni za ujenzi zimetimizwa?
- Taja mahitaji yote yoyote ya kanuni za afya.
- Elezea sheria na taratibu zinazoathiri biashara
- Elezea mkataba wa kukodi nyumba. kama upo
- Alama za biashara. hata za: kibali rasmi kinachotolewa kwa kutengeneza bidhaa. leseni na haki ya kunakili vyapaswa kukaguliwa ku hakikisha uhalali wake.

**H: Mipango ya baadaye**

- Ni ipi mipango yako ya baadaye? (Kuboresha, kukuza, kupanua kwa kutengeneza na kuuza bidhaa nyingine au kubadili biashara?)

**(iii) Uchanganuzi wa Soko**

**A: Wateja (soko)**

- Soko lako ni lipi au ni nani wateja wako (wauzaji wa jumla. wauzaji wa rejareja. walaji, serikali. n.k.)
- Kwa nini soko hili linahitaji bidhaa/huduma yako? (Masoko yote hutokea kutokana na mahitaji). Mara nyingi bidhaa au huduma moja hutimiza mahitaji kadhaa.
- Ni kwa muda gani soko hili litahitaji bidhaa/huduma yako. Je. bidhaa/huduma yako ni ya muda tu au ni hitaji linaloendelea? Je inahitaji kubadilisha teknolojia hapo mbeleni?
- Orodhesha tabia za wateja wako wa wastani: umri, mahali (eneo la soko). wastani wa mauzo/pato. jinsia. mtindo wa maisha (familia au hawajaoa/olewa) wanafanyakazi au la na taarifa nyingine muhimu. Kadri utakavyoelewa zaidi kuhusu soko lako. ndivyo utakavyoweza kulifikia vizuri zaidi.
- Ni mambo gani wateja wako hupenda au hawapendi kuhusiana na bidhaa/huduma au biashara yako?
- Kadiria kiwango cha fedha kitakachotumiwa na soko lote katika bidhaa/huduma hii au ya kufanana na hii katika mwaka ujao.

**B: Mazingira**

- Jadili vichocheo vyovyote vya kimazingira (kiunchumi, kisheria, kijamii au kiteknolojia) vinavyoathiri soko lako au bidhaa/huduma. Vichocheo vya kimazingira ni vile ambavyo vina athari inayoonekana katika uendeshaji wako lakini huna uwezo wa kuvithibiti [yaani, kupanda kwa gharama za nishati, mfumuko wa bei, ukuaji wa uchumi n.k.]

**C: Ushindani**

- Jadili ushindani wako: Idadi ya washindani (wa moja kwa moja au wasio wa moja kwa moja), aina ya kampuni (yaani bidhaa au huduma), mahali walipo, umri wao, sifa/kutambulika kwao, ukubwa wao (wa mauzo au wateja), hisa yao ya soko.
- Kadiria kiwango cha bidhaa au huduma yako ambacho wapinzani wako wote watatoa mwakani/mwaka ujao.
- Orodhesha wapinzani wakuu (majina na anwani). Jadili bidhaa au huduma yao, sifa/sehemu zao muhimu, umri wa biashara, bei, mahali/usambazaji, sifa/kutambulika kwa biashara zao, hisa za soko, ukubwa, bidhaa/huduma, ubora na mkakati wa biashara.

**D: Faida na Hasara za Ushindani**

- Jadili jinsi ambavyo bidhaa au huduma yako inavyotimiza mahitaji na jinsi unavyoweza kulinganisha bidhaa/huduma yako na wapinzani katika sehemu muhimu za biashara, mahali, usambazaji, bei na mengineyo.
- Linganisha makadirio yako ya hitaji la soko na ugawaji wa washindani. Uhusiano wa ugavi na mahitaji utaathiri mkataba wako wa kutafuta soko na mauzo. Mahitaji ya juu na ugavi wa chini kwa kawaida humaanisha ushindani mdogo na utangazaji mdogo. Mahitaji ya chini na ugavi wa juu unaashiria hali ya ushindani mkubwa na kuhitajika kufanya upanuzi wa eneo la soko.

**E: Usanifishaji Mipango**

- Toa usanifishaji mipango wako kwa kuangalia idadi ya wateja, vitu vilivyozwa, mikataba iliyopatikana n.k.

**(v) Mkakati wa Soko**

**A: Mkakati wa Mauzo**

- Wasilisha mkakati wako wa kutafuta soko. Kwa maneno mengine, elezea jinsi utakavyowazidi kidogo washindani wako na kupata wateja. Huu ni mpango wako wa vitendo wa kupata biashara.
- Bidhaa/huduma yako itauzwa kwa sababu mojawapo au zaidi ya haya yanavutia: utangazaji, kupanga bei (juu, kati, chini), mfumo wa usambazaji (una mipaka, mpana sana n.k.) na ukuzaji.

**B: Mkakati wa Ukuzaji**

- Eleza jinsi unavyopanga kukuza bidhaa/huduma yako. Taja jinsi utakavyo kuza: utangazaji. (barua za moja kwa moja, mawasiliano binafsi, kudhamini matukio na maneno mengine ya michezo na huduma za jamii, shirikisho la biashara n.k.)
- Kama unapanga kutangaza ni chombo gani cha habari utakacho tumia: radio, television, magazeti, kurasa za njano, intaneti, na au mabango matangazo n.k. Taja kwa nini umechukulia chombo cha habari ulichochagua kuwa cha kufaa zaidi.
- Taja yaliyomo katika ukuzaji au utangazaji: bidhaa/huduma yako ni ipi, kwa nini ni ya kuvutia, mahali biashara ilipo, masaa ya kazi, namba za simu ya biashara yako, tovuti ya biashara yako n.k. Wakati unasanifu/panga utangazaji wako, kumbuka unauza ili utosheleze mahitaji ya mtu. Angalia nyuma katika uchanganuzi wa soko kama unahitaji kufanya hivyo.

**(vi) Usimamizi**

- Kwa nini umechagua aina hii ya biashara?
- Kwa watumishi muhimu wa Usimamizi (kwa mfano wamiliki) jumuisha yafuatayo: muhtasari, taarifa binafsi za kifedha, mapato yatokanayo na kodi kwa miaka mitatu ya nyuma na bajeti binafsi ya familia.
- Eleza uzoefu wa awali unaofanya utawala na ustahili kuendesha aina hii ya biashara. Taja kwa nini waweza kuendesha biashara hii. Taja ni muda gani ambao utawala utajitolea katika kuendesha biashara hii. Jadili watu wa kawaida unaoweza kuwasiliana nao ambao wanaweza kukusaidia katika biashara yako.

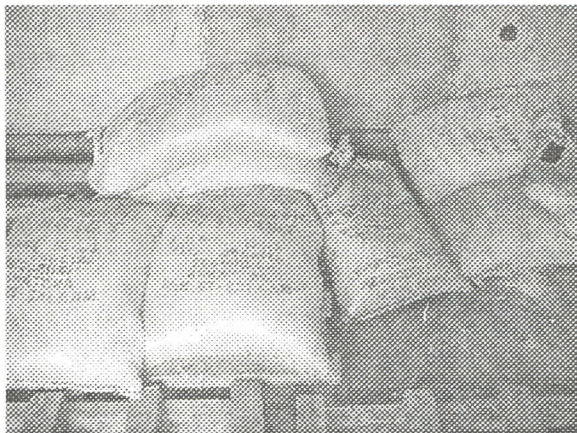
**(vii) Maswala ya Kifedha**

**A: Vyanzo na Matumizi**

- Elezea jinsi mradi utakavyogharamiwa
- Taja ni wapi fedha za kulipia mradi zitatoka (vyanzo) na onyesha kinaganaga jinsi itakavyotumika. (Matumizi). Matumizi yaliyo ya kawaida ni vifaa, kuboresha mkataba wa kukodi nyumba, hesabu ya vifaa na mtaji unaotumika.

**B: Taarifa za fedha**

- Endapo biashara ni ambayo ilikuwepo, jumuisha mafao yatokanayo na kodi ya biashara na taarifa za kifedha kwa miaka mitatu nyuma. Taarifa za kifedha zapaswa kujumuisha: Mizania; Taarifa za mapato: Fedha zinazopatikana kwa siku; Fedha zinazolipwa kwa wadeni wa kampuni; Jedwali la Madeni/Mikopo na uwiano wa mali na madeni ya kampuni.
- Kwa vyote viwili, biashara iliyokuwepo na biashara mpya, onyesha taarifa zifuatazo za kifedha kwa miaka mitatu ijayo (kila mwezi kwa mwaka wa kwanza, mara moja kwa mwaka na kwa mwaka wa pili na wa tatu)



- Taarifa za uendeshaji au mapato pamoja na maelezo mengine (kama mauzo, gharama, faida): Mizania; Uwiano wa mali na madeni; Mzunguko wa fedha taslimu katika biashara na maelezo yakem na mchanganuo wa kufanya biashara pasipo faida wala hasara.

## Utafiti wa Soko

Utafiti wa soko ni njia ya hatua kwa hatua inayotumika kukusanya, kuripoti na kutafsiri taarifa unazohitaji kuiua ili ufanye maamuzi mazuri ya biashara.

Utafiti wa soko utakusaidia kupata majibu ya maswali kama ifuatavyo:-

- Watu wataichukuliaje biashara unayotaka kuifanya?
- Je. wazo langu litafanikiwa? Je, naweza kuuza bidhaa au huduma yangu na kupata fedha?
- Zana zipi za kutafuta soko zitafaa zaidi?
- Naweza kuuza kiasi gani cha huduma au bidhaa?
- Je. kuna haja ya bidhaa/huduma mpya zaidi?

## Hatua tano za utafiti wa soko wenye kufaa.

Kila mradi wa utafiti ni tofauti. Utafiti unaofanywa wategemea aina ya bidhaa au huduma unayokusudia kuitoa.

Wakati msisitizo waweza kubadilika kutoka mradi hadi mradi. hatua hizo tano zapaswa kufuatwa katika utafiti unaofanywa na kila mjasiriamali:-

- (i) Ainisha tatizo lililopo kwa mfano ukosefu wa vyakula vya mifugo Mkoani Morogoro.
- (ii) Andaa mpango wa utafiti hasa wa soko na wa wateja wapya.
- (iii) Kusanya takwimu
- (iv) Changanua takwimu
- (v) Andaa taarifa za utafiti wa soko

Mpango wa utafiti wa soko wapaswa kuwa na:

- (i) Maelezo na shabaha ya utafiti
- (ii) Takwimu ambazo unahitaji kuzikusanya:
  - Aina za biashara au soko ulilovutiwa nalo
  - Aina za biashara zinazohusiana
  - Washindani/wagawaji/wasambazaji
  - Sura ya kidemografia/wateja
  - Hitaji la utafiti wa msingi

(iii) Muda unaohitaji kufanya utafiti:

Wakati unajiandaa kufanya utafiti wako ni muhimu ukaelezea kabisa muda unaotaka kuutumia kwa utafiti wenyewe. Hii ni muhimu sana kwani fursa za biashara hubadilika mara kwa mara. Hivyo ukichelewa sana kwenye utafiti unaweza kupata takwimu zisizo sahihi kwa soko linalokusudiwa.

## SURA YA SITA

### Mikakati ya Kutafuta Soko kwa Ajili ya Biashara Yako

Elimu ya kutafuta soko ni elimu isiyoelezeka kwa urahisi lakini ni mojawapo ya kichocheo muhimu kinachochangia mafanikio ya biashara yako. Pasipo mteja hakuna mauzo na hivyo hakuna faida.

Mkakati kamili na mzuri wa kutafuta soko utakuwa msingi wa mafanikio yako kama mjasiriamali. Msingi maarufu sana unaojumuishwa katika mkakati wa kutafuta soko na maswala ya kuzingatia ni bidhaa yenyewe, bei ya bidhaa, kutangaza bidhaa yako, na soko au mahali pa kuuzia bidhaa yenyewe. Hata hivyo kabla ya kuangalia misingi hii yakupasa kufafanua bayana, hitaji unalotaka kulitosheleza kwa bidhaa au huduma unayotaka kuitoa: soko ulilolenga kulifikia na shabaha yako ya kutafuta soko. Kutafuta hitaji la soko na kutengeneza huduma na bidhaa ili kuziba pengo sokoni. Vyote hivi vyapaswa kuwa ni kiini cha mkakati wako kwa ujumla.

#### **Uchambuzi wa hali halisi Kutafuta hitaji**

Lazima ufanye kazi ya ziada ili uweze kutafuta hitaji au fursa ya soko ambayo wataka iwe msingi wa biashara yako. Ingawa mlolongo wenyewe waweza kuanza na dhana fulani kuhusu soko wahitaji kuelekeza wazo lako kutokana na takwimu sahihi zilizopatikana kwenye utafiti wa soko. Utafiti utasaidia kutoa changamoto au kuthibitisha wazo lako kuhusu nani ni mteja wako bora na ni nini wanachofuata katika bidhaa au huduma. Kwa mfano kama unapanga kuanzisha biashara ya vyakula vya mifugo kwenye sehemu fulani, inabidi ufanye utafiti uwe na uhakika wa kuwa hitaji hilo lipo kwenye eneo husika.

#### **Uchanganuzi wa ushindani**

Hatua inayofuata ni kuangalia kwa ukaribu ushindani ulioko. Wahitaji kujua unakabiliwa na ushindani wa kiasi gani. Hivyo wahitaji kujua vichocheo vya kupima ushindani wenyewe ikiwa ni pamoja na:

- Kujua je unategemea kushindana na nani?
- Kuangalia washindani wako wanatosheleza hitaji lipi?
- Kutambua ni zipi sifa mahususi za bidhaa au huduma wanazotoa au kuuza?
- Kujua kuwa wanauza huduma/bidhaa zao kwa bei gani? Na
- Ni nini kilichokua kiini cha mafanikio yao katika soko?

Wahitaji kuchunguza kila kichocheo ili uweze kutofautisha kwa uwazi bidhaa/huduma yako katika soko. Baada ya uchanganuzi wa ushindani, hatua inayofuata ni kufafanua soko lililolengwa.

#### **Soko lililolengwa**

Soko lililolengwa linafapanuliwa kama kikundi cha jinsi au aina moja ya wateja watarajiwa. Biashara yako yaweza kuwalenga aidha wateja au biashara nyingine licha ya hivi unajaribu kuwafikia watu binafsi ambao aidha wanafanya uamuzi wa kununua kwa niaba yao wenyewe au kwa niaba ya shirika wanalofanya kazi. Nimuhimu kujua watu hawa (wateja) ni akina nani na wanapataje motisha kufanya uamuzi wa kununua. Ili uweze kufafanua soko lako ulilolengwa wapasa kuzingatia vigezo vifuatavyo:

- Masuala ya idadi ya watu: - umri, jinsia, pato, kazi, elimu.
- Eneo au mahali wanapoishi: - wateja wanapatikana wapi?
- Masuala ya mtindo wa maisha: - mtindo wa maisha ukijumlisha shughuli, mambo wayapendao kufanya, pamoja na kazi wanazofanya wakati wa muda wao wa ziada.

#### **Shabaha/Malengo ya elimu ya soko**

Ili kuhakikisha biashara yako iko sawa, yakupasa kuweka shabaha ya juhudi zako. Kimsingi kabisa shabaha hizi zapasa kujumlisha kutabiri mauzo yako kwa mwaka wa kwanza katika biashara na ukuaji

unaojitokeza kwa miaka ifuatayo. Utabiri huu utategemea matokeo ya biashara yako katika kutosheleza mahitaji

### **Bidhaa**

Fafanua kwa uwazi bidhaa/huduma unayotoa ukijumlisha maelezo ya soko unalohitaji kutosheleza. Orodhesha sifa mahususi za bidhaa za huduma na lenga upekee wake katika soko. Kwa kulenga katika pendekezo lako la kipekee katika soko utaweza kutofautisha kwa uwazi bidhaa au huduma yako. Kwa mfano kama unalenga kwenye kuuzia vyakula vya mifugo elezea bidhaa yako na ubora wake kwenye kukuza mifugo yenyewe.

### **Bei**

Mara bidhaa yako inavyofanuliwa yapaswa kuipangia bei ya kiushindani. Vipengele kadhaa hujitokeza wakati wa kupanga bei. Wapaswa kuangalia mazingira ya kiushindani na bei za washindani wako. Pia wapaswa kuzingatia bei ambazo soko lako litazimudu kwa kuangalia utafiti wa soko ulilolifanya huko nyuma. Wapaswa pia kuhakikisha kwamba bei utayoweka inakupatia faida.

### **Mahali/Sehemu ya kuuzia bidhaa**

Mahali panamaanisha mkakati wako wa usambazaji ambao unajumuisha mahali pa biashara na jinsi utakavyosambaza bidhaa au huduma yako. Chaguzi za usambazaji zinajumuisha:

- Uuzaji binafsi-kwa kawaida hufaa sana ili kuzifikia biashara nyingine.
- Wauzaji wa jumla-ambao huuza bidhaa kwa wauzaji wa rejareja ambao huwafikia wateja wa mwisho.
- Duka la rejareja- ambapo unakutana na wauzaji wa reja reja moja kwa moja badala ya kupitia kwa muuzaji wa jumla.
- Wakala – Unaweza ukatumia makampuni mengine au unawaajiri watu kama wakala ambapo wanakuuzia bidhaa yako kisha unawalipa kamisheni.

Bila kuzingatia usambazaji upi unoafaa zaidi kwa biashara yako. cha msingi ni kuhakikisha kwamba wateja wako wa mwisho waweza kuifikia bidhaa au huduma yako.

### **Utangazaji**

Huu ni msingi muhimu kwa biashara yako ambapo unawasiliana na soko ulilolilenga na kuwafanya wajue bidhaa au huduma unayoitoa. Kama unaanzisha biashara mpya ni vizuri ukaitangaza ili wateja waielewe na waweze kuifikia.

Kuna mbinu kadhaa za kufikia soko lako, mbinu hizi zikiwa ni pamoja na:

- Barua za moja kwa moja kwa wateja wako
- Uuzaji binafsi
- Kutafuta soko kupitia njia ya simu au mtandao wa kompyuta
- Kujitangaza/Kuitangaza bidhaa hadharani
- Kujitangaza kwa wateja pindi wanaponunua bidhaa zako

### **Bajeti /Mpango**

Kuanzisha mpango wa utendaji kwa ajili ya mkakati wa kutafuta soko utaongeza uwezekano wa kutekeleza hasa na kufikia malengo yako.

Kuorodhesha kwa uwazi shughuli za mwezi hadi mwezi utakuruhusu upange bajeti kwa ajili ya gharama zitakazohusika na itakusaidia kutabiri mapato

Orodhesha shabaha zako mahususi zinazohusiana na shughuli za utangazaji na tengeneza kalenda yenye mchanganyiko wa shughuli za utangazaji na gharama zake.

## Ujasirimali Tanzania

Kwa mfano kama unataka kuanzisha biashara ya rejareja ya kuuza vyakula vya mifugo, inabidi uandae bajeti ya kutengeneza mpango wa biashara, kunulia malighafi, leseni na vibali vinavyotakiwa na gharama zote za awali ambazo zitahitajika iki kustawisha biashara hiyo.

### Bajeti

Bajeti ni taarifa rasmi ya rasilimali za kifedha zilizotengwa kuendeshea shughuli maalum katika muda maalum uliopangwa.

Unasaidia kuratibu shughuli za biashara kwenye kampuni au shirika kwa mfano, bajeti ya mishahara ya wafanyakazi watakoajiriwa kwenye kiwanda cha kutengeneza vyakula vya kuku na mifugo mingine.

### Uthibiti wa kibajeti

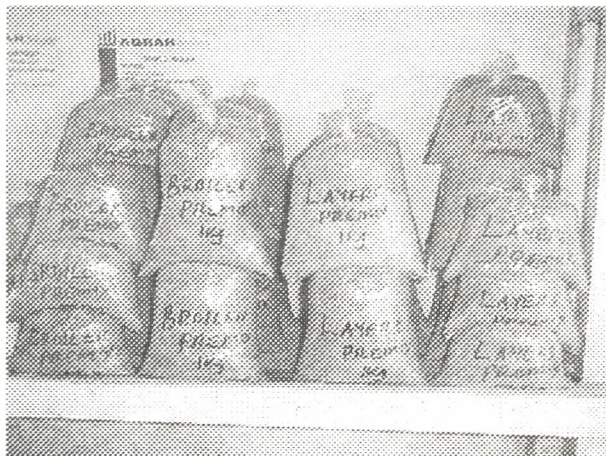
- Mbinu ya uthibiti ambapo matokeo halisi hulinganishwa na bajeti mbalimbali huhitajika.
- Tofauti yoyote inayojitokeza huangaliwa na huu ni wajibu wa watu muhimu ambao waweza aidha kufanya uthibiti kwa vitendo au kupitia upya bajeti zilizotangulia hapo awali.

### Faida za kupanga na kuthibiti kwa kutumia bajeti

- Hulazimisha utawala kufikiria mambo ya baadaye, ambayo labda ni kipengele muhimu kabisa cha upangaji bajeti na mfumo wa kuthibiti kinaweza kutoa mwelekeo. Hushurutisha utawala kutazama mbele, kupanga mipango yenye maelezo ya kutosha kwa ajili ya kufikikia lengo kwa uendeshaji wa kila idara na kimawazo/kinadharia kumfanya kila msimamizi kutarajia na kutoa lengo na mwelekeo wa biashara au shirika.
- Unasaidia mawasiliano na uratibu.
- Hufafanua wazi maeneo ya wajibu/majukumu wa kila mhusika kwenye kampuni au shirika.
- Huwahitaji wasimamizi wa sehemu muhimu ya bajeti kuwajibika katika kufikia malengo ya bajeti na katika uendeshaji ulio chini ya uthibiti wao binafsi. Hutoa kigezo cha kutathmini utendaji (uchanganuzi wa achano). Kimsingi, bajeti ni kipimo ambacho kwacho utendaji halisi hupimwa na kukadiriwa.
- Huwezesha hatua za marekebisho kuchukuliwa achano linapotokea
- Huwapa motisha waajiriwa/wafanyakazi wanaohusika katika kupanga bajeti
- Huboresha mgawanyo wa rasilimali chache zilizopo kwenye kampuni
- Hupunguza gharama ya muda wa usimamizi/utawala kwa kutumia utawala huo kwa kutumia kanuni ya kuongoza kwa kutofautisha.

### Matatizo katika kupanga bajeti

- Bajeti zaweza kuonekana kama zana za ukandamizaji zinazowekwa na utawala na hivyo kusababisha mahusiano mabaya ya kikazi na uwekaji rekodi usio sahihi.



- Ugomvi baina ya vitengo/idara waweza kutokea kutokana na kutokuwa na maafikiano kuhusu mgawanyo wa rasilimali na vitengo/idara kulaumiana endapo malengo hayatafikiwa.
- Ni vigumu kupatanisha malengo ya kiushirika na yale malengo ya mtu binafsi.
- Uharibifu/ufujaji wa mali unaweza kutokea, wasimamizi wanapotumia mtazamo wa “afadhali tuitumie au tutaipoteza”. Mara nyingi hii huambatana na “kujijengea himaya” ili kuongeza fahari (itokanayo na mafanikio) ya kitengo.
- Kunaweza kuwa na mgongano wa matakwa kuhusiana na wajibu dhidi ya kuthibiti yaani, gharama nyingine huathiriwa/husababishwa na mtu zaidi ya mmoja. Mfano, gharama za umeme zinatumika kwenye ofisi za utawala na vile vile kiwandani. Hivyo inabidi bajeti ipangwe kutokana na matumizi ya kila idara.
- Utawala waweza kufanya makadirio ya chini ya gharama ili wasilaumiwe hapo baadaye wakifanya matumizi makubwa zaidi ya yale yaliyokadiriwa.

### **Sifa/Tabia za bajeti**

Bajeti nzuri ina sifa zifuatazo:

- Ushirikishaji: wahusishe watu wengi iwezekanavyo katika kupanga bajeti
- Upana: ijumuishe shirika lote
- Viwango: msingi wake uwe ni katika viwango vilivyokwisha wekwa vya utendaji
- Uwezo wa kubadilika kulingana na mazingira: ruhusu mabadiliko ya mazingira.
- Mrejesho: Fuatilia utendaji wakati wote
- Uchanganuzi wa gharama na mapato: Hii yaweza kufanywa kwa kuzingatia mwelekeo wa bidhaa, kitengo au kiini cha gharama.

### **Upangaji na Usimamizi wa Bajeti**

Katika kupanga na kusimamia bajeti tabia zifuatazo zaweza kutumika:

- (i) *Vitovu/Vitovu vya Bajeti*: Vitengo vinavyowajibika kutengeneza bajeti vyaweza kujumuisha vitovu kadhaa vya gharama.
- (ii) *Kamati ya Bajeti*: Hii yaweza jumuisha wanachama wa ngazi za juu katika shirika. Mfano, wakuu wa vitengo na watendaji na Mkurugenzi Mkuu au Meneja Mkuu akiwa kama Mwenyekiti. Kila sehemu ya shirika yapaswa kuwakilishwa katika kamati, hivyo yapaswa kuwepo na mwakilishi kutoka katika mauzo, uzalishaji, utafutaji masoko na kadhalika. Kazi za kamati ya Bajeti ni pamoja na:
  - Kuratibu na kutengeneza bajeti pamoja na suala la mwongozo wa bajeti.
  - Kutoa ratiba kwa ajili ya maandalizi ya bajeti
  - Kutoa taarifa ili kusaidia maandalizi ya bajeti
  - Kulinganisha matokeo halisi na bajeti na uchunguzi wa achano
- (iii) *Ofisa wa Bajeti*: Anathibiti uendeshaji wa bajeti kwa kuwa kiungo kati ya kamati ya bajeti na wasimamizi wenye jukumu la kuandaa bajeti; kukabili matatizo ya uthibiti wa bajeti; kuhakikisha kwamba muda wa mwisho wa kutenda jambo unazingatiwa; kuelimisha watu kuhusu uthibiti wa bajeti.
- (iv) *Mwongozo wa bajeti*: Huu huwa na chati za shirika; huwa na maelezo kinaganaga kuhusu taratibu/mpangilio wa bajeti; huwa na mambo ya siri ya akaunti kwa kipengele cha matumizi na mapato; mlolongo wa mambo kufuatana na ratiba na hufafanua wazi wajibu wa watu wanaohusika katika mfumo wa kupanga bajeti.



## SURA YA SABA

### Mpango wa Fedha na Biashara Yako

#### Kukuza Mpango wa Kifedha

Kumaliza mchanganuo kamili wa kifedha wa biashara yako kutakusaidia utambue endapo biashara yako itaweza kuthibitika kufanikiwa au la. Je, waweza kutengeneza fedha za kutosha katika biashara hii kwa mahitaji yako: kwa kuendesha biashara na kutengeneza faida? Kujua mauzo yako ya mwezi na gharama hukusaidia kufanya uamuzi mzuri kuhusu masuala mbalimbali, mfano. lini ununue vifaa/mashine, lini uajiri wafanyakazi au lini utumie fursa ya mkopo uliyonayo. Kuna mambo sita ya msingi ya kuzingatia katika mpango wa kifedha:

- (i) Gharama za kuanzisha biashara: Jumuisha fedha yote utakayotumia wakati unataka kuanzisha biashara hadi mpaka utakapokuwa tayari kwa siku ya ufunguzi.
- (ii) Makisio ya mapato yako halisi: makisio haya yanaonyeshwa katika chati inayoonyesha kwa muhtasari mapato unayotegemea kupata kila mwezi na fedha unazopaswa kuzitumia kila mwezi (matumizi). Hii hukufanya ujue kama waweza kulipia hati zako za madai ya fedha (ankara) kila mwezi au la. Pia ni lazima uwe tayari kutetea makisio ya mauzo na gharama.
- (iii) Maelezo ya makisio ya mapato: Hii huonyesha makisio ya faida/hasara kwa biashara katika mwaka ulioonyeshwa na makisio haya huonyesha “afya” ya biashara. Ni makadirio ya mapato yote yatokanayo na mauzo, gharama zote za utawala zitokazo moja kwa moja na zisizotoka moja kwa moja (ikiwa ni pamoja na uchakavu, gharama za riba na malipo ya kodi) na faida au hasara zinazofuatia kwa miaka mitano ya mwanzo.
- (iv) Mizania yako ya mwanzo wa biashara: Hii hutoa picha ya nini biashara yako inamiliki na nini biashara yako inadaiwa katika kipindi fulani. Hujumuisha maelezo ya makisio ya mali na madeni (dhima) na hisa isiyo na riba ya kudumu kwa miaka mitano ya mwanzo. Mali hujumuisha fedha taslimu, orodha ya vifaa, fedha zilizoko kwenye akaunti benki majengo na vifaa. Dhima ni pamoja na madeni ya muda mfupi, akaunti za kulipwa, kodi za kulipwa na madeni ya muda mrefu.
- (v) Mahitaji ya fedha au mkopo: Toa maelezo katika mahitaji yako ya kugharamiwa. Ni kiasi gani cha fedha kinachohitajika, fedha hizo ni kwa ajili ya nini na elezea mpango wako wa kurudisha fedha hizo. Riba ya mmiliki au mtaji wa mwenye hisa na uwekezaji wote uliofanywa na wamiliki au wanahisa katika biashara yenyewe.
- (vi) Mchanganuo wa hatari: waweza kuonyeshwa kwa kutumia kigezo cha kuangalia kama biashara itakuwa mbaya kabisa au nzuri kabisa nini kinaweza kutokea. Kwa kawaida, maelezo ya mapato halisi ya aina tatu tofauti hujumuisha katika mpango. Waweza kufanya mapato halisi ukitegemea biashara kuwa nzuri, au ukitegemea biashara kuwa mbaya na kuangalia kama biashara itakuwa ya ukweli na ya uhakika kwa kuonyesha jinsi gani biashara yako itakavyojirekebisha kufuatana na mipangilio tofauti ya matokeo ya baadaye katika soko. Hakikisha unajumuisha taarifa au dhana ulizozifanya kwa kila mpangilio wa matukio ya baadaye.

#### Taarifa za Mapato Halisi

Taarifa za mapato halisi ni ufafanuzi wa fedha taslimu zilizopatikana na fedha taslimu zilizotumika kwa kila mwezi wa mwaka. Makisio ya taarifa za mapato halisi hukusaidia kujua endapo kampuni ina pato halisi lililo chanya.

Kwa kufuatilia kwa ukaribu pato halisi, mjasiriamali anaweza kusimamia mali muhimu kabisa za biashara kwa ukamilifu zaidi.

Lengo la taarifa za mapato halisi lapaswa kuwa ni kuwasaidia watumiaji:

- Kukadiria uwezo wa kampuni kuzalisha pato halisi chanya huko mbeleni
- Kukadiria uwezo wako wa kukabili wajibu wake wa kulipa madeni, kulipa gawio n.k.
- Kukadiria sababu za tofauti kati ya pato halisi lililoripotiwa na pato halisi lililokadiriwa.

- Kukadiria athari katika fedha zake kuhusiana na makubaliano ya kibiashara katika mwaka wa biashara.

#### **Angalia:**

Wajasiriamali wengi hudhani kwamba taarifa pekee za kifedha wanazohitaji ili kusimamia biashara zao kikamilifu ni taarifa za mapato/faida na hasara na kwamba taarifa za mapato halisi ni ufafanuzi wa ziada. Wanakosea kuamini kwamba mstari wa chini wa faida ndicho wanachohitaji kukijua tu, na kwamba endapo kampuni yaonyesha faida basi itafanikiwa. Katika kipindi kirefu, faida na mapato yana uhusiano wa moja kwa moja, lakini faida na mapato halisi havimaanishi jambo lile lile yakiangaliwa katika muda mfupi. Biashara yaweza kuwa inaendeshwa kwa hasara na hapo hapo ikiwa na hali nzuri ya mapato halisi. Vile vile, biashara yaweza kuwa inaonyesha faida ya juu kabisa lakini ikiwa haina pato halisi la kutosha kuhimili/kuendeleza ukuaji wake na kuongeza mauzo.

Taarifa ya pato halisi inayojumuisha:

- Fedha zote taslimu zilizopokelewa kwa mwezi.
- Fedha zote taslimu zilizolipwa kwa mwezi.
- Hali ya mwishoni ya fedha taslimu

Fedha taslimu zilizopokelewa:

Fedha taslimu zilizopokelewa zinajumuisha jumla za fedha taslimu zilizoingia, mauzo kwa fedha taslimu, makusanyo kutoka katika akaunti, fedha kutoka katika mikopo, n.k. Taarifa ya pato halisi huzingatia fedha taslimu pekee. Haiangalii sehemu yeyote ya mauzo kwa mkopo isiyokusanywa bado.

Gharama taslimu:

Gharama taslimu huwakilisha jumla ya fedha taslimu zilizolipwa nje ya akaunti ya biashara au nje ya kampuni. Manunuzi, mishahara, kodi, gharama, manunuzi ya vifaa vya mtaji, malipo ya mkopo, na fedha zilizochukuliwa kutoka kwenye biashara na mmiliki biashara – hizi zinawakilisha gharama taslimu nyingi zaidi. Taarifa za mapato halisi hupima na huangalia matumizi yote ya fedha taslimu kadiri yanavyolipwa.

Hali ya mwishoni ya fedha taslimu:

Jumla ya fedha taslimu zilizopo ukitoa jumla ya fedha taslimu zilizolipwa unapata hali ya fedha taslimu ya mwisho wa mwezi. Hali ya mwishoni ya fedha taslimu yapaswa kuwa sawa na salio lililoko katika kitabu cha hundi mwisho wa mwezi wa shughuli za biashara kama mjasiriamali anatumia huduma za kibenki.

Kwa ufupi, taarifa za mapato halisi ina vifungu vikuu vitatu kama ifuatavyo:

- Vyanzo vya fedha taslimu au fedha taslimu zilizopokelewa kutokana na mauzo, mikopo au uwekezaji wa riba ya muda mfupi.
- Matumizi ya fedha taslimu/Gharama au malipo kotokana na aidha gharama zinazodaiwa au/na gharama za kuanzia.
- Salio (lililolimbikizwa hadi leo)
- Fedha taslimu zilizopokelewa kwa mwezi ukitoa fedha zilizolipwa kwa mwezi ni sawa sawa na limbikizo lako la mwezi hadi leo na ndio salio la fedha taslimu.

Mfano wa Makisio ya Mapato Halisi ni kama ifuatavyo:

**TAARIFA ZA MAPATO HALISI YA DUKA LA VYAKULA VYA KUKU LA  
ADVESTER CHAO**

<b>Kipengele/Mwezi</b>	<b>Januari</b>	<b>Februari</b>	<b>Machi</b>	<b>Aprili</b>
Fedha taslimu				
Zilizo pokelewa				
Jumla ya Fedha				
Taslimu zilizo lipwa				
Jumla ya Fedha				
Zilizo lipwa				
Salio toka mwezi uliopita				
Salio la sasa				

Jinsi ya kuandaaa taarifa za mapato halisi

Fanya mahesabu ya mabadiliko katika kila akaunti ya mizania, kisha uipachike jina la **CHANZO** au **MATUMIZI** kulingana na mwongozo ufuatao:

Chanzo:

- Kupungua kwa akaunti ya mali
- Kuongezeka kwa akaunti ya dhima
- Kuongezeka katika akaunti ya mmiliki yenye riba ya muda mfupi.

Matumizi:

- Kuongezeka kwa akaunti ya mali
- Kupungua kwa akaunti ya dhima
- Kupungua katika akaunti ya mmiliki venye riba ya muda mfupi

**Angalia:** Jumla ya vyanzo yapaswa kuwa sawa na jumla ya matumizi, kwa sababu kila matumizi yanahitaji chanzo cha kuvafidia vilevile kila chanzo chapaswa kuwa na matumizi

Hata hivyo, marekebisho yapaswa kufanywa kutoka katika mapato yaliyobakia, mtaji halisi wa kufanyia kazi kutoka uendeshaji na mali za kudumu.

## Mizania

Mizania hutoa picha ya hali ya kifedha ya biashara mahali fulani na wakati fulani. Hii yaweza kuwa siku yeyote katika mwaka. lakini mizania kwa kawaida hufanywa mwishoni mwa kila mwezi, kila baada ya miezi mitatu na kila baada ya miezi sita.

Taarifa hii ya kifedha ni orodha ya jumla za mali (ambazo biashara inazimiliki au vitu vya thamani) na jumla ya dhima (biashara inachodaiwa). Jumla ya mali zinagawanywa katika vipengele vidogo vya: rasilimali/mali zinazotumika, mali za kudumu na rasilimali/mali nyingine. Jumla ya dhima hugawanywa katika vipengele vidogo vya: dhima ya muda mrefu/madeni, dhima inayotumika na riba ya muda mfupi ya mmiliki biashara.

## **Mali/Rasilimali**

Mali zinazotumika: Hizi ni mali ambazo ni taslimu na zaweza kubadilishwa kuwa fedha taslimu katika kipindi cha muda mfupi, kama vile fedha zilizoko kwenye akaunti au fedha zilizopokelewa na hesabu ya vifaa/bidhaa au mali ghafi kama vile mifuko ya vyakula vya kuku au mifugo.

Mali za kudumu: Hizi ni mali ambazo haziwezi kubadilishwa kirahisi kuwa fedha taslimu katika muda mfupi, yaani ni mali ambazo huweza kubadilika tu katika muda mrefu. Ardhi, majengo, mashine, magari, samani ni baadhi ya mali za kudumu.

Mali isiyopimika kifedha: Hii ni mali isiyopimika kifedha ila yaweza pia kuonyeshwa katika mizania. Mali hizi zaweza kuwa sifa njema au jina zuri la biashara, alama za biashara, hataza (patent), leseni, haki nakili, haki miliki n.k.

## **Dhima:**

Dhima inayotumika:

Ni zile ambazo zinatarajiwa kudaiwa katika kipindi cha muda mfupi, kwa kawaida huwa ni mwaka unaofuatia. Hizi ni akaunti za kulipwa; ajira, kodi za mapato na mauzo, mishahara itakayolipwa, bima na sehemu ya deni kubwa la kulipwa kwa miaka mingi inayotakiwa kulipwa mwaka huu.

## **Deni la muda mrefu:**

Dhima/Deni la muda mrefu laweza kuwa fedha au mikopo iliyochukuliwa kwa ajili ya kununulia mali za kudumu katika biashara yako. Dhima/deni la muda mrefu huwa ni deni litakalodaiwa baada ya kipindi cha zaidi ya mwaka mmoja. Sehemu za fedha ambazo hazipaswi kulipwa mwaka ujao nazo pia ni dhima/deni la muda mrefu.

## **Haki ya mmiliki**

Haki ya mmiliki inayohusu kiwango cha fedha mmiliki alichowekeza katika shirika. Kiwango hiki hupatikana kwa kutoa dhima inayotumika na deni la muda mrefu kutoka katika jumla ya mali/rasilimali. Mtaji unaosalia/haki ya mmiliki ni kile ambacho mmiliki atabakia nacho endapo kufilisika kwa biashara kutatokea. Haki ya mmiliki pia imegawanyika katika mtaji na mapato yanayosalia kwenye biashara.

## **Taarifa za Mapato/Faida na Hasara**

Taarifa za mapato/faida na hasara huwakilisha uhusiano wa mapato na gharama kwa kipindi fulani mahususi. Taarifa za mapato huonyeshwa katika muundo wa mwezi mmoja, kuanzia Januari 1 hadi 31, au kwa robo mwaka katika vipindi vya miezi mitatu mitatu au kwa muda wa miezi sita sita yaani nusu mwaka au kwa muda wa mwaka mzima. Kwa kawaida taarifa hizi za kifedha huwa ni limbikizo la kipindi cha fedha cha miezi kumi na mbili, kipindi ambacho biashara hufikia kufungwa. Taarifa ya limbikizo jipya huanza mwanzoni mwa kipindi kipya cha fedha cha miezi kumi na mbili.

Taarifa za faida na hasara zimegawanywa katika vipengele vikuu vitano:

- Mauzo au mapato
- Gharama za bidhaa zilizouzwa/gharama za mauzo
- Faida ghafi
- Gharama za kuendeshea
- Faida/Mapato halisi

Mauzo au Mapato: Sehemu ya mauzo au mapato katika taarifa za mapato ni pale ambapo bei ya rejereja ya bidhaa huelezewa kwa shilingi ukizidisha kwa idadi ya bidhaa zilizouzwa. Mauzo yaweza kuelezwa katika kipengele kimoja kama mauzo ya jumla au yaweza kugawanywa katika zaidi ya aina moja ya kipengele cha mauzo: Kwa mfano, mauzo ya magari, mauzo ya vipuri vya magari na mauzo ya huduma n.k.

## ***Ujasirimali Tanzania***

Gharama ya bidhaa zilizouzwa/Gharama za mauzo: Gharama za bidhaa zilizouzwa/sehemu ya gharama za mauzo ya taarifa za mapato ndipo unapoonyesha gharama za bidhaa zilizoumuliwa kwa ajili ya kuuzwa tena au kuonyesha gharama za kazi (ujira wa mtoa huduma) kwa ajili ya biashara za huduma. Gharama za bidhaa zilizouzwa/mauzo zaweza jumuishia vipengele vya ziada kama vile malipo ya uchukuzi wa mizigo au gharama za kazi ya mkandarasi msaidizi. Gharama hizi zaweza pia kuelezewa katika kipengele kimoja kama gharama za jumla za bidhaa zilizouzwa/mauzo au zaweza gawanywa ili ziendane na vipengele vya mauzo kwa mfano, ununuzi wa vyakula vya mifugo kwa ajili ya kuza, ununuzi wa madawa ya mifugo, mshahara wa huduma n.k.

Faida ya jumla: Sehemu ya faida ya jumla ya taarifa za mapato hukuelezea tofauti kati ya nini ulichopata kutokana na mauzo ya bidhaa au huduma na nini ulichogharamia katika kufanya mauzo ya bidhaa au kutoa huduma hiyo. Lengo la biashara yeyote ni kuuza mali ya kutosha ya bidhaa au huduma ili kuweza kutoa gharama na kuwa na faida ya jumla ya juu ya kutosha kukabiliana na gharama za uendeshaji, pamoja na kuchuma pato halisi ambalo linatoa matunda ya maana katika uwekezaji wako. Kiini cha kuendesha biashara yenye faida ni kuongeza faida ya jumla hadi kupata faida ghafi ya juu zaidi.

Gharama za kuendeshea: Kifungu cha gharama za kuendeshea cha taarifa za mapato ni kipimo cha gharama zote za kuendeshea biashara. Kuna aina mbili za gharama; gharama za kudumu na gharama zinazobadilika kutokana na uzalishaji au mauzo. Gharama za kudumu ni zile gharama ambazo huwa hazibadiliki kufuatana na kiwango cha mauzo, hivyo itakupasa uzifidie gharama hizi hata kama mauzo yako ni kidogo zaidi kuliko gharama. Mjasiriamali huwa na uwezo mdogo wa kuthibiti gharama hizi mara zinapojitokeza. Mifano ya gharama za kudumu ni kodi, mikataba, gharama za riba, malipo ya huduma za kisheria na malipo ya simu za ndani.

Gharama geugeu: ni zile ambazo hubadilika kulingana na kiwango cha mauzo. Mifano ya gharama geugeu ni bonasi malipo ya ziada/kifuta jasho, ujira wa wafanyakazi (masaa waliyofanya kazi kwa wiki), gharama za ununuzi wa mali za kuza, n.k. Uthibiti wa gharama za aina hii ni eneo ambalo mjasiriamali anaweza kuongeza mapato halisi kwa kushikilia gharama za kiwango cha chini kabisa.

Mapato Halisi: Sehemu ya mapato halisi katika taarifa za mapato ni kipimo cha uwezo wa biashara au shirika kujiendesha kwa faida. Vichocheo vingi huathiri matokeo ya mapato halisi. Kiwango cha mauzo, mkakati wa kupanga bei, uthibiti wa hesabu ya vifaa uthibiti wa akaunti zilizopokelewa, taratibu za kuagiza bidhaa, kutafuta soko la biashara na bidhaa, uthibiti wa gharama, huduma kwa wateja na tija ya wafanyakazi ni baadhi ya vichocheo hivi. Mapato halisi yapaswa kuwa ya kutosha kuruhusu ukuaji wa biashara kupitia uwekezaji upya wa faida na kumpa mmiliki matunda ya maana kutoka katika uwekezaji.

### **Mchanganuo wa kufanya biashara pasipo faida wala hasara**

Suala la kufanya biashara pasipo faida wala hasara hufafanuliwa kama kiwango ambacho mapato ya mauzo ni sawa na gharama, na hii husababisha kusiwepo na faida wala hasara katika kipindi cha kufanya mahesabu.

Ili kuweza kufanya mahesabu ya mahali pa kufanya biashara pasipo faida wala hasara yatupasa kuangalia yafuatayo:

- (i) Bei ya mauzo kwa mfano bei ya mfuko wa chakula cha kuku cha kilo hamsini ni shilingi za Tanzania 6,500/=
- (ii) Gharama za kudumu kama vile umeme, kodi na mishahara.
- (iii) Gharama geugeu mfano gharama za ununuzi wa bidhaa ambazo hubadilika kutokana na kiasi cha manunuzi.

Bei ya mauzo: Hili ni pato lililozalishwa kutokana na mauzo ya bidhaa au huduma.

Gharama za kudumu: Hizi ni gharama ambazo hazibadiliki kiuwiano na ukubwa wa mauzo. Hizi ni pamoja na gharama za bima, kodi, n.k.

Gharama geugeu: Hizi ni gharama zinazobadilika moja kwa moja na ukubwa wa mauzo. Hizi ni pamoja na gharama za bidhaa zinazouzwa tena na kamisheni ya mauzo.

Fomula ya kutumia ili kufanya biashara pasipo na faida wala hasara ni kama ifuatayo:

$$S = FC + VC \text{ au}$$

$$S = FC / GM$$

Ambapo:

S = Kiwango cha mauzo pasipo faida wala hasara

FC = gharama za kudumu

VC = gharama geugeu

GM = Tofauti ya jumla baina ya bei halisi na bei ya kuuzia unapata faida ghafi na inaweza kuchukuliwa kama asilimia ya mauzo

## Ujasirimali Tanzania

Mfano wa mchanganuo wa kufanya biashara pasipo faida wala hasara:

Kifuatacho ni kielelezo cha Mchanganuo wa kufanya Biashara Pasipo Faida wala Hasara.

<b>Mchanganuo wa Kiwanda cha Kutengeneza Chakula cha Kuku cha Rindi Kufanya Biashara Pasipo Faida wala Hasara.</b>		
<b>GHARAMA ZA KUDUMU (Katika 000 Tshs.)</b>		<b>FAIDA GHAFI</b>
Gharama za matangazo	5,000.00	Bei ya mauzo 50.00
Gharama za benki	1,500.00	Gharama za manunuzi 30.00
Kodi za Biashara	1,000.00	Faida Ghafi 20.00
Gharama za ofisi	1,500.00	
Kodi ya pango na huduma	24,000.00	Asilimia ya Faida Ghafi = Faida Ghafi
Gharama za simu	2,400.00	Bei ya mauzo
Gharama za Usafiri	3,700.00	
Mishahara na Mafao	22,000.00	= 20.00/50.00 40%
<b>JUMLA</b>	<b>61,000.00</b>	Hivyo Biashara bila faida wala hasara
		Ni Gharama za Kudumu Asilimia ya
		Faida ghafi = 61,000/0.40
		<b>= 152,750</b>

Hivyo Kiwanda cha Kutengeneza Chakula cha Kuku cha Rindi kikiweza kuzalisha mifuko 152.750 kitakuwa hakipati faida wala hasara. Hivyo kikiongeza uzalishaji tu baada ya hapo kitaanza kutengeneza faida.

Mfano wa Taarifa za Mapato ni kama ifuatavyo:

### **Kiwanda cha Kutengeneza Chakula cha Kuku cha Rindi (RINDI LAB.) Taarifa za Mapato ('000 TSHS.) Mwaka Unaoishia 2000.**

<b>MAUZO</b>	<b>Tarakimu Halisi</b>	<b>Kiwango cha Asilimia</b>
Jumla ya Mauzo	300,000.00	100.00%
Gharama za Bidhaa Zilizouzwa	96,000.00	32.00%
Faida Ghafi	204,000.00	68.00%
Gharama za Uendeshaji	178,548.00	59.52%
<b>FAIDA HALISI</b>	<b>25,452.00</b>	<b>8.48%</b>

### **Uchanganuzi wa Taarifa za Kifedha**

Uwiano wa kifedha uliotengenezwa kutoka katika mizania hutumika kama mwongozo wa kupima hali na uendeshaji wa kifedha wa biashara husika au kampuni. Kwa kulinganisha uwiano na viwango vilivyowekwa, maeneo yenye matatizo yanaweza kutambuliwa na utaratibu wa uamuzi kufanywa ili kuondoa matatizo yaliyopo sasa na yale ya baadaye. Wakati mwingine, tathmini ya matendo ya msimamizi au meneja hufanywa kwa kulinganisha uwiano mahususi na kiwango kinachatarajiwa kufikiwa.

Baadhi ya wiano muhimu zinazotumiwa na uongozi/utawala ni: uwiano wa sasa, uwiano wa kitindikali (huu ni uwiano wa kuangalia kiasi cha fedha na mikopo iliyopo kwenye biashara), mapato na matumizi ya vifaa, deni hadi uwiano wa thamani halisi na mapato kutoka katika uwiano wa mali.

Kwa ujumla, wiano zimegawanywa katika makundi matano kulingana na kusudio la uwiano huo:

- Uwiano wa kiwango cha faida
- Uwiano wa Ukwasi/uwezo wa kupata pesa
- Uwiano wa nguvu ya wenzo

- Uwiano wa utendaji
- Uwiano wa mapato ya washika dau

Hata hivyo wiano hizi zina namna yake ya kuzifanya. Ila kwenye kitabu hiki wiano hizo hazitaeleza.





# SURA YA NANE

## Zana za Utafiti kwa Ajili ya Biashara

Kuna aina mbili za zana za utafiti zilizopo kwa kufanyia utafiti biashara yako.

Hizi ni pamoja na: -

- (i) Nyenzo za kuchapishwa au makabrasha yanayoelezea biashara yenyewe. Kama ni baishara vyajula vya mifugo inabidi kupata makabrasha ya vyakula vya mifugo.
- (ii) Nyenzo za elektroniki: Hizi ni nyenzo zinazopatikana kwa kutumia komputa na tovuti.

Aina zote mbili za nyenzo hutoa taarifa aidha kuhusu biashara mahususi au/ na aina zote za biashara za jinsi hiyo.

Mifano ya nyenzo za kuchapishwa ni: -

- Mwongozo wa biashara: Miongozi hii huwa ni ya jumla au mahususi kwa biashara mbali mbali.
- Vipeperushi vya biashara: Vipeperushi hivi hwa ni vya biashara mahususi. Kwa mfano Mradi wa Utafiti wa Pato la Kaya na Uhakika wa Chakula wa Chuo Kikuu cha Sokoine (SUA) Morogoro umetoa vipeperushi vingi vya jinsi ya kufuga kuku au mbuzi wa maziwa. Vile vile Mradi wa FOODNET wa SUA nao umetoa kipeperushi cha jinsi ya kuandaa/kutengeneza vyakula vya mifugo.
- Vitabu vyenye orodha za biashara: Viatbu hivi mara nyingi hutolewa na asasi mbali mbali zinazosaidia uanzishawaji na ukuzwaji wa biashara. Asasi hizi ni kama Chama cha Wafanyabiashara na Kilimo cha Tanzania (TCCIA), au Kituo cha Kusaidia Uwekezaji wa Vitegauchumi Tanzania (TIC). TCCIA wametoa kitabu cha orodha ya biashara zilizopo Tanzania na TIC wametoa kitabu cha Mwongozo wa Uwekezaji katika Tanzania.

Mifano ya nyenzo za elektroni ni: -

- Tovuti
- Maktaba za elektroniki au CD-ROM

## Habari Mahususi za Biashara

Habari mahususi za biashara hujumuisha zile taarifa zinazoelezea yafuatayo: -

- Jinsi ya kuanzisha biashara yako, mwelekeo, ukadiriaji binafsi na taarifa za kisheria.
  - Jinsi ya kuandika mpango wa biashara na sampuli/ vielelezo vya mpango wa biashara.
  - Jinsi ya kutafutia soko biashara /bidhaa yako ikiwa ni pamoja na mikakati ya biashara na nyenzo na
  - Mbinu za uuzaji.
  - Taarifa za utafiti wa kutafuta soko ikiwa ni pamoja na:-
- (i) Taarifa za wateja (taarifa za kidemografia). Mfano kutoka katika Wakala wa Takwimu Tanzania.
  - (ii) Taarifa za ushindani kutoka vitabu vya orodha za biashara

Fedha, yaani

- (i) Vyanzo vya kugharamia, mfano kutoka wizara za serikali, mabanki au kutoka sekta binafsi na asasi mashirika yasiyo ya kiserikali (NGO's)
  - (ii) Taarifa za utunzaji mahesabu
  - (iii) Taarifa za kodi kutoka Mamlaka ya Mapato Tanzania (TRA), serikali za wilaya, mikoa, manispaa au kutoka maofisa biashara wake.
- Ugavi: Taarifa hii yaweza kupatikana kupitia vitabu vya orodha ya biashara au katika tovuti.
  - Kanuni: Taarifa hiza zaweza kupatikana kutoka mabaraza ya wilaya/manispaa au kutoka kwa msajili wa makampuni au kutoka mashirika yanayotoa ushauri wa kisheria.

## **MAREJESHO**

Carter, S., Macdonald, N.J, and D.C.B. Cheng (1995). Basic Finance for Marketers. FAO, Rome.

Hitt, M.A., Ireland, R.D., AND R.E. Hoskisson (2001). Strategic Management: Competitiveness and Globalization. 4<sup>th</sup> Edition, South-Western College Publishing USA

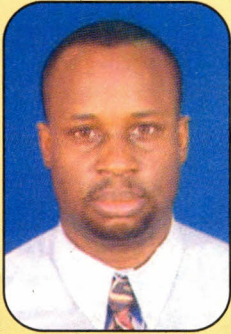
Missouri Small Business Development Centre (2000), Entrepreneurship: Changing the Odds, University of Missouri Outreach and Extension, Missouri, USA.

The Entrepreneurship Centre (1999). On Track-Business Start-up Program. Ottawa, Ontario, K2P 2L7. Canada.

The Entrepreneurship Centre (1994). How to start a small business in Jamaica nad succeed. University of Technology. Kingston 6 Jamaica.

The Entrepreneurship Centre (1999) Enterprising Edge,<http://www.Entrepreneurship.com>

Touchie. Roger D. (3<sup>rd</sup> Ed. 1993) Preparing a successful business plan. Self counsel business series. International Self Counsel Press Ltd.. USA/Canada.



Jeremia R. Makindara ni Mhadhiri na Mtafiti katika Idara ya Uchumi Kilimo na Biashara ya Chuo Kikuu cha Sokoine cha Kilimo, (SUA) Morogoro. Ana shahada ya pili ya Uongozi wa Biashara yaani MBA.

Ndugu Makindara anafundisha na kufanya tafiti kwenye nyanja za ujasirimali, kilimo biashara, mikakati ya kibiashara, uhakika wa chakula, mitaji ya jamii na maswala ya jinsia.

Ndugu Makindara ameshiriki kwenye tafiti mbalimbali nchini na za kimataifa mojawapo ikiwa ni kuangalia madhara ya utandawazi na marekebisho ya uchumi kwa wakulima wadogo wadogo nchini Tanzania.

Pia ndugu Makindara ni mtafiti mshiriki katika tafiti za uhakika wa chakula katika kaya (TARP II SUA) na changamoto katika kuendeleza elimu ya kilimo (FOCAL) zinazoendelea chuoni SUA.

Hivi karibuni Makindara amekuwa akifanya utafiti kuhusu namna mitaji ya jamii inavyoweza kutumika katika kukabiliana na tatizo la uhakika wa chakula katika kaya za vijijini nchini Tanzania.