



## TAYYOR MAHSULOTLARNI QADOQLASH TEXNOLOGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISHT

*TOSHKENT DAVLAT TRANSPORT UNIVERSTITETI TRANSPORT LOGISTIKASI 4-KURS  
TALABASI ALIMBAEV ALPAMIS AZAT ULI*

**Annotatsiya:** Qadoqlash jarayonining sifatiga asosan ishlatiladigan texnologiya, ya'ni mashina va uskunalar, operatorlarning bilimi, ko'nikmalari va tajribasi, qo'llaniladigan tashkiliy va ish usullari, shuningdek, tegishli texnik xizmat ko'rsatish bilan bog'liq jihatlar ta'sir qiladi. Ushbu maqola oziq-ovqat maxsulotlarni qadoqlarni markalash jarayonida qo'llaniladigan texnologiyani tahlil qilish va baholash va uning sifat va mehnat xavfsizligiga ta'siri bo'yicha amaliy tadqiqotdir. Maqolada o'rganilayotgan korxonada oziq-ovqat maxsulotlarni qadoqlash jarayonining sifatiga ta'sir etuvchi omillar chuqur muhokama qilinadi, qo'llaniladigan texnologiya bilan bog'liq masalalarga e'tibor beriladi.

**Kalit so'zlar:** markalash texnologiyasi, mashina zamonaviyligi, sifat, xavfsizlik, takomillashtirish

Hozirgi kunda mahsulotlarni qadoqlash nafaqat mahsulotlarni saqlash, uni buzilishdan himoya qilish, tashish uchun qulay, balki iste'molchilar e'tiborini jalb qilish va ushlab turish uchun ham xizmat qiladi. Zamonaviy dunyoda qadoqlash yakuniy iste'molchining mahsulotga bo'lgan afzal munosabatini shakllantirishning qo'shimcha vositasidir, chunki u marketingning asosiy vazifalaridan biridir. Ishlab chiqarish jarayonining pirovard mahsuli bo'lib tayyor mahsulotlar hisoblanadi. Tayyor mahsulotlar – bu mazkur korxonada qaytadan ishlashni talab qilmaydigan, standartlar va texnik shartlariga to'liq javob beradigan, texnik nazorat bo'limi yoki maxsus komissiya tomonidan qabul qilingan va korxonada omboriga topshirilgan yoki buyurtmachi tomonidan qabul qilingan buyum va mahsulotlardir Bugungi kunda mahsulotni qadoqlashsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Mahsulot uchun qadoqlash himoya, reklama, mahsulot sifatini saqlash rolini o'ynaydi. Shuningdek, u mahsulotni iste'molchiga tegishli shaklda etkazib berish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarishning ajralmas qismidir. Mahsulotni qadoqlash marketing kommunikatsiyalarining muhim tarkibiy qismlaridan biridir, birinchi navbatda u ko'zni qamashtiradi va mahsulotning o'ziga xos xususiyatlarini aniq ko'rsatadi. Paketning aniq



ta'rifini topish qiyin, hatto uni juda tor ma'noda ko'rib chiqsangiz ham. Ba'zi manbalar keltirilgan "qadoqlash" uchun quyidagi ta'riflarni beradi.

### **"Qadoqlash" tushunchalarini talqin qilish**

Shelkopyasov.Yu.V-qadoqlash-mahsulotni zarar va yo'qotishlardan, atrof-muhitni ifloslanishdan himoya qiladigan, shuningdek mahsulot aylanishi jarayonini ta'minlaydigan vosita yoki vositalar to'plami.[1: 855-859]

Zyuzina N. N., Lelikova. Yu.Yu- qadoqlash-bu kompozitsion materiallar, sanoat va grafik dizaynlarning mahsulotning o'zini o'z ichiga olgan oqlangan mahsulotda birlashishi.

Gladkiy ya. N., Lohmatova V. A. -qadoqlash-mahsulotni saqlash va tashish jarayonida sifat va miqdoriy yo'qotishlardan saqlaydigan mahsulot.[2; 70-72]

Minakova T. V., Boyko M. A., Muhametzyanova L. X. - qadoqlash-sanoat va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini tashish va saqlashga tayyorlash, uning maksimal darajada saqlanishini va transport holatini ta'minlash uchun himoya choralari va moddiy vositalar to'plami.[3;7]

Shapiyeva P. V. - qadoqlash-mahsulotni saqlash uchun idish, qobiq, qoplama.

Polyakov V. A., Pronin D. S. - qadoqlash –Paketsiz mahsulotni reklama qilishni tasavvur qilib bo'lmaydi. Qadoqlash mahsulotni belgilashga yordam beradi, mahsulotni tan olishni osonlashtiradi, mahsulotning o'ziga xos xususiyatlarini shakllantirish va mustahkamlashga yordam beradi, brendning ajralmas elementi hisoblanadi.[4; 129]

Qadoqlash-mahsulotni zarar va yo'qotishlardan, atrof-muhitni ifloslanishdan himoya qiladigan, shuningdek mahsulot aylanishi jarayonini ta'minlaydigan vosita yoki vositalar to'plami [5; 521-523] bólar ekan qadoqlashning qanshalar ahamiyatli ekanligini kórishimiz mumkin. Mahsulot estetikasiga qo'yiladigan yuqori talablar, shuningdek, qadoqlashning murakkab shakllari etiketkalash jarayonini tobora ko'proq aniqlik va shu bilan ishlov berish sifatini talab qiladigan operatsiyaga aylantiradi[6; 184-186] . Bugungi kunda qadoq nafaqat informatsion funktsiyaga ega, balki marketing qo'lida vositaga ham aylandi. [7; 855] Ushbu vositaning samaradorligi nafaqat tanlangan qadoqlash uchun moslashtirilgan tegishli grafik dizayn va shakl, balki yorliq qo'llanilishining chidamliligi, aniqligi va estetikasi bilan ham belgilanadi[8]. Yuqori aniqlik va estetika uchun ehtiyotkorlik bilan to'g'ri qo'llaniladigan jozibali yorliq mijozning e'tiborini jalb qilishi va ularni sotib olishga undashi mumkin.



Ehtiyotsiz etiketlangan qadoqlash (masalan, egri, iflos yorliq) xaridorni mahsulotning o'zidan uzoqlatishi mumkin. Yorliqli mahsulotni sotib olishga qaror qilishdan oldin, xaridorlar do'kon javonidan unga qo'l cho'zadilar, unga qaraydilar, yorliqdagi tegishli ma'lumotlarni o'qiydilar va agar mahsulot ularni ishontirsa - ular uni savatga qo'yishadi va buning uchun to'laydilar[9]. Mahsulotni markalash jarayoni va uning natijalari, uning estetikasi iste'molchilarning sotib olish qarorlarini belgilovchi va sotish hajmiga ta'sir qiluvchi omildir[10]. Mahsulot sotib olingandan keyin o'z sifatini "himoya qilishi" mumkin, ammo mijoz vizual baholash orqali mahsulotning estetikasi uning kutganidan uzoq ekanligini aniqlasa, unga bunday imkoniyat bermasligi mumkin. Bu mashhur iboraga mos keladi: "nozik patlar yaxshi qushlarni yaratadi" - yorliqlash jarayonining past sifati (mahsulotning tashqi ko'rinishi bilan baholanadi) mahsulotning umumiy sifatini idrok etishga ta'sir qiladi. Qadoqlash jarayonining sifati va uning natijasini belgilovchi omil - bu qo'llaniladigan texnologiya.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Shelkopyasova Yu.V. Mahsulotni qadoqlash va uning marketingdagi roli // To'plamda: Ta'lim. Fan. Xalqaro ishtirokdagi X Xalqaro yoshlar forumining ishlab chiqarish materiallari. - 2018. - b. 855-859.
2. Zyuzina N.N., Lelikova Yu.Yu. Bozorda tovarlarni ilgari surishda qadoqlashning roli // Iqtisodiyot va jamiyat. - 2015. - No 6-2 (19). - b. 70-72.
3. Gladkix Ya.N., Loxmatova V.A. Mahsulotni qadoqlash reklama vositasi sifatida // Tizim boshqaruvi. - 2015. - No 4 (29). - 7-bet.
4. Minakova T.V., Boyko M.A., Muxametzyanova L.X. Logistikaning muhim elementi sifatida tovarlarni qadoqlash xususiyatlari // Samara davlat iqtisodiyot universiteti yosh olimlarining xabarnomasi. - 2017. - No 2 (36). - b. 129-
5. Shapieva P.V. Qadoqlash tushunchasi, xususiyatlari va vazifalari // Iqtisodiyot va jamiyat. - 2018 yil - 2-son (45). - b. 521-523.
6. Polyakov V.A., Pronin D.S. Tovarlarni qadoqlashning marketingdagi roli // Moliya universitetining Tula filialining byulleteni. - 2017. - No 1. - b. 184-186.
7. Shelkopyasova Yu.V. Mahsulotni qadoqlash va uning marketingdagi roli // To'plamda: Ta'lim. Fan. Xalqaro ishtirokdagi X Xalqaro yoshlar forumining ishlab chiqarish materiallari. - 2018. - S. 855-859
8. Albert J., 2010. Innovations in food labeling, The Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Limited, Sawston, Cambridge.
9. Kula P., 2004. Packaging labeling in the production process, Weighing, dosing, packaging, 2, 4-5 (in Polish).



10. Prinsloo N., van der Merwe D., Bosman M., Erasmus A., 2012. A critical review of the significance of food labelling during consumer decision making, *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 40, 83-98.
11. Blythe J., 2008. *Consumer behavior*, London. Thomson.
12. Mumcua Y., Kimzan H. S., 2015. The Effect of Visual Product Aesthetics on Consumers' Price Sensitivity, *Procedia Economics and Finance*, 26, 528- 534.