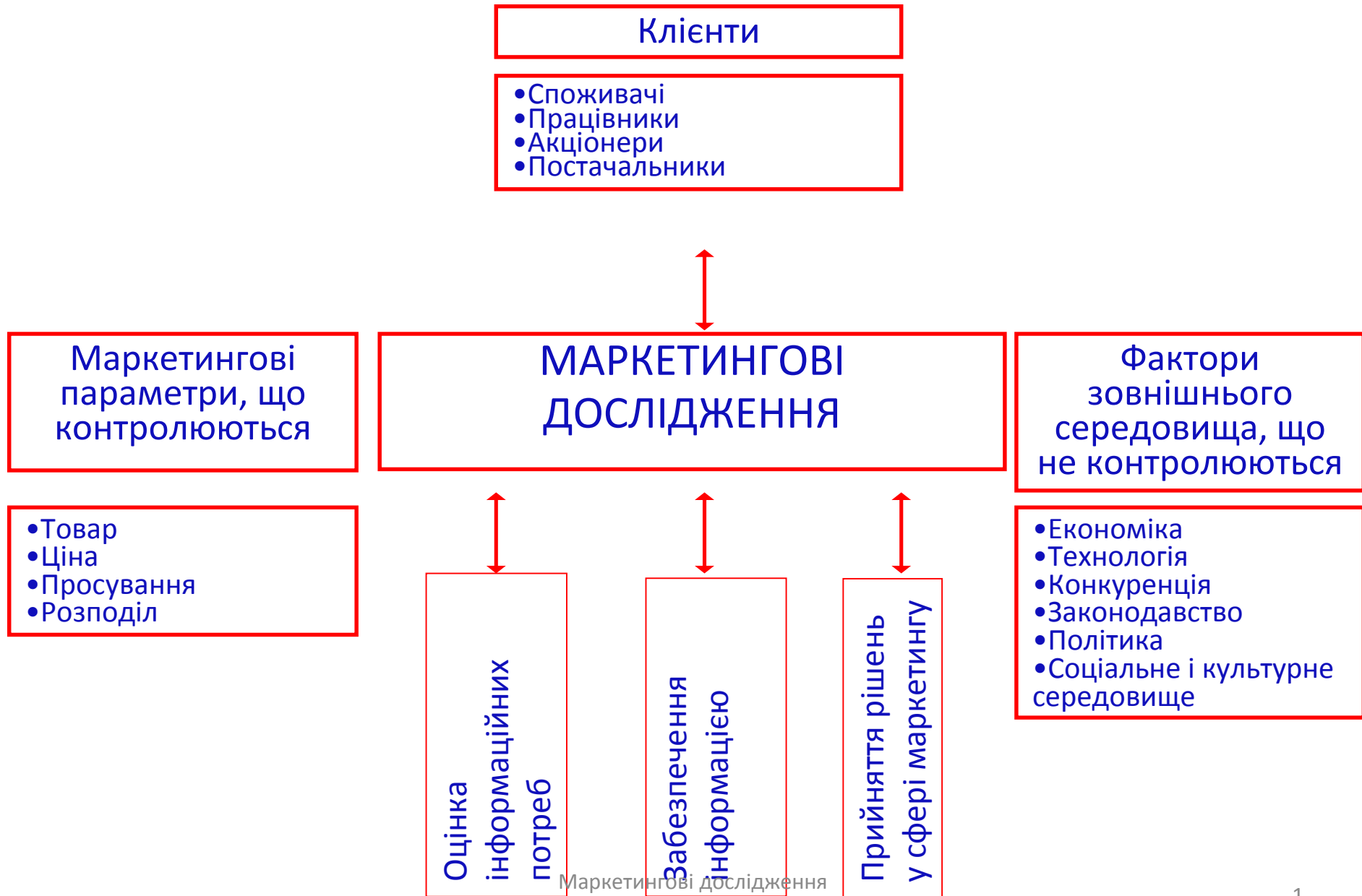


1.



! **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ** – систематичне і об'єктивне виявлення, збір, аналіз, розповсюдження та використання інформації для підвищення ефективності ідентифікації та вирішення маркетингових проблем (використання маркетингових можливостей)

- ✓ систематичність
- ✓ об'єктивність
- ✓ послідовність етапів
- ✓ наявність цілі

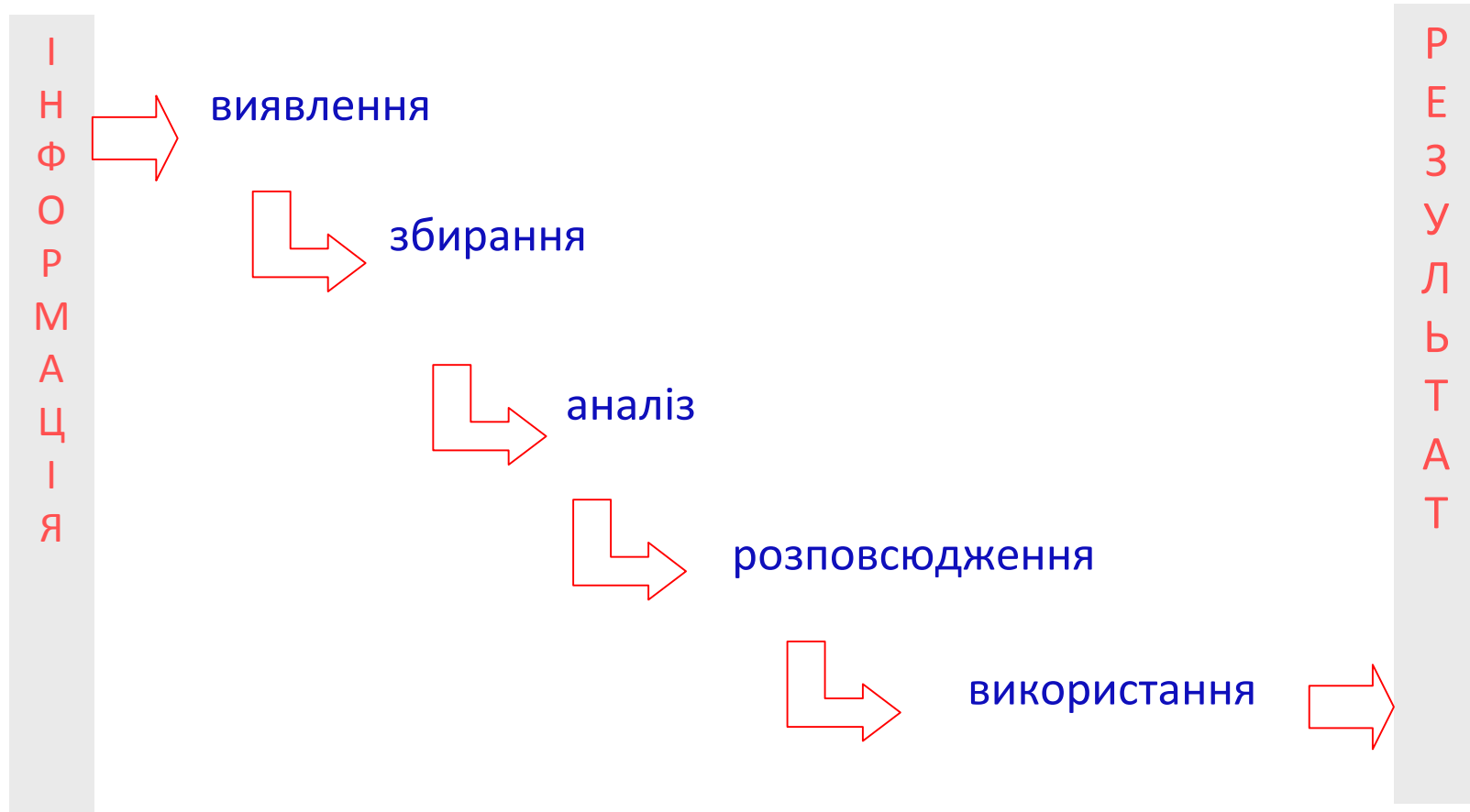
- ✓ дослідницькі цілі є суцільно прагматичними
- ✓ гіпотеза, що підлягає перевірці, задається дослідникові замовником
- ✓ маркетингові дослідження необхідні винятково для одержання інформації
- ✓ дослідження не здатні дати замовникові вичерпно точну й достовірну відповідь, яка б знизилася ступінь ризику до нуля
- ✓ отримані результати завжди будуть носити імовірнісний характер
- ✓ будь-яке конкретне маркетингове дослідження завжди жорстко обмежене в часі й ресурсах (фінансових і людських)

—

! У результаті надання цієї послуги створюється цінність для клієнта

у вигляді інформації і забезпечуються певні переваги для нього за рахунок володіння і користування цією інформацією

- ✓ передача в оренду спеціальних знань та навичок персоналу, який проводить маркетингові дослідження
- ✓ невідчутність послуги маркетингового дослідження змушує виконавця вживати заходи до підвищення її відчутності
- ✓ одночасно пряме і опосередковане залучення споживача послуги до процесу надання послуги
- ✓ співробітники компанії й інші споживачі стають невід'ємною частиною послуги
- ✓ неможливість забезпечити сталу якість використання ресурсів і отримання результатів
- ✓ ринок маркетингових досліджень є персонально обумовленим
- ✓ споживачеві важко оцінити якість послуги
- ✓ неможливість створювати запаси



## Поняття інформації

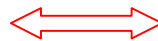
### ЮНЕСКО

Інформація – це універсальна субстанція, яка проймає всі сфери людської діяльності і слугує провідником знань та думок, інструментом спілкування, взаєморозуміння й співробітництва, утвердження стереотипів мислення й поведінки

### Закон України «Про інформацію» (ст. 1)

Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події і явища, що відбуваються в суспільстві, в державі та навколишньому природному середовищі

Повнота і точність інформації



Асиметрія інформації