

УДК 339.13

Рабий Віктор

Rabyi Victor

Науковий керівник: к.е.н., доцент С. Б. Семенюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ

THE ESSENCE AND NEED FOR MARKET RESEARCH

Ринкове дослідження є важливою ділянкою роботи відділу маркетингу, адже якісно проведений аналіз ринку допомагає оперативно віднайти вільні ринкові ніші, обрати найбільш привабливий і вигідний цільовий ринок, розуміти краще споживачів товарів чи послуг компанії. Тому потрібно відповісти на такі питання:

- як правильно провести комплексний аналіз галузевого ринку;
- які дослідження є необхідними для отримання достовірної і потрібної інформації;
- які методи дослідження галузевих ринків є ефективними;
- які способи аналізу і досліджень ринку є мало затратними;
- якими мають бути план і структура дослідження ринку.

За останні роки в умовах трансформації економіки України збільшився інтерес до ринкових досліджень, що зумовило появу нових праць з даного питання. Це роботи авторів К. Н. Малхотра, Н. Алі, С.С.Гаркавенко, А.О.Старостіної, Є.В.Крикавського, Г.А. Черчилля, та ін. Кожен науковець пропонує своє визначення ринкових досліджень, хоча суть переважно зводиться до одного і того ж самого. Так, на думку Г. А. Черчилля, дослідження ринку - це функція, яка допомагає пов'язати компанію із споживачами за допомогою інформації. Інформацію в цьому випадку використовують для визначення і виявлення проблем та можливостей маркетингу; розроблення, уточнення, оцінювання і контролю

виконання маркетингових заходів; удосконалення розуміння маркетингу як процесу [2, с.133]. К.Н. Малхотра визначає дослідження товарного ринку як «систематичне і об'єктивне визначення, збір, аналіз і обробка інформації для сприяння менеджменту в прийнятті рішень, пов'язаних з визначенням і вирішенням проблем та можливостей в маркетингу» [1, с.536]. Основне призначення ринкового дослідження – надання замовнику інформації, яку він не зміг би одержати всіма наявними у нього способами, для прийняття важливого управлінського рішення. Замовник веде підприємницьку діяльність зі всіма її ризиками, тобто він відповідає за наслідки своєї підприємницької діяльності в повному обсязі. Дослідник зобов'язується надати необхідну інформацію, яка дозволить знизити рівень непевності при прийнятті управлінського рішення. На нашу думку, ринкові дослідження – це збір, аналіз і обробка інформації з метою відслідковування тенденцій і аналізу поточного стану ринку.

Таким чином, дослідження ринку є основним елементом у сфері отримання інформації. Воно пов'язує споживача, покупця і громадськість через інформацію, яка дозволяє виділити і визначити проблеми ринку і його можливості; розробити, здійснити і оцінити певні дії; укріпити уявлення про маркетинг як про процес і про шляхи досягнення максимальної ефективності маркетингових заходів.

Перелік посилань:

1. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования: практическое руководство : [перевод с английского] / Н.К. Малхотра ; Технологический институт Джорджии. – 3-е изд. – Киев : Изд. дом «Вильямс», 2002. – 957 с.

2. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль, Д. Якобуччи ; [пер. с англ. ; под ред. С.Г. Божук]. – 8-е издание – СПб. : Издательский дом «Нева», 2004. – 832 с.