

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLYIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
QARSHI MUHANDISLIK IQTISODIYOT INSTITUTI



Qarshgi muhandislik-iqtisodiyot instituti rektori
O.S.H. Bazarov
2024 yil

Ro'yhatga olindi № 85/oc/801
" 29 " avgust, 2024 yil

BIZNES BOSHQARUV ASOSLARI
FANNING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 400 000 – Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi: 410 000 – Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalishi: 61010400 – Logistika (iqtisodiy faoliyat bo'yicha)

Qarshi – 2024

Fan/modul kodi BBA1105	O'quv yili 2024-2025	Semestr 1	ECTS - Kreditlar 5	
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Haftadagi dars soatlari 4	Jami yuklama (soat)
1		60	90	150

2 I. Fanning mazmuni.

1. Fanni o'qitishdan maqsad - biznesning mohiyati, ularning milliy iqtisodiyotimizni rivojlantirishdagi o'rnini va aholining bandlik muammosini hal etishdagi roli to'g'risida nazariy hamda amaliy bilimni shakllantirishdir.

Fanning vazifasi - ijtimoiy-iqtisodiy va xududiy shart sharoitlarni, maqsadlarni, texnologiyalarni, bozor va raqobat muxitini tahlil qilishni, ishblarmonlik xavfini hisobga olgan holda biznesning faoliyat yuritishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlash, korxonada iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llarini va uni amaliyotda qo'llash mexanizmini ko'rib chiqishdan iborat.

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

III.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlikning mohiyati va mazmuni

Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari. Kichik biznes va tadbirkorlikning mohiyati. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va xuquqiy asoslari. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari. Kichik biznes va tadbirkorlikni iqtisodiyotda tutgan o'rnini.

2-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllari

Tadbirkorlik turlari. Ishlab chiqarish tadbirkorligi. Innovatsion tadbirkorlik. Ilmiy texnik tadbirkorlik. Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik. Tijorat tadbirkorligi. Moliyaviy tadbirkorlik. Maslahat tadbirkorligi. Maslahat xizmatlari. Tadbirkorlik shakllari. Yakkala tartibdagi tadbirkorlik. Xususiy tadbirkorlik. Oilaviy tadbirkorlik. Firmalar. Ma'suliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar. Aksiyadorlik jamiyati. Korporatsiya. Xolding kompaniya. Davlat korxonalari. Konsern. Konsorsium. Kooperativ. Kartel. Sindikat. Venchur korxonapar. Injiniiring korxonalar.

3-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi. Kichik biznes subyektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro'yxatdan o'tkazish uchun zarur xujjatlar, ularning mazmuni. Kichik biznes subyektlarining bankrotligi. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini qayta tashkil etish va yopish tartibi. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish tartibi. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga litsenziya beruvchi tashkilotlar. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini boshqaruvning tashkiliy tuzilmalari. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini boshqarish usullari va qarorlar qabul qilish jarayoni.

4-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida marketing faoliyatini tashkil etish

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning axamiyati. Marketing - biznes falsafasi. Marketingning boshqaruv funksiyasi. Bozorni tanlash. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentatsiyasining axamiyati. Bozor segmentatsiyasining xususiyatlari. Bozorni segmentlashni tashkil etish. Bozordagi maqsadli segmentni tanlash. Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning muvofiqligi. Tovarining xayotiylik davri. Kichik biznes va tadbirkorlik tizimida reklama faoliyatini tashkil etish. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanish. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini uchun marketing dasturini ishlab chiqish.

5-mavzu. Biznesda boshqaruv funksiyalari

Milliy xo'jalikning tarmoq tarkibi menejment oldiga moddiy ishlab chiqarishni boshqarish va nomoddiy ishlab chiqarishni boshqarish kabi vazifa qo'yadi. Birinchi soha tarkibida ishlab chiqarish va muomala sohalarini boshqarishni ajratadilar. Ishlab chiqarish sohasini boshqarishga sanoat va uning tarmoqlarini boshqarish, qurilishni, transport, aloqani boshqarish vazifalari; muomala sohasini boshqarish vazifalariga - savdoni, moliya, moddiy-texnikaviy ta'minot, madaniyat, ta'lim sohalarini boshqarishni qam-rab oladi. Ishlab chiqarishni boshqarish vazifalarining hududiy tarkibiga respublika, viloyat, shahar, tuman miqyosidagi menejment vazifalari kiradi. Ishlab chiqarishning boshlang'ich bo'g'ini - korxonani boshqarish muhim vazifadir. Menejment vazifalari boshqaruv tashkilotlari, bajaruvchilar va boshqaruv apparati vazifalarini belgilab beradi.

6-mavzu. Menejmentning rivojlanish tarixi va hozirgi xolati Menejmentning tarixiy shart-sharoitlari. Menejmentni paydo bo'lishi. Mashinali ishlab chiqarishni rivojlanishi. Bozor subyektlarining katta miqdorini vujudga kelishi, xajmini o'sishi va bozor aloqalarini kuchayishi. Menejmentning ilmiy maktablari. Ilmiy boshqaruv maktabi. Boshqaruvning klassik yoki ma'muriy maktabi. Boshqaruvdagi insoniy munosabatlar maktabi. Axlokiy fanlar yoki bixevioristik maktab. Boshqaruv fani maktabi yoki miqdoriy usul. Vaziyatli yondashuv. Tizimli yondashuv. Jarayonli yondashuv.

Mamlakat boshqaruvining rivojlanishi. Menajmentning xorijiy modeli. Menajmentning amerikacha modeli. Menajmentning yapon modeli. Menajmentning Farbiy Yevropa modeli.

7-mavzu. Zamonaviy menejer

Menejer: tushunchasi, shaxsiy va ishga doyr sifatleri, vazifalari. Korxonalar menejerlarining darajalari. Menejer va yetakchi. Yetakchining an'anaviy konsepsiyasi. Yetakchilik sifatleri nazariyasi. Yetakchilik xulki konsepsiyalari. Yetakchilarning yangi konsepsiyalari. Atributli (belgili) yetakchilik konsepsiyasi. Xarizmatik yetakchilik konsepsiyasi. Tubdan uzgartiruvchi yetakchi konsepsiyasi. Menajmering uslubi. Raxbarlik uslublarning mazmuni. Raxbarlikning demokratik uslubi. Ishga doyr etika va etiket. Menajmering imidji. Imidj tushunchasi. Ishbilarmonlik etikasi. Nutq madaniyati. Ishbilarmonlik etiketining milliy xususiyatlari.

8-mavzu. Karyerani rejalashtirish va rivojlantirish

Kasb – bu mahsulot yoki xizmat ko'rsatishga qaratilgan vazifa yoki bir qator vazifalardir. Insonlar bo'sh ish o'rinlarini to'ldirishlari uchun yollanadi va ularga bajarilgan ishga ko'ra haq to'lanadi. Erishilgan mavqe – bu kasb yoki bir qator kasblar orqali ishni to'laqonli bajariladigan uchun qilingan maqsad. Sizda hozirgi vaqtda haqiqatdan ham quyidagicha muvaffaqiyatga erishish maqsadi bo'lsa kerak: «o'qishni yaxshi tamomlash hamda kelajakka tayyorianish.»

9-mavzu. Xodimlar rag'batlantirish

Motivlashtirish - bu kishilar faoliyatini ruhiy yo'llar bilan maqsadga muvofiq yo'naltirish. U muayyan ehtiyojni qondirish bilan bog'liq. Ehtiyoj esa sabablarda namoyon bo'ladi. Inson tirik jon sifatida ovqat yeyish, uxlash, dam olib o'z kuchini tiklash, o'zini issiq-sovuqdan asrash ehtiyojlariga ega. Mazkur ehtiyojlar moddiy, ya'ni kiyim-kechak, oziq-ovqat, turur joy va boshqalar shaklida ifoda etiladi. Insonning moddiy ehtiyojlari bilan birga sotsial-ijtimoiy ehtiyojlari ham borki, bularga bilim olish, madaniy saviyani oshirish, malaka, mahoratga ega bo'lish va sog'lom hayot kechirib, uzoq umr ko'rish kiradi. Aytilgan ehtiyojlar moddiy shakliga ega bo'lmagan har xil xizmatlar ko'rsatish orqali qondiriladi.

10-mavzu. Marketing

Marketing mijozlar uchun eng ko'zga ko'ringan biznes faoliyati turidir. U shuningdek biznesning eng mavhum tushunarsiz funktsiyasi bo'lishi ham mumkin. Marketing so'ziga tarif berishni so'rashganida, odamlar ko'pincha reklama yoki sotuv degan so'zlarni ishlatishadi. Bu ikkala atama ham muhim, boshqa faoliyatlar samarali marketingning bir qismidir.

11-mavzu. Moliyaviy menajment

Moliyani boshqarishni shakllantiruvchi tashkiliy - tuzilmaviy apparatga

moliyaviy apparat deyiladi. Moliya tizimining barcha soha va bo'g'inlarida, maqsad qilingan natijaga erishish uchun moliyaviy boshqaruv subyektlaridan o'z yo'nalishlari bo'yicha samarali foydalaniladi. Biroq, ular uchun moliyaviy boshqaruvning umumiy uslub va qoidalari mavjuddir.

12-mavzu. Biznes subyektlarida ishlab chiqarish xarajatleri va mahsulot tannarxi taxlili

Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati tarkibi va elementlari. Kichik biznes subyektlarining ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarni turkumlash. Ishlab chiqarish xarajatlari. Noishlab chiqarish xarajatlari. Ichki xarajatlari. Tashki xarajatlari. Doimiy xarajatlari. O'zgaruvchan xarajatlari. Bevosita xarajatlari. Bilvosita xarajatlari. Maxsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlari. Davr xarajatlari. Moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlari. Favqulotda zararlar. Mahsulotni tannarxi va uni xisoblash usullari. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari.

13-mavzu. Risk menejmenti

Istemolchilar va bizneslar tavakkalchiliklarga qarshi himoyalash uchun sug'urtalaydi. Sug'urta qilingan odam jarohat olganda, sog'liqni saqlash kerak bo'lganda yoki iqtisodiy zarar yetganda, sig'urta kompaniyalari bir qismini yoki hammasini to'lab beradi. Sug'urta kompaniyalari sug'urta pulini narxlarini qoplash kerakligini aniqlashni ro'yxatga olishga suyanadi.

14-mavzu. Tadbirkorlik etikasi va madaniyati

Tadbirkor raxbar etikasi. Tadbirkor raxbarning etika kodeksi. O'ziga jalb qilish imidji. Tadbirkor raxbar faoliyatining ruxiy-psixologik xususiyatlari. Tadbirkor raxbar etiketi. Suxbatlashish, tanishish xamda surashish normasi. Ish kontraktlarini tashkil qilish. Ish suxbatlarini olib borish. Ish qogozlarini yozish. Telefonda gaplashish madaniyati. Ish protokoli va xisoboti. Tadbirkor raxbarning nutq madaniyati va uning ruxiy-psixologik xususiyatlari. Tadbirkor raxbarning tashqi ko'rinishi va o'zini tutishi. Tadbirkor raxbar va xodimlar o'rtasidagi munosabatlar. Tadbirkor raxbar faoliyatida mojaroli xolatlar va ularni xal etish usullari.

15-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash

Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida eksportning hozirgi xolati va taxlili. Eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi. Eksportyor korxonalariga yaratilgan shart-sharoitlar va imtiyozlar. Eksportga mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar oldida turgan muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari. Kichik biznes korxonalarida eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish. Horijsa o'zbek savdo uylarini tashkil etish. Eksport ko'rsatkichlarini xisoblash usullari.

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

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

<p>1-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlikning mohiyati va mazmuni</p> <p>2-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllari</p> <p>3-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish</p> <p>4-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida marketing faoliyatini tashkil etish</p> <p>5-mavzu. Biznesda boshqaruv funksiyalari</p> <p>6-mavzu. Menajmentning rivojlanish tarixi va hozirgi xolati</p> <p>7-mavzu. Zamonaviy menejer</p> <p>8-mavzu. Karyerani rejalashtirish va rivojlantirish</p> <p>9-mavzu. Xodimlar rag'batlantirish</p> <p>10-mavzu. Marketing</p> <p>11-mavzu. Moliyaviy menajment</p> <p>12-mavzu. Biznes subyektlarida ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxi taxlili</p> <p>13-mavzu. Risk menajmenti</p> <p>14-mavzu. Tadbirkorlik etikasi va madaniyati</p> <p>15-mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interaktiv usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.</p> <p>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar.</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <p>1. O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari.</p> <p>2. Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishi.</p> <p>3. Aholining bandlik muammosini hal etishda tadbirkorlikning tutgan o'rni.</p> <p>4. Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlikni rivojlantirish masalalari.</p> <p>5. Savdo-xarid va savdo-vositachilik kichik biznes va xususiy tadbirkorligini rivojlantirish yunalishlari.</p> <p>6. Xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish muammolari.</p> <p>7. Kichik biznes taktikasi va strategiyasi.</p> <p>8. Kichik biznes obyektleri, subyektlari va shakllari.</p> <p>9. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash.</p>
--

<p>10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishni takomillashtirish.</p> <p>11. Kichik biznes korxonalarini boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari.</p> <p>12. Kichik biznes korxonalarining bankrotligi va ularni davlat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash.</p> <p>13. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida maxsulot tannarxining kamaytirish yullari.</p> <p>14. Kichik korxonalar va tadbirkorlik subyektlari maxsulotiga baxo belgilash boskichlari va usullari.</p> <p>15. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari faoliyatida tavakkalchilikni kamaytirish yo'llari.</p> <p>16. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari faoliyati samaradorligini oshirish yo'llari.</p> <p>17. Jahon iqtisodiyotida oziq-ovqat muammosi</p> <p>18. Sotish siyosati</p> <p>19. Firmaning sotish siyosati va uni rivojlantirish tendensiyalari.</p> <p>20. Kommunikatsiya siyosati</p> <p>21. Savdo reklamasining iqtisodiy-ijtimoiy mohiyati</p> <p>22. Interaktiv marketing</p> <p>23. To'g'ridan-to'g'ri marketing shakllari.</p> <p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.</p>	<p>3</p> <p>V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari</p> <p>Talaba bilishi kerak:</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - marketing bo'yicha asosiy tushunchalar; - marketingni boshqarishning nazariy asoslari; - marketingni boshqarish tamoyillari; - zamonaviy marketingda brend texnologiyalar; - tovar markasi va brendning iqtisodiy mohiyati; - marketing tizimi va uning asosiy elementlari; - marketingga yo'naltirilgan brend siyosati; - marketinglarni bozordagi nufuzini tadqiq qilish; - milliy brendlar; - marketing-menajmentning ahamiyati; - marketing texnologiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirish strategiyalari to'g'risida <i>tasavvurga ega bo'lishi</i>; - brendlarni boshqarish nazariyalari va uslublarini; - marketinglarni tasniflash va aniqlashni; - yangi brendlarni boshqarish va siljitish bo'yicha loyihalarni
---	---

	<p>shakllantirishni;</p> <ul style="list-style-type: none"> - marketinglarni boshqarishda marketing tadqiqotlarining zamonaviy texnologiyalarini qo'llashni <i>bilishi va ulardan foydalana olishi</i>; - marketingni boshqarishda tahlil qilish, kreativ va innovatsion uslublarni amaliyotda qo'llash; - brend yaratish texnologiyalarini qo'llash; - marketing modelini yaratish va uni brendni boshqarishda qo'llash; - marketing kapitalini baholash usullarini qo'llash; - marketing konsepsiyasini ishlab chiqish va brendni boshqarish; - marketingni boshqarish siyosati yuritish va marketing strategiyalarini ishlab chiqish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>.
4	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar); • guruhlarda ishlash; • taqdimotlarni qilish; • individual loyihalar; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
5	<p>VII. Kreditarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishni muvaffaqiyatli topshirish.</p>
6	<p>Asosiy adabiyotlar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.L.R.Dabay and others/Principles of business/2012.600p. 2.Jeef Madura/ Introduction to business/ Florida Atlantic University/Paradigma PublishingInc. 2010.694p. 3.Дэн С. Кеннеди. Жесткий бренд-билдинг. Изд.: Альпина паблишер, 2017.-290 стр. 4.Келлер К.Л. Стратегический бренд – менеджмент: создание, оценка, управление марочным капиталом Учебник. М.: Издательский дом.:

	<p>Вильямс, 2010. – 704 стр.</p> <p>5.Kotler Ph., Pfoertsch W. Ingredient Branding: Making the Invisible Visible. Springer, 2010. - 409 p.</p> <p>6.Ergashxodjaeva Sh., Nematov I.. Brendni boshqarish. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. - 146 b.</p> <p>Qo'shimcha adabiyotlar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. – 2-е изд., переработанное. –М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с. 2.Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-672 с. 3.Lawrence Mensah Akweyey.Businessadministration for students and managers/Sotsis. – 2011 4.Robert C.Appleby. Modern business administration. Manual.– M: Gardarika, 2009 5.Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. Учебник. – М.: Питер, 2008. – 380 стр. 6.Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 475 с. 7.Минетт, Стив. Маркетинг В2В и промышленный брендинг: Пер. с англ. – М.: ООО «ИД Вильямс», 2018.- 208 с. 8.Gary Armstrong, Philip Kotler. Principles of Marketing. 2016, Paperback: 720 pages, Pearson. 9.Эргашходжаева Ш.Дж., Икрамов М.А., Адилова З.Дж., Нематов И. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: 10.Вильямс Управление брендом. Учебное пособие. -Т.: ТГЭУ, 2017. – 305 с. <p>Axborot manbaalari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. www.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi Hukumat portali 2. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi. 3. http://www.ziyounet.uz. axborot ta'lim portali. 4. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi. 5. www.ziyounet.uz - Ta'lim portali.
7	<p>Fan/modul uchun ma'sullar:</p> <p>J.Q.Berdiyev - QarMII, "Bisnes va innovasion menejment" kafedrası katta o'qituvchisi</p>

8

Taqirizchilar:

X.S.Muxitdinov - QarMII, "Bisnes va innovasion menejment" kafedrası professori, iqtisod fanlari doktori

A.B.Qurbonov- Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti "Innovatsion iqtisodiyot" kafedrası dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi.