

KOMPANIYA ISHINI TASHKIL ETISH VA UNI YURUTISH STRATEGIYASI

Solijonov Sarvarbek Qaxramonjonovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Iqtisodiyot fakulteti 2 – bosqich talabasi

Elektron pochta: sssolijonovuzb@gmail.com

Telefon raqami: +998772800816

Urunbayeva Yulduz Pirnazarovna

Ilmiy rahbar:

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Iqtisodiyot nazariyasi kafedrasi dotsenti

Annotatsiya: *Bu maqola ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish sohalarida tashkil etiladigan kompaniya, korxona, turli tashkilotlar tuzulishi, ularning umumiy strategiyalari rivojlanish va kengayish yo'nalishlari, qonuniy – huquqiy tuzulishlari turli boshqaruv tizimlari hamda sanoatning barcha tarmoqlariga mos tushadigan strategiyalar va strukturaviy g'oyalar haqidagi maqoladir. Bu maqola yangi davrda texnologik inqilob borasidagi fikrlar va takliflar majmuidir.*

Kalit so'zlar: *Kompaniya, korxona, Aksiyadorlik jamiyati, sanoat, strategiya diversifikatsiya, vertical integratsiya, gorizonta integratsiya, intensive, ekstensiv g'oya, investitsiya, kapital, texnologiya, amortizatsiya, tahlil, raqobat, vision tahlil, risk menejmenti, prognozlar.*

Kompaniya (lotincha: *compania*) — iqtisodiy faoliyat (ishlab chiqarish, savdo, vositachilik, moliya, sug'urta va boshqalar) olib borish uchun uyushgan yuridik va jismoniy shaxslar, tadbirkorlar birlashmasi. Kompaniya deyilganda birlashmalar, shirkatlar, xo'jalik jamiyatlari, firmalar, korporatsiyalar, ya'ni turli tashqiliy-huquqiy shakllarga ega bo'lgan korxonalar tushuniladi. Kompaniya yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi. Kompaniya sherikchilik, korporatsiya

tamoyillari, tadbirkorlik faoliyatining boshqa tamoyillari bo'yicha faoliyat kursatishi mumkin.¹⁴

Kompaniyaning huquqiy shakllari O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlari qanday tashkil etilishi va faoliyat yuritishini belgilaydi; asosan, yuridik shaxs bo'lib tashkil topuvchi korxonalar (masalan, MChJ, XAJ, OAJ) hamda yuridik shaxs tashkil etmaydigan oilaviy tadbirkorlik (dehqon xo'jaligi, yakka tartibdagi

tadbirkorlik) kabi asosiy turlarga ajratiladi, har biri o'zining majburiyatlari, javobgarligi va boshqaruv tuzilmasiga ega¹⁵

- **Mas'uliyati Cheklangan Jamiyat (MChJ):** Eng keng tarqalgan shakl. Qatnashchilari o'z hissalariga kiritgan mablag'lari doirasida javob beradi.

- **Xususiy Aksiyadorlik Jamiyati (XAJ):** Aksiyalari faqat ma'lum bir shaxslarga tegishli bo'lgan, aksiyadorlar javobgarligi o'z hissalariga to'g'ri keladigan miqdor bilan cheklangan jamiyat.

- **Ochiq Aksiyadorlik Jamiyati (OAJ):** Aksiyalari ommaviy sotiladigan, jamiyatning ustav kapitali aksiyalarga bo'linadigan shakl.

- **To'liq Sheriklik va Kommandit Sheriklik:** Birgalikda biznes yurituvchi sheriklar ishtirokidagi shakllar

Bizni mamlakatimizda ushbu kompaniya shakllaridan tashqari yana bir shakli mavjudki, biz uni boshqacha nom bilan ataganmiz.

- **Mas'uliyati cheklanmagan jamiyati (to'liq shirkat)** – bu huquqiy shakil, kompaniya ta'sischilarining kompaniyadagi mas'uliyatini cheklanmagan holatda belgilanishni bildiradi. Kompaniya ehtimoliy Zarar yoki inqirozga yuz tutsa, uning ta'sischilari barcha mas'uliyat va to'lovlarni o'z mol – mulklari hisobiga qoplaydilar.

Kompaniyaning yaratishda eng asosiysi bu g'oyadir. Kompaniya tasischilari, ma'lum bir g'oyalar yoki umumiy maqsad yo'lida, g'oyada birlashgan holatda o'zaro kelishuv amalga oshiradilar. Kompaniya resurslari, kapitali va investitsiya ham uning g'oyasi, maqsadisiz hech qanday foyda keltirmaydi.

1. ¹⁴ O'ZME. Birinchi jild. Toshkent, 2000-yil

¹⁵ <https://info.dt.uz/uz/9bae6e95-1a66-427c-8dd2-46387d22d701>

Jamiyatda turli xil ijtimoiy – iqtisodiy muammolar mavjud, xususan mamlakat miqiyosida ham. G'oyalar esa, muammolarni yechish uchun muhimdir. Kompaniya g'oyasi ham ma'lum bir muammoga yechim sifatida yoxud yangilik sifatida yaratilishi kerak. U biror bir masalani hal qilishi yoki yangi yangilikni ochib berishi kerak. Shu asosda hozirgi mamlakatimizda bo'layotgan iqtisodiy jarayonlarni hisobga olgan holda, sanoatimizning yangi davrga mos tarzda rivojlanishi va yuksalishi uchun yangi asosni taklif etaman.

Kompaniya g'oyasi aniqlab olinganidan so'ng uning texnik moliyaviy hamda iqtisodiy jihatlarini tahlil qilish lozim. Kompaniya ta'sischilarini aniqlashtirish va kompaniyaning huquqiy tuzulishini belgilash kerak. Bu borada yuorida ma'lumotlar keltirilgan.

Kompaniyaning tuzulishidagi yana bir asosiy jihat bu, uning nomidir. Kompaniyaning nomi o'ziga xos bo'lishi va unga o'xshash nom bo'lmasligi lozim.

3-modda. Firma(Kompaniya) nomi

Firma nomi yuridik shaxs bo'lgan tijorat tashkilotining (bundan buyon matnda yuridik shaxs deb yuritiladi) individual nomi bo'lib, unga doir mutlaq huquq yuridik shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan vaqtda yuzaga keladi¹⁶

Kelgusidagi harakatlarga muvofiq aniq va maqsadli strategiyalar ishlab chiqish lozim. **Kompaniya** – tashkillashtirish maqsadi, shunchaki daromad topish bo'lishi mumkin. Biroq rivojlanish, ham jamiyat uchun ham davlat uchun muhim.

Fikrimcha Kompaniyaning tashkiliy to'rt asosi mavjud:

1. G'oya
2. Ta'sischilar
3. Tahlil
4. Kapital va investitsiya

¹⁶ [https://www.lex.uz/docs/-](https://www.lex.uz/docs/-1055517?ONDATE=03.02.2022#:~:text=Firma%20onomi%20yuridik%20shaxs%20bo%CA%BBlgan,ro%CA%BByxatidan%20o%CA%BBtkazilgan%20vaqtda%20yuzaga%20keladi)

[1055517?ONDATE=03.02.2022#:~:text=Firma%20onomi%20yuridik%20shaxs%20bo%CA%BBlgan,ro%CA%BByxatidan%20o%CA%BBtkazilgan%20vaqtda%20yuzaga%20keladi](https://www.lex.uz/docs/-1055517?ONDATE=03.02.2022#:~:text=Firma%20onomi%20yuridik%20shaxs%20bo%CA%BBlgan,ro%CA%BByxatidan%20o%CA%BBtkazilgan%20vaqtda%20yuzaga%20keladi)

Kompaniya infratuzilmasida, maqsad hamda strategiyalar, g'oyaning asosiy tuzulishidan kelib chiqadi. Kompaniya qadriyati ya'ni uning strategiyasi ham shular jumlasidan.

Boshqaruv tuzilmasi va xodimlar bilan ishlash, bu boradagi ichki siyosatni **ta'sischi** yaratadi. Mehnat resurslari borasidagi masalalarni ham hodimlarni jalb etish ichki ish faoliyatidagi madaniyatni shakllantirish ham standartlar va qoidalarni ham ular ta'sis etadilar.

Tahlil bu – kompaniyaning bozor holatini o'rganishga, g'oyaviy maqsad va strategiya ehtimoliy xarajat va daromad, foydasini o'rganishga yordam beradi. Bozordagi havflar va imkoniyatlar haqida bilishga va turli samarali strategiyalar ishlab chiqishga imkon beradi.

Kapital va investitsiya – bu kompaniyaning moddiy, moliyaviy asosidir. Texnik obyektlar, texnologik tizimlar va qurilmalar, mehnat predmentlari, infratuzilmalar va transport ham asosiy kapital tarkibidadir. Investitsiya esa kompaniya strategiyasining moliyaviy vositasi va faoliyati zanjiridir.

Hozirgi tez o'zgarayotgan zamonda, biz bilishimiz kerak bo'lgan narsa shuki, biz To'rtinchi sanoat inqilobida yashayapmiz. Buborada Jahon iqtisodiy forumi asoschisi va prezidenti **Klaus Shvab** shunday deydi:

“Biz hali bu inqilobning shiddati va ko'lamini to'laligicha tushunib yetmadik. Miliardlab odamlarning mobil qurilmalar yordamida o'zaro bog'lanib, ko'z ko'rib, quloq eshitmagan malumotlarni qayta ishlash quvvati, saqlash hajmi va bilimlardan foydalanish natijasida kelib chiqadigan cheksiz imkoniyatlar haqida o'ylab ko'ring. Yoki sun'iy intellect (AI – Artificial Intelligence), robot texnologiyalari, buyumlar interneti (IoT – Internet of Things), o'ziyurar avtomobillar, uch o'lchamli (3D) printlash, nano va biotexnologiyalar, kvant kompyuterlari va boshqa ko'plab sohalarda erishilgan texnologik yutuqlarni

olaylik.¹⁷” **Klaus Shvab** to’rtinchi sanoat inqilobini raqamli axborot va raqamli dunyo inqilobi deb hisoblaydi. Unda asosiy urg’u ish yuritishning yangi modellari ishlab chiqilishi va ularning asosi:

-
- Raqamli
 - Moddiy
 - Biologik dunyolarni birlashtirish g’oyalari ekanligini ta’kidlaydi.

Kompaniyalarning hajmi, ularning rivojlanish bosqichlarda o’zgarib boruvchi miqiyosdir. Albatta kompaniya va tashkilotlar o’z faoliyatlari bilan davlat iqtisodi yoki milliy iqtisodiyotga, soliqlar, turli to’lovlar va texnologik yangilanishi tufayli foyda keltiradi.

Iqtisodiyoti rivojlanayotgan davlatlarda kompaniya va tashkilotlar, kichik va o’rta hajmdagi bizneslar, milliy iqtisodiyotga yana bir foydali tomoni, ular ishsizlik muammosini ham hal etishlari mumkin.

Bundan tashqari, kichik biznes jismoniy shaxslarga ish va shaxsiy hayotni birlashtirish, o’z salohiyatini ro’yobga chiqarish va qobiliyatlari va iste’dodlarini namoyish etish imkoniyatini beradi. Kichik biznesning bu salohiyati ijtimoiy iqtisodiyotni rivojlantirayotgan mamlakatlarda uning rivojlanishiga jiddiy e’tibor qaratishni taqozo etadi. Aynan shu aholining iqtisodiy tashabbusini rivojlantirish va tadbirkorlik salohiyatini safarbar qilish orqali bandlikni saqlab qolish qobiliyati kichik biznesni mehnat bozorini tartibga solish vositalaridan biriga aylantiradi, bu esa davlatning katta investitsiyalarisiz bandlikni barqarorlashtirishga imkon beradi.¹⁸

¹⁷ To’rtinchi sanoat inqilobi, Shvab Klaus [Matn]: / Klaus Shvab, tarjimon Sarvinoz Qosimova, – Toshkent: NIHOL, 2022. –248b ISBN: 978-9943-23-217-4 (Kirish 9-10 b. va 96-97 b.)

¹⁸ Урунбаева, Ю. П. (2023). Роль малого бизнеса в развитии страны. INTERNATIONAL JOURNAL OF RECENTLY SCIENTIFIC RESEARCHER'S THEORY, 1(9), 105-108.

Kichik va xususiy biznesni rivojlantirish orqali ish o'rinlari sonini yanada ko'paytirish, global moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida mehnat bozoriga ta'sir ko'rsatishning eng istiqbolli yo'nalishi sifatida, iqtisodiyotga ta'sir ko'rsatishning davlat usullari va bozorning o'zini o'zi boshqarish mexanizmlari o'rtasida optimal o'zaro ta'sirni ta'minlash, kengaytirilgan takror ishlab chiqarishning ob'ektiv shartlarini va milliy iqtisodiyotning bo'linmalari, tarmoqlari va tarmoqlari o'rtasidagi nisbatlarni saqlab qolishni hisobga olish zarur. Bundan tashqari, kichik biznes sektoriga berilgan rol nafaqat mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirish salohiyatini, balki uning ijtimoiy maqsadini ham - aholini ish bilan ta'minlashni ta'minlash, mulkdorlar sinfini shakllantirish va boshqalarni ham hisobga olishi kerak.

Endilikda kompaniya strategiyalari haqida gapirsak. “**Strukturaviy Strategiya**” tushunchasini keltirib o'taman. Bu tushuncha iqtisodiyot sohasida, barcha tarmoqlar uchun asos strategiya ro'lini ijro etuvchi strategiya bo'lib, unda asosiy mohiyat:

- Tarmoqlarning maqsadli rejalarida samarali foyda yo'nalishlarini aniqlash.
- Ushbu tarmoqlarning zamon talablariga muvofiq rivojlanish yo'nalishlarini ishlab chiqish.

Strategiya bu kompaniyaning g'oyaviy, maqsadli va ko'p yillik harakatlar rejasidir. Shu asosda, uning ma'lum qisimlarini keltirib o'tamiz. Kompaniya shakllanishida, faoliyat turini aniqlashtirish, uning bozordagi o'rnini va shu tarmoq faoliyatiga mos tarzda harakatlar mavjud.

Diversifikatsiya – bu mavjud ishlab chiqarish yoki xizmatlar sohasida malum bir turdagi To'var va xizmat bilan cheklanib qolmasdan, boshqa turdagi To'var va xizmatlarni ishlab chiqarishni qo'shib olishni hamda shu bilan birga, risk (Keskin harakat, haraf) larni kamaytirishni ham nazarda tutadi.

Vertikal integratsiya — bu kompaniya o'z nazoratini ta'minot zanjirining bir necha bosqichlariga kengaytiradigan strategik yondashuvdir. Ushbu strategiya kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish, samaradorlikni yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish va materiallar yoki xizmatlarning barqaror ta'minotini ta'minlash orqali biznesning muvaffaqiyatini oshirishi mumkin. Vertikal

integratsiya orqa integratsiya (yetkazib beruvchilarni sotib olish) yoki oldinga integratsiya (tarqatishchilarni sotib olish) orqali amalga oshirilishi mumkin.¹⁹

Intensiv va ekstensiv rivojlanish – Bu korxonaning asosiy kapitalini, mehnat predmentlarini va turli texnikalarni, texnologik yangilash va ulardan samarali foydalanishni tashkil etish, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish orqali rivojlanish usullaridir.²⁰

Bu hozirgi davrda muhim bo'lgan va tez o'zgarayotgan bozorlarga moslashish imkonini beradi. Sanoat va xizmat ko'rsatish sohasidagi texnologik o'zgarishlarni bosqichma – bosqich **intensive** va **ekstensiv** usullar yordamida amalga oshirish zarur.

“Strukturaviy strategiya” Bu yuqorida ta'kidlanganidek, iqtisodiyotning barcha soha va tarmoqlari uchun umumiy bo'la oladigan, rivojlanish strategiyasidir. Unga ko'ra, soha yoki tarmoq faoliyatini tashkil etishda va uni strategiyasida yuqorida sanab o'tilgan, **Diversifikatsiya, vertical integratsiya, intensive** hamda **ekstensiv** rivojlanish usullari va **davriylik** tamoyillariga amal qilish lozim.

Barcha sanoat tarmoqlari ishlab chiqarish mahsulotlari turli xil bo'lganligi sababli, barcha xizmatlar sohasidagi xizmat turlarining ko'pligi bu borada **diversifikatsiya** usulidan foydalanishga imkon beradi. Bozorning beqaror o'zgarishi, soha va tarmoqlarda kutiladigan havf (risk) larni taqsimlash va ehtimoliy zararlarni kamaytirishga yordam beradi.

Hozirgi iqtisodiy rivojlanish vaqtida **gorizontal integratsiyani** imkoni kamroq bo'lsada, **vertical integratsiyani** amalga oshirish osonroq va xavfsiz.

Bu nima uchun zarur? Vertikal integratsiya, ortiqcha xarajatlarni kamaytirish va ta'minot zanjirini nazorat qilish uchun hamda mahsulot va xizmatning sifatli bo'lishi uchun muhimdir. Bu usulni, asosan Brend tovarlar ishlab chiqaruvchi

¹⁹ <https://orginfo.uz/article/575-vertical-integratsiya/>

²⁰ ⁷Iqtisodiyot nazariyasi : Darslik. Shodmonov Sh.. – Toshkent, : « LESSON PRESS » nashriyoti, 2021, (478 – 479 bb)

kompaniyalar qo'llaydi. Hozirgi iqtisodiy hamda siyosiy beqarorliklarni hisobga olgan holda, bu usulning ahamiyati oshadi.

Intensiv va ekstensiv rivojlanish usullari, har bir ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi uchun eng optimal rivojlanish usullaridandir. Yuqoridagi diversifikatsiya va vertical integratsiya usullariga qo'shimcha tarzda bosqichma – bosqich amalga oshiriladigan intensive va ekstensiv rivojlanish, soha va tarmoqlarni uzoq yillar davomidagi faoliyatini ta'minlaydi.

Tez o'zgarayotgan texnologik va raqamli zamonda unga moslashish va qo'shimcha samaradorlikka erishish zaruriyati paydo bo'ladi. Yuqoridagi usullar esa qo'shimcha samaradorlik va yangi holatlarga moslashish uchun qulay, muhimdir.

Davriylik tamoyili – bu kompaniya faoliyati jarayonida bozor holatiga moslashishidir. Ba'zi farazlarga ko'ra bu faqat bozor talablariga emas ijtimoiy, ekologik talablarga moslashishni anglatadi.

Qonuniy – huquqiy jihatdan ro'yhatdan o'tkazish.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risida NIZOM²¹

1-bob. Umumiy qoidalar

1. Ushbu Nizom yuridik va jismoniy shaxslarni — tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlarini belgilaydi.

Ushbu Nizom talablari davlat ro'yxatidan o'tkazilishi qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladigan banklar va kredit byurolari, ularning vakolatxonalari hamda filiallari, shuningdek nodavlat notijorat tashkilotlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishga tatbiq etilmaydi.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yishning avtomatlashtirilgan tizimi (keyingi o'rinlarda Tizim deb ataladi) — tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishni, shuningdek ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar va vakolatli tashkilotlarning ushbu jarayondagi elektron hamkorligini ta'minlovchi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari kompleksi;

²¹ <https://lex.uz/docs/-3111347>

Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazish (davlat ro'yxatidan o'tkazish) — ro'yxatdan o'tkazuvchi organning tadbirkorlik subyektlarining ro'yxatdan o'tkazish ma'lumotlarini qonun hujjatlarida belgilangan tartibda Tadbirkorlik subyektlari yagona davlat reyestriga (keyingi o'rinlarda Reyestr deb ataladi) kiritish bilan bog'liq bo'lgan harakatlari;

Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan qayta o'tkazish (qayta ro'yxatdan o'tkazish) — ro'yxatidan o'tkazuvchi organning qonun hujjatlarida belgilangan tartibda Reyestrda tadbirkorlik subyektlarining ro'yxatdan o'tkazish ma'lumotlarini o'zgartirish bilan bog'liq bo'lgan harakatlari;

Ariza beruvchi — ro'yxatdan o'tkazuvchi organlarga tegishli so'rovnomalar, ariza bilan murojaat qilgan yuridik yoki jismoniy shaxslar yoxud ular tomonidan belgilangan tartibda vakolat berilgan shaxslar;

Umumiy ma'lumotnoma — ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar va vakolatli tashkilotlar tomonidan Tizimda joylashgan ma'lumotlarni avtomatik tarzda yangilab borish, shuningdek ariza beruvchilar tomonidan Tizim orqali taqdim etiladigan ro'yxatdan o'tkazish ma'lumotlarini turkumlash imkonini beradigan klassifikatorlarni o'z ichiga oluvchi, Tizimda konsolidatsiya qilingan ma'lumotnoma;

Tizimdan foydalanuvchi — ro'yxatdan o'tkazuvchi organ yoki vakolatli tashkilotning tegishli organ zimmasiga yuklangan vazifa va funksiyalarni bajarish uchun rahbar buyrug'i bilan Tizimdan foydalanishga vakolat berilgan xodimi;

Tadbirkorlik subyekti davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma (keyingi o'rinlarda ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma deb ataladi) — ro'yxatdan o'tkazish ma'lumotlari Reyestrda kiritilganligi holatini tasdiqlovchi belgilangan namunadagi elektron hujjat;

Vakolatli tashkilotlar — qonun hujjatlari bilan davlat soliq xizmati organlarida, davlat statistika organlarida davlat hisobiga qo'yish, tadbirkorlik subyektlariga ruxsat etish xususiyatiga ega hujjatlar, litsenziyalar berishga doir funksiyalar zimmasiga yuklangan davlat organlari va boshqa tashkilotlar, shuningdek qonun hujjatlarida belgilangan tartibda baholash, matbaa, bank faoliyatini amalga oshiruvchi tadbirkorlik subyektlari;

Elektron hujjatlarning repozitoriysi — elektron hujjatlarni qayta ishlashni va saqlashni ta'minlovchi, shuningdek O'zbekiston Respublikasi Yagona interaktiv

davlat xizmatlari portalida (keyingi o‘rinlarda Yagona portal deb ataladi) shakllantirilgan elektron hujjatning haqiqiylikini tekshirish vositalarini taqdim etuvchi axborot resursi;

Foydalanuvchilarni identifikatsiya qilish yagona axborot tizimi (Yagona identifikatsiya qilish tizimi) — jismoniy va yuridik shaxslarni haqiqiy identifikatsiya qilishni, shuningdek idoralararo elektron hamkorlikda mansabdor shaxslarning axborot tizimlari va ma’lumotlar bazalaridan ruxsat olib foydalana olishlarini ta’minlovchi davlat axborot tizimi.

4. Davlat ro‘yxatidan o‘tkazish ushbu Nizomga 1-ilovadagi sxemaga muvofiq quyidagi usullardan biri bilan amalga oshiriladi:

Internet jahon axborot tarmog‘i orqali Tizim vositasida Yagona portalda;

Tadbirkorlik subyektlari yagona davlat reyestridan ma’lumotlar berish uchun tegishli shaxslar ushbu Nizomga 2-ilovada nazarda tutilgan stavkalar bo‘yicha yig‘imlar to‘lanadi.

2-bob. Ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi

9. Davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun ariza beruvchi “biznesni ro‘yxatdan o‘tkazish” — davlat xizmatini tanlaydi va davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun quyidagi belgilangan ariza shakllari bo‘yicha:

ushbu Nizomga 4-ilovaga muvofiq yuridik shaxs tashkil etmagan tadbirkorlik subyektlarining (keyingi o‘rinlarda yakka tartibdagi tadbirkor deb ataladi);

ushbu Nizomga 5-ilovaga muvofiq tadbirkorlik subyektlari — yuridik shaxslarning uni ko‘rsatishga so‘rovnomanini (keyingi o‘rinlarda so‘rovnoma deb ataladi) shakllantiradi.

10. Ariza beruvchi tomonidan so‘rovnoma shakllantirilishi bosqichma-bosqich amalga oshiriladi. Ariza beruvchi so‘rovnomanini so‘ralayotgan ma’lumotlarni kiritish va Tizim tomonidan umumiy ma’lumotnomadan taklif etilayotgan ma’lumotlarni tanlash yo‘li bilan shakllantiradi. Ariza beruvchi so‘rovnomanini shakllantirishni istalgan bosqichda to‘xtatish yoki davom ettirish huquqiga ega.

Davlat axborot resurslarida mavjud bo‘lgan ma’lumotlar, ariza beruvchining Yagona identifikatsiyalash tizimidan olingan haqiqiy shaxsiy ma’lumotlarini inobatga olgan holda Tizim tomonidan avtomatik tarzda shakllantiriladi. Tizim har bir bosqichda so‘rovnomada shakllantirilgan ma’lumotlarni saqlab boradi.

11. Ariza beruvchi tomonidan firma nomini tanlash bir xilligining tekshirilishi Tizim tomonidan avtomatik tarzda amalga oshiriladigan, lotin alifbosidagi erkin firma nomlaridan so'rovnoma shakllantirilganda amalga oshiriladi.

Ariza beruvchi u tomonidan firma nomi tanlanayotganda O'zbekiston Respublikasining "Firma nomlari to'g'risida"gi Qonuni, shuningdek yuridik shaxslar nomlari to'g'risidagi boshqa qonun hujjatlari talablariga rioya etmaganlik uchun qonun hujjatlarida belgilangan tartibda javob beradi.

Qolgan masalalar ham qonunchilikda belgilangan tartiblar asosida bajariladi va hal etiladi.

Moliyaviy boshqaruv. Ushbu boshqaruv tizimida "**Strukturaviy strategiya**" bo'yicha alohida usul mavjud. Bunda Kompaniya doimiy harajatlarining umumiy miqdori hisobi bo'yicha 30 % lik qo'shimcha investitsiya jamg'armasi saqlanib turulishi kerak. Kompaniyaning rivojlanish davrida, olinadigan sof foydaning katta qismi doimiy asosiy kapitalga qo'shib borilishi nazarda tutiladi.

Rivojlanishning intensive va ekstensiv usullarining bosqichma – bosqich amalga oshirilishi, qo'shimcha samaradorlik bilan kompaniya sof foydasini oshiradi. Bu esa aylanma kapital uchun qo'shimcha investitsiya degani.

Xarajatlar umumiy miqdorining 30 % lik qo'shimcha zaxirasi, kompaniya faoliyatidagi davriylik jarayonida yoki vertical integratsiyaning yangi bosqichiga o'tish jarayonida yoxud bozordagi katta havflar zararini yengillashtirish uchun qo'llaniladigan usullardan biridir.

Kompaniyaning moliyaviy boshqaruvi, asosan ta'sischi bo'ladi. Kompaniya shakliga qarab uning moliyaviy strukturasi turli xil bo'ladi.

Masalan to'liq shirkatlarda, kompaniyaning aksiyalari birjada sotilishi mumkin. (M.CH.J)larda esa bunday imkoniyat yo'q.

Moliyaviy boshqaruv, kompaniya ta'sischi, investorlar va kreditorlar bilan kelishgan holatda tashkil etiladi. Bunda kompaniya sof foydasi ta'sischi o'rtasida taqsimlanadi.

Moliyaviy hisobotlar va hujjatlar turlari:

Kompaniyalarning asosiy moliyaviy hisobotlari O'zbekiston qonunchiligida keltirib o'tilgan.

O'zbekiston Respublikasining "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi Qonuniga muvofiq buyuraman²²:

1. Moliyaviy hisobot shakllari quyidagi ilovalarga muvofiq tasdiqlansin:

1-sonli "Buxgalteriya balansi" — 1-sonli shakl;

2-sonli "Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot" — 2-sonli shakl;

4-sonli "Pul oqimlari to'g'risida hisobot" — 4-sonli shakl;

5-sonli "Xususiy kapital to'g'risidagi hisobot" — 5-sonli shakl;

Ushbu hisobot shakllari kompaniya va tashkilotlarning iqtisodiy va moliyaviy holati haqida ma'lumotlarni tegishli davlat organlariga taqdim etadi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, kompaniya tashkil etishning bir qancha normalari mavjud. Bosqichlar va huquqiy jihatlari bor. Umumiy ma'noda kompaniyaning strategiyasiga keladigan bo'lsak, barcha ishlab chiqarish, xizmatlar tarmoqlari uchun umumiy strategiyaning ahamiyati shunchaki foyda olish uchun emas, bu jamiyatning ijtimoiy - iqtisodiy rivoji uchun inson kapitali taraqqiyoti uchun hamda davlat iqtisodining qudrati uchun muhimdir. Yangi davr texnologik o'zgarishlariga moslashish yuqoridagi kabi strategiyalar, tamoyillar va yo'nalishlarni ishlab chiqishimizga zamin yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zME. Birinchi jild. Toshkent, 2000-yil
2. <https://info.dt.uz/uz/9bae6e95-1a66-427c-8dd2-46387d22d701>
3. <https://www.lex.uz/docs/-1055517?ONDATE=03.02.2022#:~:text=Firma%20nomi%20yuridik%20shaxs%20bo%CA%BBlgan,ro%CA%BByxatidan%20o%CA%BBtkazilgan%20vaqtda%20yuzaga%20keladi.>
4. To'rtinchi sanoat inqilobi, Shvab Klaus [Matn]: /Klaus Shvab, tarjimon Sarvinoz Qosimova, - Toshkent: NIHOL, 2022.-248b ISBN : 978-9943-23-217-4 (Kirish 9-10 b. va 96-97 b.)

²² <https://lex.uz/docs/-821320?ONDATE=01.01.2025>

5. Урунбаева, Ю. П. (2023). Роль малого бизнеса в развитии страны. INTERNATIONAL JOURNAL OF RECENTLY SCIENTIFIC RESEARCHER'S THEORY, 1(9), 105-108.
6. <https://orginfo.uz/article/575-vertikal-integratsiya/>
7. Iqtisodiyot nazariyasi : Darslik. Shodmonov Sh.. – Toshkent,: << LESSON PRESS >> nashriyoti, 2021, (478 – 479 bb)
8. <https://lex.uz/docs/-3111347>
9. <https://lex.uz/docs/-821320?ONDATE=01.01.2025>