

**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

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА I. ПРИОРИТЕТНОСТЬ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ 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