

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**NAMANGAN MUHANDISLIK PEDAGOGIKA
INSTITUTI**

“MENEJMENT” KAFEDRASI

“STRATEGIK MENEJMENT” FANIDAN

**«KOMPANIYADA KORPORATIV STRATEGIYASINI ISHLAB
CHIQISH MAZMUNI VA ASOSIY YO'NALISHLARI »**

MAVZUSI BO'YICHA

KURS ISHI

BAJARDI:

1-MJ-12 guruh talabasi

Xoshimova G.

QABUL QILDI:

ass. Ahmedov O.

Mundarija

Kirish	4
 I Bob. Korxonani korporativ strategiyaga mos kelishi jixatidan baholash va ularning korporatsiya uchun nisbiy strategik ahamiyatini aniqlash.....	7
1.1 Korxonada strategiya ishlab chiqish vazifalari va strategiya turlari shuningdek, strategiyani shakllantirishga yondoshuvlar.....	7
1.2 Korporativ strategiyani ishlab chiqish, baholash va tadqiq qilish.....	13
1.3. Tiklashning korporativ strategiyasi va diversifikatsiyalashning korporativ strategiyasi haqida tushuncha.....	19
 II Bob. “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining tashkiliy huquqiy asoslari to’grisida ma’lumot.....	24
2.1 “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining umumiy xarakteristikasi.....	24
2.2 “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining yillik ko’rsatkichlar tahlili xususan, qo’shma korxonaning asosiy vositalari tahlili, xom-ashyo va materiallar hisob varag’ini tahlili, asosiy ishlab chiqarish xarajatlarini tahlili orqali korxona korporativ strategiyasini belgilsh.....	25
2.3 “UZSALAMAN” qo’shma korxonasini tiklashning korporativ strategiyasi orqali imkoniyatlarini oshirish va korxonani diversifikatsiyalashning korporativ strategiyasini qo’llash natijalari.....	34
 Xulosa.....	38
Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati.....	40
Ilovalar	

KIRISH

Mamlakatimizda bozor munosabatlarini chuqurlashtirish, iqtisodiyotni erkinlashtirish va globallashtirish yo'lidani borayotgan jarayonda yangicha faoliyat olib borish va yangicha fikrlash usullarini talab etmoqda. Bozor istisodiyoti hayotimizda tobora kengroq ko'lam olayotgan sharoitda tadbirkorlik sohasida ta'lim olayotgan mutaxassislar ko'p qirrali bilimga ega, chuqur mulohaza va mushohada asosida faoliyat olib borishga qodir, o'z ishini puxta egallagan mutaxassis bo'lishi shart. Ayniqsa, biznes va tadbirkorlik kabi juda murakkab va nozik sohada band bo'lgan amaliyotchilarga juda yuqori talablar qo'yiladi. Negaki mavjud holatlardan maqbul darajada foydalanish, hamda mamlakatning iqtisodiy o'sishiga, biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxona va tashkilotlarning moliyaviy mablag'larini ko'payshtirish hamda ularni mablag'lar bilan ta'minlashda o'ziga xos xususiyatlarni yaxshi bilishi, iqtisodiy jixatdan turli xulosalar chiqarish ularning to'g'ri va asosli ekanligini isbotlab bera olishi kerak.

Mamlakatimizda chuqur o'zgarishlar, siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy hayotning barcha tomonlarini izchil isloh etish va liberallashtirish, jamiyatimizni demokratik yangilash va modernizasiya qilish jarayonlari jadal sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Bunda kuchli fuqarolik jamiyatini shakllantirish yo'lida belgilab olingan va izchil ravishda amalga oshirilayotgan ulkan vazifalar mustahkam zamin yaratmoqda.

“Iqtisodiy isloxotlarni chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish chora – tadbirlarini izchil amalga oshirish natijasida iqtisodiy o'sishning barqaror sur'atlari ta'minlanmoqda. Ko'rilayotgan qat'iy tadbir va choralar, amalga oshirilayotgan isloxotlar natijalari mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotining o'sib borayotganligida o'z ifodasini topmoqda. Mamlakatimiz yalpi ichki mahsuloti 8,1%ga o'sdi, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 8,3%ga, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi 6,9%, kapital qurilishi 10,9%, chakana savdo aylanmasi hajmi 14,3%ga oshdi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlarning qariyb 70%ini yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan tayyor tovar tashkil etdi.

Iste'mol tovarlari ishlab chiqarish hajmi 2014-yilda 9,4%, shu jumladan, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishi 8,7%, nooziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish 10%ga o'sdi. Inflyatsiya darajasi yil yakunlari bo'yicha 6,1%ni tashkil etdi. Bu prognoz ko'rsatkichlariga nisbatan sezilarli darajada pastdir.

O'tgan 2014-yilda 500dan ziyod yangi korxona, birinchi navbatda, kichik biznes sub'yektlari eksport faoliyatiga jalb etildi.”¹

Ko'rinib turibdiki, amalga oshirilgan islohotlarning asosi va tub maqsadi – mamlakatda yalpi ichki mahsulotni yanada ko'paytirish, aholi ehtiyojlarini to'la qondirish, xalqimiz va milliy bozorlarimizni sifatli, arzon, raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta'minlash, korxonalar faoliyatini takomillashtirish, ishlab chiqarish faoliyatini rivojlantirish, ularning foyda miqdorini oshirish orqali yuqori rentabellikka erishish, aholini zarur ish joylari bilan ta'minlash hamda ijtimoiy muxofaza qilish, ularning real daromadlarini ko'paytirish orqali iqtisodiy taraqqiyotga erishish, pirovardida, mamlakatimizning milliy mustaqilligini yanada mustahkamlashdan iboratdir.

Mamlakatimiz Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganlaridek, “... aholining ish haqi va daromadlarini izchil va oldindan oshirib borish hamda iste'mol bozorida narxlar indeksining asossiz tarzda o'sishining oldini olishga doir chora-tadbirlar ham izchillik bilan amalga oshirilmoqda. Bu esa el-yurtimizning farovonligini yuksaltirish, aholining xarid qobiliyatini oshirishni ko'zda tutadigan eng muhim ustuvor maqsadlarimizga to'la mos keladi”.²

Barchamiz yaxshi anglab olishimiz zarurki, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilmasdan turib, tashqi bozorlarga chiqish va mahsulotlarimizni sotish borasidagi eksport dasturini amalga oshirish, valyuta daromadlari tushumini ta'minlash, yuqori texnologiyalarga asoslangan yangi ishlab chiqarishni va ish o'rinlarini tashkil etish, pirovard natijada o'z oldimizga qo'ygan yuksak maqsadlarimizga erishish haqida so'z yuritish mumkin emas.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning mamlakatimizni 2014-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2015-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.

² Karimov I.A. Jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari I.A. Karimov.-T.: O'zbekiston, 2009.- 8 b.

Korporativ boshqaruv tizimidagi printsip va yondoshuvlarni tubdan o'zgartirish, ishlab chiqarish, tashqi iqtisodiy va investitsiya jarayoniga zamonaviy xalqaro korporativ menejment standartlarini joriy etish jiddiy e'tiborni talab qiladi.

Hozirgi kunda yurtimizda 90dan ortiq davlatning xorijiy investorlari ishtirokida tashkil etilgan 4mingdan ziyod korxona muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatmoqda.

O'zbekiston hududida to'liq chet el kapitali va korporativ boshqaruvning xorijiy usullariga asoslangan korxonalar muvaffaqiyatli faoliyat olib bormoqda.³

Hozirgi vaqtda korxona va tashkilotni strategik kontseptsiyasi asosini o'zgartirish, uning asosiy yo'l-yo'riqlarni bilishi, ularni shakllantira olishi korxona va tashkilot oldida turgan vazifalarga muvofiq ravishda yo'naltira ola bilishni tashkil etadi.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning mamlakatimizni 2014-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2015-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.

I Bob. Korxonani korporativ strategiyaga mos kelishi jixatidan baholash va ularning korporatsiya uchun nisbiy strategik ahamiyatini aniqlash

1.1 Korxonada strategiya ishlab chiqish vazifalari va strategiya turlari

Maqsadlar pastdan yuqoriga qaraganda ko‘proq yuqoridan pastga qarab yaratiladi. Shu sababli quyi pog‘ona rahbarlarini kompaniya maqsadlarini bajarishga safarbar etish lozim.

Tashkilot missiyasini va maqsadlarini bajarish uchun tashkilotga strategiya zarur. Strategiyani yarata turib: mehnat unumdorligini qanday oshirish mumkin, raqobatchilarni qanday orqada qoldirish mumkin, raqobatbardoshlikni qanday ta‘minlash mumkin, tashkilotning uzoq muddatli mavqeini qanday mustahkamlash mumkin, kompaniyaning strategik ko‘rinishini qanday yaratish mumkin degan savollarga javob berish lozim.

Kompaniya uchun katta ahamiyatga ega bo‘lmagan (reklama xarajatlarini amalga oshirish, dividendlarni oshirish, X va U yangi zavodlarini joylashtirish) yoki oddiy boshqaruv masalalari (avtomobillarni sotib olish kerakmi yoki ijaraga olish kerakmi, sotish bo‘limida kadrlar oqimini pasaytirish) strategiyaga sezilarli ta‘sir etmaydi. Strategiya - nima qilish kerak, qachon bajarish kerak va kimlar qatnashishi kerak? degan savollarga javob beradi. Kompaniya strategiyasini yaratish va tadbiq etish to‘xtovsiz davom etadigan jarayondir.

Katta korxonalar, kompaniyalar strategiyasini yaratish jarayoniga oliy rahbariyat bilan birgalikda ofis rahbarlari, ishlab chiqarish va tijorat bo‘limlari boshliqlari, funksional bo‘lim rahbarlari ishlab chiqarish korxona rahbarlari va konstruktiv buyumlarni ishlab chiqarish rahbarlari ham qatnashadilar. Diversifikatsiyalashgan korxonalarda strategiya to‘rt alohida tashkiliy pog‘onalarda yaratiladi.

Tashkilot strategiyasi tashkilotni hozirgi holatidan kelajakda egallashi lozim bo‘lgan mavqega qanday o‘tkazish mumkin degan savolga javob berishi ya‘ni strategik natijalarga erishish vositalarini o‘zida mujassam etishi lozim.

Birinchi pog‘onada kompaniya tarkibiga kiruvchi barcha korxonalar uchun korporativ strategiya yaratiladi.

Ikkinchi pog'onada kompaniyani diversifikatsiyalovchi alohida biznes turi strategiyasi yaratiladi.

Uchinchi pog'onada funksional bo'limlar uchun funksional strategiya yaratiladi. Bunga ishlab chiqarish strategiyasi, marketing strategiyasi, moliyaviy strategiya va boshqalar kiradi.

To'rtinchi pog'onada ishchi bo'limlarning operativ strategiyasi yaratiladi.

1-jadval

Strategiyalarni yaratish ierarxiyalari

Tashkiliy pog'onalarda strategiyani yaratishning asosiy prinsiplari		
Strategiyani ng tashkiliy darajasi	Mas'ullar	Har bir tashkiliy pog'onada strategiyani yaratishni asosiy prinsiplari
Korporativ strategiya	Ijrochi - direktor va boshqa oliy rahbarlar qarorlari direktorlar kengashida tasdiqlanadi	*Yuqori samarali struktura komplekslarini yaratish va ularni boshqarish. (Mavjud biznes mavqeini mustahkamlash va rivojlantirish, talabga javob bermaydigan bizneslarni sotish) *Bog'liq strukturalarni sinergik samarasini oshirish va raqobatbardoshligini ta'minlash. *Investitsiya yo'nalishlarini belgilash resurslarni jozibador biznesga o'tkazish.. *Rahbarlar takliflarini umumlashtirish va asosiy biznes yo'nalishini asoslash, vaziyatni tanqidiy tahlil etish.
Biznes strategiya	Bosh boshqaruvchi yoki biznes rahbari (qarorlar bosh	*Raqobatbardoshliknivaraqobatustunliginita'minlovchihara katlarni yaratish. *Muhit o'zgarishiga javob beradigan tadbir-choralar yaratish. *Asosiy funksional bo'limlar strategik tashabussini umumlashtirish.

	boshqaruvchi yoki direktorlar kengashi tomonidan tasdiqlanadi)	*Kompaniyaning maxsus muammolariga qarshi tadbirlar yaratish.
Funksional strategiya	Funksional rahbarlar (qarorlarni biznes rahbari tasdiqlaydi)	Funksional bo'lim va xizmatlar strategiyasini qo'llab-quvvatlash harakatlarini yaratish. Strategiyani rivojlantirish bo'yicha quyi pog'ona rahbarlari takliflarini tanqidiyo'rganish va tadbiriq etish.
Operativ strategiya	Bo'limlarga xizmat ko'rsatuvchi rahbarlar, quyi zveno rahbarlari (qarorlar funksional)	Ishchi guruhlar maqsadlarini amalga oshirish va biznesstrategiyasini tadbiriq etish uchun aniq yo'naltirilgan harakatlar va chora-tadbirlarni yaratish.

Korporativ strategiya - bu diversifikatsiyalashgan kompaniyani umumiy boshqaruv rejasidir. Ushbu strategiya diversifikatsiyalashgan biznes turlarini o'zida mujassam etadi.



1-rasm.Korporativ strategiya turlari.

Diversifikatsiya kompaniyasining korporativ strategiyasi quyidagi to‘rt turdagi tashabbuslarni qamrab oladi:

1. Diversifikatsiyani amalga oshirish yo‘nalishidagi hatti-harakatlar, ya’ni kompaniyani biznes portfeli qanaqa bo‘ladi, diversifikatsiyaning turdosh yoki noturdosh bo‘lishi.
2. Diversifikatsiyalashgan biznes sohalarining umumiy mehnat unumdorligini oshirish yo‘nalishidagi kompaniyani harakatlari.
3. Raqobatbardoshlikni oshirish uchun turdosh biznesning o‘zaro bog‘liqligidan foydalanish yo‘nalishlari. Strategik muvofiqlik ($2+2=5$)
4. Investitsion jozibadorlikni belgilash va resurslarni istiqbolli biznes sohalariga yo‘naltirish.

Biznes strategiyasi—bu birlik biznesni boshqaruv rejasidir. Biznes strategiyasining asosiy muammosi bu aniq biznes sohasi bo‘yicha kompaniyaning bozor mavqeini mustahkamlashdan iborat. Buning uchun:

1. Iqtisodiyotdagi, qonunchilikdagi, siyosatdagi va biznesga ta’sir etuvchi boshqa o‘zgarishlarga qarshi tadbir-choralarni aniqlash.
2. Raqobatbardoshlikni ta’minlovchi bozor mavqeini mustahkamlovchi harakatlarni va yondoshuvlarni yaratish.
3. Funksional bo‘limlarning strategik tashabusslarini birlashtirish.
4. Biznes sohasidagi strategik muammolarni hal etish.

Raqobat ustunligini yaratishning uch qirrasi mavjud:

1) Kompaniya qayerda va qanday yo‘nalishlarda raqobat ustunligiga ega bo‘lishi mumkin?

2) Kompaniya shunday tovarlarni ishlab chiqarishi lozimki, ular raqobatchilar tovarlari oldida jozibador bo‘lishi bilan kompaniyani yaqqol ijobiy ajralib turishini ta‘minlashi lozim.

3) Raqobatchilar harakatlarini yo‘qqa chiqarish chora-tadbirlarini yaratish va tadbiriq etish.

Kompaniyaning raqobat sohasidagi harakatlari hujumkor yoki himoyaga asoslangan bo‘lishi mumkin. Tajribada ko‘p qo‘llaniladigan raqobat harakatlari quyidagi uch yo‘nalishdan iborat:

1) Tarmoqda eng kam xarajatlar asosida tovar ishlab chiqarishga erishish.

2) Mahsulotni individuallashtirish va differensiyalash. Tovarni rasmiylashtirishda va xizmat ko‘rsatish sohasida etakchi bo‘lishga intilish.

3) Bozorning o‘ziga xos xususiyatiga ega tor sohasiga kirishga intilish.

Operativ strategiyalar - tayanch ishlab chiqarishni (korxonalar, savdo nuqtalari, taqsimot markazlarini) boshqarishda va strategik ahamiyatga ega kundalik operativ muammolarni hal etishda (reklama, materiallarni sotib olish, zahiralarini boshqarish, texnik xizmatlar, ta‘minot) tor strategik tashabuss sifatida foydalaniladi. Operativ strategiya kichik masshtabga ega bo‘lsa ham funksional biznesni va umumiy biznes rejasini muhim tushunchalar bilan to‘ldiradi. Operativ strategiyalarni quyi pog‘ona rahbarlari yaratadilar. Masalan: Santexnik buyumlari distribyuteri buyurtmalarni aniq va tez bajarishni xohlaydi. Ushbu strategiyani bajarish uchun omborxona mudiri:

1) Buyurtmalarni to‘liq bajarish uchun zahiralarini boshqarish strategiyasini yaratadi.

2) Xodimlar bilan kelishib 24 soat davomida buyurtmalarni bajarishni tashkil etadi.

Funksional strategiya - bu aniq bo‘lim yoki tayanch funksional biznesni boshqaruv rejasidir. Kompaniya biznesning muhim sohalari bo‘yicha ya‘ni: ilmiy izlanishlar, ishlab chiqarish, marketing, servis xizmati, moliya taqsimoti, kadrlar bo‘limi

va boshqalar uchun funksional strategiyalarga ega bo'lishi lozim. Funksional strategiyalar biznes strategiyasiga nisbatan tor ma'noda bo'lsa ham, biznesning umumiy rejasini muhim tushunchalar bilan to'ldiradi. Funksional strategiyaning asosiy vazifasi biznesning umumiy strategiyasini qo'llab-quvvatlashdan iborat. Odatda funksional strategiyani yaratish majburiyati funksional bo'lim rahbariyati zimmasida bo'ladi. Lekin biznes rahbari funksional strategiyaga o'z ta'sirini o'tkazishi ham mumkin. Funksional strategiyani yaratishda funksional bo'lim rahbarlari o'z yordamchilari kuchidan foydalanishi yoki boshqa funksional bo'lim rahbarlaribilan hamkorlikda ishlashi mumkin. Agar funksional bo'lim rahbarlari bir - biridan mustaqil ravishda funksional strategiyalarni yaratsalar, ular bir-biriga

Kuchli biznes strategiyasi mustahkam raqobat ustunligini yaratishi lozim. Biznes strategiyasi raqobat ustunligini ta'minlamasa, demak u kuchsiz yaratilgan hisoblanadi.

Funksional strategiya biznesni funksional bo'limlarining boshqaruv rejasini ya'ni: ilmiy izlanishlarni, ishlab chiqarishni, marketingni, servis xizmatini, moliyani, kadrlarni va boshqalarni tasvirlaydi. Biznesning funksional bo'limlari qancha bo'lsa, biznes funksional strategiyalar soni ham shunga teng bo'ladi.

Strategiyani yaratish muammosini kompaniya rahbarlari turlicha hal etadilar. O'rtacha o'lchamdagi kompaniya strategiyasini yaratish norasmiy ravishda amalga oshiriladi. Strategiya tadbirkorning tasavvurida mavjud bo'lishi va farmoyishlar asosan og'zaki berilishi ham mumkin. Lekin katta kompaniyalarda strategiya kengashlarda muhokama etiladi. Strategiyani yaratish strategik rejalashtirish asosida, turli pog'onalardagi rahbarlarni jalb etish asosida amalga oshiriladi. Odatda rahbarlar strategiyani yaratishda quyidagi to'rt yo'nalishning biridan foydalanadilar.

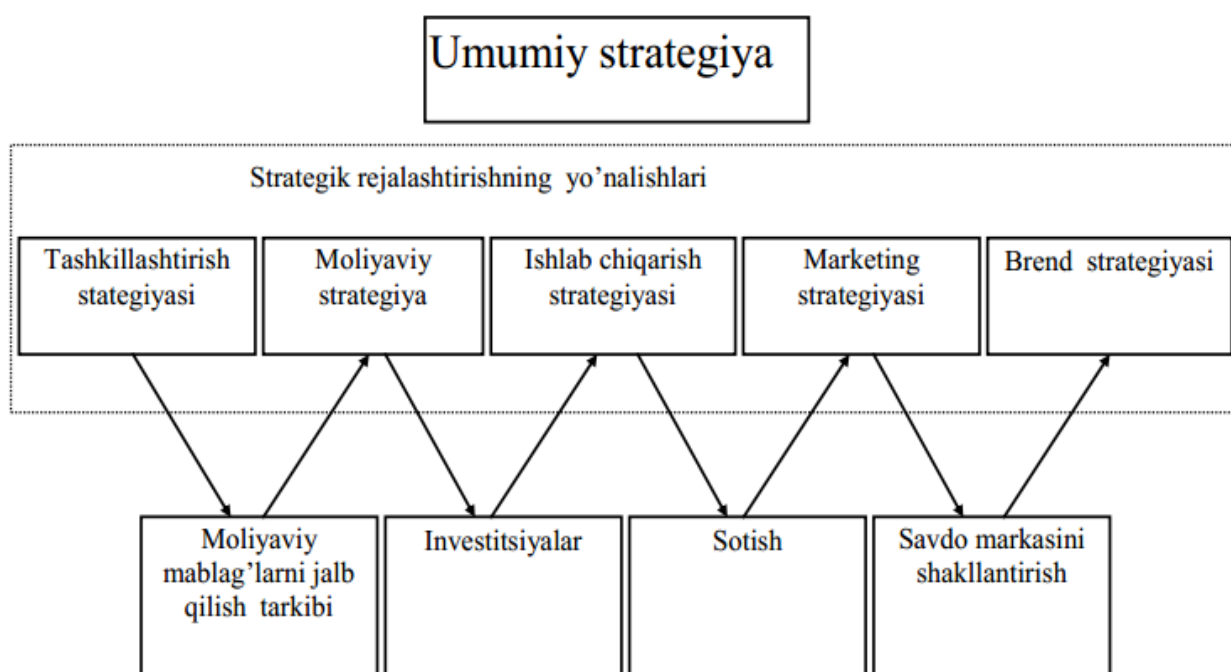
1.2 Korporativ strategiyani ishlab chiqish va baholash, tadqiq qilish

Korporativ strategiya - bu diversifikatsiyalashgan kompaniyani umumiy boshqaruv rejasidir. Ushbu strategiya diversifikatsiyalashgan biznes turlarini o'zida mujassam etadi.

Bu tahliliy qadamning mazmuni, xar bir o'rta korxonalar kompaniyaning umumiy biznes manzarisiga qanchalik yaxshi mos tushadi. Mos kelishiga nuqtai nazardan ko'rilishi kerak:

1. xujalik qismi kompaniya diversiya qilayotgan boshka faoliyat turlari bilan qimmatli strategik moslashuvga egami?

2. biznes birlik kompaniya strategiyasiga qo'shilib keta oladimi yoki xo'jalik portfeliga foydali qo'shimcha bo'ladimi? Agar biznes qo'shma faoliyat, raqobat ustunligini kuchaytiruvchi maxorat va tovar markasini o'tkazish imkoniyatlariga ega bo'lsa, hamda kompaniya rivojlanishi umumiy yo'nalishiga mos kelsa, strategik jixatdan yanada jonlirok bo'ladi. Agar biznes korporatsiyaning ma'lum maqsadlariga erishishiga sezilarli xissa qo'shsa, hamda kompaniyaning umumiy daromadini sezilarli oshirsa, u moliyaviy jixatdan qimmatli bo'ladi. Foyda olish nuqtai nazaridan istiqbolsiz bo'lgan biznes birliklar kabi umumiy biznes manzaraga mos kelmaydigan xo'jalik qismlari ham korporatsiya faoliyat doirasidan chiqarilishiga nomzod hisoblanadi.



2-rasm.Strategik rejalashtirish tizimi.

Strategik muvofiqlik tahlili diversiyalangan kompaniya faoliyatini yaxshilash bo'yicha strategik qadamlarni ishlab chiqish uchun zamin yaratadi. Nima qilmoq kerakligi to'g'risida asosiy xulosa portfeldagi faoliyat turlari yig'indisiga tegishli xulosalarga bog'liq.

Xo'jalik portfelida juda ham jozibali tarmoqlarda faoliyat ko'rsatayotgan biznes birliklar yetarli miqdordadir. Ishbop faollik portfelida hayotiy sikl oxirgi bosqichida bo'lgan xo'jalik qismlari yoki «So'rov belgili» kompaniyalar juda ham ko'p emas. Yetuklik va tushkunlik bosqichida bo'lgan xo'jalik qismlari o'rtasida nomutanosibliklar (disproportsiya) yo'qmi? Agar mavjud bo'lsa, kompaniyani o'sishini sekinlashtiradigan darajada katta emas.

«Yulduzlar»ni va yangi paydo bo'layotgan g'oliblarni moliyalash uchun firmada «Sog'in sigirlar» yetarli miqdorda bo'ladi. Xo'jalik portfeli mavsumiy yoki bo'ronli tebranishlarga moyil emas. Bu kabi savollarga javoblar korporativ strategiya mualliflari faoliyatining ba'zi turlaridan kechish, yangi xaridorlar yoki xo'jalik portfelini qayta tarkiblash haqida o'ylab ko'rishlari kerakmi yoki yo'qmi ekanligini ko'rsatadi. Mavjud faoliyat turlari bilan firmaning maqsadlariga erishish imkoniyatlari diversiyalangan kompaniya xo'jalik portfelini strategik va moliyaviy jixatdan jozibali ekanligini yaxshi mezoni bo'lib hisoblanadi. Bunday holda korporativ strategiya sezilarli o'zgarishlar talab etmaydi. Lekin ba'zi bir maqsadlarga erishib bo'lmaslik ehtimoli bo'lsa, korporativ strategiya mualliflari bunday nomuvofiqlikni tugatish uchun ba'zi bir chora-tadbirlarni amalga oshirishi mumkin:

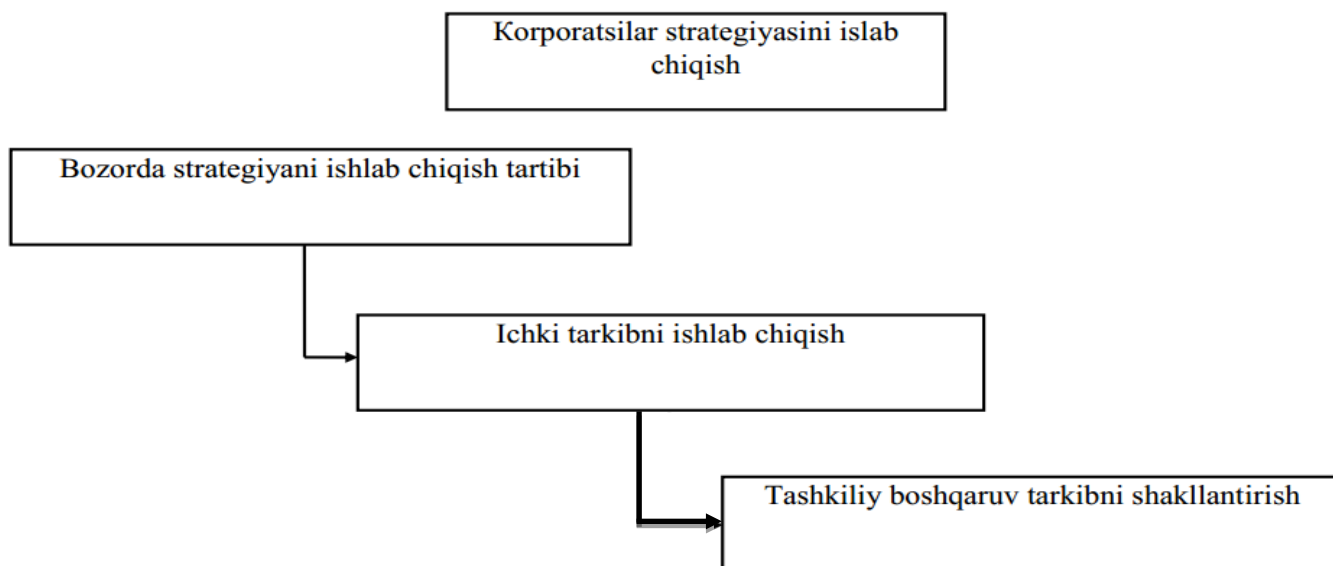
- 1.Ishbop faollik portfelidagi ba'zi biznes birliklarning strategik rejalarini o'zgartirish.

- 2.Ishbop faollik portfeliga yangi xo'jalik qismlarini qo'shish.

- 3.Zaif va zaraga ishlayotgan biznes birliklaridan vos kechish.

- 4.Faoliyatning past natijalarining sababi bo'lib hisoblangan sharoitlarni o'zgartirishga urinish sifatida alyans tashkil etish.

- 5.Korporatsiya maqsadlarini qayta ko'rib chiqish (faoliyatning ancha kamtarona natijalariga yo'l tutish)



3-rasm.Korporatsiya strategiyasini ishlab chiqish jarayoni.

Diversiyalangan kompaniyalarning ishbop faolligi portfeliga kiruvchi xo'jalik qismlari faoliyatida yuqori natijalarga erishish uchun, korporatsiya menejerlari mavjud resurslarni samarali taqsimlashlari lozim. Ular resurslarni past imkoniyatli sohalardan yuqori imkoniyatli sohalarga yo'naltirishlari kerak bo'ladi. Korporatsiya portfelining eng yaxshi varianti uning o'rta korxonalar tomonidan yuqqori darajada jalb qiluvchanligidir. Portfeldagi mutanosiblikning turli variantlari va ularni bartaraf qilish usullari yuqorida ko'rib o'tildi. Xatti-xarakatlar rejasini ishlab chiqishdagi (o'zgarish kiritishdagi) yakuniy bosqich raqobatli potentsialning asosini tashkil qiluvchi o'rta korxonalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning muvofiqlashtirilishini ta'minlashdir.

Bunday muvofiqlashtirishning quyidagi yo'llarini ko'rsatib o'tish mumkin:

- firmaning qiymat zanjiridagi bog'liq faollikni ajratib ko'rsatish (markazlashmagan xaridlar, hamkorlikdagi ITTKI, ishlab chiqarishni to'liq yoki qisman integratsiyalash, dilerlik tarmog'ini integratsiyalash va savdoni tashkil qilish);
- firmaning iste'molchilarga, ta'minotga, taqsimot kanallariga va raqobatchilarga qarshi mudofaa yoki xujum frontini tashkil qilishga yondashuvdagi kuchli tomonlarini

mustahkamlash maqsadida o'rta korxonalar bilan bog'liq strategiyalarni muvofiqlashtirish;

- korporatsiyalar bosqichida raqobat kurashidagi xatti-xarakatlarning yagona strategik rejasini ifodalash;

- o'rta korxonalar o'rtasida o'zaro munosabatni tashkil qilish, «nou-xau»larni, ilg'or texnologiyani berish va tajriba almashish uchun komitetlar va loyiha guruxlarini barpo etish;

- strategik o'zaro munosabatlarni mustahkamlash, mavjud biznesning qiymat zanjirida yutuqqa erishish uchun yangi biznes tomon diversifikanish;

- strategik o'zaro munosabatlarning asosiy kontseptsiyasiga mos kelmaydigan va muvofiqlashtirish qiyin bo'lgan o'rta korxonalarni qisqartirish;

- boshqaruvchi o'rta korxonalarni korporatsiyaning strategik potentsialini ro'yobga chiqarish manfaatlarida hamkorlikda ishlashga undash.

Korxonaning diversifikatsiyalangan bo'lishi uchun uning strategiyasi korxonadan kattaroq maqsadlar talab qilishi lozim. Uning asosiy vazifasi boshqa tarmoqlarni egallab olishdan va menejmentni butun kompleks bo'yicha rivojlantirishdan iboratligidir.

2-jadval

Korxona strategiyasini asosiy bo'g'inlari		
Strategiyada kuchli va sifatli o'zgarishlarini topish	Qisqa foydani olishga intilish	Tarmoq talablari o'zgarishiga yo'l topish
Asosiy strategiyani qurishda kuchli va aniq yondashish	Boshqaruvning funksional yo'nalishlariga qaror chiqarish	Raqobatbardoshligini ushlab qolish yo'llarini qidirish
Korxonaning strategik ichki muamolarini hal qilish yo'llari	Yangi sektorlar diversifikatsiyalariga yo'l topish	Mahalliy va xorijiy raqobatchilarga himoya vositalarni topish

Korporatsiya tomonidan qabul qilingan strategiyani baxolash quyidagi bosqichlarni o'z ichiga olishi lozim:

- mavjud strategiyani identifikatsiyalash;

- o'rta korxonalar portfelini tahlil qilish uchun uning bir yoki bir necha matritsasini yasash;
- har bir o'rta korxonaning uzoq muddatli jalb qiluvchanligini baxolash va taqqoslash;
- ularning qaysi biri tarmoqdagi sharoitlarga eng yaxshi mos kelishini aniqlash maqsadida kompaniyaning har bir o'rta korxonasidagi raqobat kuchini baxolash va taqqoslash;
- o'rta korxonalarni ularning faoliyat tarixi (evolyutsiya bosqichlari) va istiqbollari bo'yicha saralash;
- har bir o'rta korxonani korporativ strategiyaga mos kelishi jixatidan baxolash va ularning korporatsiya uchun nisbiy strategik ahamiyatini aniqlash;
- o'rta korxonalarni yangi investitsiya uchun imtiyozlari bo'yicha saralash, har bir o'rta korxona uchun asosiy taraqqiyot va strategik yo'nalishlarni belgilash (agressiv rivojlanish, erishilgan yutuqlarni himoyalash, «echintirish», «hosilni yig'ib olish», tugatish);
- korporatsiyadagi umumiy diversifikatsiya holatini aniqlash (o'rta korxonalardagi savdo hajmlarining nisbati, korporatsiya bo'yicha, ulardagi joriy daromad buyicha);
- diversifikatsiya bazasini kengaytirish yoki qisqartirishning korporatsiya uchun ahamiyatini baxolash;
- bog'liq va boqliq bo'lmagan o'rta korxonalarning firma portfelidagi nisbatini baxolash;
- korporatsiyaning milliy miqyosdagi va biznesni baynalmilallashtirishdagi rivojlanish tendentsiyalari;
- asosiy o'rta korxonalar va biznesdagi mavjud pozitsiyalarni kuchaytirish bo'yicha so'nggi hatti-qarakatlarning natijalari;
- portfelni yangi o'rta korxonalar bilan to'ldirish bo'yicha xatti-xarakatlar;
- zaif va bo'sh o'rta korxonalarni qisqartirish;
- o'rta korxonalardagi investitsiyalarning nisbatini baxolash;

- strategik maqsadlarni amalga oshirish va raqobatli ustunliklarni o'zlashtirish bo'yicha

Korporatsiyani boshqarish samaradorligini baholash;

Tahlil natijasida ushbu yo'nalishlar bo'yicha quyidagi savollarga javob topish lozim:

- firmaning portfelida kerakli o'rta korxonalar bormi
- portfelida daromadli o'rta korxonalar soni yetarli
- rivojlanayotgan va so'nib borayotgan o'rta korxonalar o'rtasida muvozanat bormi

- «rivojlanayotgan qoliblar»ni va «so'roq belgilari»ni moliyaviy ta'minlash uchun «daromad ishlab chiqaruvchi»lar yetarli

- kompaniyaning asosiy biznesi yetarlicha daromadli va istiqbolli yoki u «sog'insir»mi

- firmaga shuncha o'rta korxona haqiqatdan ham kerakmi yoki ularni qisqartirish kerakmi

- firmada korporatsiya miqyosida katta ulushga ega bo'lgan tarmoq peshqadami bormi yoki firma o'rtacha-zaif pozitsiyalardagi ko'plab o'rta korxonalardan iboratmi

- korporatsiyaning umumiy pozitsiyasini yaxshilash uchun qaysi o'rta korxona faoliyatini tugatish kerak. Har bir xujalik birliklariga qo'yilgan kapital mablag'lar qanday nisbatga ega, joriy korporativ strategiyani belgilash uni ob'ektiv tahlil qilish va keyinchalik unga aniqliklar kiritish, hamda raxbariyat fikriga maqbul bo'lgan o'zgartirishlar kiritish uchun asos yaratadi.

1.3 Tiklashning korporativ strategiyasi va diversifikatsiyalashning korporativ strategiyasi haqida tushuncha

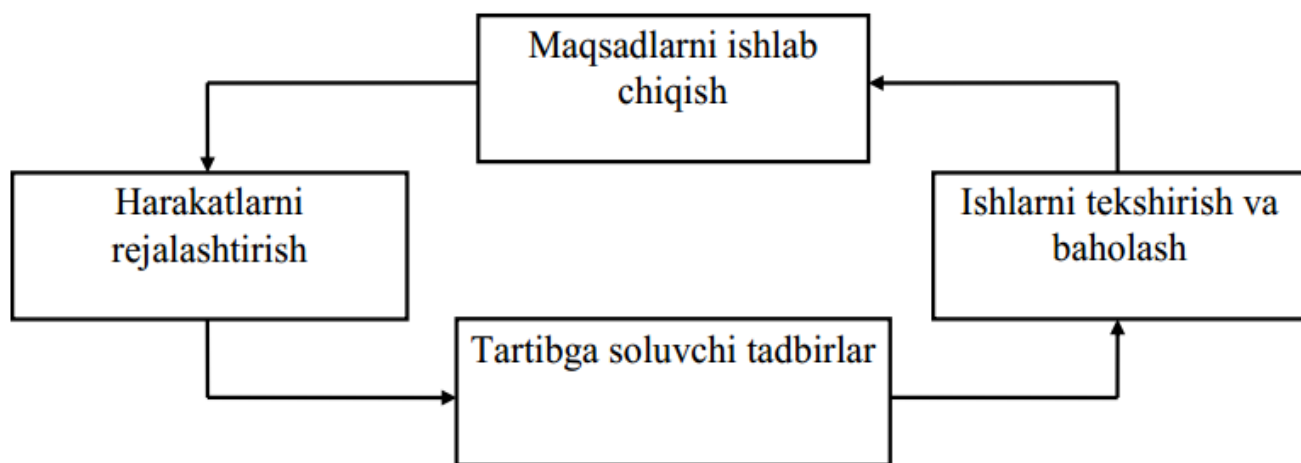
Portfelni tiklash tejamkorlik va qayta tarkiblash strategiyasi xaridorlari qashshoqlashayotgan korxonalarda vaziyatni o'zgartirish talab etilgan taqdirda qo'llaniladi. Tiklashning korporativ strategiyasi zararga ishlayotgan korxonalardan qutulishgaemas, ularni qayta tiklashga urg'u beradi. Bunday strategiyaning maqsadi muammolarini hal etish yo'li bilan korporatsiyani sog'lomlashtirishdan iborat. Tejamkorlikning korporativ strategiyasi diversifikatsiyalash miqyoslarini qisqartirish va korxonalar sonini kamaytirishga o'z e'tiborini qaratadi. Portfelni qayta tarkiblash strategiyasi tarkibni va korporatsiyaning ishbop portfelida foiz nisbatlarini tubdan qayta ko'rib chiqishni o'z ichiga oladi. Qaytatarkiblashga bo'lgan extiyoj quyidagi vaziyatlarda paydo bo'lishi mumkin:

1. Korporatsiyani strategik tahlil kilish portfelida sekin rivojlanayotgan, zarar bilan ishlayotgan va zaif korxonalarning katta xajmda mavjudligi natijasida kompaniyaning uzoqmuddatdagi istiqbollari o'z jozibasini yo'qotib qo'yganligi to'g'risida xulosa chiqarish imkoniyatini beradi.

2. Bir yoki bir nechta kalit yo'nalishlar qiyin paytlarni boshdan kechirayotgan paytlarida.

3. Kompaniyaning yangi raxbariyati korporatsiyaning strategik siyosatini qayta ko'rib chiqish haqida qaror qabul qiladi. Yangi texnologiyalar va mahsulotlar paydo bo'ladi. Firmada shunday katta korxonani sotib olish imkoniyati paydo bo'ladiki, bunday loyixani moliyalash uchun kichik firmalarni sotish zarur bo'ladi.

Korporatsiyalar o'z navbatida, davlat oldida korxonalarning masalan, yagona soliq to'lovchi vakolotxonalari sifatida ishtirok etishi mumkin. Har qanday korporativ birlashma faoliyat ko'rsatish maqsadiga ega bo'ladi va ushbu maqsadga erishishda boshqarishni bosqichma-bosqich amalga oshiradi. Bu quyidagi rasmda ko'rib o'tiladi.(4-rasm).



4-rasm. Boshqarish bosqichlarini maqsadli amalga oshirish.

Portfeldagi ko'pgina yo'nalishlar borgan sari jozibasizroq bo'lib boradi va ularni jiddiy ravishda kayta ko'rib chikish talab etiladi. Ko'pmillatli diversifikatsiyalash strategiyasi.

3-jadval

Korxonaning diversifikatsion korporativ strategiyasi

Korxonaning diversifikatsion korporativ strategiyasi		
Diversifikatsiyaning qaysi turililigi	Kuchsiz va ish yurita olmaydiganlarni qaynday qilib sindirish	Korxona strategiyasiga diversifikatsiya qat'iyligining ta'sirini o'tkazish
Diversifikatsiya kengligi	Ish faoliyatini kengaytirish va yangi yo'nalishlarga chiqish yo'llari	Tarmoq diversifikatsiyasi yo'li bilan raqobatchilardan ustunlikni ta'minlash
Investitsiyalarni tassarruf etish yo'llari	Raqobatchilarning pozitsiyalariga operativ harakat qilish yo'llari	

Diversifikatsiyalashning ko'pmillatli strategiyasini farqlantirib turuvchi belgisi portfelda korxonalar sonining va qamrab olingan milliy bozorlar sonining ko'pligi hisoblanadi. Bunday hollarda korporatsiya raxbariyati har bir tarmoqqa bo'lmaganda bittadan turli strategik yondoshuvlarni rivojlantirib va qo'llab borishi kerak. Menejerlar turli tarmoqlarga tegishli va turli mamlakatlarda joylashgan firmalarning strategik

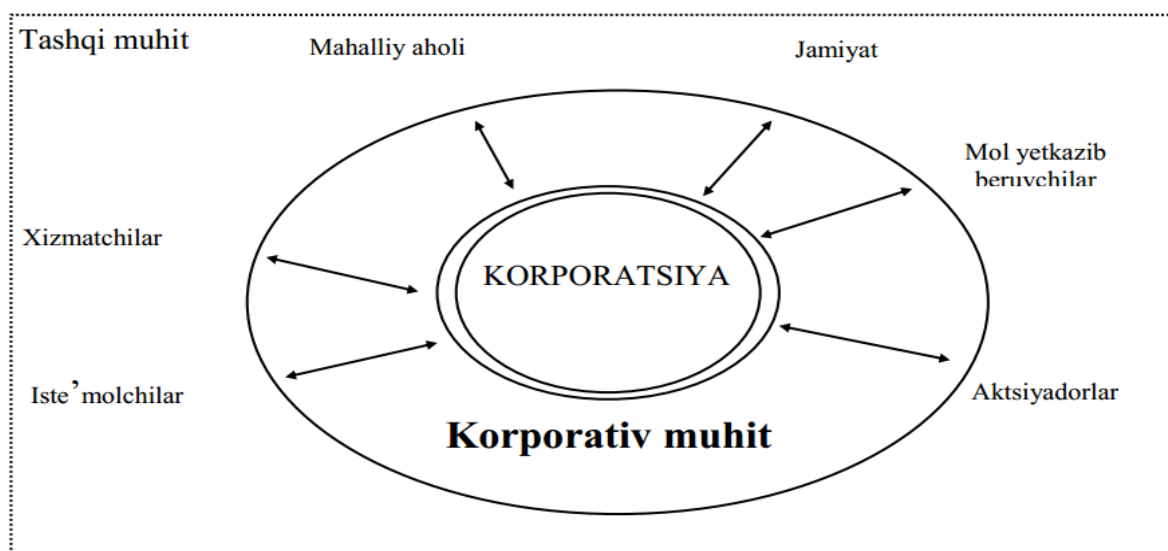
tadbirlarini muvofiqlashtirish uchun muvaffaqiyatli yechimlar topishni bilishlari lozim. Strategik muvofiqlashtirishning maqsadi faoliyatining har bir sohasida va har bir milliy bozorda barqaror raqobat ustunligini ta'minlash uchun resurslar va muvofiqlashtirish imkoniyatlaridan to'liq foydalanish hisoblanadi.

60-yillarning boshlanishida TNK turli mamlakatlarda butunlay mustaqil bo'lgan kichik korxonalar qatori sifatida mavjud bo'lgan. Ularning har biridan o'z milliy qonunchiliklarining o'ziga xos xususiyatlariga muvofik kelish talab etilgan.

70-yillardan boshlab ko'pmillatli strategiya o'z samarasini yo'qota boshladi. 80-yillardan boshlab raqobat ustunligining boshqa manbai vujudga kela boshladi. Bir yo'la bir nechta tarmoqlarda kuchli raqobat pozitsiyalarini egallash uchun bog'liq tarmoqlarni diversifikatsiyalashning strategik manfaatlaridan foydalanish.

Ko'pchilik kompaniyalar oz faoliyatlarini katta bo'lmagan tor ixtisosli korxona sifatida maxalliy va xududiy bozorlarga xizmat ko'rsatib boshlaydilar. Boshlang'ich bosqichda mahsulot assortimenti katta bo'lmaydi, o'z mablag'lari cheklangan, raqobat pozitsiyalari zaif bo'ladi. Ko'p yosh kompaniyalar bozordagi ulushini oshirib va haridorlar e'tiborini qozona borib, odatda sotuv xajmlarini oshirishga xarakat qiladilar. Narx, sifat, xizmat ko'rsatish va reklama xaridorlar manfaatlariga bo'ysundiriladi. Keyingi bosqichda geografik ekspansiya uchun imkoniyatlar axtariladi. U shunday davomiylikda kechadi: maxalliy, xududiy-milliy-xalkaro bozorlar. Bozorlarga kirib borish darajasi rentabellik darajasiga bog'lik ravishda o'zgarib turadi.

Kompaniya bir tarmoqning imkoniyatlaridan foydalanib, daromad olib turar ekan, diversiyani amalga oshirishning hech qanday zaruriyati yo'q. Lekin, o'sish salohiyati qisqarib borar ekan boshqa sohalar faoliyatiga diversiya qilish strategik jihatdan o'zini oqlaydi yoki to'g'ri bo'ladi. Bunday strategik imkoniyatlar turlichadir. Kompaniya turdosh tarmoq kabi o'zi uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqqa ham diversiya kilishi mumkin. Buni katta va katta bo'lmagan hajmlarda amalga oshirish mumkin. Korporativ muhitni shakllantirish jarayonida turli xil shakllardagi xo'jalik yurituvchi sub'yektlar va turli xil shaxslar jalb qilinadi. (5-rasm)



5-rasm.Korporativ muhiti.

Kompaniya bir tarmoqning imkoniyatlaridan foydalanib, daromad olib turar ekan, diversiyani amalga oshirishning hech qanday zaruriyati yo'q. Lekin, o'sish salohiyati qisqarib borar ekan boshqa sohalar faoliyatiga diversiya qilish strategik jihatdan o'zini oqlaydi yoki to'g'ri bo'ladi. Bunday strategik imkoniyatlar turlichadir. Kompaniya turdosh tarmoq kabi o'zi uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqqa ham diversiya qilishi mumkin. Buni katta va katta bo'lmagan hajmlarda amalga oshirish mumkin.

Diversiyalangan kompaniyalarning ishbop faolligi portfeliga kiruvchi xo'jalik qismlari faoliyatida yuqori natijalarga erishish uchun, korporatsiya menejerlari mavjud resurslarni samarali taqsimlashlari lozim. Ular resurslarni past imkoniyatli sohalardan yuqori imkoniyatli sohalarga yo'naltirishlari kerak bo'ladi. Korporatsiya portfelining eng yaxshi varianti uning o'rta korxonalar tomonidan yuqori darajada jalb qiluvchanligidir. Portfeldagi mutanosiblikning turli variantlari va ularni bartaraf qilish usullari yuqorida ko'rib o'tildi. Xatti-xarakatlar rejasini ishlab chiqishdagi yakuniy bosqich raqobatli potentsialning asosini tashkil qiluvchi o'rta korxonalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning muvofiqlashtirilishini ta'minlashdir.

Biznesning bir turida faoliyat ko'rsatayotgan kompaniyalar uzoq yillar diversiyasiz amal qilib havas qilarli natijalarga erishishlari mumkin. Bunga misollar ko'p. Bir sohada kontsentratsiya - jamlanish qator foydali tashkiliy va boshqaruv ustunliklariga egadir. Birinchidan, kontsentratsiya «biz kimmiz va nima

bilanshug'ullanamiz» degan savoldagi mavxumiylikni istisno qiladi. Bunda barcha kuch biznesning bir turiga yo'naltiriladi va rahbariyatning hatti-harakatlari boshqa sohalarga «sochilib ketish» ehtimoli bo'lmaydi. Ikkinchidan, bir sohada jamlanish jiddiy rag'batlar borligini ko'zda tutadi. Ular menejerlarni bir daqiqalik foyda olishga emas, firmaning tarmoqdagi raqobat pozitsiyalarini uzoq kelajakda ham mustahkamlashga rag'batlantiradi. Boshqa tomondan, bir yo'nalishda jamlanish, uning harakatlarini bir tomonga yo'naltirish kompaniya uchun katta tavakkalchilik bo'lib hisoblanadi. Obrazli qilib aytganda «uning, firmaning barcha tuxumlari bir savatda bo'ladi». Sekin o'sayotgan tarmoq sharoitida kuchli kompaniyalar diversiyani boshlash uchun naqd pul ortiqchaligidan foydalanish imkoniyatini ko'rib chiqishlari kerak. Diversiyani boshlash masalasi qisman kompaniyaning mazkur tarmoqda o'sish imkoniyatlariga, qisman uning raqobat pozitsiyalariga bog'liqdir. Firma o'zining asosiy ustunliklaridan samarali foydalana oladigan sohalarga diversiya qilishi eng yaxshi strategiya bo'lib hisoblanadi. Lekin firma uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqlarga diversifikatsiyalash, turdosh tarmoqlarning birortasiga ham o'sish istiqbollari ta'minlay olmay qolgan taqdirda ko'zda tutilishi kerak. Shunday qilib, «qachon diversifikatsiyalash kerak» degan masalani hal etish, bir tomondan firmaning bozordagi raqobat pozitsiyasiga, boshqa tomondan tub tarmoqdagi qolgan imkoniyatlariga bog'liqdir. Kompaniyalar diversiyani amalga oshirishlarining aniq belgilangan vaqti yo'q. Kompaniyalar uchun uzoq muddatli daromadni maksimallashtirishning ma'nosi shuki, kompaniya odatda o'z bozori doirasida narxdagi ustunlik, tabaqalashtirish va fokuslanish strategiyalari vositasida yaxshi raqobatlashadi. Ammo bu strategiyalar (sotishda va ta'minotda strategik ustunliklarga ega bulish uchun) oldinga va orqaga vertikal integratsiyani ham o'z ichiga olishi mumkin. Yana bir imkoniyat kompaniya faoliyatini diversifikatsiyalashdir.

II Bob. “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining tashkiliy huquqiy asoslari to’grisida ma’lumot

2.1 “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining umumiy xarakteristikasi

«UZSALAMAN» ko’shma korxonasi Farg’ona shahar hokimligining 2008 yil 9 iyun kungi № 65 sonli qororiga asosan va ta’sischilarning umumiy yig’ilish bayoniga asosan ro’yxatga olingan. Qo’shma korxonaning manzili Fargona shahar M.Kosimov ko’chasi №62 uyda joylashgan. Qo’shma korxonaning ustav kapitali 1873103451 so’m tashkil qilingan. Aksiyalarning nominal qiymati 2310,32 so’m va umumiy aksiyalar soni 810756 donani tashkil qildi. Auditorlik tekshirishda ustav kapitalining 91 % joylashtirilgan ya’ni 1703609036 so’m, Markaziy depozitariyaning aksiyanerlar reistri to’g’risidagi ma’lumotga asosan 87,17 % ya’ni 1632784278 so’mni tashkil qilganligi aniqlandi. 2010 yilning 1-yanvar holatiga joylashtirilmagan va tulanmagan summa 240319173,22 so’m. 2010 yil 1-yanvar holatiga qo’shma korxonaning tuzilgan balansida joylashtirilmagan aksiyalar qiymati 169494010,26 so’mni tashkil qilgan.

Qo’shma korxonaning maqsadi va faoliyati quyidagilardan iborat:

- Turli xildagi poyafzal ishlab chiqarish
- Turli xildagi charm mahsulotlari ishlab chiqarish va sotish
- Hom surp ishlab chiqarish
- Yigirilgan ip ishlab chiqarish
- Tikuvshchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish
- Chakana savdo.
- Tashqi iqtisodiy faoliyat
- Savdo-sotiq va vositachilik faoliyati
- Marketing va konsalting xizmatlari
- Birja xizmati
- Aholi va tashkilotlarga pullik xizmat kursatish
- Mexmonxona va boshqa mayishiy xizmat ko’rsatish servis xizmatlari

Qo’shma korxonasining o’z faoliyatini to’la xo’jalik hisobi, o’z harajatlarini o’zi qoplash va o’z-o’zini mablag bilan ta’minlash prinsiplari asosida amalga oshirish orqali

foйда olishga erishadi. Soliqlar, bank va byudjet olididagi majburiyatlar bajarilgandan so'ng foydaning qolgan qismi korxonaning to'lik tasarrufida bo'lib, korxona ta'sischi qarori asosida ishlatiladi.

«UZSALAMAN» qo'shma korxonasining rahbar hodimlari quyidagilardan iborat:

Qambarov Umarjon Isaqjonovich - «UZSALAMAN» qo'shma korxonasi 2010 yil 14 yanvardan buyruq № 01/ok ga asosan direktor lavozimida ishlaydi. Kassa, bank, soliq xisobotlari va boshqa xujjatlarga birinchi imzo sifatida imzo chekadi,

Teshabyev Ibroxim Yo'lbarsoviich - «UZSALAMAN» qo'shma korxonasida 2010 yil 14 apreldan buyruq № 02/ok ga asosan bosh xisobchi lavozimida ishlaydi. Kassa, bank, soliq hisobotlari va boshqa xujjatlarga ikkinchi imzo sifatida imzo chekadi.

2.2 “UZSALAMAN” qo'shma korxonasining yillik ko'rsatkichlar tahlili

Qo'shma korxonaning asosiy vositalari tahlili

«UZSALAMAN» qo'shma korxonasini 2013 yilning 1-yanvar xolatiga 2 249 398 907,84 so'm asosiy vositalar balans qiymatida mavjud bo'lgan, hisobot davri davomida kapital qo'yilmalar hisob varag'idan, 2 260 000 so'mlik asosiy vositalar kirim qilingan va 85 hisob varaqdan 181 108 515 so'mlik asosiy vosita qayta narxlanib kirim qilinganligi aniqlandi.

Hisobot yilida asosiy vositalar hisob varag'idan 26 886 050 so'mlik asosiy vositalar dalolatnomaga asosan 92 hisob varaqga chiqim qilinganligi aniqlandi. Xisobot yilining ohiriga asosiy vositalarning balans qiymatining qoldig'i 2 405 881 372,84 so'mlik qoldiq qolganligi aniqlandi.(1-ilova)

Yig'ilgan amortizatsiya ajratmasining tahlili

«UZSALAMAN» qo'shma korxonasini 2011 yilning 1-yanvar holatiga asosiy vositalar balans qiymatiga hisoblangan amortizatsiya ajratmasini qoldiq qiymati 1 928 789 332,22 so'm mavjud bo'lgan, yil davomida asosiy ishlab chiqarish xarajatiga hisoblangan amortizatsiya ajratmasi 179959662 so'm, davr xarajatlari ga hisoblangan amortizatsiya ajratmasi 1890666,67 so'mni tashkil qilgan. hisobot yili davomida jami yig'ilgan amortizatsiya ajratmasi 181914567 so'mni tashkil qilgan. Hisobot yili

davomida qo'shma korxonaning raxbariyati va tuzilgan komissiyasi tuzgan dalolatnomaga asosan asosiy vositalar yig'ilgan amortizatsiya ajratmasi hisobidan 23 861 370 sum chiqim qilingan va qsosiy vositalarning amortizatsiyasini qayta narxlash orqali 151 481 205 so'm eskirish 02 hisob varag'iga kirim qilinganligi aniqlandi. Hisobot yili ohiriga jamiyatning yig'ilgan amortizatsiya ajratmasining qoldiq qiymati 2238259495,89 so'mni tashkil qilganligi aniqlandi.(1-ilova)

4-jadval

O'zaylanma mablag'lari bilan taminlanganlilik koeffitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	Kamayish
1	O'z aylanma mablag'i b/n ta'minlanganlik koef-ti	0,27	0,27	-	-

Belgilangan normative xujjatlarga asosan o'zaylanmamablag'lari bilan taminlanganlilik koeffitsienti O'zbekiston Respublikasi hududida 0,2 dan kam bo'lmasligi kerak, Agar 0,2 koeffitsientdan kam bo'lsa, korxona o'zaylanmamablag'lari bilan taminlanmagan hisoblanadi. Formula bo'yicha hisoblangan koeffitsient hisobot yilining boshiga 0,27 bo'lib, jamiyat o'z aylanma mablag'lari bilan to'la taminlanganligi aniqlandi. Formula bo'yicha hisoblangan koeffitsient hisobot yilining ohiriga 0,27 bo'lib, jamiyat o'z aylanma mablag'lari bilan to'la taminlanganligi aniqlandi.(4-jadval)

Xom-ashyo va materiallar hisob varag'ini tahlili

Qo'shma korxonaning 2011 yil hisobot yilining boshiga xom-ashyo va materiallar hisob varag'ining qoldiq qiymati 519239003 so'm qoldiq qolganligi aniqlandi. Hisobot yili davomida xom-ashyo va materiallar hisob varag'iga 2110 hisob varag'idan 5946155 so'mlik, mol yetkazib beruvchilar bilan hisob kitoblar hisob varag'idan 2481439436,34 so'm, boshqa daromad hisob varag'idan 3518499 so'm, ta'sischilar bilan hisob kitoblar hisob varag'idan 420757540 so'm, 2910 hisob varag'idan 177080 so'm, tayyor mahsulotlar hisob varag'idan 69500 so'm, 9010 hisob

varag'idan 578000 so'm, xom-ashyo va materiallar ichki aylanmasi 2567040278,05 so'm jami 5479526489 so'm xom-ashyo va materiallar kirim qilinganligi aniqlandi.

Hisobot yili davomida qo'shma korxonaning xom-ashyo va materiallar hisob varag'idan quyidagi hisob varaqlarga chiqim qilinganligi aniqlandi: xom-ashyo va materiallar hisob varag'ini ichki aylanmasiga 2567040278 so'm, asosiy ishlab chikarishga 26452048,52 so'm, obuv ishlab chikarish sexiga 2264109970 so'm, 5010 hisob varaqqa 2600 so'm, 90 hisob varaqqa 16675694 so'm, 93 hisob varaqqa 89222 so'm davr xarajatlarini hisob varag'iga 13156070 so'm, jami 4891044382 so'm xom-ashyo va materiallar chiqim qilinganligi aniqlandi. Hisobot yilining hoxiriga qo'shma korxonaning xom ashyo va materiallar hiso bvarag'ida 1107721109 so'mlik qoldiq qolganligi aniqlandi.(1-ilova)

Asosiy ishlab chiqarish xarajatlarini tahlili

Qo'shma korxonaning 2011 yil hisobot yilining boshiga xom-ashyo asosiy ishlab chiqarish hisob varag'ida qoldiq qolmaganligi aniqlandi. Hisobot yili davomida asosiy ishlab chiqarish hisob varag'iga 02 hisob varag'dan 179959662 so'mlik, mol yetkazib beruvchilar bilan hisob kitoblar hisob varag'idan 567571643 so'm, davr xarajatlari hisob varag'idan 80146095 so'm, xom ashyo va materiallar hisob varag'idan 26452049 so'm, poyafzal ishlab chiqarish sexi hisob varag'idan 2246744727 so'm, ko'rsatilgan xizmatlar hisob varag'idan 63051932 so'm, ish xaqi hisob varag'ida 113492302 so'm, ijtimoiy ta'minot hisob varag'idan 24079058 so'm jami 3301497468 so'm asosiy ishlab chiqarish hisob varag'iga kirim qilinganligi aniqlandi. Hisobot yilida asosiy ishlab chiqarish hisob varag'idan tayyor mahsulotlar hisob varg'iga 3301497468 so'm chiqim qilinganligi va asosiy ishlab chiqarish hisob varag'ida qoldiq qolmaganligi aniqlandi.(1-ilova)

To'lovga qobiliyatlilik ko'effitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	Kamayish
1	To'lovga qobiliyatlilik ko'effitsienti	2,47	1,72		0,75

Jamiyatning to'lovga qobiliyatlilik ko'effitsienti hisobot yili boshiga 2,47 bo'lib, normative ko'rsatkich bo'yicha to'lov qobiliyatlilik ko'effitsienti 1,25 dan kam bo'lmasligi kerak. Normativ ko'effitsientdan jamiyatning to'lov qobiliyatlilik ko'effitsienti 1,22 ga ko'pligi aniqlandi. Jamiyatning to'lov qobiliyatlilik ko'effitsienti hisobot yili ohiriga 1,72 bo'lib, normative Ko'rsatkich bo'yicha to'lov qobiliyatlilik ko'effitsienti 1,25 dan kam bo'lmasligi kerak. Normativ ko'effitsientdan jamiyatning to'lovga qobiliyatlilik ko'effitsienti hisobot yilining ohiriga 0,47 ga ko'pligi aniqlandi. Ushbu ko'effitsient bo'yicha jamiyat to'la to'lov qobiliyatiga egaligi aniqlandi.(5-jadval)

Rentabellik ko'effitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	kamayish
1	Rentabellik ko'effitsienti	0,03	0,77	0,74	

Belgilangan normativ xujjatlarda asosan rentabellik ko'effitsienti O'zbekiston Respublikasi xududida 0 dan kam bo'lsa, yani minus ko'rsatkich bilan chiqsa bunday tashkilot zarar bilan ishlovchi korxonaga aylanadi. Agar 0,05 ko'effitsientdan kam bo'lsa bunday korxona past rentabellik korxona hisoblanadi. Formula bo'yicha hisoblangan ko'effitsient o'tgan 2010 yilning natijasi bo'yicha 0,03bo'lib, jamiyatning rentabellik ko'effitsienti past ekanligi aniqlandi. Yukoridagi formula bo'yicha hisoblangan ko'effitsient o'tgan 2011 yilning natijasi bo'yicha 0,77 bo'lib, jamiyatning rentabellik ko'effitsienti hisobot yilida yuqori ekanligi aniqlandi.(6-jadval)

Asosiy vositalarini eskirish koeffitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	Kamayish
1	Asosiy vositaini eskirish koef-ti	0,74	0,81	0,07	

Belgilangan normative xujjatlarda asosan asosiy vositalarini eskirish koeffitsienti O'zbekiston Respublikasi hududida 0,5 dan ko'p bo'lsa, bunday korxonani asosiy vositalarini nisbatan eskirgan xisoblanadi. Yuqoridagi formula bo'yicha hisoblangan koeffitsient hisobot yili boshiga 0,74 bo'lib, jamiyatning asosiy vositalari nisbatan eskirganligi aniqlandi. Yukoridagi formula bo'yicha hisoblangan koeffitsient hisobot yili ohiriga 0,81 bo'lib, jamiyatning asosiy vositalari nisbatan eskirganligi aniqlandi.(7-jadval)

Mahsulot sotishdan sof tushumlari koeffitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	kamayish
1	Maxsulot sotish sof tushum koeffitsienti	0,71	0,65		0,06

Koeffitsient har bir so'm sotilgan mahsulotga to'g'ri keladigan sof tushumni ko'rsatadi. Hisoblangan koeffitsient bo'yicha hisobot yilining boshiga korxona har 1 so'm sotilgan mahsulotdan 71 tiyin foyda olishi aniqlandi. Hisoblangan koeffitsient bo'yicha hisobot yilining ohiriga korxona har 1 so'm sotilgan mahsulotdan 0,65 tiyin foyda olishi aniqlandi.(8-jadval)

Moliyaviy barqarorligi koeffitsienti

№ t/r	Ko'rsatkichlar nomi	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farq	
				O'sish	kamayish
1	Moliyaviy barqarorligi koeffitsienti	0,95	0,85		0,10

Hisob-kitoblar natijasida korxonaning moliyaviy barqarorligi yil boshiga nisbatan kamayganligi aniqlandi.

2011 yil yillik balans tahlili. (1-ilova)

«UZSALAMAN» qo'shma korxonasining 2011 yil yillik tayyorlangan balans hisobotlari buxgalteriya hisobining milliy andozalariga asoslangan holatda tuzilgan bo'lib, u quyidagicha aks etirilganligi aniqlandi. Yuqoridagi tayyorlangan balans hisobotidan ko'rinib turibdiki jamiyat tomonidan 2011 yil 1 yanvardan 2012 yil 1 yanvargacha bo'lgan moliyaviy xo'jalik operatsiyalari quyidagicha amalga oshirilganligi aniqlandi.

Hisobotning 010 satri bo'yicha

Balans hisobotining 010 satrida 2011 yilning 1 yanvar holatiga asosiy vositalarning qoldiq qiymati 2593806 so'm bo'lib 2009 yil davomida jamiyatning oborot mablag'idan 156482,0 ming ishlatilib asosiy vositalar kirim qilingan va 2012 yilning 1 yanvar holatiga asosiy vositalarning qiymati 2750288,0 so'mga borganligi aniqlandi.

Hisobotning 011 satri bo'yicha

Balans hisobotining 011 satrida 2011 yilning 1 yanvar holatiga asosiy vositalarning eskirish summasining qoldiq qiymati 1928789,0 bo'lib 2011 yil davomida jamiyatning barcha asosiy vositalariga belgilangan normativ eskirishi bo'yicha eskirish hisoblangan. Jamiyatning 2011 yil davomida hisoblangan eskirishlari 309470,0 ming so'mni tashkil qilgan va bu eskirish qiymatlari buxgalteriya hisobining milliy andozalariga muvofik buxgalteriya hisobining xarajatlar hisob varag'larida aks ettirilganligi aniqlandi.

Hisobotning 030 satri bo'yicha

Balans hisobotining 030 satrida uzoq muddatgi investitsiyalar jamlangan bo'lib, 2011 yilning 1-yanvariga qoldiq qiymati 153301,0 ming so'm bo'lgan 2011 yil davomida investitsiyalar olinmagan va 2012 yilning 1-yanvar holatiga uzoq muddatli investitsiyalari qoldiq qiymati 153301 ming so'm mavjud. Uzoq muddatli investitsiyalar o'z ichiga quyidagilarni oladi;

- 040satr-Qimmatli qog'ozlar
- 050 satr-Shuba xo'jalik jamiyatlariga investitsiyalar
- 090 satr-O'rnatilmagan asbob va uskunalar

Balans hisobotining 090 satrida O'rnatilmagan asbob va uskunalar jamlangan bo'lib, 2011 yilning 1-yanvariga qoldiq qiymati 142360,0 ming so'm bo'lgan 2011 yil davomida O'rnatilmagan asbob va uskunalar olmagan va 2012 yilning 1-yanvar holatiga O'rnatilmagan asbob va uskunalar qoldiq qiymati 142360,0 ming so'm mavjud.

100 satr-Kapital qo'yilmalar

Balans hisobotining 100 satrida Kapital qo'yilmalar jamlangan bo'lib, 2011 yilning 1-yanvariga qoldiq qiymati 82043,0 ming so'm bo'lgan 2011 yil davomida Kapital qo'yilmalar asosiy vositalar hisob varag'iga chiqim qilinmagan va 2012 yilning 1-yanvar holatiga Kapital qo'yilmalar qoldiq qiymati 82043,0 ming so'm mavjud.

140 satri bo'yicha tavar moddiy zaxirasi

Balans hisobotining 140 satrida tavar moddiy zaxiralari jamlangan bo'lib, 2011 yilning 1-yanvar holatiga qoldiq qiymati 1166560,0 ming so'm hisobotda ko'rsatilgan, 2012 yilning 1-yanvar holatiga tovar moddiy zaxiralari 699387,0 ming so'mga oshgan bo'lib, 2012 yilning 1-yanvar holatiga tavar moddiy boyliklar qoldiq qiymati 1865947,0 ming mavjud. Tovar moddiy zaxirasi balans hisobotida quyidgilarni o'z ichiga oladi;

- 150 satr-Ishlab chiqarish zaxiralari
- 160 satr-Tugallanmagan ishlab chiqarish
- 170 satr-Tayyor maxsulot
- 180 satr-Tavarlar

- 190 satr-Kelgusi davr xarajatlari
- 200 satr-Kechiktirilgan xarajatlar

Hisobotning 210 satri

210 satrida jami debitorlar joylashgan bo'lib, ushbu satr o'z ichiga 220 satr, 230 satr, 240satr, 250satr, 260 satr,270 satr, 280 satr, 290 satr, 300 satr va 310 satrlarni uz ichiga oladi. Jamiyatning 2011 yil 1-yanvar xolatiga jami debitorlari 947220,0 ming so'm bo'lib, shu jumladan xisobotning 220 satridagi xaridor va buyurtmachilardan bo'lgan debitorlik qarzi 605667 ming so'm, 260 satridagi mol yetkazib beruvchi va pudratchilarga berilgan bo'naklar 56056,0 ming so'm, 230 satridagi ajratilgan bo'linmalardagi debitorlik xaqi 31636,0 ming so'm, 270 satridagi soliq byudjetga yig'implar bo'yicha bo'naklar 1804,0 ming so'm, 300 satrdagi hodimlarning boshqa operatsiyalar bo'yicha qarzi 5000,0 ming so'm, 310 satrdagi boshqa debitorlik qarzlari 247057 ming so'mni tashkil qilgan. Jamiyatning 2012 yil 1-yanvar holatiga jami debitorlari 227753,0 ming so'm bo'lib, shu jumladan xisobotning 220 satridagi xaridor va buyurtmachilardan bo'lgan debitorlik qarzi 205916,0 ming so'm, 230 satrida ajratilgan bo'linmalardagi debitorlik xaqi 15664,0 ming so'm 260 satridagi mol yetkazib beruvchi va pudratchilarga berilgan bo'naklar 6173,0 ming so'm, 270 satridagi byudjetga soliq va yig'implar bo'yicha bo'naklar qolmagan, 310satrdagi boshqa debitorlik qarzlari kolmaganligi aniqlandi. Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki jamiyatning 2011 yil yillik moliyaviy xo'jalik faoliyati bo'yicha tayyorlangan buxgalteriya balansida 220 satrdagi xaridor va buyurtmachilarning qarzi 399751,0 ming so'mga kamaygan, xisobotning 260 satridagi mol yetkazib beruvchilar va pudratchilarga berilgan bo'naklar yil oxiriga 49883,0 ming so'mga kamaygan, hisobotning 270 satridagi byudjetga soliq va yig'implar bo'yicha berilgan avanslar yil oziriga 1804,0 ming so'mga kamayganligi aniqlandi. Hisobotning 310 satridagi boshqa debitorlik qarzlari yil boshiga nisbatan kamaygan. Yuqoridagi tahlillardan ko'rinib turibdiki jamiyatning xisobot yili oxiriga debitor qarzlari 399751,0 ming so'mga kamayganligi aniqlandi.

Hisobotning 320 satri bo'yicha

Balans hisobotining 320 satrida jami pul mablag'larini joylashgan bo'lib, xisobotning 320 satriga 330 satr, 340 satr, 350satr, 360 satr kiradi. 2011 yilning 1-yanvar xolatiga jami 247057 ming so'm mavjud bo'lgan. Yil boshiga 330 satrda kassadagi pul mablag'larini bo'lmagan, 340 satrdagi xisob raqamidagi pul mablag'larini 59006,0 ming so'm, 360 satrdagi boshqa pul mablag'larini va ekvivaletlari 199,0 ming so'mni tashkil qilgan. 2012 yilning 1-yanvar holatiga hisobotning 320 satridagi jami pul mablag'larini 58654,0 ming so'mga kamaygan va natijada yil oxiriga 320 satrdagi jami pul mablag'larini 551,0 ming so'mni tashkil qilgan

Hisobotning 410 satri bo'yicha

Balans hisobotining 410 satrida Ustav kapitali joylashgan bo'lib 2011 yilning 1-yanvar holatiga ustav kapitali 1873103 ming so'm bo'lgan. 2011 yil davomida ustav kapitali o'zgarmaganligi munosabati bilan 2012 yil 1-yanvar holatiga ustav kapitalidagi qoldiq qiymat 1873103ming so'm qolgan.

2.3 “UZSALAMAN” qo'shma korxonasini tiklashning korporativ strategiyasi orqali imkoniyatlarini ko'rib chiqish

Yuqorida takidlaganimizdek, tiklash strategiyasi tejamkorlik va qayta tarkiblash strategiyasi xaridorlari qashshoqlashayotgan korxonalarda vaziyatni o'zgartirish talab etilgan taqdirda qo'llaniladi. Tiklashning korporativ strategiyasi zararga ishlayotgan korxonalardan qutulishga emas, ularni qayta tiklashga urg'u beradi. Bunday strategiyaning maqsadi xaridorlarning umumiy sonini kamayishiga katta xissa qo'shayotgan korxonalarning muammolarini xal etish yo'li bilan korporatsiyani sog'lomlashtirishdan iborat. Tejamkorlikning korporativ strategiyasi diversifikatsiyalash miqyoslarini qisqartirish va korxonalar sonini kamaytirishga o'z e'tiborini qaratadi. Qayta tarkiblash strategiyasi tarkibni va korporatsiyaning ishbop portfelida foiz nisbatlarini tubdan qayta ko'rib chiqishni o'z ichiga oladi. Qayta tarkiblashga bo'lgan ehtiyoj quyidagi vaziyatlarda paydo bo'lishi mumkin:

1. Korporatsiyani strategik tahlil qilish portfelda sekin rivojlanayotgan, zarar bilan ishlayotgan va zaif korxonalarning katta xajmda mavjudligi natijasida kompaniyaning uzoq muddatdagi istiqbollari o'z jozibasini yo'qotib qo'yganligi to'g'risida xulosa chiqarish imkoniyatini beradi.

2. Bir yoki bir nechta kalit yo'nalishlar qiyin paytlarni boshdan kechirayotgan paytlarida.

3. Kompaniyaning yangi raxbariyati korporatsiyaning strategik siyosatini qayta ko'rib chiqish haqida qaror qabul qiladi. Yangi texnologiyalar va mahsulotlar paydo bo'ladi. Firmada shunday katta korxonani sotib olish imkoniyati paydo bo'ladiki, bunday loyihani moliyalash uchun kichik firmalarni sotish zarur bo'ladi. Shunday ekan biz yuqoridagilarni ko'rib chiqib bir xulosaga kelishimiz mumkin. "UZSALAMAN" qo'shma korxonasi ham 2008 yilda ham huddi shunday strategiyaga muhtoj bo'ldi. Lekin bu strategiyaning o'rniga davlat tomonidan sanatsiyaga muhojlik sezdi. Bu muddatdan oldi tiklanish strategiyasidan foydalanish mumkin edi. Ammo bu sanatsiya ham "UZSALAMAN" qo'shma korxonasini iqtisodiy ko'rsatkichlarini va iste'molchilarni qaytara olmadi va yana bir bor 2010 yilda sanatsiyani qabul qildi. Buning natijasida "UZSALAMAN" qo'shma korxonasining bankrotlikni oldini olishga erishdi. "UZSALAMAN" qo'shma korxonasining bu holatga kelishiga sabab, resurslarning uzulishi sabab bo'ldi. Bizga malumki "UZSALAMAN" qo'shma korxonasi maxsulot uchun xom-ashyoni Germaniyadan olib keldi. Va bu xom-ashyoni Germaniyadan keltirish ham qimmat ham kechikdi. Shuning uchun korxonani iqtisodiy ko'rsatkichlari tushib ketdi. Ha albatta birinchi sabab bu xom-ashyo ta'minotidir. Shuning uchun mening birinchi tiklash korporativ strategiyam bu xom-ashyo ta'minotini mustahkamlashdir. Korxona uchun o'zimizda ishlab chiqariladigan charm mahsulotlarini tayorlash yoki shunday munosib korxonani moslashtirish lozim. Hozirda bizda ham charm maxsulotlarini ishlab chiqaradigan korxonalar bor. Misol tariqasida Qoqon sharm ishlash sexlari yoki Marg'ilon charmni qayta ishlash kichik korxonalri hozirda faoliyat ko'rsatmoqda. Afsus bu sexlarning maxsulotlari "UZSALAMAN" qo'shma korxonasining talablariga javob bermaydi ammo bu korxonalarni "UZSALAMAN" qo'shma korxonasi o'z qoshida ham ochsa bo'ladi. Faqatgina

Germaniya texnologiyalarni olib kirilsa bo'ldi. Shuning uchun qayta tiklash strategiyasini rivojlantirish lozim. Hozirda "UZSALAMAN" qo'shma korxonasi barcha kuchini sarf etayotgani yo'q. Yani ichki bozorimizga to'liq kirib borgani yo'q va o'z iste'molchilariga ega emasdir, sababi hammamizga ma'lumdir bozorlarimizda hozirda tanlov kuchli. Yani arzon va sifatli oyoq kiyimlar tanlovi cheksiz desak ham bo'ladi. Shuning uchun "UZSALAMAN" qo'shma korxonasining mahsulotlarini zamonaviylashtirmoq va narx shuningdek sifat darajasini oshirish zarur. Buning uchun albatta xom-ashyo ta'minotini tiklash va qayta jonlantirish kerak. Shuning uchun tiklanish korporativ strategiyasini ishlab chiqish ham shart ham zarurdir. Buning uchun strategik tahlillashtirishni shakillantirish va missiyalarni muvoffaqiyatli bajarishini nazorat qilish to'g'ri bo'lar edi.

Yaxshi strategiya Korxonaning daromad unumdorligini ta'minlaydi. Daromad unumdorligining oshishi bu Korxonaning foydaliligining o'sishi, biznesning uzoq muddatli ishonchliligini, uning raqobat mavqeini o'sishini bildiradi.

"UZSALAMAN" qo'shma korxonasining mahsulotlari asosan buyurtma asosida tayyorlanadi. Mahsulotlarning asosiy qismlari poyafzallardir. Hozirda zavod buyurtma asosida ishlamoqda. Asosiy buyurtma esa davlatimiz tomonidan bo'lmoqda. Ya'ni buyurtmaning asosiy qismi ichki ishlar xodimlari uchun poyafzallar, o't o'churuvchilar uchun va buyurtmachilarning asosiy qismini tashkil qiluvchi O'zbekistonning qurolli kuchlaridir ya'ni harbiylar uchun poyafzallar tikish bilan shug'ullanmoqda. Ha albatta iste'mochilarning ma'lum qismini ham ichki iste'molchilar tashkil etdi.

Diversifikatsiyalashning korporativ strategiyasini qo'llash natijalarini sarxisob qiladigan bo'lsak korxonaning bu tor doiradagi ishini yanada kengaytirish kerakligini ko'rsatmoqda. Kompaniya bir tarmoqning imkoniyatlaridan foydalanib, daromad olib turar ekan, diversiyani amalga oshirishning hech qanday zaruriyati yo'q. Lekin, o'sish salohiyati qisqarib borar ekan boshqa sohalar faoliyatiga diversiya qilish strategik jixatdan o'zini oqlaydi yoki to'g'ri bo'ladi. Bunday strategik imkoniyatlar turlichadir. Kompaniya turdosh tarmoq kabi o'zi uchun butunlay yangi bo'lgan tarmoqqa ham diversiya qilishi mumkin. Buni katta va katta bo'lmagan hajmlarda amalga oshirish mumkin.

Barqaror rivojlanish bir martalik qadam emas, u evolyutsion jarayon bo'lib, har bir bosqichda maqsadlarni shakllantirishni talab qiladi. Korxona barqaror rivojlanishining strategik maqsadi sayyoramiz biosferasining bir qismi sifatida mamlakatimiz tabiiy kompleksi ishlab chiqarish salohiyatini saqlab qolgan holda fan-texnika taraqqiyoti, ijtimoiy soha va iqtisodiyotning dinamik rivojlanishi asosida aholining turmush sifati va farovonligini oshirish o'z hissasini qo'shadi.

So'ngi vaqtda ishbilarmonlar, investorlar va xalqaro moliya institutlarining mamalakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlarga ishonchi ortdi. Mamlakatimiz Prezidenti I.A.Karimov Oliy majlis qonunchilik palatasi va Senati qo'shma majlisidagi "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir"⁴ ma'ruzasida belgilab berilgan vazifalarning mantiqiy davomi hisoblanadi.

Biznesning bir turida faoliyat ko'rsatayotgan kompaniyalar uzoq yillar diversiyasiz amal qilib havas qilarli natijalarga erishishlari mumkin. Bunga misollar ko'p. Bir sohada kontsentratsiya - jamlanish qator foydali tashkiliy va boshqaruv ustunliklariga egadir. Birinchidan, kontsentratsiya «biz kimmiz va nima bilan shug'ullanamiz» degan savoldagi mavxumiylikni istisno qiladi. Bunda barcha kuch biznesning bir turiga yo'naltiriladi va raxbariyatning hatti-harakatlari boshqa sohalarga «sochilib ketish» ehtimoli bo'lmaydi. Ikkinchidan, bir sohada jamlanish jiddiy rag'batlar borligini ko'zda tutadi. Ular menejerlarni bir daqiqalik foyda olishga emas, firmaning tarmoqdagi rakobat pozitsiyalarini uzoq kelajakda ham mustahkamlashga rag'batlantiradi. Boshqa tomondan, bir yo'nalishda jamlanish, uning xarakatlarini bir tomonga yo'naltirish kompaniya uchun katta tavakkalchilik bo'lib hisoblanadi. Obrazli qilib aytganda «uning, firmaning barcha tuxumlari bir savatda bo'ladi». Sekin o'sayotgan tarmoq sharoitida kuchli kompaniyalar diversiyani boshlash uchun naqd pul ortiqchaligidan foydalanish imkoniyatini ko'rib chiqishlari kerak. Diversiyani boshlash masalasi qisman kompaniyaning mazkur tarmoqda o'sish imkoniyatlariga, qisman uning raqobat pozitsiyalariga bog'liqdir. Firma o'zining asosiy ustunliklaridan samarali foydalana oladigan sohalarga diversiya qilishi eng yaxshi strategiya bo'lib hisoblanadi.

⁴I.A.Karimov Oliy majlis qonunchilik palatasi va Senati qo'shma majlisidagi ma'ruzasidan

Shunday ekan “UZSALAMAN” qo’shma korxonasining mahsulot turlariga yo’naltirgan holda diversifikatsiyalashning korporativ strategiyasini qo’llash lozim. Yani hozirda bizga ma’lumki ichki va mahalliy bozorlarimizda har xil turdagi yozgi oyoq kiyimlar va poyafzallarga ehtiyoj balandir. Bu talabni qondirish uchun bu turdagi mahsulotlarni Xitoydan keltirishga to’g’ri keladi. Agarda bu mahsulot turini ham chiqarishni yo’lga qo’ysak korxonaning mustahkamligiga ancha o’zgartirish kiritish mumkin. Shuni yoddan chiqarmaslik keraki, Diversiyani faqat o’z faoliyat doirasida olib borish maqsadga muvoffiqdir.

Xulosa

O'zbekiston Respublikasi o'zining bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'lini tanlab olgan. Shu sababli respublikamizda bozor munosabatlari yildan-yilga, qadam-baqadam rivojlanib bormoqda. Bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun etarli shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan iqtisodiy, tashkiliy, siyosiy, huquqiy tadbirlar izchillik bilan amalga oshirilmoqda. Natijada bozor infrastrukturasida jadal sur'atlar bilan rivojlanib boryapti.

Bozor iqtisodiyoti davrida korxonalarning ichki va tashqi faoliyat sharoitining mutassil o'zgarib borishi, bozor munosabatlariga o'tish shart-sharoitlarini va uning o'ziga xos xususiyatlarini atroflicha o'rganishni taqazo etadi.

Strategiyani shakllantirish va tadbiriq etish – bu menejerning burchi hisoblansa ham, bir kishi yangi g'oyalarni yaratish, yangi imkoniyatlarni aniqlash, va o'zgaruvchan muhitga nisbatan moslashishi vazifalarini bajara olmaydi. Strategik sardorlikning mushkul tomonlaridan biri xodimlardan yangi g'oyalarni to'plash, o'zgaruvchan muhitga moslashish imkonini beradigan tadbirkorlik ruhini rag'batlantirishdir. Moslashuvchan va novatorlik muhiti tez rivojlanayotgan yuqori darajali texnologiyali tarmoqlar uchun juda muhim. Ushbu tarmoqlarda mahsulot qisqa hayotiy sikl bilan o'sish esa mahsulotlarning yangi turlari bilan tavsiflanadi. Menejerlar xodimlarni faqat ijodiy ishlashga chaqirish orqali bunday muhitni shakllantira olmaydilar.

Shuning uchun olim va mutaxassislarining strategik rejalashtirish, ishlab chiqarishni tashkil etish, yangi xizmat turlarini izlash va takomillashtirish yo'llari hamda usullariga qiziqishi tobora ortib borayotganligi kuzatilmoqda. Pirovard maqsadda bozorni, tayin bir iste'molchini ko'zlash, raqiblar va raqobat usullarini puxta o'rganish, yutuq va barqarorlik garovi bo'lib hisoblanadi. Bozor talabini yaxshi bilish, korxonalarda mahsulot va xizmat turlarini ko'paytirishni rejalashtirish, yangi tovarlarni loyihalash va yaratishni, mijozlar hamda haridorlar talabiga muvofiq ravishda ish yuritish imkonini beradi.

Yangi g'oyalarni, eng yaxshi xizmatlarni, yangi mahsulotlarni va ularni yangi yo'nalishda qo'llanilishini targ'ibot qiluvchilarni hamda o'z g'oyalarini yangi

bo'linmalarda, korxonalarda va yangi tarmoqlarda qo'llanilishini istovchilar to'g'risida g'amxo'rlik qilish sardorga yaxshi foyda keltiradi.

Zero, bu yo'lda "UZSALAMAN" o'z o'rnini topmoqda. Korxona tili bilan aytganda "Biz jamiyat taraqqiyoti va inson manfati uchun xizmat qilamiz! Biz doimo uzoq muddatli hamkorlikka intilamiz, biz siz bilan hamkorlik qilishdan xursandmiz"

Strategik menejment iste'molchilarning hozir va kelajakda talablarini qondirishga qaratilgan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish, sotish va natijada foyda olish bilan bog'liq faoliyat turidir. Strategik menejmentda asosiy e'tibor uning maqsadli yo'nalishga egaligi hisoblanadi, ya'ni yangi tadqiqotlarni jami yo'nalishlarning yagona texnologik jarayoniga birlashuvi ham uning o'ziga xos xususiyatidir. Har bir korxona tashqi omillar hamma xo'jalik faoliyati tabiatini hisobga olgan holda, o'ziga mos menejment strategiyasi va dasturini ishlab chiqadi va amalga oshiradi, chunki eng asosiy maqsad tovarlar va xizmatlarni qaerda, kimga, qanday qilib sotish muammosini hal qilish bo'lsa, bu bozor iqtisodiyoti sharoitida rivojlangan mamlakatlarda ham murakkab va serqirrali faoliyat hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: “O'zbekiston”, 2010.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. Xususiylashtirilgan korxonalarni korporativ boshqarishni takomillayshtirish chora-tadbirlari to'qrisida. «Xalq so'zi», 2003 yil 22 aprel, №85. (3197).
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektorning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish chora-tadbirlari to'qrisida. «Xalq so'zi», 2003 yil 28 yanvar. №23, (3135).
4. O'zb. Res. Prezidenti I. Karimovning mamlakatimizda 2013-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2014-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan vazirlar mahkamasining majlisidagi ma'ruzasidan.
5. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari I.A.Karimov. – T: O'zbekiston, 2009. – 8 b.
6. I.A.Karimov. Oliy majlis qonunchilik palatasi va Senati qo'shma majlisidagi ma'ruzasidan
7. Karimov I.A. Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. –T.: “O'zbekiston”, 2010
8. Karimov I.A. Vatanimizning bosqichma-bosqich va barqaror rivojlanishini ta'minlash – bizning oliy maqsadimiz. 17-jild – T.: “O'zbekiston”, 2009.
9. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: “O'zbekiston”, 2009.
10. Karimov I.A. Mamlakatni modernizatsiya qilish va iqtisodiyotimizni barqaror rivojlantirish yo'lida. 16-jild – T.: “O'zbekiston”, 2008.
11. Nasridinova M., Ahmedov O., Biznes strategiyasi.- T.:1996 y
12. Qosimov G.M.. Menejment. Darslik.-T.:O'zbekiston. 2002 y
13. Saifnazarov I.S. , Murataev I. U. Menejment asoslari. - Toshkent: «Mehnat», 1998

14. O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy ijtimoiy taraqqiyotining mustaqillik yillaridagi (1990-2010 yillar) asosiy tendentsiyavako'rsatkichlari hamda 2011-2015 yillargamo'ljallangan prognozlari: statistik to'plam. – T.: “O'zbekiston”, 2011.
15. G'ulomov S.S., Menejment Boshqaruv sa'nati, nazariyasi va amaliyoti. – T.: 2002
16. Sharifxo'jayev M. Abdullayev Yo. Menejment. – T.: “O'qituvchi”, 2002
17. Shodmonov Sh. Sh., U.V. G'afurov. Iqtisodiyot Nazariyasi. – T.: 2009
18. Sharifxo'jaev M., Abdullaev Yo. Menejment. T. Mexnat. 2000y.
19. Yo'ldoshev va boshkalar. Strategik menejment. O'quv qo'llanma. – T. TDIU. 2003. 212 b.
20. Yo'ldoshev N. Strategik Menejment "ma'ruzalar matni. – T.: 2011
21. Zaynutdinov Sh.N. Menejment asoslari. – T.: “Moliya” 2001
22. Zaynutdinov Sh.N. Ismailova T.S. Ishlab chiqarish menjementi. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2003
23. To'xtaboev A.T., Eraliev A.A. Tashkiliy xatti-harakatlar. Qo'llanma. Andijon: «Hayot», 2001
24. To'xtaboev A. T. Ma'muriy menejment. O'quv qo'llanma. – T.: «Moliya», 2003
25. Yo'ldoshev va boshqalar. Strategik menejment. O'quv qo'llanma. – T. TDIU. 2003.
26. www.yandex.com
27. www.economics.ru
28. www.soliq.uz
29. www.ziynet.uz
30. www.google.uz
31. www.soliqinfo.uz
32. www.stat.uz

BUXGALTERIYA BALANSI - 1-sonli shakl
BUXGALTERSKIY BALANS - forma N 1

1 yanvar__2011__ yilga			Kodlar
na__31 dekabr__ 2011_goda	BIUT bo'yicha 1-shakl		Коды
	Forma N 1 po OKUD	O710001	
Korxona, tashkilot	KTUT	15606323	
Predpritie, organizatsiya «Uzsalaman» KK	bo'yicha-		
Tarmo	po OKPO-		
k	XXTUT	17371	
Otrasl umumiy ovkatlanish	bo'yicha-		
Tashkiliy-xukukiy shakli xususiy	Po OKONX-		
	TISHT	19300	
Organizatsionno-pravovaya forma	bo'yicha-		
Mulkchilik shakli	po KOPF-		
	MSHT	161	
Forma sobstvennosti xususiy	bo'yicha-		
Vazirlik, idora va boshealar	po KFS-		
	DBIBT		
Ministerstva, vedomstva i drugie	bo'yicha-		
Solik to'lovchining identifikatsion rakami	Po SOOGU-		
Identifikatsionnyy nomer nalogoplatel'щika	STIR-	201039410	
Xudud	INN-		
Territoriya	MIOBT-	1730401	
Manzil	SOATO-		
	Jo'natilgan		
Ades Fargona shaxar M.Kosimov kuchasi 62 a uy	sana-		
O'lchov birligi, ming so'm	Data vysylki-		
Edinitsa izmereniya, tys. sum.	Kabul kilingan sana-		
	Data polucheniya-		
	Takdim kilish muddati-		
	Srok predstavleniya-		

Ko'rsatkichlar nomi Naimenovanie pokazatelya	Satr kodi Kod str.	Iisobot davri boshiga Na nachalo otchetnogo perioda	Iisobot davri oxiriga Na konets otchetnogo perioda
1	2	3	4
Aktiv			
I. Uzoq muddatli aktivlar I. Dolgosrochnnye aktivy			
Asosiy vositalar: Osnovnye sredstva:			
Boshlangich (kayta tiklash) qiymati (0100, 0300) Pervonachalnaya (vosstanovitelnaya) stoimost' (0100, 0300)	010	2593806	2750288
Eskirish summasi (0200) Summa iznosa (0200)	011	1928789	2238259
Koldik (balans) qiymati (satr. 010 – 011) Ostatohnaya (balansovaya) stoimost' (str. 010-011)	012	665017	512029
Nomoddiy aktivlar: Nematerialnye aktivy:			
Boshlangich qiymati (0400) Pervonachalnaya stoimost' (0400)	020		
Amortizatsiya summasi (0500) Summa amortizatsii (0500)	021		
Koldik (balans) qiymati (satr. 020 – 021) Ostatohnaya (balansovaya) stoimost' (str. 020-021)	022		
Uzoq muddatli investitsiyalar, jami (satr.040+050+060+070+080), shu jumladan: Dolgosrochnnye investitsii, vsego (str.040+050+060+070+080), v tom chisle:	030	153301	153301
Kimmatli kagozlar (0610) TSennye bumagi (0610)	040	18837	18837
SHo''ba xo'jalik jamiyatlariga investitsiyalar (0620) Investitsii v dochernie khozyaystvennye obshchestva (0620)	050	3238	3238
karam xo'jalik jamiyatlariga investitsiyalar (0630) Investitsii v zavisimye khozyaystvennye obshchestva (0630)	060	131226	131226
CHet el kapitali mavjud bo'lgan korxonalarga investitsiyalar (0640) Investitsii v predpriyatie s inostrannym kapitalom (0640)	070		
Boshka uzoq muddatli investitsiyalar (0690) Prochie dolgosrochnnye investitsii (0690)	080		
O'rnatiladigan asbob-uskunalar (0700) Oborudovanie k ustanovke (0700)	090	142360	142360
Kapital ko'yilmalar (0800)	100	82043	82043

Капитальные вложения (0800)			
Uzok muddatli debitorlik karzlari (0910, 0920, 0930, 0940) Dolgosrochnaya debitorskaya zadoljennost' (0910, 0920, 0930, 0940)	110	136393	
Uzok muddatli kechiktirilgan xarajatlar (0950, 0960, 0990) Dolgosrochnye otsrochennye rasxodы (0950, 0960, 0990)	120		
I bo'lim bo'yicha jami (sitr. 012+022+030+090+100+110+120) Itogo po razdelu I (str. 012+022+030+090+100+110+120)	130	1179114	889733
II. Joriy aktivlar II. Tekuщие активы			
Tovar-moddiy xaziralari, jami (sitr.150+160+170+180), shu jumladan:	140	1166560	1865947
Ishlab chikarish xaziralari (1000, 1100, 1500, 1600) Proizvodstvennye zapасы (1000, 1100, 1500, 1600)	150	542799	1131281
Tugallanmagan ishlab chikarish (2000, 2100, 2300, 2700) Nezavershennoe proizvodstvo (2000, 2100, 2300, 2700)	160	530583	541613
Tayyor maxsulot (2800) Gotovaya produktsiya (2800)	170	52156	125016
Tovarlar (2900 dan 2980 ning ayirmasi) Товары (2900 за минусом 2980)	180	41022	68037
Kelgusi davr xarajatlari (3100) Расходы будущих периодов (3100)	190	1243055	1760499
Kechiktirilgan xarajatlar (3200) Otsrochennye rasxodы (3200)	200	1313458	1610803
Debitorlar, jami (sitr.220+240+250+260+270+280+290+300+310) Debitоры, vsego (str.220+240+250+260+270+280+290+300+310)	210	947220	227753
shundan: muddati o'tgan из нее: просроченная	211		
Xaridor va buyurtmachilarning karzi (4000 dan 4900 ning ayirmasi) Zadoljennost' pokupateley i zakazchikov (4000 za minusom 4900)	220	605067	205916
Ajratilgan bo'linmalarining karzi (4110) Zadoljennost' obosoblennыx podrazdeleniy (4110)	230	31636	15664
SHo'ba va earam xo'jalik jamiyatlarning karzi (4120) Zadoljennost' dochernix i zavisimыx xozyaystvenных obществ (4120)	240		
Xodimlarga berilgan bo'naklar (4200) Авансы, выданные персоналу (4200)	250		
Mol yetkazib beruvchilar va pudratchilarga berilgan bo'naklar (4300) Авансы, выданные поставщикам и подрядчикам (4300)	260	56056	6173
Byudjetga solik va yigimlar bo'yicha bo'nak to'lovlari	270	1804	

(4400) Авансовые платежи по налогам и сборам в бюджет (4400)			
Масъадли давлат jamgarmalari va sugurtalar bo'yicha bo'nak to'lovlari (4500) Авансовые платежи в государственные целевые фонды и по страхованию (4500)	280		
Ta'sischiarning ustav kapitaliga ulushlar bo'yicha karzi (4600) Задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал (4600)	290		
Xodimlarning boshea operatsiyalar bo'yicha karzi (4700) Задолженность персоналу по прочим операциям (4700)	300	5000	
Boshea debitorlik karzlari (4800)+BR+09 Прочие дебиторские задолженности (4800)	310	247057	
Пул mablaglari, jami (satr.330+340+350+360), shu jumladan: Денежные средства, всего (стр.330+340+350+360), в том числе:	320	59205	551
Kassadagi pul mablaglari (5000) Денежные средства в кассе (5000)	330	0	1
Xisoblashish schyotidagi pul mablaglari (5100) Денежные средства на расчетном счете (5100)	340	59006	19
CHet el valyutasidagi pul mablaglari (5200) Денежные средства в иностранной валюте (5200)	350		
Boshka pul mablaglari va ekvivalentlari (5500, 5600, 5700) Прочие денежные средства и эквиваленты (5500, 5600, 5700)	360	199	531
Kiska muddatli investitsiyalar (5800) Краткосрочные инвестиции (5800)	370		
Boshka joriy aktivlar (5900) Прочие текущие активы (5900)	380	4323	13850
II bo'lim bo'yicha jami (satr.140+190+200+210+230+320+370+380) Итого по разделу II (стр. 40+190+200+210+230+320+370+380)	390	4733821	5479403
Balans aktivi bo'yicha jami (satr.130+390) Всего по активу баланса (стр.130+стр.390)	400	5912935	6369136

Ko'rsatkichlar nomi Наименование показателя	Satr kodi Kod str.	Xisobot davri boshiga	Xisobot davri oxiriga
		Na nachalo otchetnogo perioda	Na konets otchetnogo perioda
1	2	3	4
Passiv			
I. O'z mablaglari manbalari			
I. Istochniki sobstvennykh sredstv			
Ustav kapitali (8300) Уставный капитал (8300)	410	1873103	1873103
Ko'shilgan kapital (8400) Добавленный капитал (8400)	420	11266	11266
Rezerv kapitali (8500) Резервный капитал (8500)	430	388999	418626
Sotib olingan xususiy aksiyalar (8600)	440		
Taksimlanmagan foyda (сoпланmagan zarar) (8700) Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) (8700)	450	206400	45286
Maksadli tushumlar (8800) Целевые поступления (8800)	460		
Kelgusi davr xarajatlari va to'lovlari uchun zaxiralar (8900) Резервы предстоящих расходов и платежей (8900)	470		
I bo'lim bo'yicha jami (satr.410+420+430-440+450+460+470)	480	2479768	2348281
Itogo po razdelu I (str.410+420+430-440+450+460+470)			
II. Majburiyatlar			
II. Obyazatel'stva			
Uzok muddatli majburiyatlar, jami (satr.500+510+520+530+540+550+560+570+580+590)	490	848710	1522830
Dolgosrochnnye obyazatel'stva, vsego (str.500+510+520+530+540+550+560+570+580+590)			
shu jumladan: uzok muddatli kreditorlik karzlari (satr.500+520+540+560+590) v tom chisle: dolgosrochnnaya kreditorskaya zadoljennost' (str.500+520+540+560+590)	491		
Mol yetkazib beruvchilar va pudratchilarga uzok muddatli karz (7000) Долгосрочная задолженность поставщикам и подрядчикам (7000)	500		
Ajratilgan bo'linmalarga uzok muddatli karz (7110) Долгосрочная задолженность обособленным подразделением (7110)	510		
SHo''ba va karam xo'jalik jamiyatlarga uzok muddatli karz (7120)	520		
Uzok muddatli kechiktirilgan daromadlar (7210, 7220, 7230) Долгосрочные отсроченные доходы (7210, 7220, 7230)	530		
Solik va majburiy to'lovlar bo'yicha uzok muddatli kechiktirilgan majburiyatlar (7240)	540		
Boshka uzok muddatli kechiktirilgan majburiyatlar (7250,	550		674120

7290) Prochie dolgosrochnnye otsrochennnye obyazatel'stva (7250, 7290)			
Xaridorlar va buyurtmachilardan olingan bo'naklar (7300) Avansy, poluchennnye ot pokupateley i zakazchikov (7300)	560		
Uzok muddatli bank kreditlari (7810) Dolgosrochnnye bankovskie kredity (7810)	570		
Uzok muddatli karzlar (7820, 7830, 7840) Dolgosrochnnye zaumy (7820, 7830, 7840)	580		
Boshka uzok muddatli kreditorlik karzlar (7900) 2% aktsiz Prochie dolgosrochnnye kreditorskie zadoljennosti (7900)	590	848710	848710
Joriy majburiyatlar, jami (sotr.610+630+640+650+660+670+680+690+700+710+720+730+740+750+760) Tekušie obyazatel'stva, vsego (str.610+620+630+640+650+660+670+680+690+700+710+720+730+740+750+760)	600	2584457	2498025
shu jumladan: joriy kreditorlik karzlari (sotr.610+630+650+670+680+690+700+710+720+760) v tom chisle: tekušaya kreditorskaya zadoljennost' (str.610+630+650+670+680+690+700+710+720+760)	601	2584457 747318	2498025 842878
shundan: muddati o'tgan joriy kreditorlik karzlari iz nee: prosrochennaya tekušaya kreditorskaya zadoljennost'	602	2746	11343
Mol yetkazib beruvchilar va pudratchilarga karz (6000) Zadoljennost' postavšikam i podryadchikam (6000)	610		
Ajratilgan bo'linmalarga karz (6110) Zadoljennost' obosoblenным podrazdeleniyam (6110)	620		
SHo''ba va earam xo'jalik jamiyatlariga karz (6120) uyushma Zadoljennost' dochernim i zavisimым hozyaystvenным obšestvam (6120)	630		
Kechiktirilgan daromadlar (6210, 6220, 6230)	640		
Solik va majburiy to'lovlar bo'yicha kechiktirilgan majburiyatlar (6240) Otsrochennnye obyazatel'stva po nalogam i obyazatel'ным platejam (6240)	650		
Boshka kechiktirilgan majburiyatlar (6250, 6290) Prochie otsrochennnye obyazatel'stva (6250, 6290)	660		
Olingan bo'naklar (6300) 63+61 Poluchennnye avansy (6300)	670	533	56760
Byudjetga to'lovlar bo'yicha karz (6400) Zadoljennost' po platejam v byudjet (6400)	680	1332681	1127965
Sugurtalar bo'yicha karz (6510)	690		
Maksadli davlat jamgarmalariga to'lovlar bo'yicha karz (6520) Zadoljennost' po platejam v gosudarstvenные tselevые fondы (6520)	700	412104	410762
Ta'sischilarga bo'lgan karzlar (6600)	710		

Zadoljennost' uchreditelyam (6600)			
Mexnatga xak to'lash bo'yicha karz (6700) Zadoljennost' po oplate truda (6700)	720	69612	39605
Kiska muddatli bank kreditlari (6810) Kratkosrochnye bankovskie kredity (6810)	730		
Kiska muddatli qarzlari (6820, 6830, 6840) Kratkosrochnye zaumy (6820, 6830, 6840)	740		
Uzok muddatli majburiyatlarning joriy kismi (6950) Tekushchaya chast' dolgosrochnyx obyazatel'stv (6950)	750		
Boshka kreditorlik karzlari (6950 dan tashqari 6900) Prochie kreditorskie zadoljennosti (6900 krome 6950)	760	19463	8712
II bo'lim bo'yicha jami (satr.490+600) Itogo po razdelu II (str.490+600)	770	3433167	4020855
Balans passivi bo'yicha jami (satr.480+770) Vsego po passivu balansa (str.480+770)	780	5912935	6369136

- O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirining
2002 yil 27 dekabrda 140-sonli buyrug'iga
2-sonli ilova, O'zR AV tomonidan 2003 y.
24 yanvarda ro'yxatga olingan N 1209

**MOLIYAVIY NATIJALAR TO'GRISIDAGI
XISOBOT - 2-sonli shakl
OTCHET O FINANSOVYX REZULTATAX -
forma N 2**

2009 yil 1 yanvardan 2009 yil 1 aprelgacha

s 1 yanvarya po 1 ____aprelya____ 2009_god

Korxona, tashkilot

Predpriyatie, organizatsiya « **UZSALAMAN» KK**

Tarmok

O'trasl' ____**Eg-moy maxsulotlari ishlab chikarish**____

Tashkiliy-iucuciy shakli

Organizatsionno-pravovaya forma **aktsiyadorlik**____

Mulkchilik shakli

Forma sobstvennosti ____**aktsiyadorlik**____

Vazirlik, idora va boshqalar

Ministerstva, vedomstva i drugie **«UZBEKCHARMPOYAFZAL» DAK**

Solik to'lovchining identifikatsion raqami **200146438**

Identifikatsionnyy nomer nalogoplatel'shika

Xudud ____**Fargona viloyati**____

Territoriya

Manzil

Adres ____**Fargona shahar Kuvasoy kuchasi 61**____

O'lchov birligi, ming so'm

Edinitsa izmereniya, tys. sum.

	Kodlar Коды
BIUT bo'yicha 2-shakl- Forma N 2 po OKUD-	0710002
KTUT bo'yicha- po OKPO-	15606323
XXTUT bo'yicha- po OKONX-	17371
TISHT bo'yicha- po KOPF-	19300
MSHT bo'yicha- po KFS-	161
DBIBT bo'yicha- po SOOGU-	08144
STIR- INN-	200146438
MIOBT- SOATO-	1730401
Jo'natilgan sana- Data vysylki-	
kabul eilingan sana- Data polucheniya-	

Ko'rsatkichlar nomi Наименование показателя	Satr kodi Kod stroki	O'tgan yilning shu davrida За соответствующий period прошлого года		Isobot davrida За отчетный период	
		Daromad lar (foйда) Доходы (прибыль)	Xarajat lar (zararlar) Расходы (убытки)	Daromad Lar (foйда) Доходы (прибыль)	Xarajat Lar (zararlar) Расходы (убытки)
1	2	3	4	5	6
Maxsulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishdan sof tushum <i>Чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг)</i>	010	2873114		3871901	
Sotilgan maxsulot (tovar, ish va xizmat) larning tannarxi	020		2549067		3308938
Maisulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishning yalpi foydasi (zarari) (satr.010-020)	030	324047		562963	
Davr xarajatlari, jami (satr.050+060+070+080), shu jumladan:	040		251064		302128
Sotish xarajatlari <i>Расходы по реализации</i>	050		21336		25075
Ma'muriy xarajatlar <i>Административные расходы</i>	060		138409		151122
Bosha operatsion xarajatlar <i>Прочие операционные расходы</i>	070		91319		125932
Kelgusida solicea tortiladigan bazadan chegariladigan isobot davri xarajatlari	080				
Asosiy faoliyatning bosha daromadlari	090				
Asosiy faoliyatning foydasi (zarari) (satr. 030- 040+090)	100	72983		260835	
Moliyaviy faoliyatning daromadlari, jami (satr.120+130+140+150+160), shu jumladan:	110	22123		23154	
Dividendlar shaklidagi daromadlar	120				
Foizlar shaklidagi daromadlar	130				
Uzoq muddatli ijara (lizing) dan daromadlar	140				
Valyuta kursi farqidan daromadlar	150				
Moliyaviy faoliyatning bosha daromadlari	160	21381		56444	
Moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar (satr.180+190+200+210), shu jumladan: <i>Расходы по финансово-хозяйственной деятельности (стр.180+190+200+210), в том числе:</i>	170				5000
Foizlar shaklidagi xarajatlar <i>Расходы в виде процентов</i>	180				5000
Uzoq muddatli ijara (lizing) bo'yicha foizlar shaklidagi xarajatlar	190				
Valyuta kursi farqidan zararlar <i>Убытки от валютных курсовых разниц</i>	200				
Moliyaviy faoliyat bo'yicha boshqa xarajatlar	210				
Umumxo'jalik faoliyatining foydasi (zarari) (satr.100+110-170)	220	95106		278989	
Faveuloddagi foyda va zararlar	230				
Daromad (foйда) solijini to'lagunga qadar foйда (zarar) (satr.220+/-230)	240	95106		278989	
Daromad (foйда) soligi	250				
Foydadan bosha soliqlar va yig'imlar	260				7253,2
Hisobot davrining sof foydasi (zarari) (satr.240-250-260)	270	95106		271735,8	

BYUDJETGA TO'LOVLAR TO'JRISIDA MA'LUMOT

Ko'rsatkichlar nomi Наименование показателя	Satr kodi Kod stroki	Iisob bo'yicha to'lanadi Prichitaetsya po raschetu	Iacicatda to'langan Fakticheski vneseno
Yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) Soligi	280		
Jismoniy shaxslardan olinadigan ddromad soligi	290	29927	59053
SHu jumladan: shaxsiy jamgarib boriladigan pensiya xisobvaraklariga ajratmalar	291	2804	2819
Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish soligi	300		191060
Kushilgan kiymat soligi	310		
Aktsiz soligi	320		
Er osti boyliklaridan foydalanganlik uchun solik Nalog za pol'zovanie nedrami	330		
Suv resurslaridan foydalanganlik uchun tulov Nalog za pol'zovanie vodnymi resursami	340		
Yuridik shaxslarning mol-mulkiga solinadigan solik Nalog na имущество yuridicheskix lits	350		
Yuridik shaxslardan olinadigan yer soligi Zemельный nalog s yuridicheskix lits	360		
Yagona solik tulovi	370		
Yagona yer soligi	380		
Kat'iy belgilangan solik Fiksirovannые nalogi	390		
Boshka soliklar	400		
Respublika yul jamgarmasiga majburiy tulovlar Obyazatel'ные otchisleniya v dorojный fond	410		
Byudjetdan tashkari pensiya jamgarmasiga majburiy tulovlar Obyazatel'ные otchisleniya vo vnebyudjetный pensionный fond	420	11896	11250
Maktab ta'limi jamgarmasiga majburiy tulovlar Obyazatel'ные otchisleniya v Fond shkol'nogo obrazovaniya	430		
Yagona ijtimoiy tulov Edinyy sotsial'ный platej	440	41701	79657
Import buyicha bojxona boji Importные таможенные пошлины	450		
Maxalliy byudjetga yigimlar Sbory v mestный byudjet	460		
Byudjetga to'lovlarning kechiktirilganligi uchun moliyaviy jazolar	470		
Jami byudjetga to'lovlar summasi (280 dan 470 satrgacha, 291 satrdan tashcari)	440	83524	341020