|  |  |
| --- | --- |
|  | Tashkent University of Information Technologies  named after Muhammad Al-Khwarizmi  Muhammad al-Xorazmiy nomidagi  Toshkent axborot texnologiyalari universiteti |

School of “Management and Marketing”, “e-Commerce” department

FINAL EXAMINATION (Group: 124-21)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Question Level** | **Number of Questions** | **Points per Question** | **Total Points** |
| **KEYS: Oʻzbekistonda elektron tijorat**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Oʻzbekiston elektron tijorat bozoridagi qiyinchiliklar va imkoniyatlar**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Markaziy Osiyoda elektron tijorat orqali iqtisodiy rivojlanishni oshirish**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Oʻzbekistonning moliyaviy ekotizimida yoʻl topish: Pul oʻtkazish tizimlari**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Nike kompaniyasining raqamli transformatsiyasi**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Amazon’ning logistika sohasidagi innovatsiyalari**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Starbucks va mobil toʻlov integratsiyasi**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **KEYS: Teslaʼning reklamasiz marketingi**  Easy  Medium  Difficult | 2  2  1 | **5**  **7**  **10** | 22 |
| **Total** | **40** |  |  |

**Toshkent 2024**

**RAQAMLI BIZNESNI BOSHQARISH BOʻYICHA YAKUNIY IMTIHON SAVOLLARI**

**KEYS: Oʻzbekistonda elektron tijorat** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Soʻnggi yillarda Oʻzbekistonda elektron tijorat sektori sezilarli darajada rivojlandi. Bu oʻsish internet tarmogʻining kengayishi va smartfonlarning keng tarqalishi tufayli yuz berdi. Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) tashkilotining 2023-yilgi hisobotiga koʻra, Oʻzbekistonda 2022-yilda elektron tijorat aylanmasi 600 million AQSH dollariga yetib, yillik oʻsish surʼati 26 foizni tashkil etdi. Ushbu taʼsirchan kengayishga qaramay, elektron tijorat hali ham mamlakatning umumiy chakana savdo aylanmasining 2 foizidan kamrogʻini tashkil etmoqda. Bu esa kelajakda yanada rivojlanish uchun katta imkoniyat mavjudligini koʻrsatadi.

Oʻzbekistonda elektron tijorat soʻnggi yillarda sezilarli rivojlandi. Internetning kengayishi, smartfonlarning ommalashuvi va “Raqamli Oʻzbekiston — 2030” strategiyasi kabi omillar ushbu sektorga ijobiy taʼsir koʻrsatdi. Paynet, Click va Uzum kabi raqamli toʻlov platformalari orqali xavfsiz tranzaksiyalar amalga oshirilib, isteʼmolchilar ishonchi oshdi. Shu bilan birga, Korzinka.uz va Havas kabi platformalar bozorda yuqori standartlarni joriy etib, mahalliy korxonalarga raqamli transformatsiya qilish uchun zamin yaratmoqda.

Biroq, logistika samaradorligi pastligi, qishloq hududlarda raqamli savodxonlik darajasining pastligi va infratuzilmaning yetarli emasligi kabi muammolar sohaning yanada rivojlanishini cheklamoqda. Strategik investitsiyalar va davlat-xususiy hamkorlik bu muammolarni bartaraf etishda hal qiluvchi rol oʻynashi mumkin. Bundan tashqari, sunʼiy intellekt va maʼlumotlar tahlilini qoʻllash isteʼmolchilarning xatti-harakatlarini chuqurroq tahlil qilishga yordam beradi va raqobatbardoshlikni oshiradi.

**Elektron tijoratning asoslari** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Oʻzbekistonda elektron tijoratning oʻsishini taʼminlovchi uchta asosiy omil nimadan iborat va nima uchun bu omillar muhim hisoblanadi?

2. Oʻzbekiston elektron tijorat sektori duch kelayotgan ikkita asosiy muammoni aniqlang va ular biznes faoliyati hamda isteʼmolchilarning ishonchiga qanday taʼsir koʻrsatishini tushuntiring.

**Raqamli biznes strategiyalari** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Paynet, Click va Uzum kabi platformalar Oʻzbekistonda raqamli biznesning rivojlanishiga qanday hissa qoʻshmoqda? Ularning isteʼmolchilar ishonchini oshirish va onlayn tranzaksiyalarni osonlashtirishdagi rolini muhokama qiling.

4. Oʻzbekiston elektron tijorat bozorida muvaffaqiyatga erishish uchun Korzinka.uz va Havas qoʻllayotgan strategiyalarni tahlil qiling. Kichik biznes bu yondashuvlardan nimalarni oʻrganishi mumkin?

**Innovatsion yechimlar** *(murakkab) (har biri 10 ball):*

5. Oʻzbekistonda elektron tijorat sohasidagi logistik muammolarni bartaraf etish boʻyicha strategik reja ishlab chiqing. Javobingizda infratuzilmaga investitsiyalar kiritish, davlat-xususiy sheriklikni yoʻlga qoʻyish va innovatsion yetkazib berish yechimlarini taklif etish kabi jihatlarni hisobga oling.

**KEYS: Oʻzbekiston elektron tijorat bozoridagi qiyinchiliklar va imkoniyatlar** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Oʻzbekistonda Uzum, ZoodMall, Alif Shop, Asaxiy, 220volt kabi yirik savdo platformalari paydo boʻldi, bu internet foydalanuvchilari sonining koʻpayishi va onlayn xaridlarga qiziqishning ortishi bilan bogʻliq. Biroq, TEMU va Pinduoduo kabi Xitoydan toʻgʻridan-toʻgʻri arzon mahsulotlar taklif qiluvchi xorijiy platformalarning paydo boʻlishi mahalliy bozor uchun ham imkoniyatlar, ham muammolarni keltirib chiqarmoqda. Bu platformalar koʻpincha Oʻzbekistonda yuridik shaxs sifatida roʻyxatdan oʻtmasdan faoliyat yuritadi, bu esa ularga mahalliy soliqlardan qochish va mahsulot sifati uchun javobgarlikdan boʻyin tovlash imkonini beradi. Bu holat adolatsiz raqobat, isteʼmolchilar huquqlarini himoya qilish va bozor barqarorligi borasida xavotirlar tugʻdirmoqda.

Logistika samarasizligi va aholining raqamli savodxonligi cheklanganligi kabi jiddiy muammolarga duch kelayotgan mahalliy korxonalar endi soliqsiz faoliyat yuritish hisobiga arzonroq narxlar taklif qila oladigan xorijiy platformalar bilan raqobatlashishga majbur boʻlmoqda. Oʻzbekistonda ichki elektron tijorat sohasining asosini tashkil etuvchi kichik va oʻrta korxonalar (KOʻK) bu raqobatga ayniqsa zaif. Tartibga solish majburiyatlarining noteng taqsimlanishi adolatsiz raqobat muhitini yaratmoqda, bu esa mahalliy biznesning oʻsishi va innovatsion rivojlanishiga toʻsqinlik qilmoqda.

Hukumat bu murakkab vaziyatni hal qilar ekan, xalqaro elektron tijorat oʻsishini ragʻbatlantirish va mahalliy biznes hamda isteʼmolchilar manfaatlarini himoya qilish oʻrtasida nozik muvozanatni saqlashi kerak. Barqaror va adolatli elektron tijorat muhitini yaratish uchun siyosatchilar, mahalliy tadbirkorlar va isteʼmolchilar huquqlarini himoya qiluvchi tashkilotlarni jalb qilgan holda koʻp tomonlama yondashuv zarur.

**Elektron tijorat muammolari** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Oʻzbekistonda mahalliy roʻyxatdan oʻtmasdan faoliyat yuritayotgan xorijiy elektron tijorat platformalari bilan bogʻliq asosiy muammolar nimalardan iborat va bu muammolar mahalliy bozorga qanday taʼsir koʻrsatmoqda?

2. TEMU va Pinduoduo kabi platformalar Oʻzbekistondagi isteʼmolchilar xulq-atvoriga qanday taʼsir qilmoqda va bu mahalliy biznes uchun qanday qiyinchiliklar tugʻdirmoqda?

**Raqobat va tartibga solish** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Xorijiy platformalarning ishlashiga ruxsat bergan holda, Oʻzbekiston hukumati adolatli raqobat va isteʼmolchilar xavfsizligini taʼminlash uchun qanday ikkita tartibga solish chorasini qoʻllashi mumkin?

4. Roʻyxatdan oʻtmagan xorijiy platformalardan xarid qilishda isteʼmolchilar uchun boʻlishi mumkin boʻlgan afzallik va kamchiliklarni muhokama qiling. Bu omillar Oʻzbekistonda elektron tijorat sohasining uzoq muddatli rivojlanishiga qanday taʼsir koʻrsatishi mumkin?

**Strategik yondashuvlar** *(murakkab) (har biri 10 ball):*

5. Siyosatchi sifatida xalqaro elektron tijorat integratsiyasini mahalliy biznesni himoya qilish va qonun-qoidalarga rioya etish bilan muvozanatlashtirish uchun keng qamrovli strategiya taklif eting. Yondashuvingizga aniq harakatlar va manfaatdor tomonlarni kiriting.

**KEYS: Markaziy Osiyoda elektron tijorat orqali iqtisodiy rivojlanishni oshirish** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Elektron tijorat Markaziy Osiyo iqtisodiyoti rivojlanishining tamal toshiga tez surʼatlar bilan aylanib bormoqda. U qashshoqlikni kamaytirish va bozorni kengaytirish uchun misli koʻrilmagan imkoniyatlarni taqdim etmoqda. Ushbu salohiyatdan foydalanish uchun Jahon banki 2023-yilda “Elektron tijorat orqali global kirishni oshirish” (E-GATE) dasturini ishga tushirdi. Ushbu tashabbus mintaqadagi mikro, kichik va oʻrta korxonalar (MKOBK) hamda kichik biznes subyektlariga jahon bozorlariga chiqish va transchegaraviy elektron tijorat orqali daromadlarini oshirish imkonini yaratishga qaratilgan.

E-GATE elektron tijoratni rivojlantirishning bir nechta jihatlariga eʼtibor qaratadi. Asosiy tashabbuslardan biri Oʻzbekiston, Qirgʻiziston va Tojikiston kabi mamlakatlarning global elektron tijorat ekotizimida ishtirok etish qobiliyatini baholovchi Elektron tijoratga tayyorlik indeksini yaratishdir. Ushbu indeks infratuzilma, logistika va raqamli savodxonlikdagi kamchiliklarni aniqlaydi, bu esa maqsadli siyosat choralarini ishlab chiqish uchun asos boʻladi.

Shuningdek, dastur mahalliy ishlab chiqaruvchilarga biznes-intellekt va elektron tijorat strategiyalari boʻyicha taʼlim berish orqali salohiyatni oshirishga ustuvor ahamiyat beradi. Seminarlar va mentorlik dasturlari orqali ishtirokchilar “Amazon” va “Alibaba” kabi xalqaro bozorlarda qanday harakat qilishni oʻrganadilar va raqobatbardosh raqamli muhitda muvaffaqiyatga erishish uchun zarur koʻnikmalarni rivojlantiradilar. Biroq, Markaziy Osiyodagi toʻlov tizimlarini oʻzaro tan olinmasligi, yagona logistik makon mavjud emasligi va qonunchilikdagi boʻshliqlar asosiy toʻsiqlar boʻlib qolmoqda. Ushbu muammolarni hal qilishda raqamli infratuzilmani rivojlantirish va xalqaro hamkorlik muhim ahamiyatga ega.Savollar:

**E-GATE dasturi asoslari** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. E-GATE dasturining asosiy maqsadi nima va u Markaziy Osiyodagi qashshoqlikni qanday hal qilishga intiladi?

2. E-GATE dasturining global bozorga chiqishda korxonalar uchun taqdim etayotgan uchta asosiy afzalligini sanab bering.

**Xalqaro platformalarga integratsiya** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Oʻzbekiston MKOBKlari “Alibaba” kabi xalqaro elektron tijorat platformalariga kirish orqali qanday foyda olishi mumkin va bu ularning oʻsishi va rivojlanishiga qanday taʼsir qilishi mumkin?

4. Oʻzbekistondagi mikro, kichik va oʻrta biznes korxonalari global elektron tijoratga qoʻshilishda duch keladigan ikkita asosiy muammoni aniqlang va ularning har biri uchun potentsial yechimlarni taklif qiling.

**Strategik rivojlanish** *(murakkab) (har biri 10 ball):*

Agar sizga Oʻzbekistonning elektron tijoratga tayyorligini oshirish strategiyasini ishlab chiqish vazifasi topshirilgan boʻlsa, qanday aniq qadamlarni tavsiya qilgan boʻlardingiz? Infratuzilma, huquqiy islohotlar va malaka oshirish kabi jihatlarni koʻrib chiqing.

**KEYS: Oʻzbekistonning moliyaviy ekotizimida yoʻl topish: Pul oʻtkazish tizimlari** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Oʻzbekiston moliyaviy tizimi xalqaro pul oʻtkazmalari xizmatlarini mahalliy raqamli toʻlov platformalari bilan uygʻunlashtirish orqali rivojlanmoqda. Western Union, MoneyGram va Unistream kabi xalqaro pul oʻtkazmalari xizmatlari uzoq vaqtdan beri Oʻzbekistonga pul oʻtkazmalarini amalga oshirishda muhim rol oʻynab kelmoqda. Western Union butun mamlakat boʻylab 2600 ta agentlik punktida faoliyat yuritadi. Biroq, xalqaro oʻtkazmalar bilan bogʻliq xarajatlar toʻsiq boʻlishi mumkin, chunki toʻlovlar miqdori va manziliga qarab 5 dollardan 50 dollargacha oʻzgarib turadi.

Mamlakat ichki bozorida esa Click va PayMe kabi raqamli toʻlov platformalarining paydo boʻlishi Oʻzbekistondagi moliyaviy operatsiyalarni tubdan oʻzgartirdi. Bu platformalar tezkor toʻlovlar va pul oʻtkazmalarini amalga oshirish imkonini beruvchi arzon va qulay mobil ilovalarni taqdim etadi. Tranzaksiyalar samaradorligining oshishi biznesga foyda keltirsa, isteʼmolchilar esa oʻz mablagʻlarini mobil qurilmalar orqali boshqarish qulayligidan manfaat koʻrmoqdalar.

Biroq, xalqaro va mahalliy tizimlarning yonma-yon mavjudligi ayrim muammolarni ham keltirib chiqarmoqda. Xalqaro pul oʻtkazmalari uchun toʻlovlar kam taʼminlangan foydalanuvchilar uchun juda yuqori boʻlishi mumkin, qishloq joylarda esa agentlik punktlariga tayanish noqulaylik tugʻdirishi mumkin. Mahalliy platformalar uchun kiberxavfsizlik xatarlari, qishloq joylarida internetga kirishning cheklanganligi va kuchli tartibga solish nazoratining zarurligi kabi muammolar dolzarb boʻlib qolmoqda.

**Moliyaviy xizmatlarning asoslari** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Oʻzbekistonda pul oʻtkazmalarini qabul qilish uchun keng qoʻllaniladigan ikkita xalqaro pul oʻtkazmalari xizmatini sanab oʻting va ularning mamlakat iqtisodiyotidagi oʻrnini tushuntiring.

2. Oʻzbekistonda ichki pul oʻtkazmalarini oʻzgartirgan bitta mahalliy raqamli toʻlov platformasini ayting.

**Moliyaviy operatsiyalar va innovatsiyalar** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirishda PayMe kabi mahalliy raqamli platformalarga nisbatan Western Union singari xalqaro pul oʻtkazmalari xizmatlaridan foydalanishning afzalliklari va kamchiliklarini muhokama qiling.

4. Click va PayMe kabi raqamli toʻlov platformalari Oʻzbekiston iqtisodiyotida isteʼmolchilarning xatti-harakatlari va biznes faoliyatiga qanday taʼsir koʻrsatdi?

**Strategik boshqaruv** *(murakkab) (har biri 10 ball):*

5. Oʻzbekiston xalqaro va mahalliy pul oʻtkazmalari tizimlarini integratsiyalash va nazorat qilishda duch kelishi mumkin boʻlgan muammolar va tartibga solish masalalarini tahlil qiling. Hukumat bu muammolarni samarali hal qilish uchun qanday choralar koʻrishi mumkin?

**KEYS: “Nike kompaniyasining raqamli transformatsiyasi”** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

2017-yilda Nike oʻzining “Isteʼmolchilarga toʻgʻridan-toʻgʻri yetkazib berish” strategiyasini ishga tushirdi. Bu strategiya mijozlar bilan bevosita aloqa oʻrnatish va uchinchi tomon chakana sotuvchilarga qaramlikni kamaytirishga qaratilgan edi. Strategiyaning asosiy qismi – Nike ilovasi boʻlib, u maʼlumotlar tahlili yordamida shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, eksklyuziv mahsulotlar va qulay xarid qilish imkoniyatini taqdim etardi. 2021-yilga kelib, Nike daromadining 42 %i toʻgʻridan-toʻgʻri shu strategiya orqali keldi. Muvaffaqiyatlarga qaramay, Nike maʼlumotlar maxfiyligi bilan bogʻliq xavotirlar, anʼanaviy doʻkonlarni raqamli ekotizim bilan uygʻunlashtirish va pandemiya davrida yetkazib berish zanjirida yuzaga kelgan uzilishlarni boshqarish kabi qiyinchiliklarga duch keldi.

**Biznes modellarini tushunish** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Nikeʼning toʻgʻridan-toʻgʻri isteʼmolchiga yoʻnaltirilgan strategiyasi uning umumiy biznes modeliga qanday foyda keltiradi?

2. Nike ilovasi orqali mijozlar tajribasini yaxshilashda maʼlumotlar tahlili qanday rol oʻynaydi?

**Maʼlumotlarni talqin qilish va qoʻllash** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Shaxsiylashtirilgan mijoz tajribasini saqlab qolgan holda maʼlumotlar maxfiyligiga oid muammolarni hal qilish uchun Nike uchun yechimlar taklif eting.

4. Nike mijozlar sayohatini yaxshilash uchun oʻzining jismoniy doʻkonlarini raqamli ekotizimga qanday birlashtirishi mumkin?

**Strategik fikrlash va muammolarni hal qilish** *(murakkab) (10 ball):*

5. Raqamli oʻsishni saqlab qolgan holda kelajakdagi uzilishlarda taʼminot zanjiri xavflarini kamaytirish uchun Nike strategiyasini ishlab chiqing.

**KEYS: “Amazon’ning logistika sohasidagi innovatsiyalari”** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Amazon Prime, bir kunda yetkazib berish va dronlar orqali yetkazib berish kabi innovatsiyalar bilan logistika sohasida yetakchiga aylandi. 2016-yilda kompaniya yetkazib berish tezligi va samaradorligini oshirish uchun “Amazon Air”ni ishga tushirdi. Amazon Air — bu Amazon’ning yuk tashish aviatsiya tarmog‘i bo‘lib, tezkor yetkazib berish imkoniyatini oshirish uchun yaratilgan. Biroq, tanqidchilarning fikricha, bunday innovatsiyalar kichikroq raqobatchilarni qiyin moliyaviy ahvolga soladi va karbonat angidrid chiqindilarining koʻpayishi tufayli ekologik muammolarni keltirib chiqaradi.

**Biznes amaliyotlarini tahlil qilish** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Amazon logistika innovatsiyalarining mijozlar uchun qanday afzallik/kamchiliklari bor?

2. Amazon logistika amaliyoti tufayli yuzaga kelishi mumkin boʻlgan ekologik muammolarni aniqlang.

**Ekologik xabardorlik va innovatsiyalar** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Amazon logistika tarmogʻining atrof-muhitga taʼsirini kamaytirish yoʻllarini taklif eting.

4. Kichik biznes qanday qilib Amazonʼning logistika sohasidagi ustunligi bilan raqobatlasha oladi?

**Strategik rejalashtirish** *(murakkab) (10 ball):*

5. Tezlik, samaradorlik va ekologik masʼuliyatni muvozanatlaydigan Amazon logistika operatsiyalari uchun batafsil barqarorlik rejasini yarating.

**KEYS: “Starbucks va mobil toʻlov integratsiyasi”** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Starbucks 2015-yilda oʻzining mobil buyurtma va toʻlov ilovasini joriy etdi, bu mijozlarga oldindan buyurtma berish va navbatni chetlab oʻtish imkonini berdi. 2020-yilga kelib, AQShdagi barcha tranzaksiyalarning 25 %i mobil buyurtmalarga toʻgʻri keldi. Lekin, baʼzi doʻkonlarning mobil buyurtmalarni berish punktlarida uzoq navbatlarning ortib ketishi, mijozlarning noroziligiga sabab boʻldi. Starbucks ushbu muammolarni hal qilish uchun oʻzining raqamli va doʻkon ichidagi operatsiyalarini takomillashtirmoqchi.

**Operatsion tahlil** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Mobil buyurtma va toʻlov ilova tizimi Starbucks va uning mijozlariga qanday afzalliklarni taqdim etadi?

2. Mobil buyurtmalardan foydalanishning koʻpayishi qanday operatsion muammolarni keltirib chiqaradi?

**Mijozlarga xizmat koʻrsatishni yaxshilash (oʻrta) (har biri 7 ball):**

3. Starbucksʼning buyurtmalarni olish joylaridagi toʻplanishlarni kamaytirish boʻyicha yechimlar taklif eting.

4. Starbucks qanday qilib mobil buyurtma beruvchi va doʻkondagi mijozlarga bir xil eʼtibor va xizmat koʻrsatilishini taʼminlashi mumkin?

**Gibrid biznes modellarini loyihalash (murakkab) (10 ball):**

5. Starbucks doʻkonlarida mijozlarga uzluksiz xizmat koʻrsatishni taʼminlaydigan gibrid raqamli va doʻkon strategiyasini ishlab chiqing.

**KEYS: “Teslaʼning reklamasiz marketingi”** *(1-5 – savollar shu keys asosida)*

Tesla o‘z elektromobillari bilan avtomobilsozlik sanoatida inqilob qildi, ammo u anʼanaviy reklamaga deyarli hech narsa sarflamaydi. Buning oʻrniga u ijtimoiy tarmoqlar, ogʻzaki tarqatish va bosh direktor Ilon Maskning shaxsiy brendiga tayanadi. 2021-yilda Tesla dunyodagi eng qimmat avtomobil ishlab chiqaruvchisiga aylandi. Tanqidchilarning fikricha, bu strategiya koʻp jihatdan Maskning taʼsiriga bogʻliq boʻlib, bu biznesda qarama-qarshiliklarga sabab boʻlishi mumkin.

**Oʻziga xos marketing strategiyalarini tushunish** *(oson) (har biri 5 ball):*

1. Anʼanaviy reklama usullaridan voz kechish Tesla uchun qanday foyda / zarar keltiradi?

2. Ilon Maskning shaxsiy brendiga tayanish orqali Tesla qanday xavflarga duch keladi?

**Xavfni tahlil qilish va diversifikatsiyalash** *(oʻrta) (har biri 7 ball):*

3. Tesla uchun Ilon Maskning taʼsiriga qaramlikni kamaytiradigan muqobil marketing strategiyalarini taklif eting.

4. Tesla mijozlar fikr-mulohazalaridan brendga sodiqlikni oshirish uchun qanday foydalanishi mumkin?

**Strategik marketing rejasini ishlab chiqish** *(murakkab) (10 ball):*

5. Tesla uchun keng qamrovli marketing rejasini ishlab chiqing, u oʻz qamrovini diversifikatsiya qilish uchun anʼanaviy va raqamli kanallarni oʻz ichiga olsin.