

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
NAVOIY KON-METALLURGIYA KOMBINATI
NAVOIY DAVLAT KONCHILIK INSTITUTI

“Kichik biznes va tadbirkorlik” fanidan

REFERAT

Mavzu: “Innovatsiyaviy tadbirkorlik”

Bajardi: Djuraqulov A.,
9b-11 TJA guruhi talabasi
Tekshirdi: prof. Ulashev I.O.

KIRISH

O'zbekistonda milliy iqtisodiyotni barqarorlashtirish va modernizatsiyalash sharoitlarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi barqaror rivojlanib, uning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi tobora ortib bormoqda. Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2013 yil yakunida mamlakat yalpi ichki mahsulotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasining ulushi 55,8 foizga teng bo'ldi.

Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov ta'kidlaganidek, "...kichik va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishda nafaqat hal qiluvchi mavqe egallashi, ayni vaqtda uning aholi farovonligi va daromadlari ortishida, ishsizlik muammosini yechishda ham muhim omilga aylanishiga erishmog'imiz lozim".

Bu esa, o'z navbatida, kichik tadbirkorlikning yanada samarali rivoji va uning pirovard natijalarini baholash, korxonalarda ishlab chiqarish, mehnat unumdorligi va sarmoyalar samarasini oshiruvchi kichik biznes omillarini to'liq ishga solish, uni samarali va innovatsiyaviy rivojlantirish masalalarini hal etilishini taqozo etadi.

Milliy iqtisodiyot o'sishini barqarorlashtirish sharoitida turli hududlar darajasida bunday masalalarni hal etishda bozor qonuniyatlarini o'zida aks ettiruvchi ekonometrik modellar majmuini ishlab chiqish va ularni kichik biznes va xususiy tadbirkorlikdagi innovatsiyaviy faoliyatni baholash, istiqbolini prognozlash, ularni rivojlantirish jarayonlariga tatbiq etish usullarini yaratish vazifalari o'ta dolzarb hisoblanadi.

1. Tadbirkorlik nazariyasi va uning rivojlanishi.

Bugungi kunda tadbirkorlik nazariyasini rivojlantirishning to'rtta bosqichi mavjud.

XVIII asrdayoq vujudga kelgan birinchi bosqich – tadbirkorlik xavf-xatarini o'ziga olish, boshqacha qilib aytganda, tavakkalchilik bilan bog'liq. Tadbirkorlikning ikkinchi bosqichi esa innovatsiya jarayoni bilan bog'liqdir.

Amerikalik iqtisodchi olim Y.Shumpeterning fikriga ko'ra, tadbirkorlikning novatorlik xarakteri quyidagilarda aks ettiriladi:

- bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish bozorlarini o'zlashtirish;
- xom ashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatning o'zgarishida to'g'ri yo'l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to'la namoyon bo'lishi bilan ta'riflanadi.

Tadbirkorlik nazariyasining rivojlanishidagi hozirgi bosqichni to'rtinchi bosqichga

kiritish mumkin. Uning paydo bo'lishini tadbirkor harakatini tahlil qilishdagi boshqaruv aspektiga ko'chirilishi bilan bog'laydilar. Bu hozirgi vaqtda nazariyada tadbirkorlik muammolari tahlili ko'plab o'zaro bog'liq fanlar doirasida olib borilishini bildiradi.

Hozirgi zamon nazariy tadqiqotlarida nafaqat tadbirkorlikka ishlarni mustaqil olib borish usuli sifatida, balki firma ichidagi tadbirkorlikka yoki intrapreneurlikka e'tibor qaratiladi. «Intra-prener» atamasi amaliyotga amerikalik olim G.Pinsho tomonidan kiritilgan.

Taniqli olimlarning olib borgan tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, tadbirkorning o'z faoliyati sohasida olib boradigan ishlari ko'p qirralidir. Bu bozor siyosatining o'zgarishi bilan yoki korxonaning ichki va tashqi omillari ta'sirida aniqlanadi. Lekin tadbirkorning asosiy maqsadi manfaat (foyda) ko'rish bilan bir qatorda, bozorda samarali faoliyat yuritishni ta'minlaydigan ishlarni amalga oshirishdir. Buning uchun tadbirkorlikni boshqarish va unga ko'mak beruvchi zamonaviy menejment usullariga asoslangan mexanizmni yaratish va undan unumli foydalanishni ta'minlash zarurdir. Bozor sharoitida tadbirkorlikni boshqarishda uning quyidagi xususiyatlarini e'tiborga olish kerak:

- tadbirkor har doim bozordagi talab va taklifni e'tiborga olib ish ko'radi;
- tadbirkor samaradorlikni ta'minlovchi sa'y-harakatlar qilib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo'llarini qidiradi;
- biznesning pirovard natijalariga javob beradigan shaxslar, o'z biznesini erkin shart-sharoitlarda olib borishiga yetarli imkoniyatlar yaratishadi;
- kichik korxonaning pirovard natijalari, ya'ni uning oladigan foyda yoki zarari faqat bozordagi oldi-sotdi jarayonida ma'lum bo'ladi;
- kichik biznes bilan shug'ullanuvchi tadbirkor o'z mablag'larini harakatga solib, bozorda qanday xavf-xatarga duch kelishi yoki yakuniy natija qanday bo'lishini aniq bilmaydi.

Shunday qilib, **tadbirkorlik** – bu iqtisodiy faoliyatning alohida turi bo'lib, uning zahirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, tadbirkorlik g'oyasiga asoslangan, foyda olishga yo'naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

Tadbirkorlik yangilik kiritish, tovar ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish yoki korxonani (shu jumladan, kichik korxonani) tashkil qilish sohasida ijodkorlikning mavjudligi bilan ta'riflanadi. Tadbirkorlik faoliyatining ijodkorlik jihatlari boshqaruvning yangi tizimida ishlab chiqarishni tashkil qilishning yangi usullari yoki yangi texnologiyalarini tadbiriq etishda o'z ifodasini topadi.

Tadbirkorning o'zi tadbirkorlik faoliyatining asosiy sub'ekti bo'ladi. Ammo tadbirkor yagona sub'ekt emas, har qanday holda u ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatning iste'molchisi hamda har xil vaziyatlarda yordamchi yoki raqib sifatida bo'luvchi davlat bilan o'zaro hamkorlik qilishga majbur. Iste'molchi ham, davlat, ham, yollanma (ishchi) xodim ham tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari qatoriga kiradilar.

Tadbirkorning asosiy maqsadi – o'z iste'molchilariga ega bo'lish yo'lida tovarga bo'lgan ehtiyojni aniqlashdan iboratdir. Tadbirkor o'z iste'molchilarini shakllantirishda quyidagi asosiy omillarni hisobga olishi kerak:

- tovarning yangiligi va uning haridor manfaatiga mos kelishi;
- tovar yoki xizmatlarning sifati;
- tovar yoki xizmatlarning narxi;
- tovarning universallik darajasi;
- tovarning tashqi ko'rinishi, uning haridor talabiga mosligi;
- sotuvdan keyingi servis xizmatlaridan foydalanish imkoniyati;
- tovarning qabul qilingan umumiy yoki davlat standartlariga mosligi;
- tovarlar va xizmatlar reklamasining jozibaliligi, xaridor diqqatini o'ziga jalb qilishi va hokazo.

Xulosa shundan iboratki, agar ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtai nazaridan tadbirkor faol sub'ekt rolida bo'lsa, unda tadbirkorlik jarayonining o'zi, uning samaradorligi va mazmuni nuqtai nazaridan iste'molchi faol rol o'ynaydi va tadbirkor bu omilni inkor eta olmaydi.

Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari, qobiliyatlari, imkoniyat-lari va ishga doir sifatlari tadbirkorlikning harakatlantiruvchi kuchi bo'ladi. Tadbirkor-ning ishga doir sifatlari quyidagi tamoyillarga asoslanishi kerak:

- birinchidan, bozorning tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini tahlil qilish yo'li bilan iqtisodiy xo'jalik tizimida o'z o'rnini topishi;
- ikkinchidan, shaxsiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaratishga tayyorlik qobiliyati;
- uchinchidan, marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda, dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshirishi;
- to'rtinchidan, tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rahbarlikni to'g'ri yo'lga quyish qobiliyati;
- beshinchidan, yangi texnik, texnologik g'oyani birinchi bo'lib hayotga tatbiq etish hamda ushbu g'oyadan amalda foydalanish, undan qanday yakuniy natija, mahsulot yoki xizmatlar olish mumkinligini tasavvur qila olishi.

Tadbirkorning ushbu ishbilarmonlik tamoyillari uning ijodkorligiga asoslanadi. Aynan ana shu ijodkorlik Y.Shumpeter fikriga asosan, tadbirkor boshqalar e'tibor qilmagan va bilmagan ishlarga e'tibor qilib, faoliyat yuritish imkonini beradi.

Ijodkorlik tadbirkorni ta'riflashda asosiy mezon bo'ladi, ammo u har xil shakllarda namoyon bo'lishi mumkin. Tadbirkor boshqa ijodkor kishilar tomonidan amalga oshirilgan kashfiyotlar, topilmalardan qanday qilib samarali foydalanish mumkinligini biladi. Shu bilan birga, u bu yangiliklardan haridorning qiziqishini uyg'otuvchi yangi, ajoyib narsa ishlab chiqarish sohasida foydalanish yo'llarini topa oladi.

Ammo kashfiyot va yangilik faqat tovar turining yangi tarkibiy qismini yaratishda

emas, balki tovar ishlab chiqarishni yangilash jarayoniga jalb qilishni talab qilmaydigan oddiyroq shakllarda ham namoyon bo'ladi. Masalan, u tovar o'ramining yangilanishi, an'anaviy tovarga yangi xususiyatlar va sifatlar berish ko'rinishida namoyon bo'lishi mumkin.

Tadbirkor faoliyatining boshqa tomonlarida ham kashfiyotchilik elementlarini qo'llashi mumkin. Masalan, u ishlab chiqarishning, mahsulotni sotishni boshqarishning yangi shakllarini topadi, sheriklik munosabatlarini o'rnatadi, ishlab chiqarishning yangi texnologiyalaridan foydalanadi.

Tadbirkorlikning yana bir muhim xususiyati ishlab chiqarish jarayonida yangi g'oyalarning amalga oshirilishi bozor tomonidan qanday qabul qilinishini oldindan ko'ra bilish qobiliyatida namoyon bo'ladi. Shu jihatdan qaraganda, yangilikni bozorda tatbiq etish va iste'molchining javobini bitta jarayonga birlashtira olish tadbirkor muvaffaqiyatining garovidir.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, tadbirkorlikning muhim xususiyatlariga quyidagilar kiradi:

- xo'jalik faoliyati olib borayotgan sub'ektlarning mustaqilligi va erkinligi. Huquqiy me'yorlar chegarasida har bir tadbirkor u yoki bu masala yuzasidan mustaqil qaror qabul qilishi mumkin;
- iqtisodiy manfaatlilik. Tadbirkorlikning asosiy maqsadi maksimal darajada daromad olishni ko'zlab, jamiyat taraqqiyotiga ham o'z hissasini qo'shishdir;
- xo'jalik tavakkalchiligi va mas'uliyat. Har qanday hisob-kitobda ham noaniqlik va tavakkalchilik bo'lishi mumkin;
- innovatsiyaviy tadbirkorlik, ya'ni ijodkorlik va yangilikka intiluvchanlik.

2. Kichik biznes va tadbirkorlik innovatsiyaviy faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari

Tadbirkorlikni shakllantirish uchun iqtisodiy, ijtimoiy, huquqiy va boshqa muayyan sharoitlar yaratilishi kerak. Iqtisodiy sharoitlarga quyidagilar kiradi: tovarga bo'lgan taklif va talab; haridor sotib olishi uchun tovar turlarining mavjudligi; haridor sotib olishi uchun kerak bo'lgan pul hajmining mavjudligi; ishchilarning maoshiga, ya'ni sotib olish imkoniyatiga ta'sir ko'rsatuvchi ishchi joylarining, ishchi kuchlarining ortiqchaligi yoki yetishmovchiligi.

Pul resurslarining mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatlari, kiritilgan kapitaldan olinayotgan daromad miqdori va o'z ishbilarmonlik operatsiyalarini moliyalashtirish uchun olinmoqchi bo'lgan kredit miqdori iqtisodiy sharoitga ta'sir etadi.

Bu ishlarning barchasi bilan bozor infratarkibini tashkil qilgan turli xildagi

tashkilotlar shug'ullanadi. Tadbirkorlar shunday tashkilotlar bilan aloqa o'rnatib, tijorat operatsiyalarini amalga oshiradi. Moliya xizmatini ko'rsatuvchi banklar, xom ashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, yoqilg'i, energiya, mashina va uskunalar, instrumentlar bilan ta'minlovchilar; tovarni haridorga yetkazuvchi ulgurji va chakana savdogarlar; kasbiy, yuridik buxgalteriya xizmatlarini, vositachilik xizmatini ko'rsatuvchi firma va korxonalar; ishchilar kuchini yollashda yordam beruvchi ishga joylash agentliklari; ishchi va mutaxassis xizmatchilarni tayyorlayotgan o'quv yurtlari; reklama, transport, sug'urta agentliklari; aloqa va axborotni uzatish vositalari ushbu tashkilotlar tizimini tashkil etadi.

Tadbirkorlikning shakllanishi iqtisodiy va ijtimoiy sharoit bilan chambarchas bog'liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, haridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o'zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog'liq bo'lgan ahloqiy va diniy me'yorlar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu me'yorlar haridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlarga bo'lgan talabiga bevosita ta'sir etadi. Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga bo'lgan munosabatiga o'z ta'sirini o'tkazadi, bu esa, o'z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga bo'lgan munosabatga ta'sir etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishida ishbilarmon xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash, malakasini oshirish masalalarini hal etish muhim ahamiyatga ega. Buning uchun tadbirkorlik faoliyatini olib borishning zamonaviy uslublarini o'rganishni tashkil etish, xodimlarni o'qitish va qayta o'qitish, ularni rivojlangan mamlakatlarga malaka oshirish uchun yuborish, ishbilarmonlarni o'qitish uchun o'qituvchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash ishlarini tashkil etish, tadbirkor sektori uchun xodimlarni tanlash bo'yicha maslahat markazlarini ochish kerak.

Har bir tadbirkorlik faoliyati tegishli huquqiy muhitda kechadi. Shuning uchun kerakli huquqiy sharoit yaratish katta ahamiyatga ega. Bu narsa birinchi navbatda tadbirkorlik faoliyatini tartibga keltiruvchi farmonlar va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratib beruvchi qonunlarning mavjudligi, ya'ni korxonalarni ro'yxatdan o'tish jarayonining qisqa va oddiy bo'lishi; tadbirkorlikni davlat byurokratizmidan himoya qilish; soliq qonunchiligini takomillashtirish; O'zbekiston va chet el ishbilarmonlarining hamkorlik faoliyatini rivojlantirishdan iboratdir. Shu bilan birga bunga kichik tadbirkorlik ishlariga ko'maklashish hududiy markazlarini tashkillashtirish, statistika shakli va hisob-kitobini takomillashtirish kiradi. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy kafolati masalasi bilan bog'liq masalalarni hal etish ham muhim ahamiyat kasb etadi.

AQShning tadbirkorlik sohasida ko'p yillar mobaynida qo'llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo'la oladi. Ulardan bir nechasiga e'tibor beraylik (jadval)¹.

¹ Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я.Горфинкеля, проф. Г.Б.Поляка, проф.

AQShda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi

Qonunlar	Qonunlarning asosiy mohiyati
Trestlarga qarshi Sherman qonuni (1890 y.)	a) monopoliya yoki monopoliyalashtirishni taqiqlash; b) shtatlararo yoki tashqi savdoni cheklashga qaratilgan turli xildagi shartnoma, kelishuv va birlashmalarni ta'qiqlash.
Oziq-ovqat mahsulotlari va meditsina preparatlarining sifatliqligi haqidagi qonun (1906 y.)	Shtatlararo savdo-sotiqqa qalbakilashtirilgan yoki marka yopishtirilmagan mahsulotlarni ishlab chiqarish, tashish, sotishni taqiqlash. Bu qonun 1938 yilda oziq-ovqat, dori-darmon va kosmetika vositalari haqidagi Federal qonuniga almashtirildi. 1958 va 1962 yillarda unga jiddiy o'zgartirishlar kiritildi.
Federal savdo komissiyani ta'sis etish haqidagi qonun (1954 y.)	«Savdoda raqobatning vijdotsizlik uslubi noqonuniyligi» ni tekshiruvchi idorani-komissiyani ta'sis etishni nazarda tutadi.
Kleyton qonuni (1914 y.)	Amaliy faoliyatning ayrim turlarini taqiq yetuvchi Sherman Qonuniga qo'shimcha kiritildi (narxlarni kam-sitish turlarini aniqlash, shartnomaga hamkor harakatini cheklovchi moddani kiritish, sotishning cheklash tajribasini qo'llash, boshqa korporatsiyalar aksiya-lariga ega bo'lish, qo'shma direktorat tashkil etish).
Uiler Li qonuni (1938 y.)	Raqobatga zarar keltirish yoki keltirmaslikdan qat'iy nazar nopok, firib harakat va usullarni taqiqlash; oziq-ovqat, dori-darmon reklamasi ustidan Federal savdo komissiyasining nazoratini ta'sis
Tovarning aslligi uning o'rami va markasida aks etishi haqidagi qonun (1966y.)	Keng iste'mol tovarlar o'rami va markalashiga qoida joriy etilishi o'ram ichida nima borligini, ishlab chiqargan shaxs nomini va o'ram ichidagi narsaning aniq miqdorini ko'rsatishni talab qiladi.
Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishligi haqidagi qonun (1972 y.)	Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi bilan bog'liq muammolar bo'yicha komissiya ta'sis etilishi va unga iste'mol tovarlariga nisbatan xavfsizlik standartlarini qo'llash va ushbu standartlarga
Qarzlarni vijdonan undirib olish haqidagi qonun (1978 y.)	Qarzlarni undirib olishda odamlarni qo'rqtish, ta'qib qilish, ayovsizlarcha munosabatda bo'lish, tuhmat qilish noqonuniy deb e'lon qilindi.

Shundan kelib chiqib, nazoratsiz qolib, sifatsiz tovar chiqarayotgan, reklamada yolg'on axborot berayotgan, o'rash va narx yordamida aldayotgan firmalarga qarshi qaratilgan qonunlar joriy etildi.

Venchur biznesi. Gap innovatsion tadbirkorlik haqida ketganda, venchur biznesi haqida tasavvur hosil qilish katta ahamiyatga egadir. Shuni ta'kidlash kerakki, kichik korxonalar innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda katta rol o'ynaydi. Venchur biznesi o'zining egiluvchanligi bilan innovatsion ishbilarmonlikning boshqa shakllariga qaraganda qator ustuvorlikka egadir.

Venchur biznesi keyingi vaqtda ancha rivojlandi va u tavakkal biznesi turiga

kiradi. Biznesning bu turi yangi texnologiyalarning joriy etilishi bilan bog'liq. Venchur biznesi yuqori texnologiya sohasida olib boriladigan ilmiy tadqiqotlar natija-larini tijoratlashtirish bilan bog'langan. Bu sohalarda samara olinishi kafolatlanmagan. Ya'ni ma'lum tavakkalchilik mavjud. Yangi va eng yangi texnologiyalarni joriy qilish bilan shug'ullanuvchi ilmiy-texnika firmalarga venchur firmalar deyiladi. Ularning daromadi kafolatlanmagan bo'lib, faoliyati tavakkal kapital bilan bog'liq.

Venchur biznesi tavakkalni o'zaro bo'lish tamoyiliga asoslanadi. Bu esa mablag'i bo'lmagan g'oya mualliflariga o'z g'oyalarini amalga oshirishga imkon tug'diradi.

Venchur biznesi dastlab AQShda yuzaga kelib, keyinchalik keng rivojlanib ketdi. Har bir kichik innovatsion biznesning moddiy va moliyaviy imkoniyati ilmiy-texnika bazasi jihatdan cheklangan bo'lib, davlat ko'magiga muhtojdir. AQShda kichik innovatsion biznesga davlat tomonidan yordam ko'rsatish dasturi ishlab chiqilgan. Dasturga asosan kichik biznes bevosita federal byudjetidan moliyalashtiriladi, vazirlik va muassasalar doimiy ravishda ular bilan shartnoma tuzadilar. AQShda venchur biznesida tuzilgan kompaniyalarning aksiyalari imtiyozli narxlarda innovatsion firmalarga sotilib, ulardan olgan mablag'larni o'z g'oyalarini joriy etish uchun ishlatadilar.

O'zbekistonda ham venchur biznesi rivojlanishiga barcha imkoniyatlar yaratilgan. Birinchi navbatda, bu qimmatbaho qog'ozlar bozori mavjudligidir. Keyinchalik, intellektual mulk bozoriga chet el firmalari kirib keldi. O'zbekiston ishbilarmonlari ham o'z navbatida Venchur biznesiga katta qiziqish bilan qaramoqdalar.

Bularning barchasi Venchur biznesi bizning mamlakatda endi rivojlanayotganligidan dalolat berib, kelajakda innovatsion biznes rivojlanib ketishiga turtki bo'ladi, deb umid qilamiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abdullayev Yo. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari: 100 savolga- 100 javob. -T.: Mehnat, 2002. - 156 b.
2. Abulqosimov X. Xususiy kichik tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning iqtisodiy muammolari. -T.: TDIU, 1998. -189 b.
3. Buyuk va muqadassan, mustaqil Vatan (ilmiy-ommabop risola). – T.: O'qituvchi, 2011. -195b.
4. Vahobov A., Ayupov R.X., Qudratov G'.X. Tadbirkorlik asoslari 1-qism. -T.: TMI, 2004. -64 b.

5. Vahobov A., Ayupov R.X., Qudratov G'.X. Tadbirkorlik asoslari 2-qism. T.: TMI, 2004. - 148 b.

6. Navro'zzoda B.N. Marketing: bozorni bilish mahorati. O'quv-metodik qo'llanma. –B.: BuxDU, 2006. –174 b.

7. Salayev S.K. Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida kichik va o'rta biznes: muammolar, tahlillar va istiqbollar. -Toshkent.: Fan, 2002. – 128 b.

8. Ulashev I.O., Baqoyev H.N., Temirova M.T. Sanoatlashgan hududda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni innovatsiyaviy rivojlanishi: Monografiya. –Navoiy: A.Navoiy nomli nashriyot, 2013. – 154 b.

MUNDARIJA

KIRISH.....2

1. Tadbirkorlik nazariyasi va uning rivojlanishi.2

**2. Kichik biznes va tadbirkorlik innovatsiyaviy faoliyatining iqtisodiy,
ijtimoiy va huquqiy asoslari 5**

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.....8