INNOVATIVE PUBLICATION
Journal of Effective Learning and Sustainable Innovation
Vol.4 №11 (2026). NOVEMBER
innovativepublication.uz

ANALYZING THE IMPACT OF PRODUCT PACKAGING AND DESIGN ON PURCHASING DECISIONS

Abdurahmanova Zahro Dilmurod qizi
Fourth-Year Student, Millat Umidi University
E-mail: zaxroxonabduraxmonova@gmail.com
Phone: +998 (33) 181-81-83
Scientific Supervisor: Dinara Ishmanova

MAHSULOT QADOQLANISHI VA DIZAYNINING XARID QARORIGA TA'SIRINI TAHLIL QILISH.

Millat Umidi universitetining 4-kurs talabasi,
Abdurahmanova Zahro Dilmurod qizi,
zaxroxonabduraxmonova@gmail.com, +998 (33) 181-81-83
Ilmiy rahbar: **Ishmanova Dinara**

Annotatsiya: Mazkur maqolada mahsulot qadoqlanishi va dizaynining iste'molchilar xarid qarorlariga ta'siri hamda zamonaviy marketing faoliyatidagi ahamiyati o'rganiladi. Unda mahsulot qadoqlarining rangi, shakli, materiali, sifati va tashqi ko'rinishi xaridorlarning tanloviga qanday ta'sir ko'rsatishi tahlil qilinadi. Shuningdek, mahsulot dizaynining iste'molchilar e'tiborini jalb qilish, brendga nisbatan ijobiy munosabat shakllantirish va xarid qilish istagini oshirishdagi o'rni yoritiladi. Tadqiqot davomida samarali qadoqlash va dizayn yechimlarining mahsulot raqobatbardoshligini oshirish hamda bozorda mustahkam o'rin egallashdagi ahamiyati asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: mahsulot qadoqlanishi, mahsulot dizayni, xarid qarori, iste'molchi talabi, xaridorlar xulq-atvori, marketing, brend imiji, mahsulot jozibadorligi, vizual ta'sir, raqobatbardoshlik, qadoqlash strategiyasi.

Аннотация: В статье рассматривается влияние упаковки и дизайна товара на решения потребителей о покупке, а также их значимость в современном маркетинге. Анализируется, как цвет, форма, материал, качество и внешний вид упаковки воздействуют на выбор покупателя. Кроме того, подчеркивается роль дизайна товара в привлечении внимания потребителей, формировании позитивного отношения к бренду и стимулировании желания совершить покупку. В работе обосновывается важность эффективных решений в области

упаковки и дизайна для повышения конкурентоспособности продукции и укрепления ее позиций на рынке.

Ключевые слова: упаковка товара, дизайн товара, решение о покупке, потребительский спрос, потребительское поведение, маркетинг, имидж бренда, привлекательность товара, визуальное воздействие, конкурентоспособность, стратегия упаковки.

Annotation: This article examines the impact of product packaging and design on consumer purchasing decisions, as well as their significance in modern marketing. It analyzes how the color, shape, material, quality, and external appearance of product packaging influence buyer choices. Furthermore, the role of product design in attracting consumer attention, fostering a positive attitude toward a brand, and stimulating the desire to purchase is highlighted. The study substantiates the importance of effective packaging and design solutions in enhancing product competitiveness and securing a strong position in the market.

Keywords: product packaging, product design, purchasing decision, consumer demand, consumer behavior, marketing, brand image, product attractiveness, visual impact, competitiveness, packaging strategy.

Kirish: Bugungi kunda bozor munosabatlari rivojlanib, mahsulotlar o‘rtasidagi raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda iste’molchilar e’tiborini jalb qilish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Bunda mahsulotning nafaqat sifati va narxi, balki uning qadoqlanishi hamda tashqi dizayni ham xaridor tanloviga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Chunki iste’molchi ko‘pincha mahsulot haqida dastlabki taassurotni uning tashqi ko‘rinishi orqali shakllantiradi. Mahsulot qadoqlanishi uni tashqi ta’sirlardan himoya qilish bilan birga, mahsulot haqidagi ma’lumotlarni yetkazish, brendni tanitish va xaridorning qiziqishini oshirish vazifalarini ham bajaradi. Ayniqsa, ranglar uyg‘unligi, qadoq shakli, dizaynning o‘ziga xosligi va foydalanish qulayligi iste’molchining xarid qilish qaroriga ta’sir etuvchi muhim omillardandir. Shu sababli mahsulot qadoqlanishi va dizaynini marketing strategiyasining muhim tarkibiy qismi sifatida o‘rganish dolzarb ahamiyatga ega. Mazkur mavzuning asosiy maqsadi qadoqlash va dizayn xususiyatlarining iste’molchilar tanloviga ta’sirini tahlil qilish hamda korxonalar uchun samarali dizayn yechimlarining ahamiyatini ochib berishdan iborat.

Adabiyotlarning tahlili: Mahsulot qadoqlanishi va dizaynining xarid qarorlariga ta’siri marketing sohasidagi ko‘plab ilmiy tadqiqotlarda o‘rganilgan. Xususan, Philip Kotler o‘z ilmiy ishlarida mahsulotning tashqi ko‘rinishi, brend imiji va iste’molchilar ehtiyojlarini hisobga olish marketing faoliyatining muhim omillari ekanligini ta’kidlaydi. Shuningdek, qadoqlash mahsulotni bozorda boshqalardan ajratib turuvchi va xaridor e’tiborini jalb qiluvchi vosita sifatida qaraladi. Silayoi va Speece tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda mahsulot qadoqlarining vizual elementlari, jumladan, rang, shakl va grafik tasvirlar iste’molchilarning mahsulotni tanlash jarayoniga ta’sir qilishi aniqlangan. Underwood esa qadoqlash dizaynining brend haqidagi tasavvurni shakllantirish va mahsulotning bozordagi jozibadorligini oshirishdagi ahamiyatini yoritgan. Umuman olganda, mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, mahsulot qadoqlanishi va dizayni nafaqat estetik ko‘rinish, balki iste’molchilarning xarid xulq-atvoriga ta’sir etuvchi muhim marketing vositasidir. Shu bois ushbu omillarni o‘rganish korxonalarning marketing strategiyasini takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

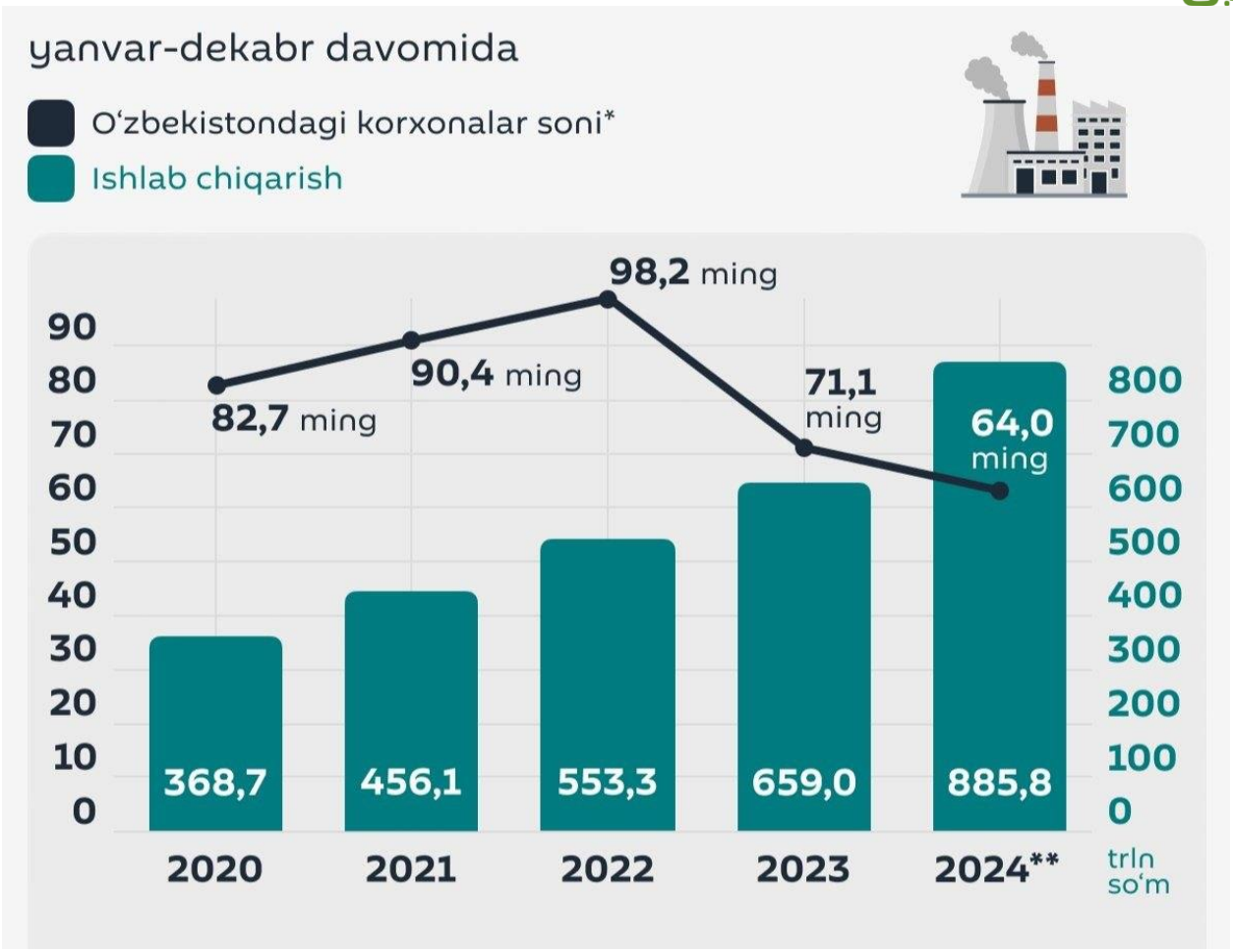
Tadqiqot metodologiyasi: Mahsulot qadoqlanishi va dizaynining iste’molchilar xarid qarorlariga ta’sirini o‘rganish maqsadida marketingga oid ilmiy maqolalar, tadqiqotlar, hisobotlar va statistik ma’lumotlar tahlil qilindi. Shu bilan birga, tahliliy usul, solishtirma tahlil, empirik kuzatish va tizimli yondashuv metodlaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar: Mahsulot qadoqlanishi va dizayni iste’molchilarning xarid qilish jarayonida muhim ahamiyatga ega. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, mahsulotning tashqi ko‘rinishi, ranglar uyg‘unligi va qadoqning qulayligi xaridorning tanloviga ta’sir qiladi. Ayniqsa, bir xil turdagi mahsulotlar o‘rtasida raqobat kuchli bo‘lgan bozorlarda o‘ziga xos dizayn mahsulotni boshqa raqobatchilardan ajratib turadi. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, global qadoqlash bozori 2023-yilda taxminan 1,14 trillion AQSh dollarini tashkil etgan. Bu ko‘rsatkich qadoqlash sanoatining jahon iqtisodiyotidagi ahamiyati yuqori ekanligini ko‘rsatadi. Shuningdek, zamonaviy iste’molchilar orasida ekologik toza, qayta ishlanadigan va foydalanish uchun qulay qadoqlarga bo‘lgan talab ortib bormoqda. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, mahsulot dizayniga e’tibor qaratish korxonalarga xaridorlar ishonchini oshirish, brendni tanitish va bozordagi raqobatbardoshlikni mustahkamlash imkonini beradi.

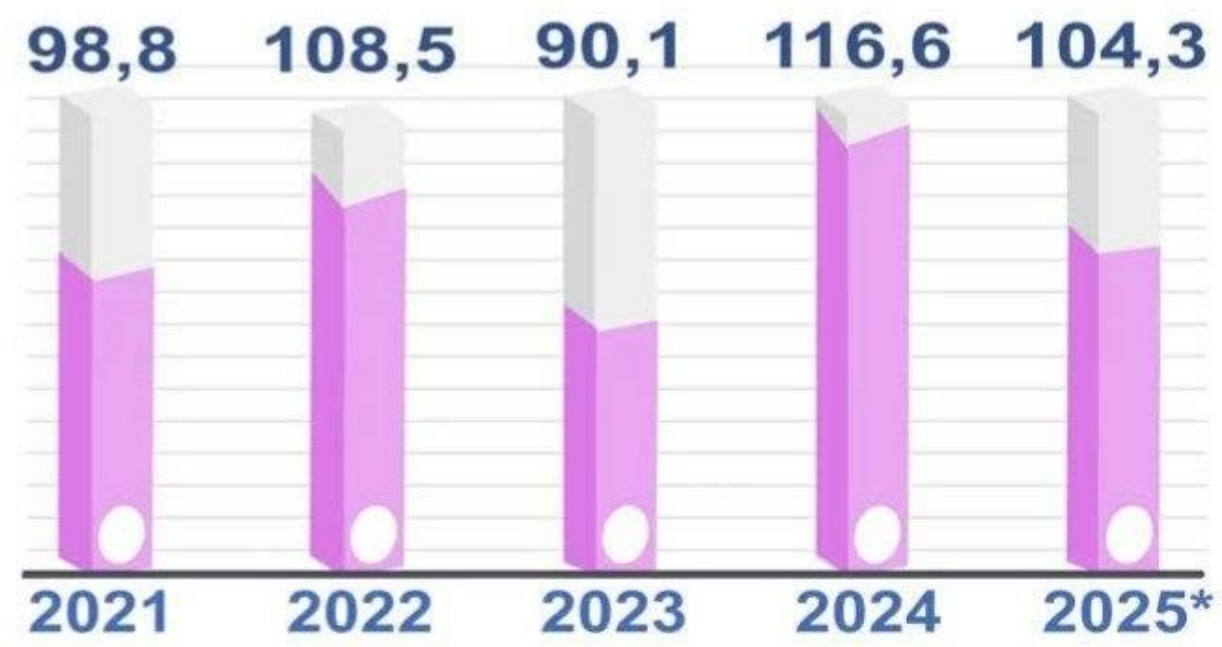
Mahsulot qadoqlanishi va dizaynining xarid qaroriga ta’sirining afzalliklari: Mahsulot qadoqlanishi va dizayni iste’molchilarning xarid qaroriga bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi muhim marketing vositalaridan biridir. Jozibador va sifatli qadoq mahsulotga bo‘lgan qiziqishni oshirib, uning raqobatchilar orasida ajralib turishiga yordam beradi. Qadoq dizaynining asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat: Iste’molchilar e’tiborini jalb qilish – chiroyli ranglar, zamonaviy shakl va o‘ziga xos dizayn xaridorning mahsulotga bo‘lgan qiziqishini oshiradi. Brend imijini shakllantirish – sifatli qadoqlash kompaniyaning bozordagi obro‘sini mustahkamlaydi va mahsulotni boshqa brendlardan ajratib turadi. Mahsulot sifatiga ishonchni oshirish – tartibli, sifatli va qulay qadoq iste’molchida mahsulotga nisbatan ijobiy taassurot uyg‘otadi. Xarid qilish istagini kuchaytirish – jozibador dizayn iste’molchining mahsulotni sinab ko‘rish va sotib olish ehtimolini oshiradi. Mahsulot haqida ma’lumot berish – qadoqdagi tarkib, foydalanish muddati, ishlab chiqaruvchi va boshqa ma’lumotlar xaridorga to‘g‘ri tanlov qilishda yordam beradi. Raqobatbardoshlikni oshirish – bozorda o‘xshash mahsulotlar ko‘p bo‘lgan sharoitda o‘ziga xos qadoq mahsulotning ajralib turishini ta’minlaydi. Mijozlar sodiqligini shakllantirish – iste’molchida ijobiy taassurot qoldirgan qadoq brendga nisbatan ishonch va qayta xarid qilish istagini kuchaytiradi. Ilmiy tadqiqotlar ham ushbu fikrlarni tasdiqlaydi. Jumladan, 2025-yilda 490 nafar choy iste’molchisi ishtirokida o‘tkazilgan tadqiqotda rang, grafik tasvir, logotip va qadoq joylashuvi xarid qilish istagiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi aniqlangan.

Mahsulot qadoqlanishi va dizaynining xarid qaroriga ta’sirining kamchiliklari: Mahsulot qadoqlanishi va dizayni xaridorlarni jalb qilishda muhim ahamiyatga ega bo‘lsa-da, uning ayrim salbiy jihatlari ham mavjud: Ishlab chiqarish xarajatlarining oshishi – sifatli va murakkab dizayndagi qadoqlarni tayyorlash qo‘shimcha mablag‘ talab qiladi. Bu esa mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Tashqi ko‘rinishga ortiqcha e’tibor berilishi – ayrim korxonalar mahsulot sifatidan ko‘ra uning dizayniga ko‘proq e’tibor qaratishi mumkin. Iste’molchilarni chalg‘itish – jozibali qadoq mahsulot sifatini yuqori ko‘rsatishi, ammo uning haqiqiy xususiyatlari kutilgan natijaga mos kelmasligi mumkin. Ekologik muammolar – plastik va boshqa qayta ishlanmaydigan qadoqlash materiallaridan foydalanish atrof-muhitning ifloslanishiga sabab bo‘ladi. Dizaynning tez eskirishi – iste’molchilar didi va bozor tendensiyalari o‘zgarishi natijasida qadoq dizaynini tez-tez yangilash zarurati yuzaga keladi. Barcha iste’molchilarning didiga mos kelmasligi – rang, shakl va bezaklar har bir xaridorda turlicha taassurot uyg‘otadi. Shu sababli bitta dizayn barcha mijozlarni birdek jalb qila olmaydi.

INNOVATIVE PUBLICATION
Journal of Effective Learning and Sustainable Innovation
Vol.4 №11 (2026). NOVEMBER
innovativepublication.uz



1-Rasm. O’zbekistondagi sanoat- korxonaalri soni va ishlab chiqarishning o’zaro nisbati.



2- rasm, Sanoat ishlab chiqarish FHI (yanvar,%da 2021- 2025 yillar).

Takliflar: Yuqoridagi maqola yozish uchun izlanishlarimdan kelib chiqib, bir nechta takliflarni taqdim eta olaman. Mahsulot qadoqlanishi va dizaynining xaridorlar xarid qaroriga ijobiy ta’sirini kuchaytirish maqsadida quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin: Zamonaviy dizaynlarni joriy etish iste’molchilar talabi va bozor tendensiyalarini o‘rganish asosida mahsulot qadoqlarini muntazam takomillashtirish. Ekologik qadoqlashdan foydalanish atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, qayta ishlanadigan va biologik parchalanadigan materiallarni keng qo‘llash. Mahsulot sifati va qadoq uyg‘unligini ta’minlash qadoqning tashqi ko‘rinishi mahsulotning haqiqiy sifati va xususiyatlariga mos bo‘lishi kerak. Iste’molchilar fikrini o‘rganish yangi dizaynlarni ishlab chiqishdan oldin xaridorlar o‘rtasida so‘rovnomalar va marketing tadqiqotlarini o‘tkazish. Qadoqlash xarajatlarini optimallashtirish ortiqcha bezak va materiallardan foydalanishni kamaytirish orqali mahsulot tannarxini pasaytirish. Brendning o‘ziga xosligini kuchaytirish mahsulot qadoqlarida esda qolarli ranglar, logotip va dizayn elementlaridan foydalanish orqali bozorda brend tanilishini oshirish. Umuman olganda, korxonalar mahsulot qadoqlanishi va dizaynini takomillashtirishda iste’molchilar talabi, mahsulot sifati, iqtisodiy samaradorlik va ekologik xavfsizlikni birgalikda hisobga olishi lozim. Bu orqali xaridorlar ishonchini oshirish, raqobatbardoshlikni mustahkamlash va savdo hajmini ko‘paytirishga erishish

Xulosa: Men ushbu maqola ishimni yozganimdan kelib chiqqan xulosalarim mahsulot qadoqlanishi va dizayni iste’molchilarning xarid qaroriga ta’sir etuvchi muhim marketing omillaridan biri hisoblanadi. Mahsulotning tashqi ko‘rinishi, ranglari, shakli va qadoqdagi ma’lumotlar xaridorning dastlabki taassurotini shakllantirib, uning tanloviga ta’sir ko‘rsatadi. Ayniqsa, raqobat kuchli bo‘lgan bozor sharoitida o‘ziga xos va sifatli dizaynga ega mahsulotlar iste’molchilar e’tiborini ko‘proq jalb qiladi. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, samarali qadoqlash nafaqat mahsulotning bozordagi jozibadorligini oshiradi, balki brendga bo‘lgan ishonchni mustahkamlash va mijozlar sodiqligini shakllantirishga ham xizmat qiladi. Shu bilan birga, qadoqlash xarajatlarining ortishi, ekologik muammolar va tashqi ko‘rinish bilan haqiqiy mahsulot sifati o‘rtasidagi nomuvofiqlik kabi kamchiliklarni ham hisobga olish zarur. Shunday ekan, korxonalar mahsulot dizaynini ishlab chiqishda iste’molchilar ehtiyojlari, sifat, narx va ekologik xavfsizlikka alohida e’tibor qaratishi lozim. Bu esa mahsulotning raqobatbardoshligini oshirish, xaridorlar talabini qondirish va korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlashga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Kotler P., Keller K. L. *Marketing Management*. – Pearson Education, 2016.
2. Klimchuk M. R., Krasovec S. A. *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. – Wiley, 2012.
3. Silayoi P., Speece M. The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. – European Journal of Marketing, 2007.
4. Gómez M., Martín-Consuegra D., Molina A. The Importance of Packaging in Purchase and Usage Behaviour. – International Journal of Consumer Studies, 2015.
5. Krishna A., Cian L., Aydınoğlu N. Z. Sensory Aspects of Package Design. – Journal of Retailing, 2017.
6. Liu C., Samsudin M. R., Zou Y. The Multidimensional Impact of Packaging Design on Purchase Intention: A Systematic Hybrid Review. – Humanities and Social Sciences Communications, 2025.
7. Fraser A. The Influence of Package Design on Consumer Purchase Intent. – 2018.
8. Magnier L., Schoormans J. Consumer Reactions to Sustainable Packaging: The Interplay of Visual Appearance, Verbal Claim and Environmental Concern. – Journal of Environmental Psychology, 2015.
9. O‘zbekiston Respublikasining «Reklama to‘g‘risida»gi Qonuni. – O‘RQ-776, 2022-yil 7-iyun.
10. Internet manbalari:

- Nature – Packaging Design and Purchase Intention.
- ScienceDirect – Sensory Aspects of Package Design