



## OZIQ-OVQAT MAXSULOTLARI QADOG'INING ISTE'MOLCHIGA PSIXOLOGIK TA'SIRI

**Aburaxmanov Akramjon Abdusattor og'li**

*Sanoat muhandisligi va menejmenti kafedراس*

*24-50 MK guruh talabasi,*

*Toshkent kimyo-texnologiya insituti*

*EMAIL:akramjonn07@icloud.com*

***Annotatsiya.** . Mazkur maqolada muallif tomonidan oziq-ovqat mahsulotlari qadoqining iste'molchi qaror qabul qilish jarayoniga psixologik ta'siri o'rganiladi. Unda qadoqning ranglari, dizayni, materiali va undagi ma'lumotlarning inson ongiga qanday ta'sir qilishi tahlil etilgan. Shuningdek, qadoqlashning marketingdagi o'rni va iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri yoritib berilgan. Tadqiqot natijasida qadoq mahsulotni tanlashda muhim omillardan biri ekanligi aniqlangan.*

***Kalit so'zlar:** qadoqlash, iste'molchi xulq-atvori, psixologik ta'sir, ranglar ta'siri, dizayn, marketing, oziq-ovqat mahsulotlari, brend, iste'molchi qarori.*

**KIRISH.** Bugungi global iqtisodiyot sharoitida bozor raqobati tobora kuchayib va rivojlanib bormoqda ya'ni raqobatbardosh bozor sharoitida mahsulot sifati bilan bir qatorda uning qadog'i ham muhim ahamiyat kasb etadi. Har bir ishlab chiqaruvchi korxonaga o'z mahsulotini boshqa mahsulotlardan ajratib ko'rsatish uchun turli marketing usullaridan foydalanadi. Shunday vositalardan biri bu mahsulot qadoqlanishi hisoblanadi.

Oziq-ovqat mahsulotlari bozorida qadoqning ahamiyati judayam katta. Chunki iste'molchi mahsulotni sotib olish jarayonida ko'pincha birinchi navbatda uning qadogiga e'tibor beradi, yani qadoqni korinishiga, rangiga, hajmiga e'tibor qaratadi. Statistika ma'lumotlariga ko'ra, supermarketlarda xaridorlarning katta qismi mahsulot tanlash uchun atigi bir necha soniya vaqt sarflaydi. Shu qisqa vaqt ichida qadoq dizayni iste'molchining diqqatini tortishi yoki aksincha e'tibordan chetda qolishi mumkin. Qadoq nafaqat mahsulotni himoya qilish vositasi, balki marketing



kommunikatsiyasining muhim elementi hisoblanadi. U iste'molchiga mahsulot haqida ma'lumot beradi, brendni tanitadi, hamda iste'molchi ongida ma'lum tasavvurlarni shakllantiradi. Shu sababli oziq-ovqat mahsulotlari qadoqlarining iste'molchilar psixologiyasiga ta'sirini o'rganish, marketing va iqtisodiyot sohasida muhim ilmiy yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

Qadoq – bu mahsulotni tashish, saqlash, himoya qilish hamda iste'molchiga yetkazish jarayonida ishlatiladigan maxsus material yoki idishdir. Oziq-ovqat mahsulotlari uchun qadoq ayniqsa muhim hisoblanadi, chunki u mahsulotning sifatini saqlashga xizmat qiladi. U mahsulotlarni kimyoviy, biologik va fizik o'zgarishlardan himoya qiladi. Oziq-ovqat mahsulotlarini qadoqlashning asosiy maqsadi iste'molchilar va sanoat tarmoqlarining ehtiyojlari va umidlarini qondirgan holda oziq-ovqat mahsulotlarini himoyalash va yetkazib berishning qulay usulini maqbul narxda ta'minlashdir. Bundan tashqari, qadoqlash tizimini loyihalashda barqarorlikni ta'minlash, atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish, saqlash muddatini uzaytirish kabi dolzarb tendensiyalar asta-sekin eng muhim jihatlardan biriga aylandi. Qadoq oziq-ovqat mahsulotini tashqi muhit ta'siridan himoya qiluvchi muhim vosita hisoblanadi. Agar mahsulot qadoqlanmagan bo'lsa yoki qadoq sifatsiz bo'lsa, turli tashqi omillar mahsulot sifatining buzilishiga olib keladi. Yani bular:

1.	Namlik oziq-ovqat mahsulotlari uchun eng xavfli omillardan biridir.
2.	Chang tarkibida turli zararli moddalar, mikroblar yoki kimyoviy zarrachalar bo'lishi mumkin

Mikroorganizmlar — bakteriyalar, zamburug'lar va mog'orlar bo'lib, ular oziq-ovqatni tez buzadi. Buni oqibatida Mahsulot achishi yoki chirishi mumkin. Yokida Mog'or paydo bo'lish ehtimoli bor va eng asosiysi ba'zi mikroorganizmlar inson salomatligi uchun xavfli bo'lishi mumkin.

Tashish yoki saqlash jarayonida mahsulot turli zarbalarga uchrashi ham mumkin. Mahsulot sinishi yoki ezilishi, qadoq ochilib ketib, mahsulot ifloslanishi, mahsulotning tashqi ko'rinishi buzilishi mumkin Haroratning keskin o'zgarishi ham oziq-ovqat sifatiga ta'sir qiladi. Ba'zi mahsulotlar tez buziladi yoki achiydi. Yog'li



mahsulotlar erib ketishi yoki sifati o'zgarishi mumkin, Muzlatilgan mahsulotlar eritilib, yana muzlasa sifati yomonlashadi

Qadoq dizayni marketingda juda muhim ahamiyatga ega. Chunki iste'molchi mahsulotni sotib olishdan oldin eng avvalo uning qadoq ko'rinishiga e'tibor beradi. Tadqiqotlarga ko'ra, xaridorlarning katta qismi mahsulot haqida birinchi fikrni aynan qadoq dizayniga qarab shakllantiradi. Shuning uchun qadoq dizayni nafaqat mahsulotni himoya qilish, balki iste'molchi ongiga ta'sir qilish, e'tiborini jalb qilish va sotib olish qarorini shakllantirish vazifasini ham bajaradi.

Qadoq dizaynida ranglar juda muhim rol o'ynaydi. Ranglar insonning hissiyotlariga va kayfiyatiga bevosita ta'sir qiladi. Turli ranglar iste'molchida turli his-tuyg'ularni uyg'otadi. Misol uchun: Qizil rang: energiya, faoliyat va ishtahani oshiradi. Shuning uchun ko'plab oziq-ovqat mahsulotlari qadoqlarida qizil rang ishlatiladi. Sariq rang: quvonch va ijobiy kayfiyatni bildiradi. U e'tiborni tez jalb qiladi. Yashil rang: tabiiylik va sog'lomlikni anglatadi. Organik yoki tabiiy mahsulotlarda ko'p qo'llaniladi. Ko'k rang: ishonch va barqarorlikni ifodalaydi. Qora rang: sifat, hashamat va premium mahsulotlarni eslatadi. Qadoqning shakli ham iste'molchi qaroriga ta'sir qiladi. Noan'anaviy yoki qulay shakldagi qadoqlar ko'proq e'tibor tortadi. Yumaloq shakl insonlarda yumshoqlik va qulaylik hissini uyg'otadi. To'g'ri burchakli shakllar barqarorlik va ishonchlilikni bildiradi. O'ziga xos dizayndagi qadoqlar esa mahsulotni boshqa mahsulotlardan ajratib ko'rsatadi.

Qadoqdagi ma'lumotlarning iste'molchiga ta'siri: Oziq-ovqat mahsulotlari qadoqlarida berilgan ma'lumotlar iste'molchining mahsulot haqida to'g'ri va aniq tasavvur hosil qilishi uchun juda muhim hisoblanadi. Xaridor do'konda turli mahsulotlar ichidan tanlov qilayotganda ko'pincha qadoqdagi ma'lumotlarga qarab qaror qabul qiladi. Agar qadoqdagi ma'lumotlar aniq, tushunarli va to'liq bo'lsa, iste'molchida mahsulotga nisbatan ishonch paydo bo'ladi. Aksincha, ma'lumot yetarli bo'lmasa yoki tushunarsiz bo'lsa, iste'molchi boshqa mahsulotni tanlashi mumkin. Mahsulot nomi qadoqda mahsulotning aniq nomi ko'rsatilishi kerak. Bu iste'molchiga mahsulot turini tezda tushunishga yordam beradi. Masalan, sut mahsuloti, shokolad, sharbat yoki qandolat mahsuloti ekanligi aniq yozilishi zarur.



Mahsulot nomi iste'molchining birinchi e'tibor beradigan ma'lumotlaridan biri hisoblanadi. Tarkibi (ingredientlar) iste'molchilar ko'pincha mahsulot tarkibiga katta e'tibor beradilar. Tarkibida qanday moddalar borligi, tabiiy yoki sun'iy qo'shimchalar mavjudligi iste'molchi uchun muhimdir. Masalan: shakar miqdori, konservantlar, bo'yoq moddalar, vitaminlar yoki foydali moddalar, bolishi mumkin. Ba'zi iste'molchilar sog'lig'ini saqlash uchun tarkibida zararli qo'shimchalar kam bo'lgan mahsulotlarni tanlashga harakat qiladilar. Shu sababli tarkib haqidagi ma'lumotlar ochiq va tushunarli yozilishi kerak.

Qadoq mahsulotning tashqi ko'rinishi bo'lib, u nafaqat mahsulotni himoya qiladi, balki brendning imijini yaratishda ham muhim rol o'ynaydi. Iste'molchi ko'pincha mahsulotni birinchi marta ko'rganida aynan qadoq orqali brend haqida tasavvur hosil qiladi. Shuning uchun qadoq dizayni kompaniyaning bozordagi obro'si va iste'molchilar orasidagi nufuzini shakllantirishda muhim marketing vositasi hisoblanadi. Brendni tanitishda qadoqning ahamiyati, qadoq brendni boshqa mahsulotlardan ajratib turadigan asosiy elementlardan biridir. Rang, logo, shrift va dizayn uslubi orqali brend oson taniladi. Agar mahsulot qadoqi o'ziga xos bo'lsa, iste'molchi uni do'kondagi ko'plab mahsulotlar orasidan tezda topa oladi. Masalan, bir xil rang va dizayn uslubi doimiy ravishda qo'llanilsa, iste'molchilar brendni tez eslab qoladilar. Bu esa brendning bozorda mustahkam o'rin egallashiga yordam beradi. Iste'molchida ishonch uyg'otish, sifatli va chiroyli qadoq iste'molchida mahsulotga nisbatan ijobiy fikr uyg'otadi. Agar qadoq puxta tayyorlangan bo'lsa, iste'molchi mahsulotning o'zi ham sifatli degan xulosaga kelishi mumkin. Shuning uchun qadoq brendga bo'lgan ishonchni oshirishda muhim omil hisoblanadi. Aksincha, sifatsiz yoki oddiy qadoq iste'molchida mahsulot sifati haqida salbiy tasavvur hosil qilishi mumkin. Brend imijini mustahkamlash qadoq dizayni orqali kompaniya o'z brendining qanday ekanini ko'rsatishi mumkin. Masalan: minimalistik dizayn — zamonaviylikni bildiradi yorqin ranglar — energiya va faoliyatni ifodalaydi oddiy va tabiiy dizayn — ekologik yoki tabiiy mahsulot ekanini ko'rsatadi shu orqali qadoq brendning o'ziga xos xususiyatlarini iste'molchiga yetkazadi. Marketing va reklama vositasi sifatida qadoq ko'pincha jim sotuvchi deb



ham ataladi. Chunki u reklama kabi iste'molchining e'tiborini tortadi va mahsulot haqida ma'lumot beradi. Do'kon javonida turgan mahsulotlar orasida chiroyli qadoq iste'molchini o'ziga jalb qiladi. O'zbekistonda oziq-ovqat mahsulotlari qadoqlanishi oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, mahsulot sifatini saqlash va iste'molchiga to'liq ma'lumot yetkazish uchun muhim jarayon hisoblanadi. Mamlakatda oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish, qadoqlash va tamg'alash maxsus qonunlar va standartlar asosida amalga oshiriladi. Qadoqlashni tartibga soluvchi qonunlar O'zbekistonda oziq-ovqat mahsulotlarini qadoqlash. Oziq-ovqat mahsulotining sifati va xavfsizligi to'g'risida"gi qonun asosida tartibga solinadi. Ushbu qonunga ko'ra ishlab chiqaruvchilar mahsulotni iste'molchiga yetkazishda uni qadoqlangan va tamg'alangan holda sotuvga chiqarishi shart. Qadoqlash quyidagi talablarga javob berishi kerak: mahsulot sifatini saqlashi, oziqlik qiymatini yo'qotmasligi, mahsulotni tashqi ta'sirlardan himoya qilishi, iste'molchiga to'liq ma'lumot berishi.

**XULOSA:** Yuqoridagi tahlillardan ko'rinib turibdiki, oziq-ovqat mahsulotlari qadoqlanishi nafaqat mahsulotni himoya qilish vositasi, balki iste'molchi ongiga ta'sir qiluvchi muhim marketing omili hisoblanadi. Qadoqning dizayni, ranglari, shakli va undagi ma'lumotlar iste'molchining mahsulot haqidagi dastlabki tasavvurini shakllantiradi hamda uning sotib olish qaroriga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ayniqsa, qisqa vaqt ichida tanlov qilinadigan zamonaviy bozor sharoitida qadoq mahsulotning muvaffaqiyatida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shuningdek, qadoq mahsulot sifatini saqlash, uni tashqi omillardan himoya qilish va iste'molchiga zarur axborotni yetkazishda ham muhim ahamiyatga ega. To'g'ri va jozibador qadoqlash brend imijini mustahkamlab, iste'molchilarda ishonch uyg'otadi va bozorda raqobat ustunligini ta'minlaydi. Shu sababli, ishlab chiqaruvchilar qadoqlash jarayoniga faqat texnik emas, balki psixologik va marketing nuqtai nazaridan ham yondashishlari zarur. Chunki zamonaviy iste'molchi uchun qadoq — bu shunchaki o'rama emas, balki mahsulotning “yuzi” hisoblanadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Kotler F. Marketing asoslari.
2. Keller K. L. Strategik brend menejmenti.



3. Blythe J. Trade Shows and Exhibitions Marketing.

4. ISO standartlari (sifat va ishlab chiqarish bo'yicha).

Faruddin Eshmirzayev, Zaxro Salimova. "Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda marketingning roli

5. Касимова, Фатима Тулкуновна. "ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ГЛАВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЕЕ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ." *ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ*. 2021.

6. Хайдарова, Камола Ахинжановна. "ОЗИҚ-ОВҚАТ САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ." *Лучшие интеллектуальные исследования* 60.1 (2026): 424-428.

7. Хайдарова, Камола, and Хуснора Ахмедова. "ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ." *Универсальная индексная библиотека Евразийского журнала академических исследований* 2.13 (2022): 1259-1261.