

СВФУ им. М.К.Аммосова Финансово- Экономический ИНСТИТУТ

Виды услуг,
оказываемых исследовательскими
агентствами

г. Якутск 2017 год

Определение термина «услуга»

- ▣ **Услуга** — это совершённое физическим или юридическим лицом действие в интересах другого лица, в результате которого не создается новый материально-вещественный продукт, но изменяется качество имеющегося продукта



Исследовательский центр

- Исследовательский центр-организация людей, обладающих специальными знаниями или опытом в какой-либо области, в которой они сообща развивают понятия и проводят консультации



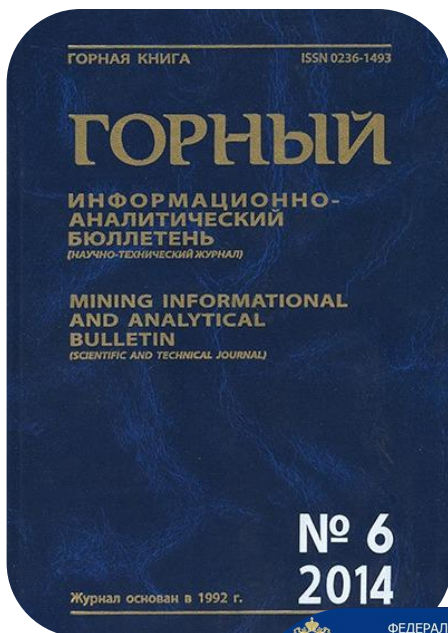
Виды услуг, оказываемые исследовательскими организациями

- Специализированные исследовательские агентства предлагают разнообразные услуги по предоставлению маркетинговой информации



Маркетинговая информация – это знания, сведения, данные о каком-либо объекте, событии, процессе или явлении, необходимые для подготовки и принятия маркетинговых решений





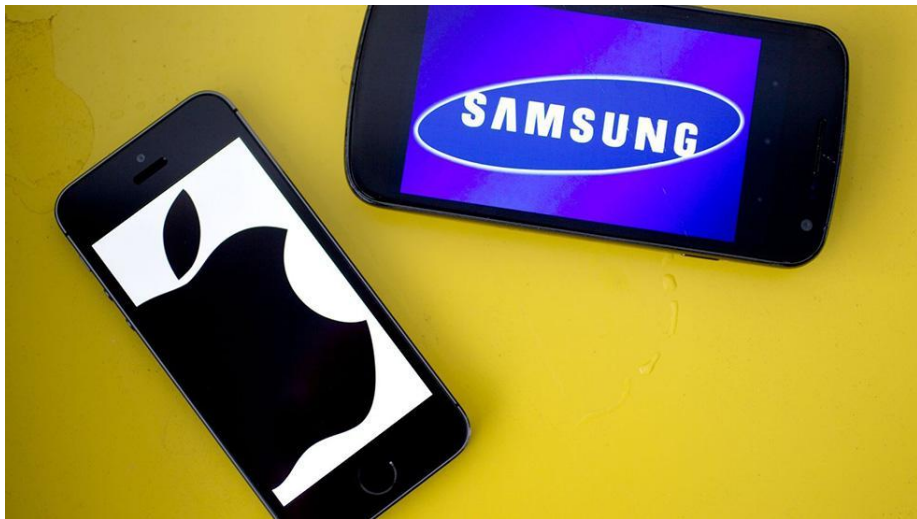
1. Проведение инициативных (стандартных) маркетинговых исследований, на основе которых выпускаются информационно-аналитические обзоры.



2. Проведение
заказных
индивидуальных
маркетинговых и
социальных
исследований.

Социальные медиа, нетнография





3. Проведение заказных исследований типа «омнибус», когда вопросы нескольких заказчиков объединяются в одном исследовании.



4. Поддержка
принятия
решений и
консультационная
деятельность.



- 1. Проведение инициативных (стандартных) маркетинговых исследований, на основе которых выпускаются информационно-аналитические обзоры.
- 2. Проведение заказных индивидуальных маркетинговых и социальных исследований.
- 3. Проведение заказных исследований типа «омнибус», когда вопросы нескольких заказчиков объединяются в одном исследовании.
- 4. Поддержка принятия решений и консультационная деятельность.



Преимущества и недостатки организации исследования силами исследовательской фирмы

- Проведение исследования силами специализированной исследовательской фирмы характеризуется некоторыми преимуществами и недостатками, согласно указанным ранее критериям оценки



-
- Стоимость исследования достаточно высока, исследования обходятся дороже, чем выполненные внутренней исследовательской группой. Однако это относится к несложным маркетинговым исследованиям. Проведение же масштабного исследования специализированной исследовательской фирмой может оказаться более экономичным.



□ Качество проведения исследования высокое, так как исследовательские фирмы имеют богатый опыт, обладают специалистами высокой квалификации в области проведения исследований.

Самый хороший учитель в жизни - опыт. Берет, правда, дорого, но объясняет доходчиво.



Atkritka.com



-
- Результаты исследования обладают высокой объективностью, так как исследователи независимы от заказчика.





- Специализированным и фирмами предоставляются большие возможности при выборе методов исследования вследствие наличия специального оборудования для проведения исследований и обработки их результатов.



- Знание особенностей продукта ограничено общими представлениями.



ANDROID



- Существует более высокая вероятность утечки информации, так как в проведении исследования задействовано много лиц.



Работу подготовили:

□ Васильева Татьяна

