

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**ЧЖАН ЧЖО**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Магистерская диссертация  
Специальность 1-26 80 05 Маркетинг

Научный руководитель:  
Аникина Жанна Павловна,  
кандидат экономических наук,  
доцент

Допущена к защите  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.  
Заведующий кафедрой маркетинга  
\_\_\_\_\_ Черченко Наталья Владимировна,  
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

## ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговые исследования играют центральную роль в современной системе маркетинга. В настоящее время все больше укрепляется мнение о том, что по мере ускорения научно-технического прогресса эффективность любой компании будет все больше определяться не только ее производственным и научно-техническим потенциалом и даже не финансовыми возможностями, а умелым проведением и использованием результатов маркетинговых исследований.

Это мнение подтверждается тем фактом, что за последние 10 лет маркетинговые исследования стали крупной самостоятельной отраслью современного бизнеса.

В условиях рыночных отношений коммуникации с покупателями имеют для производителя большое значение, эффективность коммуникаций повышают информационные технологии, способствующие ускорению принятию решений. Предприятиям необходимо знать мотивы покупателя, его нужды и потребности. Решающее значение имеет конкурентоспособность продукции, ее ассортимент, новые технологии. Производитель вынужден искать новые рынки, заботиться о расширении производства, оптимизации структуры управления, которая обеспечит адаптивность предприятия к меняющимся характеристикам рынка и потребительского поведения.

В условиях рыночной экономики информация о внутренней среде предприятия является недостаточной. Стратегическое и оперативное планирование должно опираться на достоверную, репрезентативную маркетинговую информацию. Поэтому появилась необходимость выделения специализированной маркетинговой службы, задачи включают проведение маркетинговых исследований и разработку перспективных маркетинговых программ.

Достоверная и своевременная информация о процессах, происходящих на рынке, позволяет прогнозировать изменения спроса, предложения, рыночных цен и разрабатывать новые маркетинговые решения. Следует иметь в виду, что все элементы рынка находятся в постоянном движении. Поэтому невозможно выйти на рынок, не изучив пропорции, которые на нем развиваются, не оценив ожидаемые изменения.

Маркетинговые исследования обеспечивают всестороннюю оценку и анализ рынков, а также позволяют изучать поведение потребителей. Результаты исследования служат основой для принятия важных управленческих решений, используются при планировании и оценке эффективности рекламных кампаний,

изучении имиджа бренда, разработке инвестиционных проектов и продвижении новых товаров и услуг.

В целях оценки степени изученности проблемы маркетинговых исследований, определения места темы диссертации среди ранее проведенных исследований, обоснования ее научной актуальности был проведен аналитический обзор научной литературы, научных трудов и научных исследований ученых из различных стран. Исследованием установлено, что сфера современных маркетинговых исследований предприятий туристической индустрии является малоизученной областью экономики. Таким образом, отмечается противоречие между важностью маркетинговых исследований предприятий сферы туризма и степенью изученности рассматриваемого предмета, что обуславливает актуальность темы диссертации.

В современных рыночных условиях одним из наиболее действенных инструментов воздействия на результат предприятия является грамотно продуманная организация маркетинговой деятельности, которая предполагает прежде всего проведение маркетинговых исследований. Учитывая изменчивый бизнес-климат, который характеризуется растущей конкуренцией, необходимым становится совершенствование деятельности предприятия в целом, и в частности его маркетинговой составляющей, что позволяет нарастить конкурентные преимущества на отечественном и внешнем рынках.

При этом, эффективность проведения маркетингового исследования зависит от используемых технологий, которые в последние годы стремительно развиваются. Использование современных технологий позволяют увеличить эффект от получения маркетинговой информации за счет удобства и скорости проведения анализа, способствует корректному применению маркетинговых баз данных.

В качестве объекта исследования данной работы выступают современные технологии маркетинговых исследований.

Предметом исследования являются особенности маркетинговых исследований в РУП «Центркурорт».

Целью работы является разработка направлений по совершенствованию маркетинговых исследований в РУП «Центркурорт».

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические основы современных тенденций маркетинговых исследований;
- дать общую характеристику организации;
- провести анализ маркетинговых исследований организации;
- дать оценку маркетинговых исследований организации.

Цель и задачи исследования обуславливают структуру диссертации.

В первой главе рассматривается ряд актуальных проблем, которые закладывают основу для исследования. Она включает в себя изложение теоретических основ маркетинговых исследований; систему показателей оценки, нормативно-правовую базу, а также обзор современных методов и этапов маркетинговых исследований.

Во второй главе исследования раскрывается общая характеристика РУП «ЦентрКурорт» и обзор маркетинговых исследований организации.

В третьей главе диссертации даются направления совершенствования маркетинговых исследований РУП «ЦентрКурорт».

В диссертационном исследовании были использованы научные труды Березина И. С., Брезгиной К В., Васильевой Е. А., Галицкого Е. Б., Голубкова Е. П., Каменевой Н. Г., Решетиловой Т. Б., Тюрина Д. В., Юровой О. В., Гаркавенко С. С., Крикавского Е. В., Косарь Н.С., Мних А. Б., Сороки А. А., Руделиуса В., Азаряна А. Н., Виноградова А. А. и др. В ходе написания работы были также задействованы также отчетные данные и служебная документация РУП «Центркурорт».

Методологической основой диссертации являются принципы диалектики (всеобщей связи и взаимообусловленности процессов и явлений) и системности. В связи с этим в качестве методов в работе применялся структурно-функциональный метод, компаративный анализ, аналитический метод, метод целевого проектирования, а также общенаучные методы (анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрагирование и обобщение), которые позволили определить перспективы развития маркетинговых исследований в РУП «Центркурорт».

Практическая значимость диссертации состоит в повышении эффективности деятельности РУП «Центркурорт» от реализации предложенных научно-практических рекомендаций по внедрению современных технологий маркетинговых исследований.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 82 с., 9 рисунков, 6 таблиц, 69 источников, 4 приложения.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ТУРИЗМ,  
ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ, ЦЕНТРКУРОРТ

**Целью диссертации** является разработка предложений по совершенствованию маркетинговых исследований в РУП «Центркурорт».

**Объект исследования:** современные технологии маркетинговых исследований.

**Предмет исследования:** особенности маркетинговых исследований в РУП «Центркурорт».

**Методы исследования:** диссертация выполнена на основе применения общенаучных методов познания, прежде всего системного подхода, анализа и синтеза, дедукции и индукции. В работе использованы методы сравнительного, функционального, абстрактно-логического, библиографического и графического анализа, а также структурно-функциональный метод, компаративный анализ, аналитический метод, метод целевого проектирования.

**Исследования и разработки:** рассмотрены теоретические основы современных направлений маркетинговых исследований, проведен анализ маркетинговых исследований организации, предложены направления совершенствования маркетинговых исследований организации.

**Элементы научной новизны:** предложены направления совершенствования маркетинговых исследований РУП «Центркурорт».

**Область возможного применения:** деятельность РУП «Центркурорт», а также иные организации сферы туризма.

**Технико-экономическая, социальная значимость:** реализация предложенных направлений повысит эффективность деятельности организации по реализации туристических услуг.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

## GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master's thesis: 80 pages, 9 figures, 6 tables, 69 sources, 4 applications.

**Keywords:** «MARKETING», «MARKETING» «RESEARCH» «TRIZM», «TOURIST SERVICES» «TSENTRKURORT»

**The purpose** of the dissertation is to analyze the current trends in marketing research and identify promising areas for their implementation in RUE «Tsentrkurort».

**Object of research:** modern technologies of marketing research.

**Subject of research:** the use of modern marketing research technologies in RUE "Tsentrkurort".

**Research methods:** the thesis is based on the application of general scientific methods of cognition, primarily the system approach, analysis and synthesis, deduction and induction. The paper uses methods of comparative, functional, abstract-logical, bibliographic and graphical analysis, as well as structural-functional method, comparative analysis, analytical method, and target design method.

**Research and development:** the theoretical foundations of modern trends in marketing research are studied, the analysis of the company's marketing research is carried out, and the directions for improving the company's marketing research are proposed.

**Elements of scientific novelty:** the directions of improving the marketing research of RUE «Tsentrkurort» are proposed.

**Scope of possible application:** the activities of RUE «Tsentrkurort», as well as other organizations in the field of tourism.

**Technical, economic, social significance:** the implementation of the proposed measures will increase the efficiency of the organization's activities for the implementation of tourist services.

The author of the work confirms that the computational and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.