

# ПРИНЦИПЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

## Принципы

Комплексный и систематический характер

Научный подход, основанный на объективности, точности и тщательности

Соответствие принципам, зафиксированным Международным кодексом по практике маркетинговых и социальных исследований

Тщательное планирование и составление плана действий

# ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Разработка  
концепции  
исследования

- Управленческая проблема; цели исследования
- Рабочая гипотеза

Отбор источников  
информации

- Система показателей
- Методы исследования и рабочий инструментарий

Сбор  
информации

- Техническая подготовка и организация
- Процесс сбора данных; выборка

Анализ  
информации

Представление  
результатов  
исследования

# СТРУКТУРА ОТЧЕТНОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

## Введение

- -цель отчета
- - Цель исследования
- - Актуальность исследования

## Методологический раздел

- Объект исследования
- Методы исследования

## Результаты исследования

## Раздел «Констатация ограничений»

## Выводы и рекомендации

## Приложения

# КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

## Комплексное исследование рынка

Исследование  
туристского  
продукта

Исследование  
среды  
туристского  
предприятия

Исследование  
туристского  
рынка

Исследование  
конкурентов  
туристского  
предприятия

Исследование  
потребителей