|  |
| --- |
| **“IT SOHASIDA KORXONA TASHKIL QILISH”** |
| **Raximov Atamjon** |

**Unit 19: IT sohasida korxona**

**О’qituvchi:** Malikov Shohruh

**Guruh IDsi:** 24-213

**Tаlаbа IDsi:** 240394

**Topshirish sanasi:** 24.01.2025

**BTEC LEARNER ASSESSMENT SUBMISSION AND DECLARATION**

Har bir o’quvchi vazifani baholash uchun taqdim etganda, yozilgan deklaratsiya o’ziniki ekanligini tasdiqlovchi imzo qoldirishi kerak.

|  |  |
| --- | --- |
| **О’quvchi (tаlаbа) IDsi:** | 240394 |
| **Bаhоlоvchining ismi:** | Malikov Shohruh |
| **BTEC dаsturi mavzusi:** | Pearson BTEC 3-darajali Axborot texnologiyalari tizimlari |
| **Qism yоki kоmpоnent rаqаmi vа  Mavzu:** | 19-qism : IT sohasida korxona |
| **Vazifa mavzusi:** | Internal assignment |
| **Vazifani topshirish sаnаsi:** | 24.01.2025 |

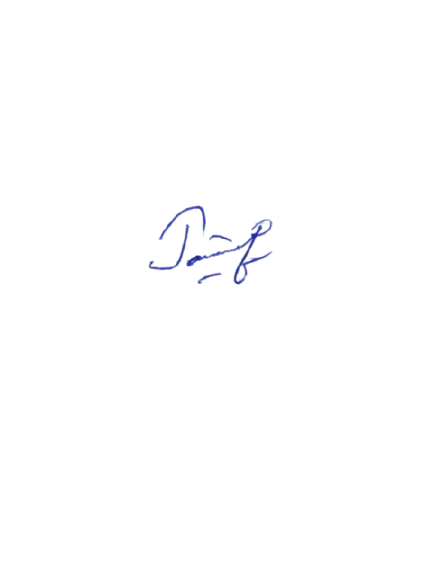
Iltimоs, hаr bir tоpshiriq uchun berilgаn ishlаrni sаnаb о’ting. Ishlаrni tоpish mumkin bо’lgаn sаhifа rаqаmlаrini kо’rsаting yоki ishlаrning mоhiyаtini tаvsiflаng (mаsаlаn, grаfik, rаsm).

|  |  |
| --- | --- |
| **Topshiriq manbalari** | **Taqdim etilgan dalillar** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**O’quvchi deklaratsiyasi**

Ushbu vazifa uchun topshirilgan ish meniki ekanligini tasdiqlayman. Ishda foydalanilgan manbalarga aniqlik kiritdim va ko’rsatib o’tdim. Noto’g’ri deklaratsiya noto’g’ri ishlashning

bir shakli ekanligini tushunaman.

****

**Talabaning imzosi:                                                             Sana:** 24.01.2025

Mundarija

1.  Kirish

2.  Topshiriq A

3.  Topshiriq B

4.  Topshiriq C

5.  Xulosa

6.  Manbalar ro’yxati

# 

# **1.Kirish**

**IT sohasida kompanya tuzish tadqiqodi**

Men Atamjon Raximov IT sohasidagi katta kompanyalar xususan “Dell” va “HP” IT sohasidagi katta kompaylarga o’xshash biznes g‘oyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish uchun korxona (kompaniya) tashkil qilish jarayonida ishtirok etaman. Ushbu kompaniya IT texnologiyalar yordamida jamiyatga foyda keltiradigan biznes g‘oya yaratish va bu g‘oyani dasturlash orqali hayotga tatbiq etishni maqsad qilganman. Bu hisobotimda ko’rsatib ketaman:

**Muvaffaqiyatli korxonalarning tamoyillari**

**IT yo’nalishdagi katta kompanyalarni olib ustida tadqiqod olib boraman xususan muvoffaqiyatga qanday erishgan nimalarga etibor bergan o’shalarni olib kichik o’zim qurmoqchi bo’lgan kompanyamga tatbiq etaman.**

**O’zimning shaxsiy skillarimni baholash**

O’zimning tajribam va bilgan barcha narsalarimni aniqlayman va shu bilan birgalikda kamchilillarimni aniqlab ularni to’g’irlashga nima qilishimni rejalashtirib olaman.

**IT tovarim uchun marketing rejalarini tuzish**

Tovarim uchun marketing stratigiyalarini ishlab chiqaman bozorni tahlil qilaman raqobatchilarni ko’rib chiqaman.

**Kompanya boshlash rejasi**

**Kompanyani boshlash reajsini ishlab chiqaman unga qanday xodimlar qayerdan yaxshi joy toppish nimalarni o’rganish barcha davlat tomonlama shartnomalarni inobatga olaman.**

Men g‘oyani amalga oshirish, uni rivojlantirish va kompaniya tashkil qilish jarayonida chuqur tadqiqot olib boraman. Men ishim davomida bizness planlar rejalar marketing turlari haqida o’rganib ularni amalyotda qo’layman. Men ikkta IT kompanyaini yangi kompanyamni oxirda taqdimot qilaman.

**2. TOPSHIRIQ A**

**Axborot texnologiyalari sohasidagi korxona va tadbirkorlarning mohiyatini o‘rganish**

Hozirgi kunda axborot texnologiyalari (IT) sohasi global iqtisodiyotning ajralmas tarkibiy qismiga aylangan. Bu soha faqatgina yirik korporatsiyalar emas, balki kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun ham zamonaviy va samarali yechimlarni taklif etadi. IT texnologiyalari yordamida turli sohalarda yangi imkoniyatlar yuzaga kelmoqda, raqamli xizmatlar taqdim etilmoqda va biznes jarayonlarini boshqarish jarayoni ancha qulaylashmoqda. Axborot texnologiyalari sohasidagi tashkilotlar raqamli infratuzilmani rivojlantirish, ma’lumotlarni saqlash va qayta ishlash, shuningdek, aloqa tizimlarini tashkil etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

IT yo‘nalishida faoliyat yurituvchi kompaniyalar, asosan, kompyuter texnologiyalari, dasturiy ta’minot, internet xizmatlari, mobil dasturlar va elektron savdo faoliyatlariga ixtisoslashadi. Ular, jumladan, kompyuter tizimlarini va dasturlarni ishlab chiqish, veb-saytlar va mobil ilovalarni yaratish, internet orqali mahsulotlar va xizmatlarni taklif qilish kabi vazifalarni bajaradi. Ushbu tashkilotlar ilg‘or texnologiyalarni joriy etish orqali mijozlarning biznesini yanada samarali va raqobatbardosh qilishga xizmat qiladi.

**Axborot texnologiyalari sohasining ba'zi asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:**

**Kompyuter tizimlari va dasturiy ta'minot ishlab chiqish**

Kompaniyalar o‘z faoliyatini yanada samarali qilish uchun maxsus dasturiy ta'minotlarni ishlab chiqadi. Bu jumladan, tashkilotlar uchun moslashtirilgan tizimlar yaratish, mijozlar bilan ishlashni yengillashtiruvchi vositalarni ishlab chiqish, shuningdek, kompyuter tarmoqlarini loyihalash va boshqarishni o‘z ichiga oladi.

**Internet xizmatlari**

Hozirgi zamonda internet orqali turli xil xizmatlar ko‘rsatish keng tarqalgan. Bularga bulutli saqlash xizmatlari, onlayn savdo tizimlari, raqamli to‘lov platformalari va boshqa xizmatlar kiradi. Bu xizmatlar biznesni global miqyosga olib chiqish va uni rivojlantirish imkoniyatini taqdim etadi.

**Mobil ilovalar va veb-platformalar yaratish**

Mobil qurilmalar hamda kompyuterlar uchun ilovalar ishlab chiqish va veb-saytlar yaratish IT sohasidagi muhim yo‘nalishlardan biridir. Ushbu ilovalar mijozlar talabiga moslashib, ularga qulay xizmat ko‘rsatish orqali biznesni yanada rivojlantirishga yordam beradi.

**Elektron savdo (e-commerce)**

Mahsulot va xizmatlarni internet orqali sotish zamonaviy biznesning muhim qismiga aylangan. Onlayn do‘konlar mijozlarga qulay xarid qilish imkoniyatini taqdim etar ekan, kompaniyalarga esa xalqaro bozorga chiqish va raqobatbardosh bo‘lish imkonini beradi.

Axborot texnologiyalarining rivojlanishi kichik va o‘rta korxonalar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Masalan, bulutli texnologiyalar yordamida ma’lumotlarni xavfsiz saqlash va ularga istalgan vaqtda kirish mumkin. Bu esa kichik korxonalarga katta mablag‘ talab qilmasdan o‘z faoliyatini kengaytirish imkonini beradi.

IT kompaniyalari texnologik o‘zgarishlarni muntazam kuzatib borib, zamonaviy innovatsiyalarni o‘z faoliyatiga joriy etadi. Bu ularga raqobatchilardan ajralib turish va mijozlarga zamonaviy, sifatli xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi.

Shuningdek, ushbu sohada faoliyat yurituvchi tadbirkorlar innovatsion yondashuvga ega bo‘lishi, bozor talablarini o‘rganishi va biznesni boshqarishda ilg‘or texnologiyalardan foydalanishi lozim. Ular mijoz ehtiyojlariga moslashib, bozorni chuqur tahlil qilish orqali o‘z biznesini muvaffaqiyatli rivojlantira oladi.

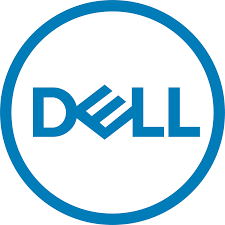
**Korxona nima ekanligini va nimalarni o‘z ichiga olishini tushuntirib bersam:**

**Korxona** bu ma’lum bir tashkilot bo’lib u biron xil mahsulot yaratishi yoki ishlab chiqishi mumkin. Bu faoliyat turiga ko‘ra har xil kompanyalar bo‘lishi mumkin misol uchun sanoat, savdo, moliya va xizmat ko‘rsatish sohasida boladi. Korxonalar ikki turga bo’linadi xususiy va davlat korxonalari. Korxonada asosan ishlab biron xil mahsulot ishlab chiqariladi odamlar tomonidan yoki qurilmalar tomonidan.

**Muvaffaqiyatli korxonalar** ga misol keltirsam men HP bilan Dell kompanyalarini misol sifatida ko’rsataman. Chunki ular hozirgi kunda bir birlari bilan ancha katta raqobat qilshadi va turli xil mahsulotlar ishlab chiqadi qaysiki tashkilot agar raqobatchilarini bir birini tahlil qilsa yangi inovatsion narsalardan foydalansa IT texnologiyalar dan foydalansa ahil jamoa tuzsa muvaffaqiyatli bo’ladi korxonalari.



HP o‘zining keng mahsulot turlarini taqdim etish orqali bozorda moslashuvchanlikni ko‘rsatib keladi. Masalan, korporativ mijozlar uchun serverlar va oddiy foydalanuvchilar uchun yuqori sifatli printerlar ishlab chiqaradi. Misol uchun HP o‘zining **barqaror texnologiya dasturlari** orqali qayta ishlangan materiallardan foydalanadi va **ekologik** zararlarni kamaytirishga intiladi. HP Enterprise (HPE) korxonalarga server, tarmoq, va saqlash tizimlari kabi keng qamrovli IT infratuzilma yechimlarini taqdim etadi, bu esa ularga korporativ segmentda mustahkam o‘rin egallashga yordam beradi.

 Dell esa mijozlarga o‘z kompyuterlarini konfiguratsiya qilish imkoniyatini beradi, ya’ni ular texnik xususiyatlarni o‘z ehtiyojlariga mos ravishda tanlay olishadi. Bu strategiya mijozlarning qoniqishini oshiradi. Misol uchun Dell’ning **Alienware** brendi o‘yin ixlosmandlari uchun yuqori samarali noutbuklar va kompyuterlarni taqdim etib, ushbu segmentda kuchli pozitsiyani egallagan. Dell Enterprise yechimlari bulutli texnologiyalar va katta hajmdagi ma’lumotlarni boshqarish bo‘yicha xizmatlarni rivojlantiradi. Misol uchun Dell’ning VMware platformasi kompaniyalarga virtualizatsiya va bulutli texnologiyalarni boshqarishda yordam beradi.

Korxona uchun zarur bo’lgan ko’nikmalarga Hp asoschilar Bill Hewlett va Dave Packard **HP Way** nomli boshqaruv falsafasini yaratgan. Ushbu tamoyil xodimlarga erkinlik va mas’uliyat berishni, jamoaning hamkorlikda ishlashini rag‘batlantirishni o‘z ichiga olgan. Bu uslub xodimlar motivatsiyasini oshirib, kompaniya o‘sishiga yordam bergan va har doim yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishga intilishgan. **Bu tamoyil** mijozlarning ishonchini qozonishda va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta’minlashda muhim rol o’ynaydi.

**HP asoschilari kompanya rivojlanishi uchun** qilgan ishlari

1. Ular yangi texnologiyalar yaratib, mahsulot sifati va samaradorligini oshirishgan.
2. **HP Way x**odimlarga ishonch va erkinlik berib, samarali ish muhitini yaratishgan.
3. O‘lchov asboblaridan tortib, kompyuterlar va printerlargacha keng turdagi mahsulotlar ishlab chiqishgan.

**Dell asoschisi kompanyasiga nimalar qilgan**

1. Oraliq sotuvchilarni chiqarib tashlab, xaridorlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahsulot yetkazgan.
2. **Ular** Xaridor ehtiyojlariga moslashtirilgan kompyuterlar ishlab chiqargan xaridorlar uchun qulaylik tug’dirish maqsadida.
3. Ishlab chiqarish va yetkazib berish jarayonlarini optimallashtirgan iloji boricha kompanya taraqiyotiga hissa qo’shgan va uni hozirgi kunga qadar uning ustida amalyot olib boradi.

Korxonani **muvaffaqyat** **olib boruvuchi** yo’llarni ko’rsatib beraman mening fikrim rahbar inson o’zida liderlik boshqaruvchanlik qobilyati, strategik fikirlash, molyaviy boshqaruvchan qobilyati bo’lishi kerak. Shunda kompanya yaxshi o’sish qiladi. Misol uchun dell kompanyasi asosan sifatga urg’u qaratishadi qaysiki kompanya boshqa kompanyalardan afzalik tomonlar bo’lishi kerak. Masalan, Hp o’zi chiroyli dizayn bilan va arzon va sifatli mahsuloti bilan bozorda o’rinda turadi men yana qo’shimcha qilib aytsam bu hali hammasi emas qanchalik muvoffaqiyatga korxonani olib boradigan yo’llar ko’p ulardan asosiylari shular kiradi. Masalan men xodimlarimga ularni rahbatlantirib qoldirmasdan ularni o’z ustilariga ishlashlarinini ularga qo’shimcha vaqt ajratib darslikliklar olib berib ularni rivojlantirishni maqsad qilganman bu ham bir muvafiyatga olib boradi deb o’ylayman.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kategoriya** | **Qobiliyatning ahamiyatini baholash** | **Hozirgi ko'nikmalarni baholash** | **Bo'shliqlar** | **Rivojlantirish rejasi** |
| Tadbirkorlik |  |  |  |  |
| Moliyaviy rejalashtirish | 10 | 8 | Pulni yaxshi boshqara olmaslik | Molyaviy savodxonlig olish |
| Marketing strategiyalari | 8 | 6 | Strategiya yaratishda tajriba yetishmaydi | Online kurslar va turli xil marketing yo’larni o’rganish |
| IT |  |  |  |  |
| Frontend (Html, css,javascripte) | 10 | 9 | Backend yo’nalishida oqsish | Backend (Fast) bo‘yicha amaliyot |
| UI/UX dizayn | 7 | 5 | Murakkab foydalanuvchi interfeyslar | Foydalanuvchilar tajribasini optimallashtirishga e’tibor berish |
| Tajriba va Amaliyot |  |  |  |  |
| Veb-platformalar ishlab chiqish | 9 | 8 | Katta loyhalarni amlga oshira olmaslik | Jamoaviy katta loyihalarda qatnashish |
| Xalqaro sertifikatlar |  |  |  |  |
| Tan olingan sertifikatlar | 10 | 5 | Xalqaro sertifikatlar ololmaslik | Coursera yoki Udemy orqali xalqaro sertifikatlar olish |
| Kommunikatsiya |  |  |  |  |
| Jamoa bilan ishlash | 10 | 10 | Biznes tadbirlarda uchrasha olmaslik | Katta kerakli workshop va bizness tadbirlarda qatnashish |

**Men tepada o’z ko’nikmalarimni yozib chiqdim endi ularni batafsilroq yozaman:**

Men o’z ko’nikmalarim tadbirkorlik sifatidan olib qaraydigan bo’lsam men yoshligimdan o’zi bizness tomonlama yaxshi ishlab yangi proyektlarni har xil biznestlarda ishlab ko’rganman xulosa qilib aytganimda men o’zi front end dasturchisiman o’z bilimlarim va asosan kod yozaman lekin mening ozroq bo’lsa kompanyada liderlik hislatim bor deb o’ylaman chunki har xil katta do’konlarda ishlab ko’rdim export importlar qildim boshqa davlatdan mahsulotlar olib keldim xususan hp printerlari, nootboklar magazinlarga tarqatib berdim. Shu bilan birgalikda odamlar bilan aloqa qilishni qayerda bizor yaxshi odamlar sigmentini aniqlab oldim va marketing reklama qanday berish kerakligi misol uchun biz bitta nootbook sotib olsangiz prinetni 50% chegirmada beramiz degan strategiya qilgandim. Bu bilan nima demoqchiman oldin men kompayani qanday tashkillashtirganim qanchalik qayerdan tovarlar olib kelib uni odamlarga sotganim o’rtada aloqa bo’lgani inqilobga qachon tushganim barchasi bu mening skills auditlarim ga kiradi. Men raqobatchilarim dan ustunligim yaxshi va sifatli xamyonbob tavorlar olib kelib mijozlarga tatbiq qilganman. **Mening kamchilikgim biznesda** unchalik odamlar bilan yaxshi borib gapirolmasligim uyalishim menga juda katta kamchilliklarimdan biri bu. Ammo uni hozirgi kunda rivojlantiryapman notiqlik sanatiga a’zo bo’lib uni o’qiyapman o’z ustimda ishlayapaman qaysiki odamlar bilan borib ko’proq muloqot qilyapman.

**Jamoa tuzish** da men har xil yo’llardan foydalanganman lekin asosan jamoa tuzishga qaratish kerak bo’lgan narsa bu xodimni xodim sifatidamas do’st yoki aka uka sifatida yaqin bo’lsangiz ertaga sizga u xodim mas sodiq bir aka yoki uka dek bo’ladi keyin u ham kompanyaga sizga sodiq bo’ladi. Misol sifatida Samarqandda Fast Education degan o’quv markaz bor men ularga juda xafasizm keladi chunki ularning direktori juda aqilli va rahimdil. Qanday unaqa ahil jamoa tuzgansiz deb aytganimda u kishi shunday dedilar: Jamoni birinchi bo’lib o’zizga yaqin oling qanday muamolar bor ularni oiladagi yoki hayotidagi kamchiliklardan uzoqlashtirsangiz keyin ularni sevadigan o’z joylariga qo’ysangiz xodim agar o’z ustida ishlab borsa uni rag’batlantirish kerak har xil bayramlarda sovg’lar olib sovg’a qilib turish kerak va ular bilan bir dasturxonda o’tirib muhit yaratish kerak oldin dan muloqotga kirsangiz ular o’z lari sizga ochiq bo’lishadi va kompanya direktori sifatidamas aka-uka sifatida sizni juda qadirlashdi deb aytgandilar. Bu gap ga men 100% qo’shilaman agar xodimingizda muomosi bo’lmas u ishxonada bemalol o’tirib ishlaydi shunda men hp va dell kompayalar kamchiliklari va afzalliklarini inobatga olib yaxshi taraflarini olib hp kompanyasdek kompanya yaratshiga qaror qildim chunki bunaqa kompayalarga raqobat bardosh osonmas lekin ulardan men import qilib kelyapman ularning mahsulotlarini nimaga o’zimida ishab chiqarmasligim kerak men barcha xarajatlarni ishlab chiqganimda o’zimida ishlab chiqsak ham xamyonbob va xalqa manfatli bo’ladi agar xalqa qancha manfatli bo’lsa shuncha mening mahsulotim rivojlanadi va men bundan mamnun bo’laman.

**Tepadagi jadvalda nimalar haqida ekanligi haqida qisqacha:**

**Tadbirkorlik:**

**1)** Biznesni tashkil qilish, boshqarish va muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan qobiliyat va bilimlar mavjud menda.

**2)** Moliyaviy rejalashtirish va marketing strategiyalari qamrab olingan bilimlarim kamroqnva yetarli emasligi.

**3)** Pulni samarali boshqarish, strategik tajriba yetishmasligi ko’p sarflab yuborishim.

**4)** Moliyaviy savodxonlik bo‘yicha bilim olish va marketing strategiyalari ustida ishlash ko’proq o’z ustimda ishlash.

**IT:**

**1)** Dasturlash va dizayn sohalarida texnik ko‘nikmalarni oshirish va ularni yaxshilashim kerak.

**2)** Frontend (HTML, CSS, JavaScript) va UI/UX dizayni asoslari tahlil qilishim qiyinligi.

**3)** Backend dasturlashni bilmaslik, murakkab interfeyslarni yaratishda tajriba yetishmasligi va ko’proq o’z ustimda ishlashim.

**4)** Backend dasturlashni o‘rganish va foydalanuvchi tajribasini optimallashtirishga e’tibor qaratishim kerak.

**Tajriba va Amaliyot:**

**1)** Amaliy ko‘nikmalar va loyihalar ustida ishlash tajribasi kamligi tufayli katta proyektlarda ishlab ko’rishim kerak.

**2)** Veb-platformalar ishlab chiqish sohasidagi qobilyatim yaxshi faqat backenda sal oqsab qolaman.

**3)** Katta hajmdagi loyihalarni mustaqil amalga oshirishdagi qorquv va qilolmaslik tuyg’usi.

**4)** Jamoaviy loyihalarda qatnashish orqali tajriba orttirish.

**Xalqaro sertifikatlar:**

**1)** Tan olingan sertifikatlarni olish va xalqaro darajadagi bilimlarni tasdiqlash.

**2)** Hozirgi sertifikatlashtirish darajasi ko’proq diplom va sertifikatlar olib portfolyani yaxshilashim kerak.

**3)** Xalqaro sertifikatlarni ishlatolmasligim ularni olib keyin kerakli joylarga qo’yib ishlatishim kerak.

**4)** Coursera yoki Udemy kabi platformalar orqali kurslarni tugatib va sertifikat olishim kerak.

**Kommunikatsiya:**

**1)** Jamoa bilan ishlash qobiliyatlari va biznes tadbirlarda qatnashish.

**2)** Jamoa bilan ishlash tajribam yaxshi odamlar bilan tez chiqishib ketaman.

**3)** Biznes uchrashuvlarida qatnashmasligim biznesmenlar bilan ko’rishmasligim bu menga zrar ga olib keladi.

**4)** Workshop va biznes tadbirlarda ishtirok etishim kerak ko’proq yangi biznessmenlar bilan o’tir suhbat qurishim kerak.

### **Muvaffaqiyatli korxonalarga olib boruvchi tamoyillarni va o‘z ko‘nikmalarimni baholash**

**Aniq rejalashtirish:**

Korxona maqsadlarini belgilash va ularga erishish uchun reja tuzish zarur. Men strategik rejalashtirishni bilaman, lekin tajribamni oshirishim kerak.

**Mijoz ehtiyojlariga e’tibor**

Mijozlarni tushunish va ularga mos xizmatlar ko‘rsatish juda muhim. Foydalanuvchi interfeyslari ustida ishlashda ko‘nikmalarimni yaxshilayapman.

**Yangilikka intilish**

Texnologiyalar va yangiliklarni joriy qilish korxonani rivojlantiradi. Men frontend sohasida kuchli bilimga egaman, ammo backend yo‘nalishini ham o‘rganishni rejalashtiryapman.

**Moliyaviy boshqaruv**

Pulni samarali boshqarish muvaffaqiyat kalitidir. Moliyaviy rejalashtirishni bilaman, lekin bu sohada ko‘nikmalarimni yanada yaxshilash niyatidaman.

**Jamoaviy ishlash**

Jamoa bilan ishlash va yaxshi muloqot qilish korxonani rivojlantiradi. Bu borada tajribam yaxshi, lekin biznes tadbirlarida ko‘proq qatnashishni xohlayman.

**Doimiy o‘qish**

Yangi bilim va ko‘nikmalarni egallash orqali bozorga moslashish mumkin. Men xalqaro sertifikatlar olishni rejalashtirib, kurslarda ishtirok etayapman.

**3. TOPSHIRIQ B**

**Men o’z mahsulotimni tanishtirib o’tsam:**

Men ikkla kompanyadan olgan bilimlarimini va tajribam orqali bitta kichik kompanya yasab ketdim. Kompanya nomini **Milliy Brend** deb atadim. Chunki bizga HP va Dell kabi katta IT kompanyasi mavjud emas barcha narsalar barcha clouding va dasturiy taminot xususan nootbook va boshqa shunga o’xshash narsa ishlab chiqadigan kompanyalar mavjud emas. Shuning uchun ham men buni Milliy Brend deb kompanyam nomini atadim. Uni men Topshirq C taqdimot qilib ketaman unga o’zimning logotipim brend nomimni yozib taqdim qilaman. Shu bilan birgalikda Hp va dell kabi nimaki ishlab chiqarmasin men ham ulardek katta kompanya yaratishni va odamlarga manfati tegadigan IT kompanyani tashkil qilib boraman.

**IT mahsuloti yoki xizmati uchun marketing rejasini ishlab chiqish**

Men HP va Dell kabi katta kompanya yaratmoqchiman u o’zimizning milliy kompanyalar sirasiga kiradi chunki bizga bunqa kompanyalar yuq birinchidan bu bizga bozorni bemalol qamrab olishimiz uchun katta imkonyat negaki raqobatchilarimiz yuqligi bu bizni foydamizga tegadi. Unga men birinchi navbatda rejalarni tuzub oldim endigi navbatda men **marketing strategiyasini** ishlab chiqaman u qanday bo’lishini aytsam:

**Marketing** **bu** tayyor kompanya yoki korxona bor qarshisida odamlar va mizojlara bor. Men o’shalarni o’zimga qaratish uchun turli xil **marketing strategiyalardan** foydalanaman. Misol uchun o’zi 3tamarketing **vazifalari** mavjud birinchisi yangi mijozlar olib kelish, ikkinchisi bor mijozlarni olib qolish, uchunchisi ketgan mizojlarni qaytarish.

Marketingda **narx belgilash** usulari bor men narx belgilash usullarida raqobatchilarimni tahlil qilgan holda ular bozorni tavarim qanchalik shu narx ga arziydi yoki arzimaydi o’sha holatlarni bilib keyin narx belgilayman. **Marketing kanlarini** tanishtirsam kompaniya mahsulot yoki xizmatlarini mijozlarga yetkazish, tanishtirish va sotish uchun foydalanadigan vosita va platformalardir.

**Marketing** **uslullari** bozorda har xil reklamalar mavjud xususan digital raqamli, ananaviy fayerli (plakatli) televidinya oraqli va boshqalar ichiga kirishi mumkin. Hozirgi kunda eng ommabop reklama beradigan va ko’p mijozlar digital raqamli reklama eng ommabop reklamalardan biri va eng ko’p odamlar bor. Men ham o’z kompanyamni digitila ijtimoyi tarmoqlar orqali bermoqchiman u menga o’zi mizojlar sigmenti olib keladi keyin berayotgan mahsulotim kimlar ko’rishi uchun bizga kerak asosan. Bizga asosan yoshlar 16-30 yoshgacha bo’ladi nimaga bunaqa deyapman asosan yoshlar bizning mahsulotimizdan foydalanishadi katta yoshli odamlar unchalik nootbook va bizning mahsulotimizni foydalanolmaydilar shuning uchun men kerkali odamlarga o’z mahsulotimni reklama qilishim kerak**. Bozorga chiqish kanallari** va qaysi kanallarga bersam desam birinchi o’rinda eng yaxshi rekalama beradigan sayt bu, reklama ximatlar taklif qiladigan kompanyalar google ads, meta(Instagram)(Facebook), Yandex derekt orqali reklama bersak bo’ladi.

**Marketing** **rejasining komponentlari** o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni men o’z kompanyamni bozorini tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, marketing strategiyasi bozorini qanday egalashimni qancha buydjet sarflashimni barchasini puxta rejalashim kerak. Men bu marketing rejasini boshqarishda asosan urg’u qaratishim kerak bo’lgan narsa o’z web saytimni yaratishim kerak keyin ijtimoyi tarmoqlarimni ochib yurg’izishim kerak asosan videolar ni ko’p kishi qisqa va qiziqarli videolar ko’rishadi o’shaning uchun qisqa va qiziqarli kontentlar qo’yib borishim kerak har kuni kamida bittadan qo’yib borishim kerak bu kompanyaga ancha katta mijozlar olib keladi deb o’ylayman.

**Marketing turlari haqida ma’lumot:**

**An'anaviy marketing**

Bu marketing usullari bosma reklama, radio, televideniye va tashqi reklama (bannerlar, plakatlar) kabi vositalarga asoslangan. U odatda keng auditoriyaga mo‘ljallangan va uzoq muddatli ta'sirni ko‘zda tutadi.

**Raqamli marketing (Digital Marketing)**

Raqamli texnologiyalar va internet orqali amalga oshiriladigan marketing turi. Asosiy turlari:

**SEO (Search Engine Optimization)**: Saytni qidiruv tizimlarida yuqori o‘ringa olib chiqish.

**SMM (Social Media Marketing)**: Ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ‘ib qilish.

**Email marketing**: Elektron pochta orqali mijozlar bilan bog‘lanish.

**Content marketing**: Foydali va qiziqarli kontent yaratish orqali mijozlarni jalb qilish.

**Tovar-marketing (Product Marketing)**

Mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab, uni bozorga chiqarish va iste’molchilar ehtiyojini qondirishga qaratilgan strategiya.

**B2B va B2C marketing**

**B2B (Business-to-Business)**: Kompaniyalar o‘rtasida mahsulot yoki xizmat sotish strategiyalari.

**B2C (Business-to-Consumer)**: Mahsulotlarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri iste’molchilarga sotishga qaratilgan marketing.

**Inbound va Outbound marketing**

**Inbound marketing**: Mijozlarni qiziqarli kontent va foydali ma’lumotlar orqali jalb qiladi.

**Outbound marketing**: Reklama va to‘g‘ridan-to‘g‘ri marketing vositalari orqali mijozlarga yetib borishini ta’minlaydi.

**Niche marketing**

Aniq bir guruh auditoriyaga, maxsus bozor segmentiga mo‘ljallangan marketing turi. Bu tur mahsulot yoki xizmatni tor doiradagi mijozlar ehtiyojiga moslashtiradi.

**Omnichannel marketing**

Barcha kanallarni yagona ekotizimga birlashtirib, mijozlarga uzluksiz tajriba taqdim etish. Masalan, do‘kon, veb-sayt va ijtimoiy tarmoqlarni uyg‘unlashtiradi.

**Brend-marketing**

Kompaniya yoki mahsulotning brendini shakllantirish va ommalashtirishga qaratilgan strategiya. U mijozlarning mahsulotga bo‘lgan ishonchini oshirishga xizmat qiladi.

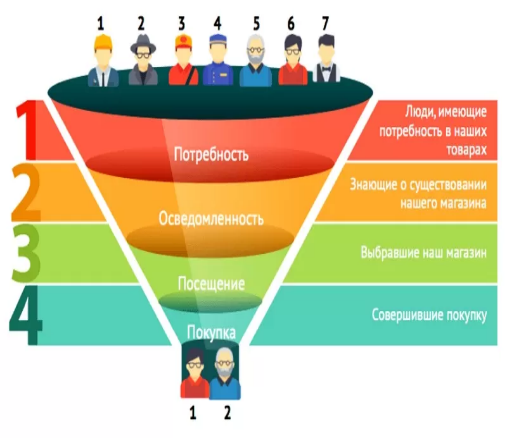
**Qidiruv tizimlari marketingi (SEM)**

Reklama orqali qidiruv tizimlari natijalarida yuqori joylarni egallash. Bu pulli reklama vositalarini o‘z ichiga oladi (masalan, Google Ads).

**Tajribaviy marketing (Experiential Marketing)**

Mijozlarga mahsulotni sinab ko‘rish yoki interaktiv tajriba yaratish orqali ta'sir o‘tkazadigan marketing turi. Masalan, yarmarkalar va tadbirlarda mahsulotlarni namoyish qilish.

Har bir marketing turi o‘zining xususiyatlariga ega bo‘lib, kompaniyaning maqsadlari, mijozlarning ehtiyojlari va bozorning o‘ziga xos xususiyatlariga qarab tanlanadi.

Men bozorda ko’p tatqiqod ko’p o’tqazganman shu bilan birgalikda ko’proq tajriba olganaman o’zimning cheteldan kelgan mahsulotlarni do’konlarga olib borib tarqatib berganman sotuv jarayonlarni o’z ko’z bilan ko’rganman kamchiliklarini bilganman nima lar bo’lishini xaridorlar bilan gaplashayotgan extiyotkorlik bilan gaplashishligini va jamoa bilan ahil bo’lish. Endi men o’sh tarqatib yurgan nootbooklarimni gadjetlarimni o’zim quryapman katta kompanya osiyo bo’yicha bo’ladi. Meni ishonchim komilki Uzbeksiton ichida yaqin atrofda bunaqa kompanya hali beri ochilmaydi va shuni aytamanki bu mahsulotim o’zbekistonda balki o’rta osiyo uchun yaxshi gadjetlar ishlab chiqardi men bemalol ayta olaman bu **mahsulot inqilobga uchramaydi** risklarini juda kam foiz. Bozor tatqiqot qilganimda boshqa kompanyalarni misol uchun Samsung avvaldan odamlarga arzon va o’rtach gadjetlarni odamlarga tatbiq qiladi Victus yangi bu zamonaviy kompanya uning mahsulotlari kuchli va qimmatroq mahsulotlari bilan bozorni o’rni bor. **Rejam shuki** men katta Shahar o’rtasida katta kompanya qurmayman menga kichkina bo’lsayam sifatli ishlab chiqarish mahsulot ishlab chiqaraman. Har bir muvaffaqiyatga erishgan insonlarni olib qarasak masalan Stev Jobs ni olsak uyam garajda ishini boshlagan men ham katta mablag’ sarflamasdan kichkina kichkina joylarda mahsulot ishlab chiqaraman. **Marketing reajalari** ni aytib bersam sizga men agar bitta video yoki bironjoyga e’lon bersam marketingda sotuv varonkasi bor sizga boshida qiziqishadi va keyin qidirib ko’rishadi keyin aloqaga chiqishadi keyin sotib olish jaroyioni bo’ladi bu narsa **AIDA** deyiladi sotuv varonkasi. Marketingda ketadigan xarjatlar misoli sifatida jadvalda yozib oldim va narxlarni qo’yib chiqdim bizga molyavi tomonlama shuncha pul ketadi. Men bunday marketing turlari ni yozib ko’rsatdim lekin **marketing qilmasdan ham** shunday tashkilotlar bor ularni o’zlari juda mashhur nimagaki ular marketing tomonlamamas ular sifat va mijozni o’zi keladi deb aytishadi. Misol uchun qanchalik kompanyalar chiroyli xashamatli bo’lmasin, sifatli yaxshi narsa yoki yaxshi xodimlar bo’lmasa ulardan ming marta kichik va tajribali yaxshi sifatli mahxsulot ishlab chiqarish yaxshidir. Ko’p odamlar marketing yo’lg’on narsa sotish deb bilishadi ammo marketing yurishib turgan korxonani yoki inqilob bo’lgan kompanyani yoki yangi qurmoqchi bo’lgan kompanyani yordam beradiganam bu marketing hisoblanadi. Bu holatda men ham marketing kelajakda yaxshi avuditorya yig’ib olsam marketing turlari kanallaridan butunlay tark etaman chunki marketing siz ni boshqa odamlar zanjir simon virus ga o’xshagan kompanyam nomini tillarda doston qilishadi bu narsa **zanjirli marketinglar** sirasiga kiradi. Marketinda ikkta narsa bor u tayyor narsani o’sha holatini ko’rsatib beradi yoki bo’lmasa bo’lmagan narsani juda yaxshilab chiqadi.

**4.TOPSHIRIQ C**

Men topshirq c da o’zimnig tashkil qilgan kompanyamni biznes g’oyalarimni biznes rejalarimni taqdimot qilib berdim u ni siz quyidagi pastdagi link orqali kirib tanishigiz mumkin.

<https://www.canva.com/design/DAGaYzg4TbY/R8aTUlw1yAftKapkXqz2yw/edit?utm_content=DAGaYzg4TbY&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton>

buyerda kamchiliklari bo’lishi mumkin lekin men bu kompanyani yoshligimdan qurushni orzu qilardim negaki bu kompanyalar hamma taniydi va har qanday mahsulot ishlab chiqadi. Bunday kompanyalar uzuq strategiyalarga asoslanib reja tutishadilar. Bu bizness katta IT ga taluqli joylari bor do’stlarim sening kompanyang IT ga yo’naltirmagan deyshdi lekin qaysiki bu dasturiy taminot cloud xizmatlari va ai generation ichiga kirib ketadi misol sifatida printerniyam aytishim mumkin online skaynerlab ishlatish uni boshqarish chop etishlaram kiradi deb o’ylayman.

**Xulosam** shu ki har bir inson agar biznes yoki tadbirkorlik bilan shug’ulanmoqchi bo’lsalar ular avvalo uni g’oyasini o’ylab uni qo’g’ozga yaxshilab tasvirlab yozsa uni ustida amallar bajarsa bu yaxshi tadbirkorlar sirasiga kiradi. Shuni aytamnki, HP va Dell kompanyalardayam muvafaqatsizliklar kamchiliklar bo’lgan ular bu usulni ustida ishlab yaxshiroq tayyorlanib o’sha ustida ishlaganlar. Hozirda ular har bir raqobatchilarni o’z mijozlarni taklif va shartlariga qarab o’z modellarini almashtirishadilar bu degani keying amalga oshirmoqchi bo’lgan harakatlar bu faqat talabga bog’liq bo’ladi lekin ular har doim mahsulotlari ustida yaxshiroq ishlaydilar kelajakdayam. Men buyerda ko’proq tajriba oldim o’z ustimda amalyot o’tqazdim ko’proq

**So’zlar soni: 3239**

**6. Manbalar ro’yxati :**

**1.** McConnell, J. and Shapiro, M. (2019) The HP Way: How Bill Hewlett and I Built Our Company. 2nd edn. Boston: Harvard Business Review Press.

**2.** Dell, M. and Fredman, C. (2021) Play Nice But Win: A CEO's Journey from Founder to Leader. 1st edn. New York: Portfolio.

**3.** CrashCourse (2019) ‘The Industrial Revolution (18-19th Century)’, **YouTube**. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=t2buVHskrvE> (Accessed: 17 January 2025).

**4.** Islomov, D. (2019) ‘Axborot texnologiyalari va ta’lim tizimiga ta’siri’, O‘zbekiston ta’lim jurnali, 10(2), b. 34-45.

**5.** Xolmurodov, B. (2018) ‘Raqamli marketingning asoslari’, in Tursunov, I. (ed.) Biznes va marketingni rivojlantirish. Toshkent: TDYU, b. 56-74.

**6.** Johnson, P. (2020) Modern Business Management. 2nd edn. New York: McGraw-Hill.

**7.** University of Leeds (n.d.) ‘Proofreading and Referencing Guide’, University of Leeds Library. Available at: <https://library.leeds.ac.uk> (Accessed: 2 January 2025).