

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS

TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI



M.T. ALIYEVA, J.J. JAMOLOV

TURISTIK MAHSULOTLAR MARKETINGI

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi o'quv-
metodik birlashmalari faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan
5A610301- "Turizm (Turizm faoliyat turlari bo'yicha)" Magistratura mutaxassisligi
talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan.*

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

MUNDARIJA

	KIRISH	9
I-bob	MARKETING TADQIQOTLARI FANINING PREDMETI VA USULLARI	11
1.1.	Marketing tushunchasi va uning vujudga kelishi	11
1.2.	Marketing tadqiqotining mazmuni va mohiyati	14
1.3.	Marketing tadqiqotlarining turlari va asosiy vazifalari	15
II-bob	MARKETING TADQIQOTLARINING NAZARIY ASOSLARI	19
2.1.	Marketing tadqiqotlari asosiy yo'nalishlari	19
2.2.	Iqtisodiyotni rivojlantirishda marketingning tutgan o'rni va ahamiyati	21
2.3.	Marketing tadqiqotlarining maqsad va vazifalari	24
III-bob	MARKETING TADQIQOTINI TASHKIL ETISH VA O'TKAZISH	27
3.1.	Ma'lumotlarni olish manbalari va to'plash jarayoni	27
3.2.	Axborot olish manbalarining guruhlari	31
3.3.	Ma'lumotlarni to'plash jarayonining vositalari va uslublari	34
3.4.	Anketa (so'rov varaqasi) vositasida tadqiqotlar o'tkazish	38
IV-bob	TURIZMDA MARKETING TADQIQOTLARI O'TKAZISH USULLARI	46
4.1.	Marketing tadqiqotlarining metodik asoslari	46
4.2.	Marketing tadqiqotlari qoidalari va tartib-taomillari	49
4.3.	Marketing tadqiqotlarini o'tkazish usullari	53
V-bob	TURIZM MARKETINGIDA SIFAT TADQIQOTLARI	60
5.1.	Turistik xizmatlar sifatini takomillashtirishda marketing tadbirlarini amalga oshirish	60
5.2.	Marketing tadqiqotlari orqali turistik xizmatlar sifatini oshirish yo'llari	64
5.3.	Turistik mahsulotlar bilan turistik yarmarkalarda qatnashish	70
VI-bob	TURIZM VA MEHMONXONA XO'JALIGIDA MARKETING AXBOROTLARI TIZIMI	76
6.1.	Turistik korxonaning axborotdagi ehtiyojini baholash	76