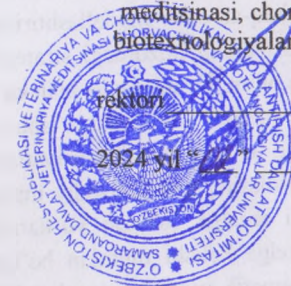


**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**SAMARQAND DAVLAT VETERINARIYA MEDITSINASI,  
CHORVACHILIK VA BIOTEXNOLOGIYALAR UNIVERSITETI**

**"TASDIQLAYMAN"**

Samarqand davlat veterinariya  
meditsinasi, chorvachilik va  
biotexnologiyalar universiteti



rektor

X.B. Yunusov

2024 yil 22

08

**BIZNESNI TADQIQ ETISH USULLARI**

**FANINING O'QUV DASTURI**

<b>Bilim sohasi:</b>	400000	– Biznes, boshqaruv va huquq
<b>Ta'lim sohasi:</b>	410000	– Biznes va boshqaruv
<b>Mutaxassislik:</b>	70410102	– Iqtisodiyot

**Samarqand-2024**

Fan/modul kodi BTEU2206		O'quv yili 2024 - 2025	Semestr 2	ECTS – Kreditlar 6	
Fan modul turi Tanlov		Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 6	
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)		Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Biznesni tadqiq etish usullari	90		90	180
2.	<div>I. Fanning mazmuni</div> <p>Fanni o'qitishdan maqsad - talabalarga biznes faoliyatini tahlil qilishning murakkab bo'lgan usullari orqali turli raqobat jarayonlarini, kon'yunkturaviy o'zgarishlarni yoritib berish, shu bilan bir qatorda biznes muhitini tashkil etish, iste'molchi xulq-atvorini modellashtirish, tovarning sifati, uning raqobatdoshligini ta'minlash, firmaning bozordagi strategiyalarini to'g'ri tanlash bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.</p> <p>Fanning vazifasi – talabalarga ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sog'lom raqobatni ta'minlashning o'ziga xos xususiyatlarini, bozor kon'yunkturasini tahlil qilish yo'llari va usullarini, turli iqtisodiy matematik modellar yordamida tahlil qilish va prognozlashni amalga oshirish yo'llarini, iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar bozorida vujudga kelishi mumkin bo'lgan turli vaziyatlarni mantiqiy evristik va iqtisodiy matematik modellar orqali tahlil qilish amalga oshirish, firmaning bozor strategiyasini tanlash bo'yicha turli holatlarni tahlil qilish va qarorlar qabul qilishni o'rgatishdan iboratdir.</p> <div>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</div> <div>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</div> <div>1-mavzu. “Biznesni tadqiq etish usullari” fanining predmeti va vazifalari.</div> <p>Biznesni tadqiq etish usullarida har bir iqtisodchi uchun o'z sohasi bo'yicha biznes faoliyatini samarali yo'lga qo'yish bo'yicha zarur bo'lgan biznesning zamonaviy usullarini o'rganish hamda qay yo'sinda faoliyatni tashkil etish masalalarini yorituvchi biznesni tadqiq etish usullari kursining predmeti va vazifalari. Biznesni tadqiq etishning fan sifatida shakllanishi, iqtisodiy fanlar tizimidagi o'rni, boshqa fanlar bilan o'zaro bog'liqligi, zamonaviy bozor iqtisodiyoti talabiga mos xususiyatlari, respublikamizda biznesni rivojlantirishning qonuniy asoslari, fanning mamlakat iqtisodiyotini yangilash hamda modernizatsiya qilish va yangilashni izchil davom ettirishning davr talablariga xos va mos vazifalari.</p>				

	dotsenti, iqtisodiyot fanlari nomzodi Kudratov R. – SamDVMCHBU, “Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrası katta o‘qituvchisi, iqtisodiyot fanlari nomzodi
9.	<b>Taqrizchilar:</b> 1.Mirzayev K.J. - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrası mudiri, i.f.d., professor. 2. Muratov Sh.A. - Samarqand agroinnovatsiyalar va tadqiqotlar instituti “Iqtisodiyot va biznes” kafedrası i.f.b.f.d. PhD

## **2-mavzu. Biznesni tadqiq etishni tashkil qilish**

Biznes tadqiqotlari ilmiy va amaliy yondashuvlar, biznes tadqiqotlarining maqsad va vazifalari, biznes tadqiqotlarini o‘tkazishda axborotning mohiyati, marketing tadqiqotining yo‘nalishlari, marketing tadqiqotlarining yo‘nalishlarini turkumlash belgilari. Biznesga innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmi va o‘ziga xos xususiyatlari.

## **3-mavzu. Biznesda marketing tadqiqotining yo‘nalishlari va bosqichlari**

Marketing nazariyasi konsepsiyasi va uning evolyutsiyasi. Marketing elementlari tarkibi va marketing-miks tushunchasi. Marketing faoliyatini boshqarishni tashkil etish. Marketing tadqiqotining bosqichlari, marketing tadqiqoti ishlari barcha tashkilot va korxonalar faoliyatida keng o‘rin egallab bormoqda. Bozor xususidagi axborot yoki xabarlariga suyanish, ulardan kerakli vaziyatlarda foydalanish.

## **4-mavzu. Biznesni tadqiq etish usullarini tanlash**

Biznes tadqiqot jarayonlarini modellashtirish usullari, biznesning zararsiz ishlash nuqtalarini baholash, strategik tahlil, tezkor tahlil, biznesni rivojlantirishning optimizatsion modellari, miqdoriy turga kiruvchi ekonometrik usulning taqsimot qonunlari real ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni nazariy va ehtimolli modellashtirish. Taqsimot qonunlari, ular tayanib ish ko‘ruvchi tasodifiy miqdorlar xarakteri bo‘yicha diskret va uzluksiz tasodifiy miqdorlar taqsimot qonunlari.

## **5-mavzu. Biznesni rivojlantirishning optimizatsion modellari**

Kichik biznesni model-lashtirish, kichik biznesning yalpi foydasi, kichik biznesning yalpi daromadi, kichik biznesning yalpi xarajatlari barcha tashkilot va korxonalar faoliyatida keng o‘rin egallab bormoqda. Bozor xususidagi axborot yoki xabarlariga suyanish, ulardan kerakli vaziyatlarda foydalanish, tabiiyki, tarmoq indeksi tovar (xizmat) indeksi va mahsulotini ishlab chiqarishga ketgan xarajatlar.

## **6-mavzu. Biznesda raqobat ustunligini ta‘minlash kontsepsiyasi**

Biznesda raqobat, mohiyati va mazmuni. Raqobat sharoitida marketing tizimidagi o‘zgarishlar, texnologik o‘zgarishlar, nou-xauning tarqalish darajasi, raqobat ustunligi, biznesni tadqiq qilishda raqobat ustunligi, davlat qonunchiligi va siyosatidagi o‘zgarishlarning ta‘siri, noanitslik va tavakkalchilik omillari ta‘sirining kamayishi.



<p><b>7-mavzu. Raqobat kurashi sharoitida firma faoliyati yoki faolligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlar</b></p> <p>Biznes tadqiq qilishda raqobat, tarmoq ichida sotuvchilar o'rtasidagi raqobat, boshqa tarmoqdagi kompaniyalarning o'z tovarlari bilan bu tarmoqdagi xaridorlarni egallab olishga harakat qilishi, tarmoq ichida yangi raqobatchilar, shafqatsiz raqobat, jadal raqobat, me'yordagi raqobat, jalb qiluvchi zaif raqobat, biznesni tadqiq qilishda raqobatbardoshligini baholash usullari.</p> <p><b>8-mavzu. Korxonalarning raqobatbardoshligini baholash uslublari</b></p> <p>Biznesda raqobatbardoshligini baholash uslublari, Raqobat kurashi sharoitida firma faoliyati yoki faolligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlar. Korxonalarning raqobatbardoshligini baholash uslublari boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonida tashkiliy tuzilmalarning asosiy elementlari bilan shtab funksiyalarini muvofiqlashtirish masalalari.</p> <p><b>9-mavzu. Biznesni rivojlantirishning axborot manbalari bilan ta'minlash usullari</b></p> <p>Bozor, bozor turlari, bozor mexanizmi, marketingni boshqarish bozorni barcha tashkil etuvchilar, axborot, axborot – marketingning poydevoridir. Axborot tizimi, biznesda axborot turlari va ularni turkumlash, biznesda axborotlarni to'plash uslublari, biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari. Benchmarking, biznesni yanada rivojlanishida axborot maydonini kengaytirish texnologiyasi.</p> <p><b>10-mavzu. Biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari Marketing tadqiqotlari.</b></p> <p>Biznesni tadqiq qilishda ma'lumotlarni to'plash usullari, biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari, marketing tadqiqotlari. Biznesni tadqiq qilishda axborot ma'lumotlar to'plashda kuzatuv, tekshiruv, tajriba va imitatsiya yo'llari, tadqiqot maqsadlari, tadqiqot usullari, bozorni o'rganishda uning hajmi, dinamikasi, rivojlanish yo'nalishi, marketing faoliyati huquqiy jabhalari.</p> <p><b>11-mavzu. Firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish</b></p> <p>Strategiya, strategik rejalash, strategik nazorat tashkilot strategiyasi, tezkor strategiya, funksional strategiya, korporativ strategiya, rejalashtirish boshqarish, firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish va uning xususiyatlari, biznes faoliyatiga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni o'rganish, kompaniyaning strategik mavqei baholash uslubi.</p>	
--	--

	<p>biznes strategiyasini tanlashning mamlakatimiz va xorij adabiyotlaridan foydalanilgan amaliy, taxlil, qiyosiy tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak. (malaka)</p>
4.	<p><b>VII. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ma'ruzalar;</li> <li>• real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish;</li> <li>• esse, tezis va maqolalar yozish;</li> <li>• vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish;</li> <li>• muhokamalarda ishtirok etish;</li> <li>• loyiha ishi bajarish;</li> <li>• mustaqil ishlarni bajarish;</li> <li>• taqdimot tayyorlash;</li> <li>• turli darajadagi testlarni yechish;</li> <li>• so'rov o'tkazish.</li> </ul>
5.	<p><b>VIII. Kreditlarni olish uchun talablar:</b></p> <p>Joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishni muvaffaqiyatli topshirish.</p>
6.	<p><b>Asosiy adabiyotlar</b></p> <p>1. Rasulova D.V., Xotamov I., Asatullaev X.S. Biznesni tadqiq etish usullari. – T.: TMI, 2018.</p> <p>2. Торосян Э. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015.</p> <p><b>Qo'shimcha adabiyotlar</b></p> <p>1. Mirziyoyev Sh.M. Xozirgi zamon va Yangi Uzbekiston. -Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti, 2024 yil.</p> <p>2. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi. -Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti, 2022 yil.</p> <p>3. John E. Hanke, Arthur G. Reitsch, Dean W. Wechern. Business forecasting. Seventh edition. 2014 by Pearson Education, Inc.p. 656</p> <p><b>Axborot manbaalari</b></p> <p>1. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi</p> <p>2. www.imv.uz – O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyot va moliya vazirligi sayti</p>
7.	<p>Fan dasturi Samarqand davlar veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti Kengashining 2024-yil "2 -avgustdagi "12-sonli bayoni bilan ma'qullangan.</p>
8.	<p><b>Fan/modul uchun mas'ullar:</b></p> <p>Salamov I. – SamDVMCHBU, "Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi" kafedrası</p>

	<p>16. Biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari Marketing tadqiqotlari.</p> <p>17. Firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish</p> <p>18. Kompaniyaning strategik mavqeini baholash va strategik qiymat tahlili.</p> <p>19. Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish va talabni o'rganish</p> <p>20. Kichik biznes korxonalarida marketingni tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari</p> <p>21. Kichik biznes korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlash va sifatni boshqarishda marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari</p> <p>22. Biznesda bozor kon'yunkturasini o'rganishning asosiy yo'nalishlari</p> <p>23. Raqobat bozori konyunkturasini bashorat qilish uslublari.</p> <p>24. Firmaning ichki va tashqi bozordagi biznes strategiyasini tanlash.</p> <p>25. Biznesni tadqiq qilishda marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi.</p> <p>26. Konyunkturani shakllantiruvchi omillar</p> <p>27. Biznes tadqiqot jarayonlarini modellashtirish usullari</p> <p>28. Marketing tadqiqotlari</p> <p>29. Axborot – marketingning poydevoridir. Axborot tizimi</p> <p>30. Biznes tadqiqot jarayonlarida mamlakat iqtisodiyotini yangilash va modernizatsiyalash qilish.</p> <p>Mustaqil o'zlashtirilgan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan fanning xususiyatlarini hisobga olgan holda internet tarmoqlaridan foydalanib referat va uning taqdimoti, xorijiy tillardagi adabiyotlardan foydalanishi, keys-stadi, vaziyatli masalalar to'plami ishlab chiqishi tavsiya etiladi.</p>
3.	<p><b>VI. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari</b></p> <p><b>Talaba bilishi kerak:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• biznesni tadqiq qilish usullari va asoslari, iqtisodiy rivojlanish omillari, biznesni tadqiq etishni tashkil qilish, biznesda raqobat ustunligini ta'minlash konsepsiyasi iqtisodiy rivojlanish nazariyalari hamda iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida tarmoqlar va korxonalar faoliyatida sodir bo'layotgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar doirasida tegishli tahlillar amalga oshirilgan holda real sektor tarmoqlarida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarni istiqbolli rivojlantirish konseptual yo'nalishlari to'g'risida <i>tasavvurga ega bo'lishi; (bilim)</i></li> <li>• biznesni tadqiq qilish usullarining nazariyalari asoslarini, iqtisodiy rivojlanish qonunlari, asosiy tushunchalar, iqtisodiy jarayonlarning xususiyatlarini <b>bilishi va ulardan foydalana olishi; (ko'nikma)</b></li> <li>• talabalarga biznesni tadqiq qilish usullari jarayonlarni tahlil qilish usullarini qo'llash, firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish, raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish va talabni o'rganish, firmaning ichki va tashqi bozordagi</li> </ul>

	<p><b>12-mavzu. Kompaniyaning strategik mavqeini baholash va strategik qiymat tahlili.</b></p> <p>Kompaniyaning strategik mavqei, strategik qiymat tahlili, bozorga kirish strategiyasi, bozorga chuqurroq singish strategiyasi, strategik mavqeini baholash, kompaniya strategiyasini belgilovchi omillar, korporativ strategiya, ishbop strategiya, funktsional strategiya, amaliy strategiya, Biznes muhiti, strategik qiymat tahlili, firmaning biznes faoliyatini modellashtirish, marketing dasturini ishlab chiqish.</p> <p><b>13-mavzu. Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish va talabni o'rganish</b></p> <p>Raqobat bozorida mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlashda bozorni segmentlashning mohiyati. Bozorni segmentlash, segmentlash tamoyillari, raqobat bozorida marketing nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati. Talab bilan taklifning o'zaro ta'siri alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini uzluksiz qondirish jarayoni.</p> <p><b>14-mavzu. Kichik biznes korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlash va sifatni boshqarishda marketing tadqiqotlari</b></p> <p>Kichik biznes korxonalarida marketingni tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari, kichik biznesda tovar raqobatbardoshligini ta'minlash, korxonadagi marketing samaradorligi yo'nalishining tashkiliy qismlari, kichik biznes korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlash va sifatni boshqarishda marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari.</p> <p><b>15-mavzu. Biznesda bozor kon'yunkturasini o'rganishning asosiy yo'nalishlari</b></p> <p>Bozor, bozor kon'yunkturasining mohiyati va ahamiyati. iste'mol bozori, ishlab chiqarish - texnik maqsadlarda foydalaniladigan mahsulotlar bozori, davlat tashkilotlari bozori, ehtiyoj, zarurat, talab, xarid, bitim, ayriboshlash, sotuvchi bozori, xaridor bozori, tovar muomalasi ko'rsatkichlari, ichki va tashqi bozorlarda tovarlar sotilish hajmi, pul muomalalari kapital aylanishi, baholar dinamikasi,</p> <p><b>16-mavzu. Raqobat bozori konyunkturasini bashorat qilish uslublari.</b></p> <p>Kon'yunkturani tashkil qiluvchi omillar, kon'yunkturani tashkil qiluvchi asosiy ko'rsatkichlar, konyunkturani shakllantiruvchi omillar bozor konyunkturasini bashorat qilish, konyunktura axborotnomasi, konyunktura tahlili, makroiqtisodiy</p>
--	--



ko'rsatkichlar, yalpi ichki mahsulot, yalpi milliy daromad, qishloq xo'jaligi investitsiya, transport, ishsizlik va inflyatsiya darajalari.

**17-mavzu. Firmaning ichki va tashqi bozordagi biznes strategiyasini tanlash.**

Kompaniyaning marketing dasturi, marketing sintezi, strategiyani ishlab chiqish, rejani ishlab chiqish, nazorat qilish, biznesda marketing dasturi, korxona rejasi, marketing rejasi, mahsulot hajmi va ishlab chiqarish muddatlari, moliyaviy reja, sotuv va logistika rejasi, kommunikatsiya va sotuvni rag'batlantirish rejasi, istiqboldagi hamkorlar bilan ishlash rejasi.

**18-mavzu. Biznesni tadqiq qilishda marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi.**

Marketing dasturi, marketing strukturasi, korxonani boshqarishga asoslanuvchi faol marketing konsepsiyasi marketing dasturi, savdo bozori tahlili, mahsulot ta'rifi, raqobatchilar tahlili. Marketing rejasi tadbirkor o'z maqsadli bozori uchun foydalanmoqchi bo'lgan marketing kompleksining hamma elementlarini yig'indisi: tovar, narxlar, tarqatish (sotish) metodlari, tovarni ilgari surish.

### **III. Amaliy mashg'ulotlari bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar**

#### **III.1. Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:**

1. "Biznesni tadqiq etish usullari" fanining predmeti va vazifalari.
2. Fanning mamlakat iqtisodiyotini yangilash va modernizatsiyalash qilish va yangilashni izchil davom ettirishning davr talablariga xos va mos vazifalari
3. Marketing tadqiqotining yo'nalishlari va bosqichlari.
4. Biznesni tadqiq etishni tashkil qilish.
5. Biznes tadqiqotlarining maqsad va vazifalari
6. Biznesda marketing tadqiqot yo'nalishlari
7. Biznesda marketing tadqiqot bosqichlari
8. Biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari
9. Biznesni tadqiq etish usullarini tanlash
10. Biznesni rivojlantirishning optimizatsion modellari.
11. Biznesda raqobat ustunligini ta'minlash kontsepsiyasi
12. Raqobat kurashi sharoitida firma faoliyati yoki faolligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlar
13. Korxonalarning raqobatbardoshligini baholash uslublari
14. Biznesni rivojlantirishning axborot manbalari bilan ta'minlash usullari
15. Biznesda axborot turlari va ularni turkumlash

16. Biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari Marketing tadqiqotlari.

17. Firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish

18. Kompaniyaning strategik mavqeini baholash va strategik qiymat tahlili.

19. Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish va talabni o'rganish

20. Kichik biznes korxonalarida marketingni tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari

21. Kichik biznes korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlash va sifatni boshqarishda marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari

22. Biznesda bozor kon'yunkturasini o'rganishning asosiy yo'nalishlari

23. Raqobat bozori kon'yunkturasini bashorat qilish uslublari.

24. Firmaning ichki va tashqi bozordagi biznes strategiyasini tanlash.

25. Biznesni tadqiq qilishda marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi.

Amaliy mashg'ulotlar bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.

### **III.11. Laboratoriya mashg'ulotlari rejalashtirilmagan**

#### **IV. Fan bo'yicha kurs ishi rejalashtirilmagan**

#### **V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar**

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. "Biznesni tadqiq etish usullari" fanining predmeti va vazifalari.
2. Fanning mamlakat iqtisodiyotini yangilash va modernizatsiyalash qilish va yangilashni izchil davom ettirishning davr talablariga xos va mos vazifalari
3. Marketing tadqiqotining yo'nalishlari va bosqichlari.
4. Biznesni tadqiq etishni tashkil qilish.
5. Biznes tadqiqotlarining maqsad va vazifalari
6. Biznesda marketing tadqiqot yo'alishlari
7. Biznesda marketing tadqiqot bosqichlari
8. Biznes faoliyatida marketing axborotlarining asosiy elementlari
9. Biznesni tadqiq etish usullarini tanlash
10. Biznesni rivojlantirishning optimizatsion modellari.
11. Biznesda raqobat ustunligini ta'minlash kontsepsiyasi
12. Raqobat kurashi sharoitida firma faoliyati yoki faolligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlar
13. Korxonalarning raqobatbardoshligini baholash uslublari
14. Biznesni rivojlantirishning axborot manbalari bilan ta'minlash usullari
15. Biznesda axborot turlari va ularni turkumlash