

## **KLASTERLASH JARAYONIDA QO'LLANILADIGAN MAHSULOTLAR, ULARNING XUSUSIYATLARI**

*Andijon mashinasozlik instituti Axborot tizimlari va texnologiyalari*

*yo'nalishi 4-kurs talabasi*

**Vaxobov Eldorbek To'ychiboy o'g'li**

*Ilmiy raxbar: dotsent Phd **Kuldashev E.***

**Annotatsiya:** Mahsulotlaringizga qiziqish qiladigan bozor segmentlari va mijozlarning talablarini tahlil qilish juda muhimdir. Bu, mahsulotlarizning qaysi segmentlarga yo'naltirilishi kerakligini aniqlashga yordam beradi. Mazkur maqolada klasterlashning asosiy turlari, ularning xususiyatlari, va ularni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan texnologiyalar haqida ma'lumotlar keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** Korxonalar, marketing, brend, reklama, mahsulot, platforma, tashkilot.

**Abstract:** It is very important to analyze the market segments and customer requirements that are interested in your products. This will help you determine which segments your products should be aimed at. This article provides information on the main types of clustering, their features, and the technologies used to implement them.

**Keywords:** Enterprise, marketing, brand, advertising, product, platform, organization

**Аннотация:** Очень важно проанализировать сегменты рынка и требования клиентов, которые заинтересованы в вашей продукции. Это поможет вам определить, на какие сегменты должны быть ориентированы ваши продукты. В статье представлена информация об основных типах кластеризации, их особенностях и технологиях, используемых для их реализации.

Ключевые слова: Предприятие, маркетинг, бренд, реклама, продукт, платформа, организация.

Parrandachilik korxonalarining mahsulotlari bo'yicha marketing tizimini o'rganish uchun bir nechta foydalanish usullari mavjud.

### **Bozor tahlili**

Mahsulotlaringizga qiziqish qiladigan bozor segmentlari va mijozlarning talablarini tahlil qilish juda muhimdir. Bozor tahlili, bozor ahamiyatini o'rganish, raqobat va talabni tahlil qilish, mijozlarning xayriyatlarini va ularning muammo va talablari bilan bog'liq bo'lgan xususiyatlarni tahlil qilishga yordam beradi.

### **Branding**

Sizning korxonangizning brendining xususiyatlari va unikal tashkilotning qiymati va erkinliklari ustida ishlash hamda korxonangizning brendini to'g'ri ko'rsatish katta ahamiyatga ega. Branding, mahsulotlaringizni tanishlilik va qo'llab-quvvatlash uchun strategik yondashuvning muhim qismi hisoblanadi. To'g'ri va o'ziga xos brend strategiyasini rivojlantirish yordamida korxonangizning tanishligini oshirishingiz mumkin.

### **Reklama va marketing kommunikatsiyasi**

Mahsulotlar reklamalarga, turli marketing kommunikatsiya vositalariga (televideniye, radio, internet, boshqa media platformalari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa) ko'chirilishi kerak. Reklama vositalarining moslashingizning mahsulotlaringizning qo'llab-quvvatlanishi va sotishlarini oshirishda katta ahamiyati mavjud. Reklama strategiyasini belgilab, mos vositalarni tanlash va marketing kommunikatsiyasi yo'llarini effektivlashtirish juda muhimdir.

### **Online marketing**

Internet va digital kommunikatsiya vositalari va platformalari orqali mahsulotlarni sotish va reklamalash imkoniyatlaridan foydalanishingiz mumkin. Bu, onlayn reklama, ijtimoiy tarmoq reklamalari, veb-saytlar, bloglar, e-poçt, SEO (qidiruv tizimi optimizatsiyasi), pay per click (PPC) reklama va boshqa onlayn marketing usullarini o'z ichiga oladi.

### **Marketing tashkiloti**

Mahsulotlaringizni sotishda samaradorlikni oshirish uchun marketing tashkiloti va jalb qilish strategiyalari rivojlantirish juda muhimdir. Bunda sotish kanalining tanlashi, to'lov shartnomalari, bonus va chegirmalar, mijozlar bilan aloqalar va boshqa marketing tashkiloti elementlari ni belgilash kerak.

### **Mahsulotlarning rivojlanishi va taqvimlanishi**

Mahsulotlarni rivojlantirish, o'zgartirish va taqvimlangan tartibda yangi mahsulotlar chiqarishda marketingning muhim qismidir. Mahsulotlar o'zgarishi, yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va mavjud mahsulotlar o'rtasida boshqa tahlil va strategiyalar marketing strategiyasini rivojlantirishda katta ahamiyatga ega. Bu usullar parrandachilik korxonalarining mahsulotlari bo'yicha marketing tizimini o'rganishda muhim o'rnini egallaydi. Ushbu usullardan har birini to'g'ri qo'llashingiz va ularni korxonangizning maxsus xususiyatlari va hajmi asosida moslashtirishingiz tavsiya etiladi. Parrandachilik klasterlash jarayonida qo'llaniladigan mahsulotlar, asosan statistik analiz, ma'lumotlar analizi va ma'lumotlar tahlili sohasidagi vositalardan foydalanish bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Bu vositalar, ma'lumotlarni tahlil qilish, o'zaro bog'liqliklarni aniqlash, ma'lumotlar ustida shaffoflik qilish va klasterlarni identifikatsiya qilish imkonini beradi. Statistik analiz vositalari, ma'lumotlar to'plamining tahlil qilinmasi, o'rtacha qiymatlar, dispersiya, korrelyatsiya va boshqa muhim statistik ma'lumotlar bilan ishlashni o'z ichiga oladi. Ma'lumotlar analizi va ma'lumotlar tahlili vositalari esa, ma'lumotlar ustida shaffoflik qilish, klasterlash algoritmlarini amalga oshirish, klasterlarni vizualizatsiya qilish va klasterlarga aloqador bo'lgan ma'lumotlar ustida tahlil qilish imkonini beradi.

### **Parrandachilik klasterlash jarayonida qo'llaniladigan vositalar quyidagilarni o'z ichiga oladi:**

1. MATLAB: MATLAB, statistik analiz va ma'lumotlar tahlili uchun juda mashhur bir vositadir. Uning keng tarqalgan ma'lumotlar tahlili va klasterlash vositalaridan foydalanish imkoniyati mavjud.

2. R: R dasturlash tilida yozilgan R Studio muhitida ishlovchi ma'lumotlar tahlili va klasterlash vositalari mavjud. Bu, statistik analiz va ma'lumotlar tahlili sohasidagi mutaxassislar tomonidan ko'p ishlatiladi.

3. Python: Python dasturlash tili, ma'lumotlar tahlili va klasterlash jarayonlarida juda mashhur. NumPy, Pandas, SciPy va Scikit-learn kabi kutubxonalardan foydalanish orqali ma'lumotlar tahlili va klasterlash amalga oshirish mumkin.

4. SAS: SAS, sifatli ma'lumotlar tahlili va istiqbolli klasterlash uchun o'rganilgan va sertifikatlangan bir vositadir. Bu, korporativ ma'lumotlar analizi va ma'lumotlar tahlili sohasida ham keng tarqalgan.

5. SPSS: SPSS, ma'lumotlar tahlili va istiqbolli klasterlash uchun juda ommabop bir vositadir. Bu, istiqbolli ma'lumotlar analizi, ma'lumotlar tahlili va bo'limlash uchun yoqimli grafiklar yaratish imkonini beradi.

#### **Adabiyotlar:**

1. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M. S., Yusupov M.A., "Marketing" darslik: Toshkent TDIU 2018

2. Soliyev A., Buzrukxonov B., "Marketing" darslik: Toshkent 2010

3. Ro'ziyev R. I, Rahmatullayev P "Parranda boqish bo'yicha tavsiyanoma"

4. Alijanov. D, Voxidov A, Suvonkulov Sh "Parrandachilik xo'jaliklarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish"