

## TALABA YOSHLARNING IJTIMOY FAOLLIGINI OSHIRISHDA TADBIRKORLIK O'YINLARINING ROLI

Karimova Maftuna Nurdinovna<sup>1,2</sup>, Xakimov Sherzod Ikram o'g'li<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Toshkent davlat agrar universiteti

<sup>2</sup>Tashkent International University of Education

E-mail: [kmaftuna538@gmail.com](mailto:kmaftuna538@gmail.com)

**Annotatsiya.** Talabalarni fanga qiziqishlarini oshirish, uni o'zlashtirishlariga ko'maklashish, ta'lim jarayoniga kreativlik ruhini olib kirish maqsadida tadbirkorlik o'yinlarini ishlab chiqish va uni ta'limga joriy etish muhim pedagogik texnologiyalardan biri hisoblanadi. Shu munosabat bilan, maqolada qisqacha uchbu metod haqida misollar keltirildi va amalda talabalar bilan tadbirkorlik o'yinlarini tashkil etilib, xulosa va takliflar ishlab chiqildi.

**Kalit so'zlar:** *tadbirkorlik o'yini, ssenariy, marketolog, novator.*

## THE ROLE OF ENTREPRENEURIAL GAMES IN INCREASING THE SOCIAL ACTIVITY OF STUDENTS

Karimova Maftuna Nurdinovna<sup>1,2</sup>, Khakimov Sherzod Ikram o'g'li<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Tashkent state agrarian university

<sup>2</sup>Tashkent International University of Education

E-mail: [kmaftuna538@gmail.com](mailto:kmaftuna538@gmail.com)

**Abstract.** One of the important pedagogical technologies is the development of entrepreneurial games in order to increase students' interest in science, to help them master it, to introduce the spirit of creativity into the educational process, and to introduce it into education. In this regard, the article briefly gave examples of these three methods, organized entrepreneurial games with students, and developed conclusions and proposals.

**Keywords:** *business Game, script, marketer, innovator.*

Ma'lumki, yoshlarning ijtimoiy faollik darajasi ko'p foydalanuvchilarga qonunchilikka nimagadir qiziqishlariga va nimalardan manfaatdorligiga bog'liqdir. Oliy o'quv yurtlari talabalarining ijtimoiy faollik darajasi ularning o'z bo'lajak mutahassisliklarini to'g'ri tanlashlariga va mohiyatini to'liq tushunishlariga, oliy yoki o'rta maxsus o'quv yurtini bitirgach, bo'lajak ish joylarida qanaqa qiyinchiliklarga duch kelishi mumkinligini, qanday kar'yeraviy va moliyaviy imkoniyatlarga ega bo'lishi mumkinligini bilishlariga ham bog'liqdir.

Yuqoridagi qiyinchilik va imkoniyatlar bilan bir qadar tanishtirish va o'z mutahassisliklari bo'yicha bema'lol ishlab keta olishlarini ta'minlash maqsadida, talabalarni ishlab chiqarish va diplom oldi amaliyotlarini o'tash uchun bevosita korxonalar va tashkilotlarga yuboradilar, hamda undan tashqari o'quv jarayonida korxonalar va tashkilotlar faoliyatida uchrashi mumkin bo'lgan muammoli vaziyatlarni korxonaning konkret sharoitidan kelib chiqib yechishga, chuqur iqtisodiy tahlil qilish yo'li bilan konkret choralar va samarali yechimlarni qidirib topish, ularning eng samarali yo'llarini tanlab ishlab chiqarishga tatbiq etishni o'rgatuvchi tadbirkorlik o'yinlarini ko'zda tutadilar.

Biz olib borgan o'rganishlar iqtisodiyotimizning turli tarmoqlari uchun yuqori salohiyatga ega bo'lgan malakali yosh mutahassislarni tayyorlash va ularning ijtimoiy faolligini oshirish uchun o'quv jarayonida ssenariysi puxta ishlangan turli xil tadbirkorlik o'yinlarining roli ayniqsa beqiyosligini ko'rsatadi.

Tadbirkorlik o'yini xo'jalik yurituvchi sub'yektlar faoliyatida uchrashi mumkin bo'lgan muammoli vaziyatlarni sub'ektning konkret sharoitlaridan kelib chiqib muvaffaqiyatli yechish imkonini beruvchi chora-tadbirlarni qo'llashni, chuqur moliyaviy-iqtisodiy tahlil qilish yo'li bilan konkret choralar va yechimlarni qidirib topish, ularning eng samarali yo'llarini tanlab xo'jalik yurituvchi sub'yektning amaliy faoliyatiga joriy qilishni o'rgatuvchi o'qitishning samarali yonalishlaridan biridir.

Ushbu maqolada Toshkent davlat agrar universiteti "Agroiqtisodiyot" kafedrasida assistenti M.Karimova va "Marketing" yo'nalishi 3-bosqich talabasi SH.Xakimov tomonidan "Marketing kommunikasiyalari" fanidan ishlab chiqilgan tadbirkorlik o'yini ssenariysi asosida TDAUning "Marketing" mutaxassisligi talabalari bilan o'ynalgan tadbirkorlik o'yinini tanishtirib o'tmoqchiman.

Ssenariyga muvofiq turli maqomdagi shartli ravishda "A", "B", "C", "D" va boshqa nomlar bilan korxonalarining har birida 4 ta talabadan iborat guruhlar ishtirok etadi. Ushbu guruhlarda 1 ta rahbar, 1 ta marketolog, 1 ta tovar innovator mutaxassisi va 1 ta iqtisodchi tayinlanadi. Talabalar topshiriqni yaxshilab o'rganib, muammoli vaziyatdan chiqib ketish yechimlarini mustaqil ishlab chiqishadi va o'z muvaffaqiyatlarini batafsil bayon etishlari kerak bo'ladi.

Topshiriq sifatida quyida korxonalar misolini ko'rib chiqamiz.

Siz kanselyariya tovarlari savdosiga ixtisoslashgan "Stil" kompaniyasining yetakchilaridan birisiz. Kompaniyaning Toshkentda, Garden Ring ichida joylashgan o'z do'koni bor. Do'konda mahsulotlarning keng assortimenti taklif etiladi, ularning aksariyati chet eldan keladi.

"Uslub" uch yildan beri mavjud bo'lib, xaridorlarning muhim qismi kompaniyaning doimiy mijozlari hisoblanadi. Yaqinda kompaniya o'zini bozorda mustahkam pozitsiyasini o'rnatdi va o'z faoliyatini kengaytirishga qaror qildi. Siz kompaniyada favvora qalamlari ishlab chiqaradigan kichik ustaxona ochish g'oyasini uzoq vaqtdan beri orzu qilgansiz. So'nggi paytlarda "Style" bir qator qoldiq mahsulot va joylarni sotib oldi, ulardan biri ajoyib ustaxonaga aylanishi mumkin. Siz allaqachon hunarmand sifatida ishlashga tayyor bo'lgan odamlar bilan suhbatlashdingiz va kerakli moliyaviy hisob-kitoblarni amalga oshirdingiz. Biroq, sizning hamrohingiz bu g'oyani ma'nosiz deb hisoblaydi va sizning moliyaviy baholaringizga kirishni xohlamaydi.

Uning fikriga ko'ra, "favvorali qalamlar 19-asr, bizning kompyuter asrimizda bunday injiq va unchalik funktsional bo'lmagan yozuv vositasini sotib olishga (va hatto buyurtma berishga) tayyor bo'lgan aqldan ozgan odamlar unchalik ko'p emas."

Sizningcha, bu fikr unchalik aqldan ozgan emas. Endi siz marketing kurslarida tahsil olmoqdasiz va olingan barcha bilimlar faqat sizning qat'iyatingiz va haqligingizga ishonchingizni oshiradi. Sizning hamrohingiz bilan so'nggi suhbatangiz u uchrashishga va ustaxona yaratish masalasini xotirjam muhokama qilishga rozi bo'lganligi bilan yakunlandi.

Ushbu munozarani muhokama qilib, u sizga shunday dedi: "Siz hozir marketing bo'yicha mutaxassisiz va men sizning marketing nazariyalarangiz bu haqda nima deyishini eshitishni xohlayman. Bu eksantrik mijozlar kimlar va nima uchun ular qalam bilan yozishlari kerak? Bundan tashqari, men ushbu qalamlarni o'zlari muhokama qilishga tayyorman: ular qanday yasalishi, dizayni va boshqalar.

**Topshiriq savollari:** Bo'lajak uchrashuvga tayyorgarlik ko'rayotganda, siz birinchi navbatda quyidagi savollarga javob berishga qaror qildingiz:

1. Sizning potensial mijozlaringiz kimlar? (segmentatsiya).
2. Xarid qilish xulq-atvorini aniqroq tavsiflash uchun iste'molchi xatti-harakatlari haqida qanday ma'lumotlar kerak?

3. Siz ishlab chiqarmoqchi bo'lgan mahsulotning mohiyati nimada, haqiqiy va qo'shimcha mahsulot nima (uch darajali tahlil)?

4. Taklif etilayotgan mahsulot uchun joylashishni aniqlash strategiyasini ishlab chiqing.

Talabalar savollarga ushbu korxonani rahbar va boshqa mutaxassisleri sifatida o'zlari yaratgan mahsulot, joy va narxlarini belgilashiga qarab javob berishadi. Ya'ni dastavval, korxonaga uchun marketing miks(aralashmasi)ni ishlab chiqishlari kerak. So'ng marketingning ichki va tashqi muhitini o'rganib, axborot yig'ishlari, iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilishlari zarur bo'ladi.

Tadbirkorlik o'yinining pirovardida "Marketing" (talabalar) har bir korxonaning marketing natijalarini aniqlashdi. Shundan so'ng boshlovchilar (professor-o'qituvchilar) har bir korxonaga bo'yicha taqdim etilgan hisob-kitoblar va xulosalarni chuqur tahlil etib, yo'l qo'yilgan xato va kamchiliklarni aniqlab, kerakli tuzatishlar kiritishdi va xulosa qilishdi.

Tadbirkorlik o'yinida qatnashgan har bir "marketolog" (talaba) oliygohni bitirib, korxonaga kelib, o'z mutaxassisligi bo'yicha ishga tushgach, o'zining ish joyida nima ishlar qilishini o'z ko'zi bilan ko'rdi va bevosita shu ish o'rnida mustaqil ishladi.

Tadbirkorlik o'yini uning ishtirokchilarida juda katta qiziqish uyg'otdi. Auditoriyada xuddi haqiqiy korxonalaridagidek ishchanlik kayfiyati hukm surdi. Talabalar savollarga javob berish paytida bir-birlari bilan samimiy muzokaralashib, o'zlari bergan javoblari yagona to'g'ri javob ekanligini asoslab berishga harakat qildilar va oqibat natijada o'zlari tanlagan mutaxassislik juda qiziqarli ekanligiga ishonidilar, bu esa ularning o'zlarining bo'lajak mutaxassisliklari bo'yicha faol ish olib borib borishlari uchun asos bo'lishini ta'kidladilar.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, iloji boricha barcha fanlardan tadbirkorlik o'yinlari ssenariylari ishlab chiqilib, ularni o'ynash tashkil etilsa, talabalarning ijtimoiy faolligini oshirishga olib kelgan bo'lar edi.

### **Adabiyotlar**

1. "O'zbekiston — 2030" strategiyasini "Yoshlar va biznesni qo'llab-quvvatlash yili"da amalga oshirishga oid davlat dasturi to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 21.02.2024 yildagi PF-37-son
2. Sh.Dj.Ergashxodjayeva, M.S.Qosimova va M.A.Yusupov "Marketing"- Darslik. Toshkent. Iqtisodiyot-2018 yil.
3. [www.lex.uz](http://www.lex.uz).