

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA'LIM FAN VA INNOVATSIYALAR VAZILIGI

NAMANGAN MUHANDISLIK-QURILISH INSTITUTI

NamMQI
O'quv-uslubiy boshqarma
№ 91
«3» 08 2024 y.



“Tasdiqlayman”
Namangan muhandislik-
qurilish instituti rektori
Sh.T. Ergashev
2024-yil «30» 08

**BIZNESNI TADQIQ ETISH USULLARI
FANINING O'QUV DASTURI**

Bilim sohalari: 400 000 - Biznes, boshqaruv va xuquq

Ta'lim sohalari: 410 000 - Biznes va boshqaruv

Mutaxassislik: 70410102 - Iqtisodiyot

Namangan-2024

Fan/modul' kodi BTEU-2205	O'quv yili 2024-2025	Semestr 2	Kreditlar 5
Fan/modul' turi Tanlov fanlar	Ta'lim turi O'zbek	Haftadagi dars soatlari 5	
Fanning nomi	Auditoriya masbg'ulotlari (soat)	Mustaqil Ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
Biznesni tadqiq etish usullari	74 (30 m / 44 a)	76	150

I. Fanning mazmuni

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.

Fanning vazifasi - talabalarga ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sog'lom raqobatni ta'minlashning o'ziga xos xususiyatlarini, bozor kon'yunkturasi tahlil qilish yo'llari va usullarini, turli iqtisodiy matematik modellarda 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 taxid qilish amalga oshirish, firmaning bozor strategiyasini tanlash bo'yicha turli holatlarni taxid qilish va qarorlar qabul qilishni o'rgatishdan iboratdir.

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza masbg'ulotlari)

II. I. Fanning tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu. "Biznesni tadqiq etish usullari" fanining predmeti va vazifalari

"Biznesni tadqiq etish usullari" - fan va o'quv kursi sifatida. Kursning tuzilishi va uning iqtisodiy fanlar tizimida tutgan o'rni hamda boshqa o'quv fanlari bilan bog'liqligi. Kursning bozor iqtisodiyoti sharoitiga va islohotlar talabiga xos vazifalari. O'zbekistonda biznesni rivojlantirish to'g'risidagi qonunlar, farmonlar va nizomlar. Fanning mamlakat iqtisodiyotini yangilash va modernizatsiyalash qilish va yangilashni izchil davom ettirishning davr talablariga xos va mos vazifalari.

2-mavzu. Biznesni tadqiq etishni tashkil qilish

Biznes tadqiqotlari ilmiy va amaliy yondashuvlar. Biznes tadqiqotlarini o'tkazishda axborotning mohiyati. Marketing tadqiqotining yo'nalishlari. Marketing tadqiqotining bosqichlari. Iqtisodiyotda yuqori va izchil o'sish sur'atlarini saqlash, makroiqtisodiy barqarorlikni yanada mustahkamlashda biznes sohasida belgilangan eng muhim ustuvor yo'nalishlar.

3-mavzu. Biznesni tadqiq etish kontseptsiyasi va g'oyani shakllantirish

Biznesni tadqiq etish kontseptsiyasi va gipotezani shakllantirish. Ilmiy tadqiqotning metodologik asoslari. G'oyani shakllantirish, rejalashtirish, bosqichlar va jarayonlar. Biznes jarayonini tadqiq qilishning ilmiy va amaliy samaradorligini baholash, hisobotlarni tayyorlash, qaror qabul qilish.

4-mavzu. Biznes tadqiqot jarayonlarini modellashtirish usullari

Biznes faoliyatini tahlil etish va prognozlashda turli xil modellarni qo'llashning afzalliklari hamda kamchiliklari, ularning xususiyati. Bashoratlash usullarining tasnifi. Biznes faoliyatini prognozlash ob'ekti va sub'ekti, uni amalga oshirish bosqichlari.

5-mavzu. Biznes tadqiqot jarayonlarini olib borishda iste'molchilarning istak-xohishlarini o'rganish va anketa so'rovlarini o'tkazish

Iste'molchilarning istak-xohishlarini o'rganish usullari. Anketa so'rovlari o'tkazish, kuzatish, tajriba o'tkazish, «fokus guruhlari», «xoll testlar» va boshqa usullar. Tovar tavsifi bo'yicha o'tkazilgan anketa so'rovlarida iste'molchilarning xohishlarini normativ baholash usullari.

6-mavzu. Iste'molchilarning bozor sharoitida o'zlarini tutishi va yangi tovarlarni o'zlashtirish

Iste'molchilar tavsifi. Iste'molchilarning bozor sharoitida o'zlarini tutishiga ta'sir etuvchi omillar. Biznesda qaror qabul qilish jarayoni. Iste'molchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlarini prognozlash. Yangi mahsulotni sotib olishdagi qaror qabul qshshning turli yo'llari. Tovardagi yangiliklarni o'zlashtirishda iste'molchilarning individual farqlari.

7-mavzu. Biznesda raqobat ustunligini ta'minlash kontseptsiyasi

Biznesda raqobat ustunligi, raqobat ustunligiga erishish yo'llari. Biznes yuritish muhiti va biznes muhiti ko'rsatkichlari. Biznesning jozibadorligini aniqlash. Biznesning tayanch bozor segmentining bahosi va uni aniqlash. Bozorda eng katta xavf tug'diruvchi raqobatdoshlik nisbatan o'zining kuchli va zaif taraflarini hisobini olish. Raqobat ustunliklari kontseptsiyasi

8-mavzu. Raqobatbardoshlikni o'ziga xos ustunliklari

Mamlakat yoki firma raqobatbardoshligi negizida yotuvchi qiyosiy, ustunliklar. Texnologik innovatsiyalarning rivojlanishi. Biznesning globallashuvi natijasida xalqaro raqobat tuzulmasi. Raqobat ustunliklarini aniqlashning asosiy yo'nalishlari. Xarajatlarini tejash orqali yetakchilik strategiyasi. Maxsuslashgan strategiya.

9-mavzu. Biznes jarayonini tahlil qilishda axborot tizimlari

Biznesni boshqarishda axborot texnologiyalarning roli. Axborot tizimlarini tashkil qilish va boshqarish. Biznesni tadqiq etish usullarida axborot tizimlarining mohiyati va ahamiyati. Axborotlarning turkumlanishi, ularni yig'ish, qayta ishlash,

uzatish va qarorlar qabul qilish uchun tayyorlash bosqichlari. Yangi bozorlar, bozor segmentlari to'g'risida axborotlar yig'ish, axborotlar banki va undan foydalanish.

10-mavzu. Axborot tizimlaridagi evolyutsiya va axborotga bo'lgan talablar

Axborot korxonaning resursi sifatida. Axborot tizimlar, texnologiyalar va axborot menejmentining evolyutsiyasi. Biznesning axborot tizimlarini shakllanishi. Global axborot tizimlari. Axborot tizimlarining tiplari va ularga bo'lgan talab hamda ularni tashkil etish jarayoni. Biznes jarayonini - boshqarishning integratsiyalashgan tizimlari. Kooperativ axborot tizimlariga qo'yiladigan talablar. Kooperativ informatsion tizimlar bozorida yangi tendentsiyalar.

11-mavzu. Firmaning biznes faoliyatida ishlab chiqarishni tashkil qilish

Firmaning biznes faoliyatini modellashtirish va uning xususiyatlari. Ishlab chiqarishni tashkil qilish va boshqarish tizimi, biznes faoliyatiga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni o'rganish. Raqobat kurashi sharoitida firma faoliyati yoki faolligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlar.

12-mavzu. Firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish

Mahsulot assortimentini yangilash, yangi texnologiyalarni yshlab chiqarishga joriy qilish, kompaniyaning moliyaviy holati to'g'risidagi ko'rsatkichlar. Zararsizlik nuqtasi va uni aniqlash usullari, zararsizlik nuqtasini taxlil qilishning zarurligi. Korxonada biznes-rejasi va uning tarkibiy qismlari. Moliyaviy ko'rsatkichlar, qarz mablag'lari, bank foizlari, foyda miqdori, SWOT taxlil, turli xil to'lovlar. Marketing dasturini ishlab chiqishda foydalaniladigan zamonaviy axborot texnologiyalari va maxsus kompyuter dasturlari.

13-mavzu. Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish

Raqobat bozorining mutlaq va joriy sig'imini aniqlash. Bozor sig'imiga ta'sir ko'rsatuvchi madaniy va ijtimoiy omillar. Atrof-muhitni himoya qilish, iste'molchilar xulq-atvorini tadqiq qilish, ularga ta'sir ko'rsatuvchi omillar. Kichik biznesni rivojlantirish, ularda marketing-miks tadbirlarining ahamiyati. Talabni tadqiq qilish va prognozlashning asosiy tamoyillari. Birlamchi va ikkilamchi talab.

14-mavzu. Bozor raqobat va undagi talabni o'rganish

Firmaning bozordagi ulushi va uni saqlab qolish uchun ko'riladigan chora-tadbirlar. Xalq iste'moli tovarlariga bo'lgan talab va uning xususiyatlari, ishlab chiqarish vositalariga bo'lgan talab va uni aniqlash usullari. Xizmatlarga bo'lgan talab, uni tadqiq qilish va prognozlashning o'ziga xos xususiyatlari.

15-mavzu. Biznesda bozor kon'yunkturasini o'rganishning asosiy yo'nalishlari

Bozor kon'yunkturasi mohiyati va ahamiyati. Kon'yunkturani tashkil qiluvchi omillar, asosiy ko'rsatkichlar va ularni taxlil qilish va istiqbolash usullari. Tashqi bozorning makro va mikro muhiti. SWOT tahlili va uning mohiyati. Tashqi bozor kon'yunkturasini tadqiq qilishning ko'rsatkichlar tizimi va ularni tanlash mezonlari. Turli xil bozorlar kon'yunkturasini tadqiq qilishning o'ziga xos xususiyatlari.

16-mavzu. Turli tovarlar bozori va ularni kon'yunkturasini o'rganish

Xom-ashyo mahsulotlari bozori, mashina-uskunalar bozori, tayyor mahsulotlar bozori va h.k. Tovarlarni istiqbolashda qo'llaniladigan asosiy yondashuvlar va tamoyillar. Kon'yunktura istiqbollarni amalga oshirishda axborot-statistik ta'minotning ahamiyati. Umumxo'jalik kon'yunkturasini va uni tadqiq qilishning o'ziga xos usullari. Mavsumiy va doimiy ta'sir ko'rsatuvchi omillar va ularni ajratish tamoyillari.

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

Yangi tovarlarni bozorga chiqarish holatini tahlil qilish. Moliyaviy oqimlar tizimi. Yangi tovarni yaratish jarayoni va ularni tadqiq qilishning o'ziga xos xususiyatlari. Loyiha taxlili va ularni tanlash bosqichlari. Tovarni bozorga kiritish jarayoni. Firmaning ichki va tashqi faoliyatidagi biznes strategiyasi.

18-mavzu. Firmaning marketing dasturini ishlab chiqish.

Sotish hajmini istiqbolash. Ekspert baholash usuli, imkoniyatlarni taxlil qilish, bozorni tadqiq qilish va sinama sotishni tashkil etish. Kompaniyaning marketing dasturini ishlab chiqish. Marketing strategiyasini tanlash bosqichlari va mezonlari. Firmaning faoliyat yo'nalishi bo'yicha marketing strategiyasini tanlash.

19-mavzu. Firmaning marketing tadqiqotlarini o'tkazish.

Marketing tadqiqotlari mazmuni. Marketing tadqiqotlarining turlari. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish usullari. Firmada marketing tadqiqotlarining tizimi. Bozorni marketingga xos tadqiq etish.

20-mavzu. Korxonaning xavfsizligi va tijorat siri.

Korxonada xavfsizligini ta'minlashning maqsadi, vazifalari va tamoyillari. Korxonada xavfsizlik xizmati, uning funktsiyalari va tarkibi. Korxonaning tijorat siri mohiyati va uni himoya qilish mexanizmlari. Raqobatchilar to'g'risida axborot olish usullari, turlari va ularni himoya qilish sub'ektlari.

21-mavzu. Yangi bozor takliflarini ishlab chiqish.

Yangi mahsulotlar ishlab chiqarish va yangi bozorlarga kirish. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish muammolari. Muvaffaqiyatsizlik sabablari. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqishda tashkiliy masalalar.

22-mavzu. Biznesni tadqiq etishda etika munosabatlari.

Biznes etikasi va madaniyati. Bozor munosabatlarida tadbirkor etikasi. Tadbirkor madaniyati. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari.

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

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. "Biznesni tadqiq etish usullari" fanining predmeti va vazifalari.
2. Biznesni tadqiq etishni tashkil qilish.

3.	<p>Biznesni tadqiq etish kontseptsiyasi va g'oyani shakllantirish.</p> <p>Biznes tadqiqot jarayonlarini modellashtirish usullari.</p> <p>Biznes tadqiqot jarayonlarini olib borishda iste'molchilarning istak-xohishlarini o'rganish va anketa so'rovlarini o'tkazish.</p> <p>Iste'molchilarning bozor sharoitida o'zlarini tutishi va yangi tovarlarni o'zlashtirish.</p> <p>Biznesda raqobat ustunligini ta'minlash kontseptsiyasi.</p> <p>Raqobatbardoshlikni o'ziga xos ustunliklari.</p> <p>Biznes jarayonini tahlil qilishda axborot tizimlari.</p> <p>Axborot tizimlaridagi evolyutsiya va axborotga bo'lgan talablar.</p> <p>Firmaning biznes faoliyatida ishlab chiqarishni tashkil qilish.</p> <p>Firmaning biznes faoliyatini strategik rejalashtirish.</p> <p>Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish.</p> <p>Raqobat va undagi talabni o'rganish.</p> <p>Biznesda bozor kon'yunkturasini o'rganishning asosiy yo'nalishlari.</p> <p>Turli tovarlar bozori va ularni kon'yunkturasini o'rganish.</p> <p>Firmaning ichki va tashqi bozordagi biznes strategiyasini tamlash.</p> <p>Firmaning marketing dasturini ishlab chiqish.</p> <p>Firmaning marketing tadqiqotlarini o'tkazish.</p> <p>Korxonaning xavfsizligi va tijorat siri.</p> <p>Yangi bozor takliflarini ishlab chiqish.</p> <p>Biznesni tadqiq etishda etika munosabatlari.</p> <p>Xalqaro biznesni yuritish.</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida otilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qollanilishi hamda Amaliy mashg'ulotda mavzular bo'yicha misol va masalalar yechish yoki obektga chiqib organish maqsadga muvofiq.</p>
4.	<p>IV. Mustaqlil ta'lim va mustaqil ishlar</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biznes jarayonlarini tadqiq qilishning asosiy bosqichlari va ularning xususiyati. 2. Biznes jarayonlarini samarali tashkil etishda innovatsiyalar. 3. Innovatsiya va investitsiyalarni boshqarishni tashkil etish. 4. Biznesning jozibadorligini baholash usullari. 5. Biznes holati yuzasidan axborot manbalarini izlash va uning tahlili. 6. Biznesning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash yo'llari. 7. Biznesni boshqarishda marketingning o'rni. 8. Biznes strategiyalari va ularning o'ziga xos jihatlari. 9. Biznesda fikrlash dizayni 10. Biznesda elektron tijoratning o'rni.

3.	<p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.</p> <p>V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • biznes jarayonining tahlili nazariy va uslubiy asoslarini; biznesni tadqiq etish modellari; biznes jarayonining empirik tahlili usullarini; xalqaro va ichki bozorni segmentlash, baholarni shakllanishi va iste'molchilarga servis xizmat ko'rsatish strategiyalarini; biznes jarayonini prognozlash; tovar va xizmatlar sotilishini kengaytirish imkoniyatlari va uni raqobatga bardosh bera olish usul va yo'llarini bilish va ulardan foydalanish olishi; • biznesni tadqiq etishning zamonaviy kontseptsiyasi asosida boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish; biznes jarayonlarini baholash va taxlil qilish usullarini qo'llay olish; ishbilarmonlik xavfini hisobga olgan holda biznesning faoliyat yuritish chegarasini aniqlash; yangi zamonaviy biznes strategiyalarini tanlashda analitik usullarni ishlatish; bozor va raqobat muhitini tadqiq etish, biznesni prognozlash usullaridan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi; • biznes muammolarini taxlil qilishda tizimli yondashuv, iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar, resurs egalari, yetkazib beruvchilar hamda davlatning xulq-atvorini o'rganishda iqtisodiy taxlil usullarini qo'llash, qarorlar qabul qilish usullari, marketing faoliyatini prognozlash va tahlili oshirish usullarini qo'llay olish; moliyaviy taxlil usullarini qo'llay olish, inson kapitalini o'rganish bo'yicha zamonaviy usullarni ishlatish, biznesda odob-axloq me'yoriylik rivojiga qo'llay olish usullarini qo'llash; ishbilarmonlik xavfini hisobga olish; raqobat muhitini tahlil qilish, biznesni prognozlash usullarini tanlash; investitsion tahlilni amalga oshirish hamda natijalardan foydalanish malakalariga ega bo'lishi kerak
4.	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish; • esse, tezis va maqola yozish; • vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) echish; • jarayonli —yo'naltirilgan ta'lim; • muhokamalarda ishtirok etish; • kichik guruhlarda ishlash; • loyiha ishi bajarish; • mustaqil ishlarni bajarish; • taqdimot tayyorlash; • turli darajadagi testlarni echish; • so'rov o'tkazish.
5.	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, taxlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ish topshirish.</p>

6.	<p style="text-align: center;">Asosiy adabiyotlar</p> <p>1. Schindler, P. S. Business research methods (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Irwin. (ISBN: 9781260672145). 2019. (Ushbu qo'llanma universitet ARMda PDF variantda mavjud).</p> <p>2. I.Xotamov. Biznesni tadqiq etish usullari. Darslik. T.: Innovasion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi. 2021 y.- 260 b. (Ushbu darslik universitet ARMda bosma holda va PDF variantda mavjud).</p> <p>3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrdagi PF-158-son "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida Farmoni.</p> <p style="text-align: center;">Qo'shimcha adabiyotlar</p> <p>4. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.- T.: O'zbekiston, 2023.</p> <p>5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni.</p> <p>6. Uma Sekaran and Roger Bougie. Research methods for business: a skill-building approach / Seventh edition. ISBN 978119165552 (pbk.). 2016.</p> <p>7. Joe Martelli, Sue Greener. An introduction to Business Research Methods. 2018.</p> <p>8. D.Rasulova, I.Xotamov, X.Asatullayev. Biznesni tadqiq etish usullari. T.: Moliya, 2019 y.</p> <p style="text-align: center;">Internet saytlari</p> <p>9. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.</p> <p>10. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.</p> <p>11. www.economist.com</p> <p>12. www.worlddeconomics.com</p> <p>13. www.tradingeconomics.com</p> <p>14. http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings</p> <p>15. www.ereport.ru - Obzornaya informatsiya po mirovoy ekonomike</p> <p>7. Namangan muhandislik – qurilish instituti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.</p> <p>8. Fan/modul' uchun ma'sullar: E.Jurayev – NamMQI "Iqtisodiyot" kafedrasida katta o'qituvchisi, i.f.f.d. PhD. Sh.Ibrogimov – NamMQI "Iqtisodiyot" kafedrasida katta o'qituvchisi, i.f.f.d. PhD.</p> <p>9. Taqrizchilar: I.Sirojiddinov – NamMQI "Buxgalteriya hisobi va audit" kafedrasida professori, i.f.n. Sh. Muxitdinov – NamMTI "Iqtisodiyot" kafedrasida professori, i.f.d., DSc.</p>
----	---