

3-MAVZU

TURISTIK MAHSULOT BOZORINI KOMPLEKS TADQIQ QILISH

Reja:

3.1. Ma'lumotlarni olish manbalari va to'plash jarayoni

3.2. Axborot olish manbalarining guruhlari

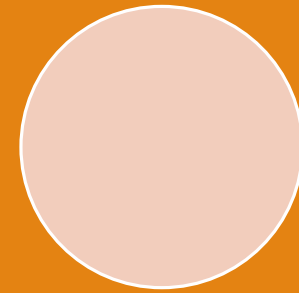
3.3. Ma'lumotlarni to'plash jarayonining vositalari va uslublari

3.4. Anketa (so'rov varaqasi) vositasida tadqiqotlar o'tkazish

Ma'lumotlarni olish manbalari va to'plash jarayoni



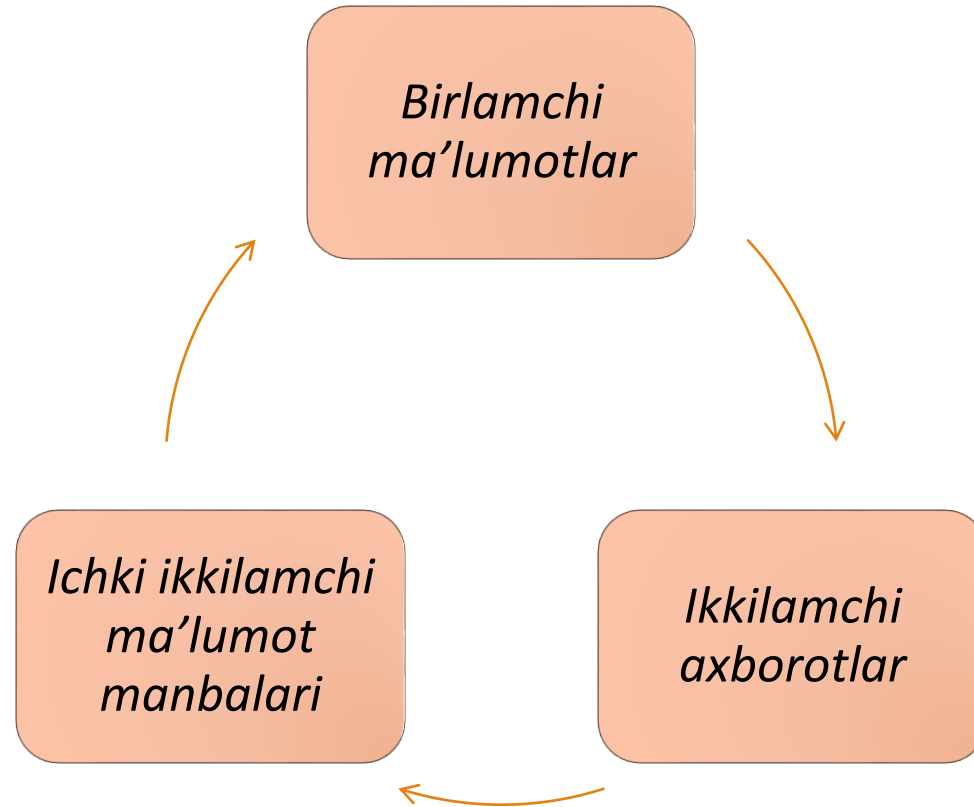
Turmahsulot marketing uchun
zarur bo'lgan ma'lumotlar va
axborotlar ko'lami



Axborotlarni tayinli tartibga
sola bilish, ulardan o'z o'rnida
foydalanish



Marketing xususidagi ma'lumotlarni to'plash manbalari



Tashkilot o'z imkoniyatidagi hisobotlar va ma'lumotlarga tayanishi

Amaliy faoliyatda
mahsulotlarni natural
va qiymat o'lchov
birliklarida sotuvchi
hajm

narxlarning yil
davomida o'zgarishi

haridorlarning
joylashuv haritasi va
tovar zahiralarining
o'zgarishi

Tashqi ikkilamchi ma'lumotlar

AQSHda tashqi ikkilamchi ma'lumotlarni umumiy jihatdan quyidagi 4 ta guruhga ajratiladi

Ommaviy va iqtisodiy uyushmalarning hisobotlari va xabarnomalari	Marketing tadqiqotlari bo'yicha ixtisoslashgan institutlar va marketing xizmati ko'rsatuvchi muassasalarining axborotlari	Iqtisodiy matbuot, tarmoq bo'yicha jurnallar, ro'znomalar va kitoblar	Tashkilotlarning ommaviy tarzda chop etilgan ma'lumotlariga yillik balans hisobotlari
--	---	---	---

Axborot olish manbalari

AQSHda nashr etiladigan «Forchun», «Forbs» kabi jurnallar

Germaniyaning jahonda mashhur bo'lgan «Xandelsblatt», «Virtshaftsvoxe» iqtisodiy ro'znomalari

Amerika kompaniyalari faoliyati to'g'risida hamda ularni qiziqtirayotgan bozorlar hususida

Tegishli bir davlatning tashqi savdo balansi, eksport – import tarkibi va sanoati

Axborot olish manbalarining guruhlari

Mamlakatimizda
axborot yig'ish
manbalari

Ommaviy
tadbirkorlikning
rivojlanish darajasi

Bozor munosabatlarning rivojlanish sharoiti

Bozor munosabatlarning izchil rivojlanish sharoitida marketing faoliyatiga taaluqli axborot va ma'lumotlar

Marketing axborotiga bo'lgan talabning ortib borish jarayoni

Axborot va ma'lumotlar olish manbalarini quyidagi guruhlarga bo'lish mumkin.

1. Iqtisodiy siyosatning asosiy yo'nalishlariga taaluqli bo'lgan Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari, Davlat soliq qo'mitasining tasdiqlagan yo'riqnomalari va farmoyishlari.

2. Davlat statistik muassasasi ma'lumotlari

3. Vazirliklar, uyushmalar va konsernlar majmuida to'plangan axborotlar va ma'lumotlar


Davomi

Maxalliy hokimiyat miqyosida
jamlanadigan axborot va ma'lumotlar



Ilmiy tadqiqot institutlari, markazlari,
universitetlar

Ommaviy matbuot va ilmiy
adabiyotlar


Hozirgi paytda bizning mamlakatimizda marketing tadqiqoti bo'yicha maxsus jurnallar



ro'znoma va ommaviy
oynomalar qisman bajarilishi



marketing tadqiqotlari
bo'yicha isxtisoslashgan
tashkilot va uyushmalar soni



Ma'lumotlarni to'plash jarayonining vositalari va uslublari

Marketing tadqiqoti uchun zaruriy ma'lumotlar va axborotlarni yig'ish jarayoni

Marketing izlanishi sohalari va yo'nalishlari

Marketing tadqiqoti muammosi va maqsadlarini aniqlash



Muammoni aniq belgilash

Muammoning mantiqan to'g'ri,
sodda va maqsad sari
yo'naltirilganligi

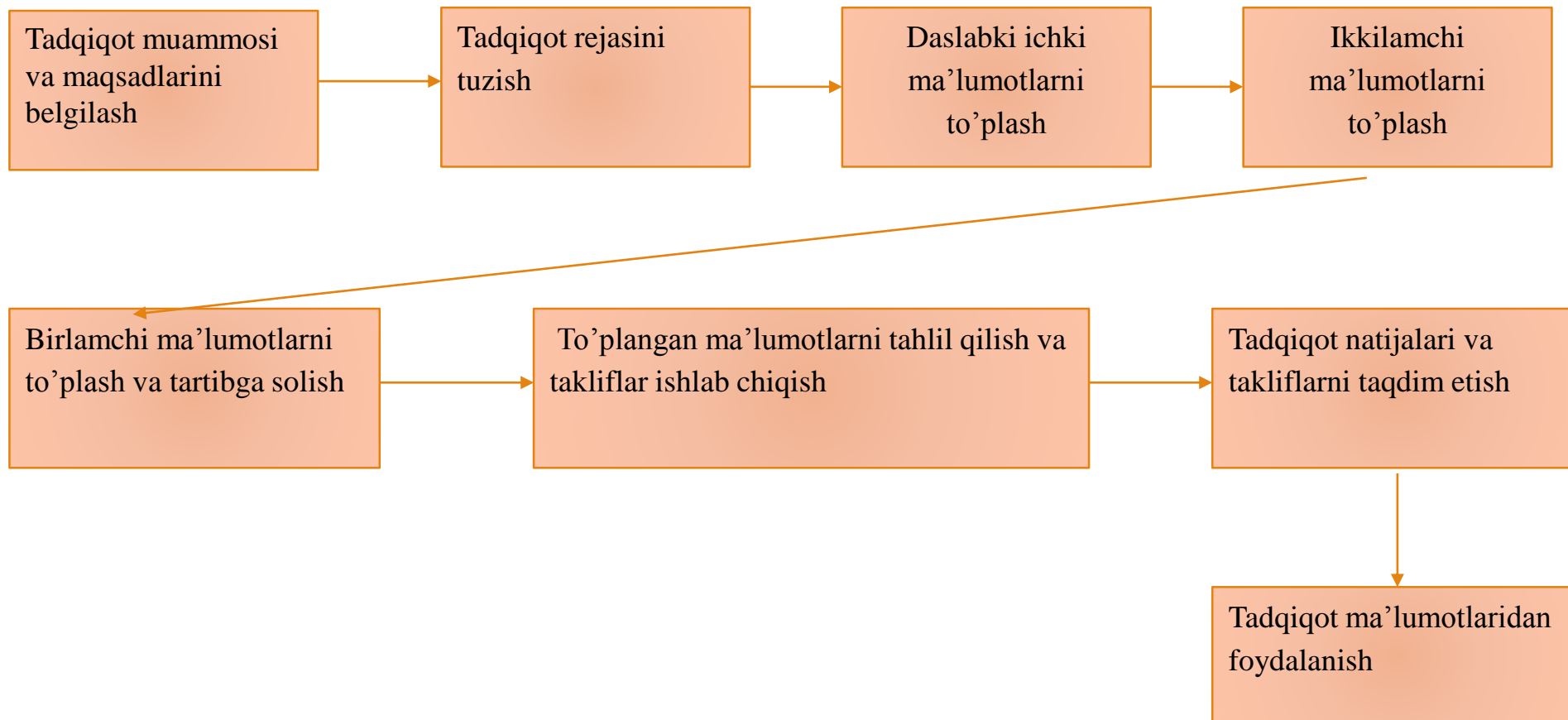
Sayohatchilar uchun qanday sayohat
qilish transporti ma'qul

sayohat yo'nalishlari va shakllari
bo'yicha sarf harajatlarini qoplashi

firma sayohatchilar ko'lami va
yo'nalishlarini oshirishi va samarali
tashkil etishi



Marketing tadqiqotini tashkil etish bosqichlari



Tadqiqot rejasini tuzish bosqichida unda safarbar qilinadigan uslublar

Tadqiqot qurollari, tanlov tarkibi va belgisi



Muloqotdagi jamoa bilan bog'lanish vositalari



Tadqiqotlarda kuzatish, eksperiment va so'rov uslublari

Marketing tadqiqoti uchun axborotlarni yig'ish vositalari va uslublari

Ma'lumot manbalari	Ma'lumot yig'ish uslublari	Tadqiqot qurollari	Tanlov tarkibi rejasi	Muloqotdagi jamoa bilan bog'lanish
Birlamchi ma'lumot	Kuzatish	Anketa	Tanlov birligi	Pochta
Ikkilamchi ma'lumot	So'rov	Mexaniq qurollar	Tanlov xajmi	Telefon
-ichki ma'lumotlar	Eksperiment		Tanlov o'tkazish tartibi	SHaxsiy uchrashuv
-tashqi ma'lumotlar	Guruhli baxs			

Axborot olishda qoʻllaniladigan uslublar

Kuzatish

Ekspirement



Ekperiment asosida uyushtirilgan tadqiqot

Ekperiment mahsulot sifatini texnik jihatdan takomillashtirish

Tadqiqotda murakkab va dolzarb mavzu

sayohat firmasining sayohat turlari

Guruhli bahs uslubida tashkil etilgan tadqiqot



Anketa (so'rov varaqasi) vositasida tadqiqotlar o'tkazish

Anketa vositasida o'tkaziladigan tadqiqotlarga muayyan firma mahsulotlarini sotuvchi tashkilot xodimlari

Tadqiqotlar o'tkazish davriga ko'ra turlari

Marketing tadqiqotlarini anketa vositasida o'tkazish

so'rov natijalari va muvaffaqiyatli yakunlanishi so'rov maqsadining qanchalik aniqligi

Tadqiqotni o'tkazish natijasida firma qanday muhim va zaruriy axborotlarga ega bo'lishi

Anketa savollari va javoblari tizimini ishlab chiqish

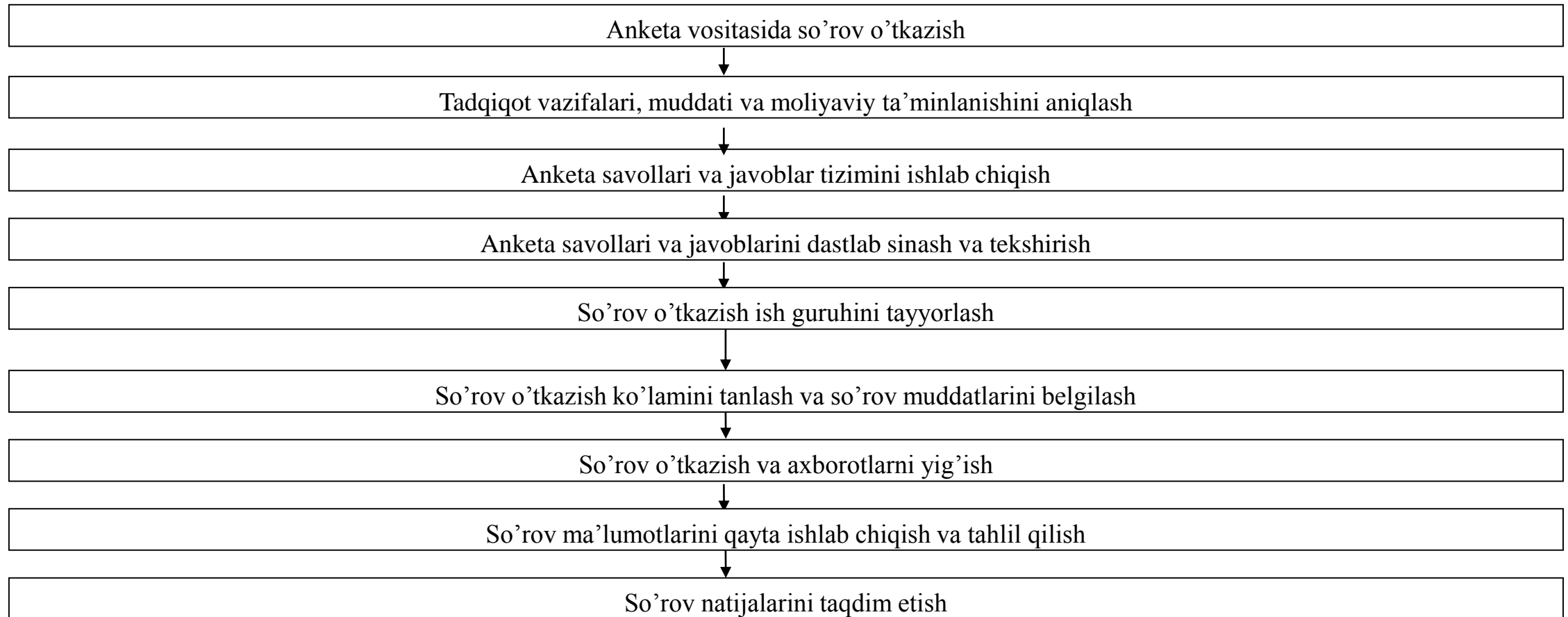


Mutaxasislarning fikr va mulohazalari asosida anketa savollari va javoblari



Savollar va javoblar ko'lamini ratsional tartibda va ketma-ketlikda joylashtirish

Anketa vositasida so'rovni tashkil qilish va o'tkazish bosqichlari



Anketa savollari va javoblari dastlabki sinash va tekshirish

Tegishli tartibga keltirilgan anketa dastlabki sinovdan o'tishi undagi savollarni mantiqan takomillashtirish

To'ldirilgan anketalar qayta ishlanadi, tahlil qilinadi va umumlashtiriladi

Anketa savollariga berilgan javoblarni EXMga kiritish chog'ida bir nechta guruhlariga ajratiladi

Anketani amaliy qo'llash uchun zaruriy ish guruhi



Anketa so'rovini o'tkazish va axborotlarni yig'ish

Dastlab belgilangan muddat, manzillar va so'rov o'tkazish tartibi

Anketa varaqalarini tarqatish va uni o'z vaqtida to'ldirilishini, topshirilishini ta'minlash

Dj.Evans, B.Berman AQSHda o'tkazilgan quyidagi so'rov natijalari

Anketa varaqalarini tez tarqatish va tezroq to'ldirilish

ish guruhi vakili bir kunda ko'pi bilan 30-50 respondent bilan muloqotda bo'lishi kerak



Savollar ko'p-ozligi, murakkabligi, so'rov o'tkazish muddatlari, manzillarini nazarda tutgan holda ish guruhining mehnat faoliyati tartibga solish



Anketa ma'lumotlarini qayta ishlash, tahlil qilish va taqdim etish bosqichlari



So'rov uchun tavsiya etilayotgan anketa qismlari



Anketaning kirish qismi

Anketa savolariga javob berish tartibi, yo'riqlar, ko'rsatmalar

Anketalarda respondent to'g'risidagi ma'lumotlar

Respondentning sha'niga teguvchi ayrim tovarlarni iste'mol qilishga oid savollarni imkon boricha uchinchi shaxs vositasisiz berish

Anketa uslubida so'rov o'tkazish qiziqarli va o'ta muhim xulosalar va takliflar ishlab chiqish

Qisqacha xulosalar

Tasavvurga ko'ra bozor, haridor, raqobatchi va mahsulot xususidagi barcha axborotni kerakli shaklga jamlash

Marketing xususidagi ma'lumotlarni to'plash manbalarini shartli ravishda birlamchi va ikkilamchi turlarga bo'lish

