

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Отделение «Магистратура»
Кафедра «Маркетинг»

На правах рукописи

УДК:339:138:658

Ягшимурадова Эльвира Рамилевна

**Проведение маркетинговых исследований на предприятиях
сферы услуг**

5А 230401 – «Маркетинг (товаров и услуг)»

Диссертация на соискание академической степени
магистра

Научный руководитель:

Профессор, д.э.н. Икрамов М. А.

Ташкент-2019

В диссертационной работе были рассмотрены вопросы о необходимости производственных предприятий организации деятельности в сфере услуг, как важного источника получения прибыли. В связи с чем на базе материалов АО Узшаробсаноат, была разработана маркетинговая стратегия развития сферы услуг, теоретически обоснованы разница между товаром и услугой, произведена классификация, предложены, применительно производственным предприятиям, маркетинговый план, обеспечивающий конкурентоспособность предприятия как на внутреннем, так на внешнем рынке продукции виноделия.

In the dissertation, questions were considered about the need for industrial enterprises to organize activities in the service sector as an important source of profit. In this connection, based on the materials of Uzsharobsanoat JSC, a marketing strategy for the development of the service sector was developed, the difference between goods and services was theoretically justified, a classification was made, a marketing plan was proposed for manufacturing enterprises, which ensured the competitiveness of the enterprise both in the domestic and foreign markets winemaking.

Магистерская диссертационная работа прошла предварительную защиту на кафедре «Маркетинг»

Протокол № 1 от «29» 05 2019 г.

Научный руководитель:

Профессор, д.э.н. Икрамов М. А.

✓

25.05.19

подпись

дата

Магистр:

Ягшимурадова Э.Р.



01.05.19

дата

«Рекомендуется к защите»
заведующая кафедрой «Маркетинг»
Ш. Эргашходжаева Эргаш
«29» май 2019 года

Защита состоится в Ташкентском Государственном экономическом
университете в 14:00 «01» июля 2019 года

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА I. ПРИОРИТЕТНОСТЬ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	7
1.1. Место сектора услуг в современной экономике	7
1.2. Различия между маркетингом услуг и маркетингом товаров	20
1.3. Интегрированный подход к проведению маркетинговых исследований в сфере услуг	27
Выводы по главе	33
ГЛАВА II. АНАЛИЗ ОПЫТА РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ	36
2.1. Передовой опыт проведения маркетинговых исследований в развитых зарубежных компаниях.	36
2.2. Особенности проведения маркетинговых исследований на предприятиях сферы услуг Республики Узбекистан	45
2.3. Проведение маркетинговых исследований в АО “Узшаробсаноат”	54
Выводы по главе	70
ГЛАВА III. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ АО “УЗШАРОБСАНОАТ”	74
3.1. Процесс организации и планирования маркетинговой деятельности АО “Узшаробсаноат”	74
3.2. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности АО “Узшаробсаноат”	97
Выводы по главе	111
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	112
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	114
ПРИЛОЖЕНИЯ	120

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность и востребованность темы диссертации.

В процессе реформирования экономики и перехода к инновационной системе хозяйствования произошли глубокие структурные сдвиги, характеризующиеся ускоренным развитием сферы услуг и повышением её роли в решении важнейших проблем социального и экономического развития, повышение уровня и качества жизни населения. Прежде всего следует отметить, что за годы независимости в Узбекистане резко возросла доля сферы услуг в производстве ВВП, увеличении доходов населения и повышения уровня его жизни, в решении проблем занятости и безработицы. Ныне сфера услуг занимает ведущую роль в производстве ВВП и обеспечении занятости трудоспособного населения.

Таким образом, как показывает данные анализа, за годы реформирования экономики и перехода к рыночным отношениям наметилась положительная тенденция развития сферы услуг. Если, в 2017 году доля сферы услуг в ВВП Узбекистана составила 47,3%, то за 9 месяцев 2018 этот показатель составил 49,4%. Объем производства услуг за 2017 составил 116,8 трлн. сумов и увеличился на 8,9%. Увеличение объема можно объяснить влиянием целого ряда факторов, в частности появление на рынке новых видов услуг, таких как оплата за товары через кредитные карты, Интернет-продажи, открытие новых торговых центров, организаций питания, гостиниц, расширения услуг образовательных организаций, огромный выбор в индустрии развлечений. Однако, в странах Северной Америки, Европы и Азии (Япония и Южная Корея) число специалистов, занятых в сфере услуг, превышает количество работающих во всех других сферах деятельности, вместе взятых. Доля частных и общественных услуг составляет около 70-75% от общих объемов национального производства [33, с.15]. Такое положение показываем, что необходимо развивать сферу услуг, а это требует