O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Sh.Dj. ERGAShXODJAYEVA, L.T. ABDUXALILOVA

MARKETING TADQIQOTLARI

Darslik

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

@TDIU_ARM

MUNDARIJA

	KIRISH……...	**15**
1-BOB.	**«MARKETING TADQIQOTLARI» FANINING PREDMETI, MAQSADI VA VAZIFALARI**	**17**
1.1.	«Marketing tadqiqotlari» fanining asosiy tushunchalari va mohiyati	**17**
1.2.	Marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari	**22**
1.3.	Respublika iqtisodiyotini modernizatsiyalash sharoitida marketing tadqiqotlarining tutgan o‘rni va ahamiyati	**33**
1.4.	Marketing tadqiqotlarini o‘tkazishning asosiy qoidalari	**34**
1.5.	Marketing tadqiqotlarining metodologik asoslari	**38**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**41**
2-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARINI TASHKIL ETISH**	**42**
2.1.	Marketing tadqiqotlarining ikki yo‘nalishi	**42**
2.2.	Marketing tadqiqotining kompleksli modeli	**45**
2.3.	Marketing tadqiqotining tashkil qilishning turli xil tamoyillari	**48**
2.4.	Marketing tadqiqotining tashkiliy tuzilishi	**56**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**60**
3- BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARINI O‘TKAZISH JARAYONLARI VA REJALAShTIRISh**	**61**
3.1.	Marketing tadqiqotlarini o‘tkazishda umumiy bosqichlar tavsifi	**61**
3.2.	Marketing tadqiqotlarini o‘tkazishning umumiy jarayonlari	**64**
3.3.	Marketing tadqiqotlarini o‘tkazishda ehtiyojlarni aniqlash va motivatsiya	**67**
3.4.	Marketing rejasini ishlab chiqish texnologiyasi	**81**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**87**
4-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARIDA MUAMMONI ANIQLASH**	**88**
4.1.	Marketing tadqiqotlari muammosini aniqlashning ahamiyati	**88**
4.2.	Muammoni yechimi uchun marketing tadqiqotlari	**89**
4.3.	Marketing tadqiqotlarida muammolar va ularning tasnifi	**90**
4.4.	Yondashuvlarni ishlab chiqish va muammolarni aniqlash jarayoni	**96**
4.5.	Tadqiqot muammolarini aniqlash bilan bog‘liq masalalar	**99**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**103**

5-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARI KLASSIFIKASIYaSI VA TURLARI**	**105**
5.1.	Marketing tadqiqotlari turlari	**105**
5.2.	Marketing tadqiqotlari yo‘nalishlari	**108**
5.3.	Marketing – mix – 4P modeli	**111**
5.4.	Marketing tadqiqotlarida statistik tahlilning ahamiyati	**112**
5.5.	Marketing tadqiqotlarining statistik ta’minoti	**118**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**121**
6-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARIDA AXBOROT TO‘PLASH USULLARI**	**122**
6.1.	Marketingda axborotlar tizimi va korxonaning rivojlanishida axborotlar tizimining ahamiyati	**122**
6.2.	Marketing tadqiqotlarini o‘tkazishda axborot to‘plashning ahamiyati	**128**
6.2.	Marketing tadqiqotlari uchun ma’lumotlarni to‘plash yo‘nalishlari	**130**
6.3.	Axborot to‘plashni shakllantirish	**133**
6.4.	Birlamchi va ikkilamchi axborotlar	**136**
6.5.	Axborot to‘plash uslublari	**143**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**148**
7-BOB.	**MARKETING TADQIQOTIDA TAHLIL METODOLOGIYASI: TAMOYILLAR VA USULLAR**	**149**
7.1.	Marketing tadqiqotlarida iqtisodiy tahlilning ahamiyati	**149**
7.2.	Marketing tadqiqotlari tahlili maqsadlari	**151**
7.3.	Marketing tahlili usullari	**155**
7.4.	Marketing tadqiqotlarida mikro va makro muhiti	**158**
7.5.	Bozor salohiyati va ko‘lami tahlili	**172**
7.6.	STEP/PEST makromuhit tahlil uslubiyotlari	**176**
7.7.	ETOM makromuhit xatarlari va imkoniyatlari tahlili uslubiyoti	**180**
7.8.	QUEST makromuhit omili tahlili metodikasi	**183**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar…….	**184**
8-BOB.	**SO‘ROV USULLARI VA SO‘ROVNOMALAR O‘TKAZISH. ANKETA TUZISH VA SAVOLLARINI O‘TKAZISH. FOKUS- GURUH.**	**185**
8.1.	So‘rov o‘tkazish usullari va ularni tanlash	**185**
8.2.	Anketa tuzish va anketa orqalii so‘rovlar o‘tkazish	**192**
8.3.	Fokus – guruhlar, ularni rejalashtirish va faoliyatini yuritish	**195**

8.4.	Panel usuli	**198**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**202**
9-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARIDA KUZATUV USULLARI**	**203**
9.1.	Kuzatuv usullari va ularning marketing tadqiqotlaridagi ahamiyati	**203**
9.2.	Kuzatuv usulining turlari	**207**
9.3.	Marketing tadqiqotlarida kuzatuv usulining jarayoni	**209**
9.4.	Kuzatuv usulini o‘tkazish bosqichlari	**212**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**214**
10-BOB.	**BOZOR SEGMENTASIYASI VA ISTYE’MOLCHILAR XULQ ATVORINI O‘RGANISH**	**216**
10.1.	Segmentatsiya tushunchasi va uning tamoyillari	**216**
10.2.	Iste’mol bozorining ko‘lami va xususiyati	**218**
10.3.	Xaridorlar xulq-atvori modeli, uning xususiyatlari va unga ta’sir etuvchi omillar	**222**
10.4.	Xaridni amalga oshirish motivatorlari	**227**
10.5.	Iste’molchi huquqlari	**233**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**235**
11-BOB.	**INTERNET TARMOG‘IDA MARKETING TADQIQOTLARI O‘TKAZIShNI TASHKIL ETISH**	**236**
11.1.	Internetning rivojlanishi va marketing tadqiqotlaridagi o‘rni	**236**
11.2.	Marketing qarorlarini tadqiq qilishda umumjahon o‘rgimchak to‘ri axborotlaridan foydalanish	**240**
11.3.	Internetda tadqiqotlar turlari va ularni tasniflanishi	**242**
11.4.	Internetda mijozlar hatti – harakatini o‘rganish	**248**
11.5.	Internet va elektron pochta xizmati	**254**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**256**
12-BOB.	**MARKETING TADQIQOTLARIDA O‘LCHASH VA SHKALALASHTIRISH**	**257**
12.1.	O‘lchash va shkalalashtirish tushunchasi va mohiyati	**257**
12.2.	Shkalalarning asosiy turlari	**261**
12.3.	Shkalalashtirish usullarini qiyoslash	**265**
12.4.	Marketing tadqiqotlarida iqtisodiy tahlil usullarini taqqoslash	**268**
	Nazorat va mulohaza uchun savollar……	**272**

@TDIU_ARM