



## Результаты опроса

### «Лучшие в маркетинге - 2009»

#### Организаторы



Международная  
Маркетинговая Группа  
Украина

Украинский  
Маркетинг Клуб  
MarketingJazzz



# Содержание

- Цель опроса
- Методология опроса
- Результаты опроса
  - Лучший ВУЗ по программе первого высшего образования по маркетингу
  - Лучший ВУЗ по программе второго высшего образования по маркетингу
  - Организация и проведение лучших семинаров по маркетингу
  - Лучшая MBA программа по маркетинг – образованию
  - Лучшее профессиональное печатное издание по маркетингу
  - Наиболее авторитетная консалтинговая компания по вопросам маркетинга
  - Лучшая книга по маркетингу 2009 года
  - Лучшее освещение вопросов маркетинга в деловой прессе
  - Наиболее значительное и интересное мероприятие маркетинговой тематики
  - Лучший украинский маркетинг-тренер
  - Лучший маркетинг-директор

## Цели опроса

- Повысить уровень понимания рынка его основными участниками (клиентами, поставщиками услуг, отраслевыми СМИ и другими референтными группами)
- Способствовать самоорганизации рынка
- Выделить и отметить лучших на рынке

# Методология опроса

- Опрос проходил в 2 этапа:
  1. Участникам бизнес-панели Международной Маркетинговой Группы (1200 бизнес-специалистов) было предложено выбрать наиболее достойные альтернативы в предложенных категориях.
  2. Профессиональным маркетологам Украины было предложено выбрать лучших из представленных альтернатив.
- Всего в опросе приняло участие 352 бизнес-специалиста (руководители отдела маркетинга, маркетологи, высший и средний менеджмент компаний).
- Количества опрошенных достаточно для получения данных с точностью  $95\% \pm 2,6\%$  для генеральной совокупности всех предприятий страны.
- Метод опроса – комбинированный (самозаполнение электронных форм по приглашению, самозаполнение электронных форм на профессиональных тематических сайтах, телефонный опрос).



# Методология опроса

- Приглашения к участию рассылались маркетологам, средним и высшим менеджерам компаний персонально в виде электронных писем со ссылкой на анкету.
- Дополнительно рекрутинг велся с помощью телефонных опросов и размещения приглашений на профессиональных порталах по маркетингу

**ReklaMaster.com**  
первый портал о маркетинге и рекламе

[www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

**MAMI** міжнародна  
асоціація  
маркетингових  
ініціатив

[www.mami.org.ua](http://www.mami.org.ua)

**Marketing  
Review  
Media**

[www.mmr.net.ua](http://www.mmr.net.ua)

**Direct Marketing**  
DAYS IN UKRAINE

[www.dmdays.com.ua](http://www.dmdays.com.ua)

**marketingJazzz**  
клуб маркетологов

[www.marketingclub.org.ua](http://www.marketingclub.org.ua)

**MM**

[www.marketing-ua.com](http://www.marketing-ua.com)



# Методология опроса. Контроль качества данных

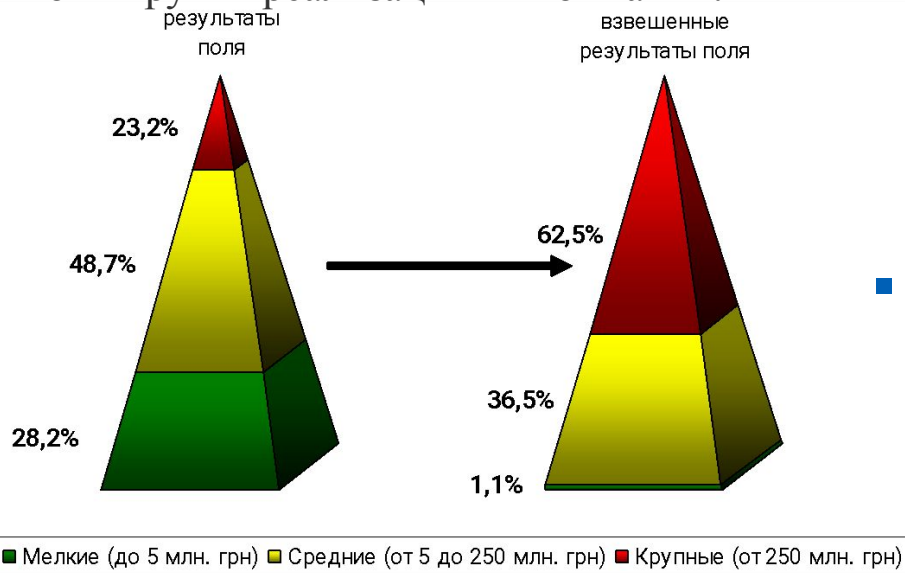
Всего было заполнено 408 анкет, из которых 56 анкет (14%) были исключены из результатов опроса по следующим причинам:

- Не даны ответы на все вопросы
- Не указана полная и правильная контактная информация, по которой можно определить респондента
- Анкета заполнена повторно
- Указанный в анкете номер телефона не принадлежит респонденту
- Респондент не имеет отношения к указанной в анкете компании

Таким образом, после процедуры контроля, мы получили данные от 352 существующих бизнес-специалистов.

# Методология опроса. Обработка данных

- При обработке данных мы столкнулись с тем, что среди участников опроса маркетологов средних и небольших предприятий больше, чем маркетологов крупных предприятий,
- Поскольку ответы маркетологов крупных предприятий для понимания рынка имеют больший вес (крупные компании управляют большими бюджетами и, по сути, определяют развитие маркетинга), мы перевзвесили ответы респондентов в зависимости от выручки реализации их компаний.



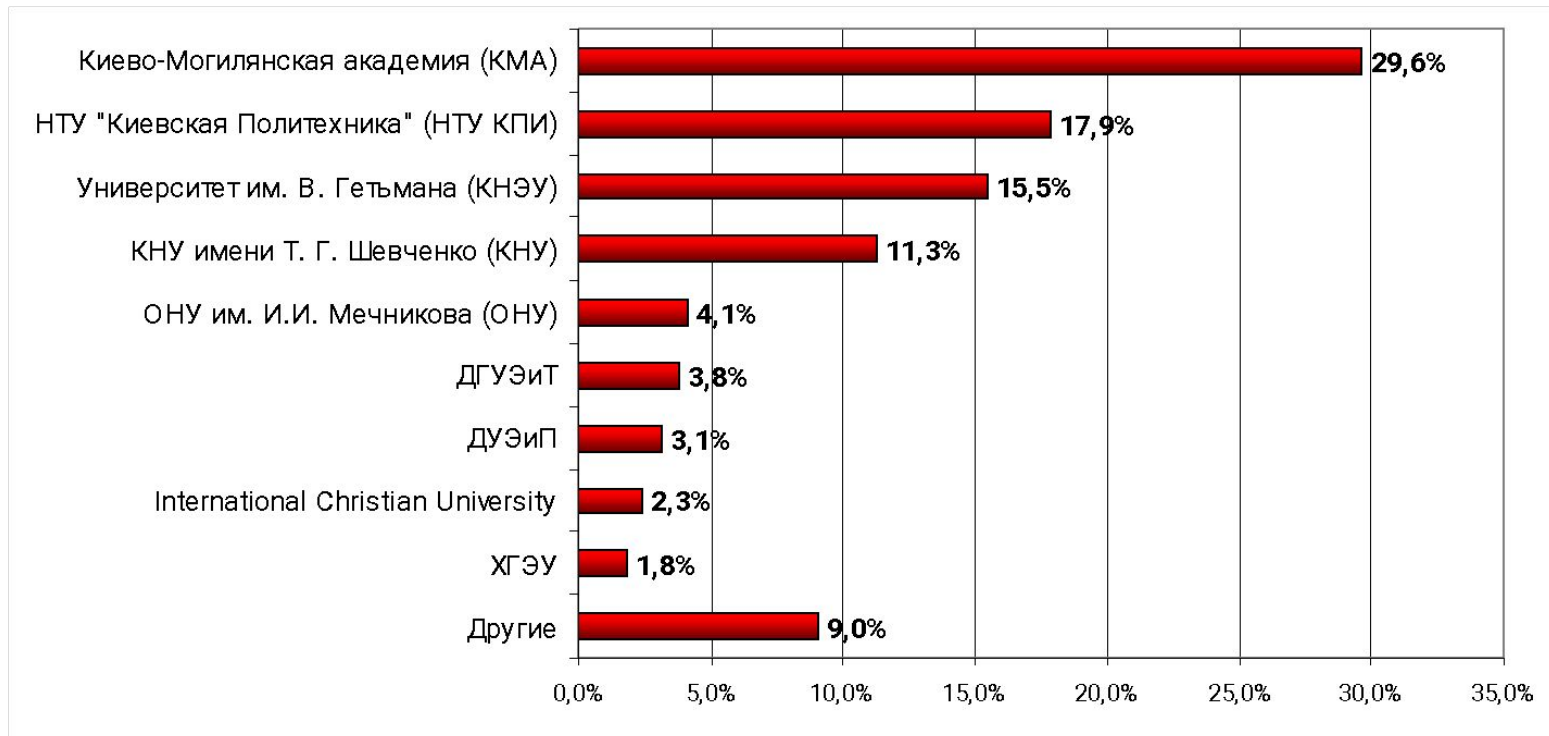
- Таким образом, была соблюдена репрезентативность по размеру (обороту) компаний, специалисты которых участвовали в опросе.
- На диаграмме слева полученное распределение по выручке от реализации по результатам опроса, справа – приведенное распределение согласно данным Государственного Комитета Статистики.

# Методология опроса. Специалисты некоторых компаний, которые принимали участие в опросе



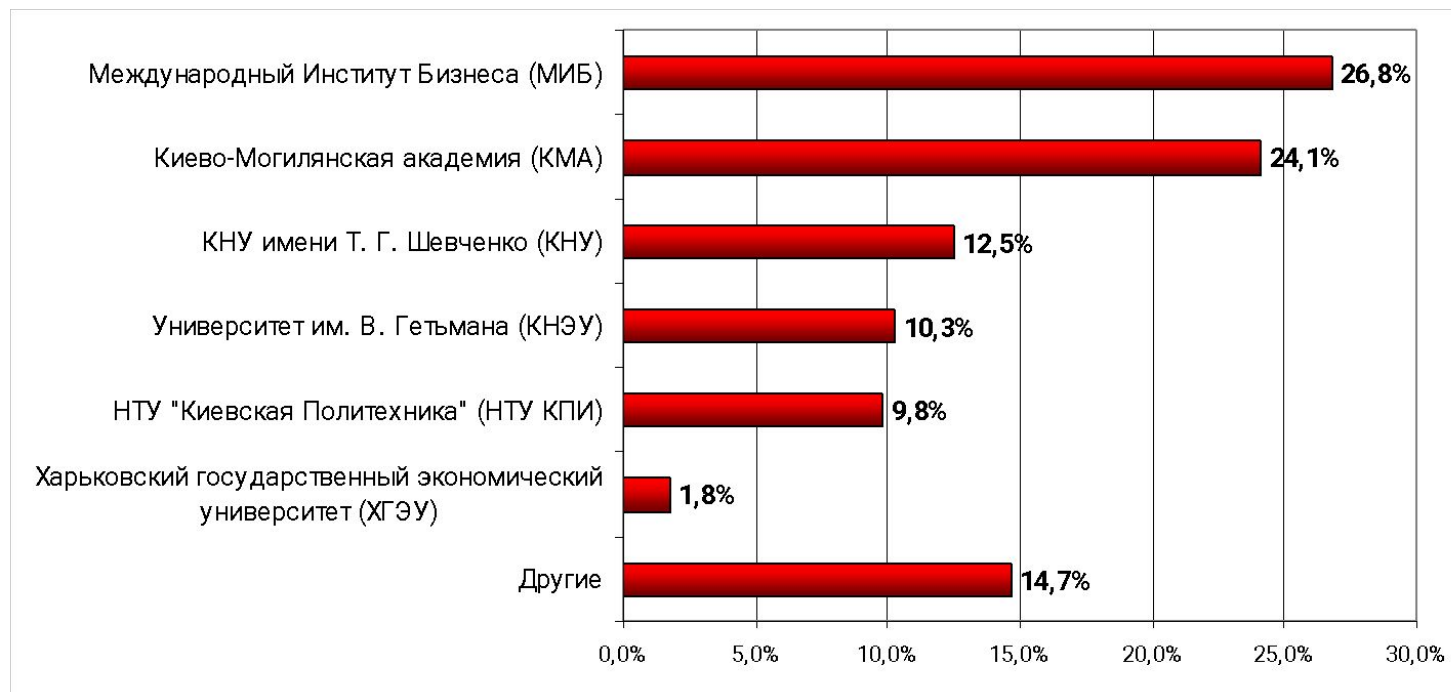


## Лучшие ВУЗы по программе первого высшего образования по маркетингу



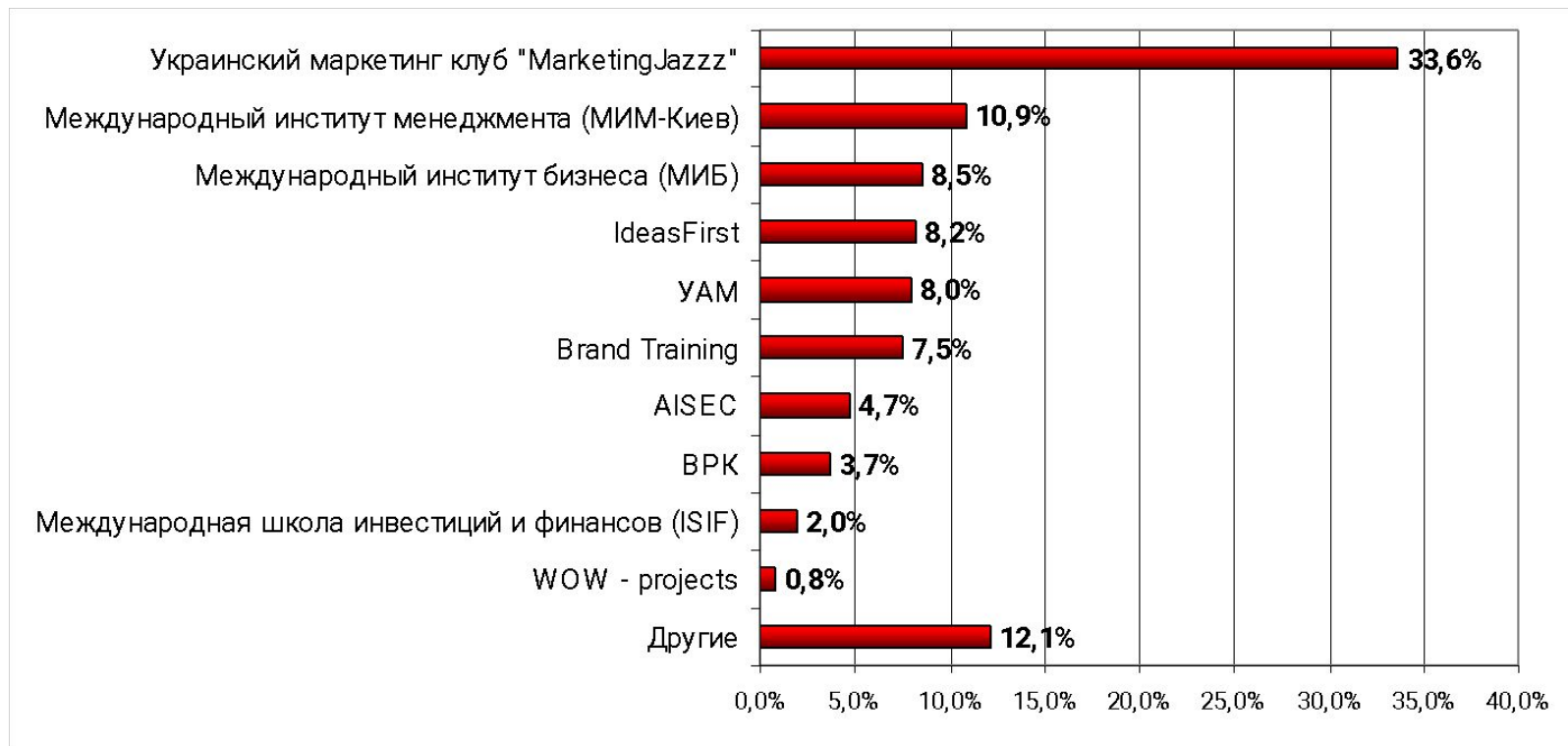
В результате опроса можно выделить пятерку лучших ВУЗов, которые готовят маркетологов в стране: КМА, НТУ КПИ, КНЭУ, КНУ имени Т. Шевченко, ОНУ имени И. Мечникова.

## Лучшие ВУЗы по программе второго высшего образования по маркетингу



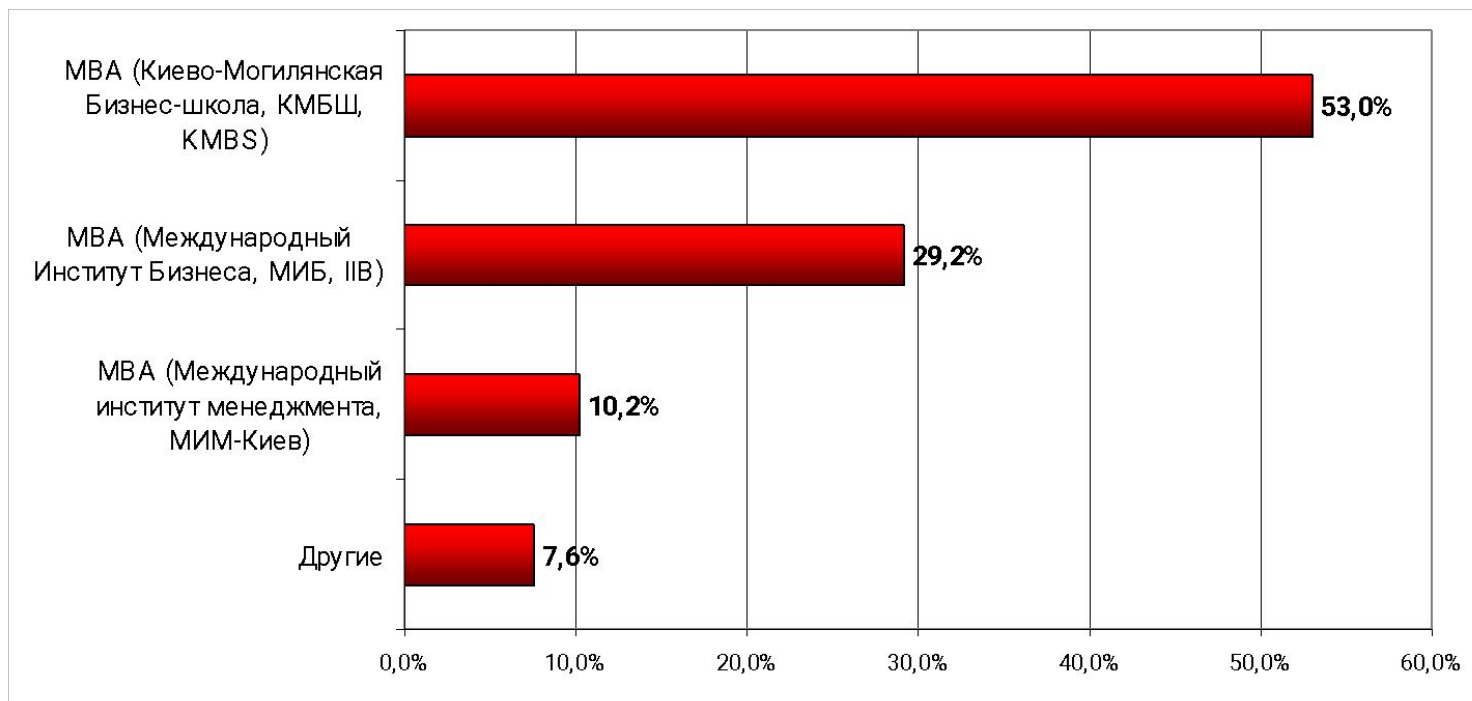
Среди ВУЗов, которые по мнению респондентов, дают лучшее второе высшее образование в сфере маркетинга на первое место вышел МИБ, на втором – КМА, на третьем – КНУ им. Т. Шевченко.

# Организация и проведение лучших семинаров по маркетингу



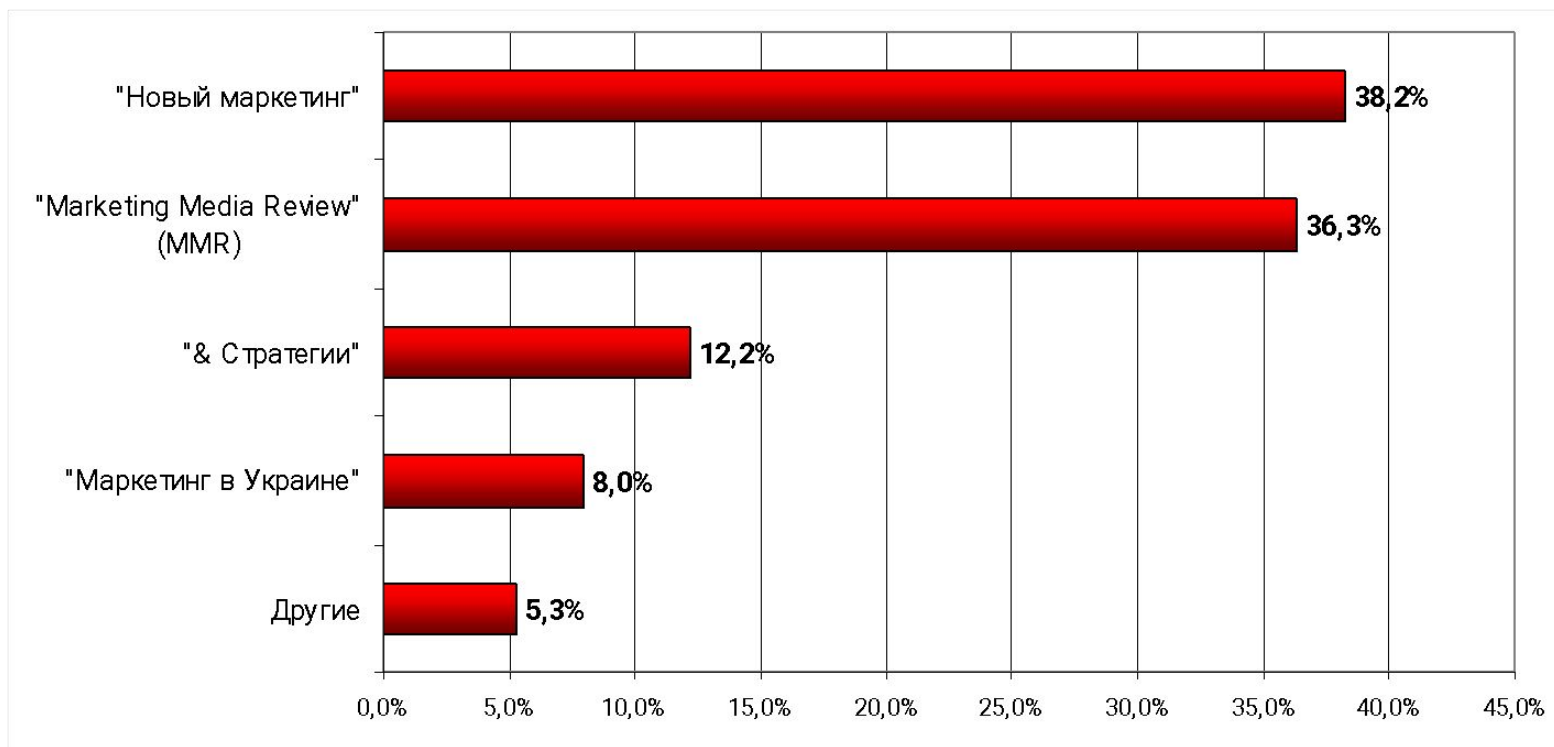
Лучшие семинары по маркетингу в нашей стране, по мнению респондентов, проводят Украинский маркетинг-клуб MarketingJazzz, Международный Институт Менеджмента, Международный институт бизнеса.

# Лучшие MBA программы по маркетинг – образованию



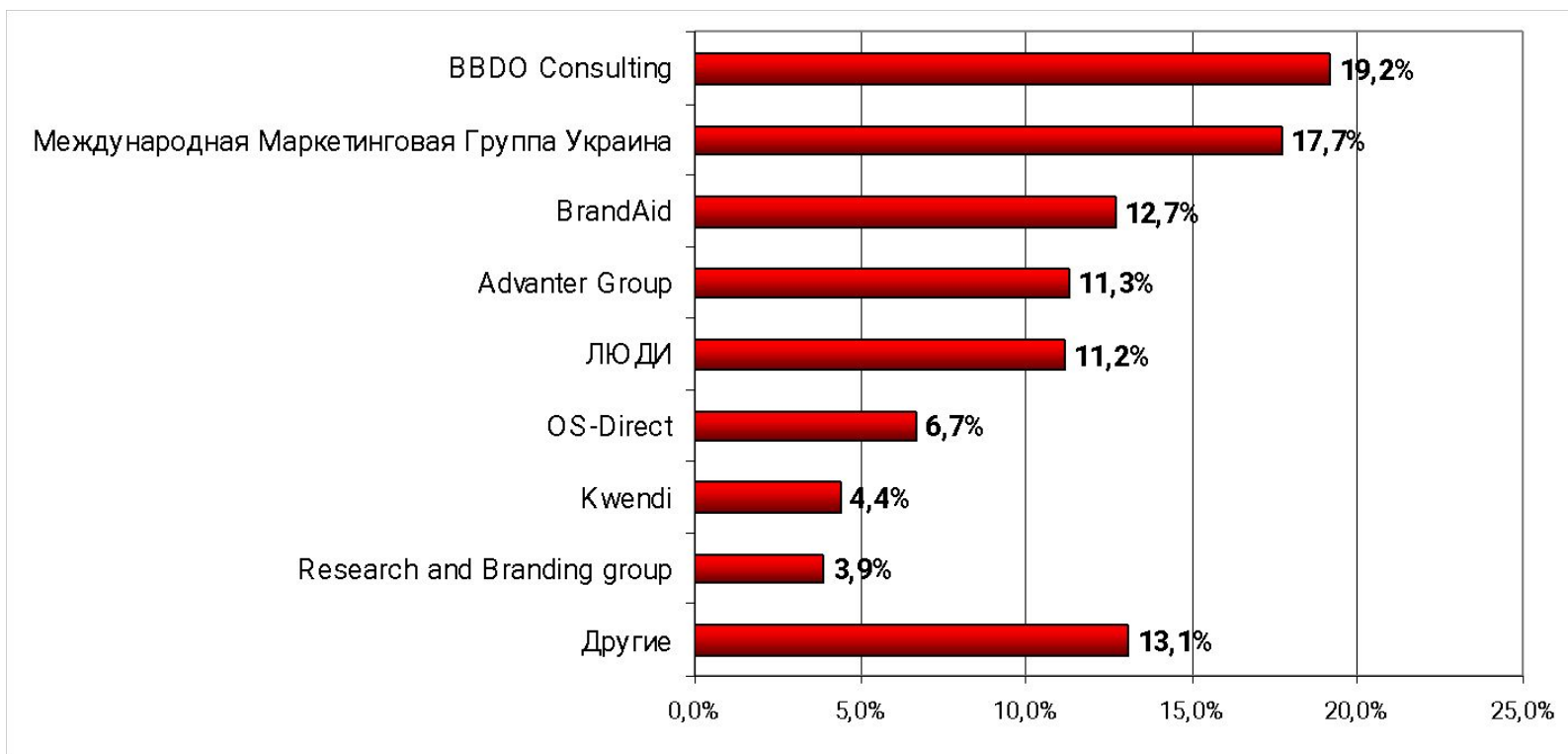
По результатам опроса выделены три лучшие MBA программы по маркетинг-образованию: MBA от Киево-Могилянской Бизнес-школы, MBA от Международного Института Бизнеса, MBA от Международного института менеджмента.

# Лучшие профессиональные печатные издания по маркетингу



Среди лучших профессиональных изданий наши респонденты выделили «Новый маркетинг» и «Marketing Media Review».

## Наиболее авторитетные консалтинговые компании по вопросам маркетинга

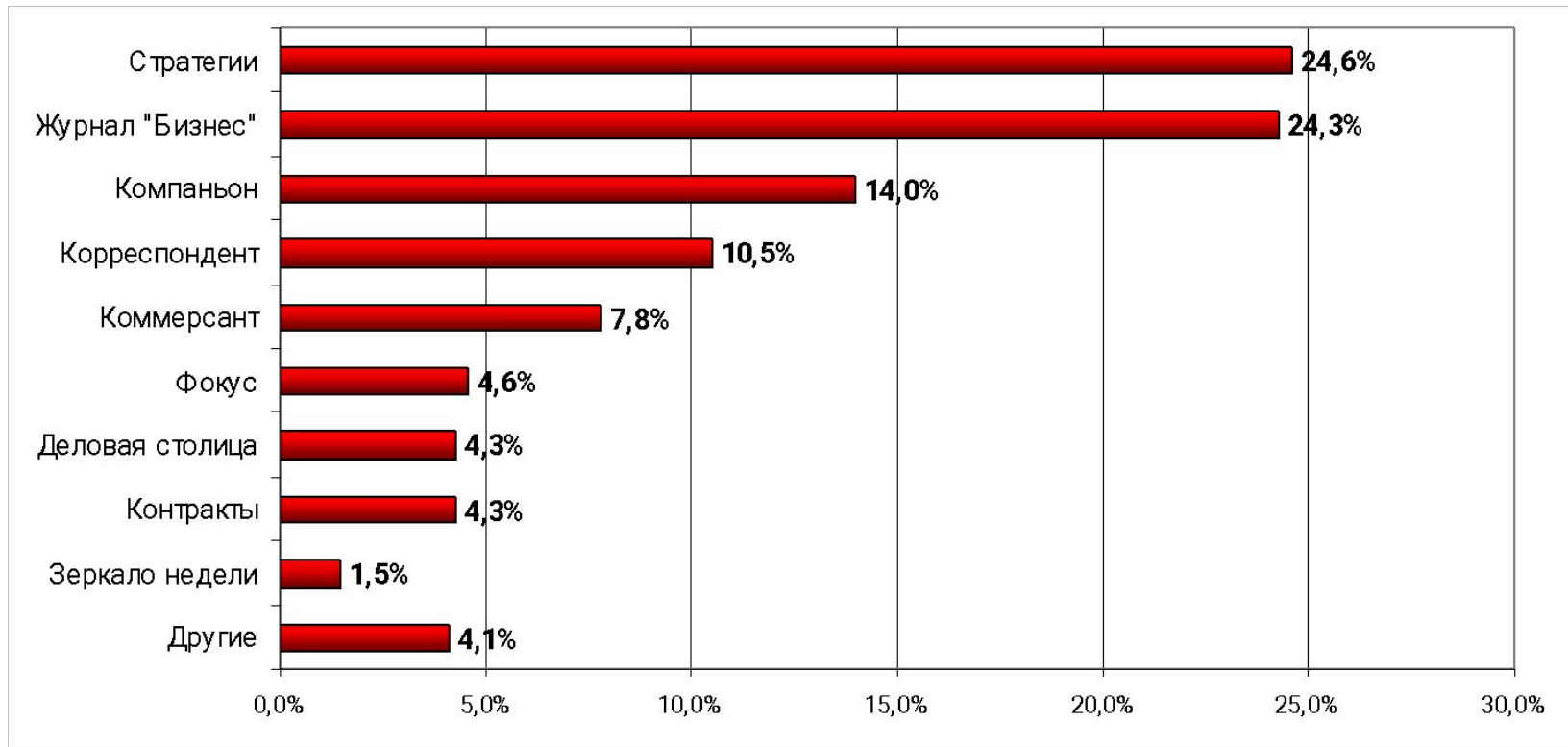


Наиболее авторитетные консалтинговые компании по вопросам маркетинга, по мнению респондентов, BBDO Consulting, Международная Маркетинговая Группа Украина и BrandAid.

## Лучшие книги по маркетингу

Книга / Автор	%
"Хаотика. Маркетинг в эпоху потрясений", Филипп Котлер	21,9%
"В поисках очевидного", Джек Траут	20,0%
"Маркетинговые коммуникации, интегрированный подход", Бернет и Мориатти	15,9%
"Без бюджета", Игорь Манн	14,0%
"Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя", Сет Годин	6,9%
"Маркетинг" под редакцией А. А. Старостиной	4,5%
"Маркетинг", Уильям Руделиус	2,8%
"Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй", Антон Попов	2,6%
"Управление репутационными рисками: Стратегический подход", Эндрю Гриффин	2,5%
"Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице", С.Сысоева, Е.Бузукова	0,5%
Другие	8,4%

## Лучшее освещение вопросов маркетинга в деловой прессе



Среди СМИ, которые лучше всех освещали вопросы маркетинга, респонденты отметили журналы «Стратегии», «Бизнес», «Компаньон», «Корреспондент» и газету «Коммерсант».

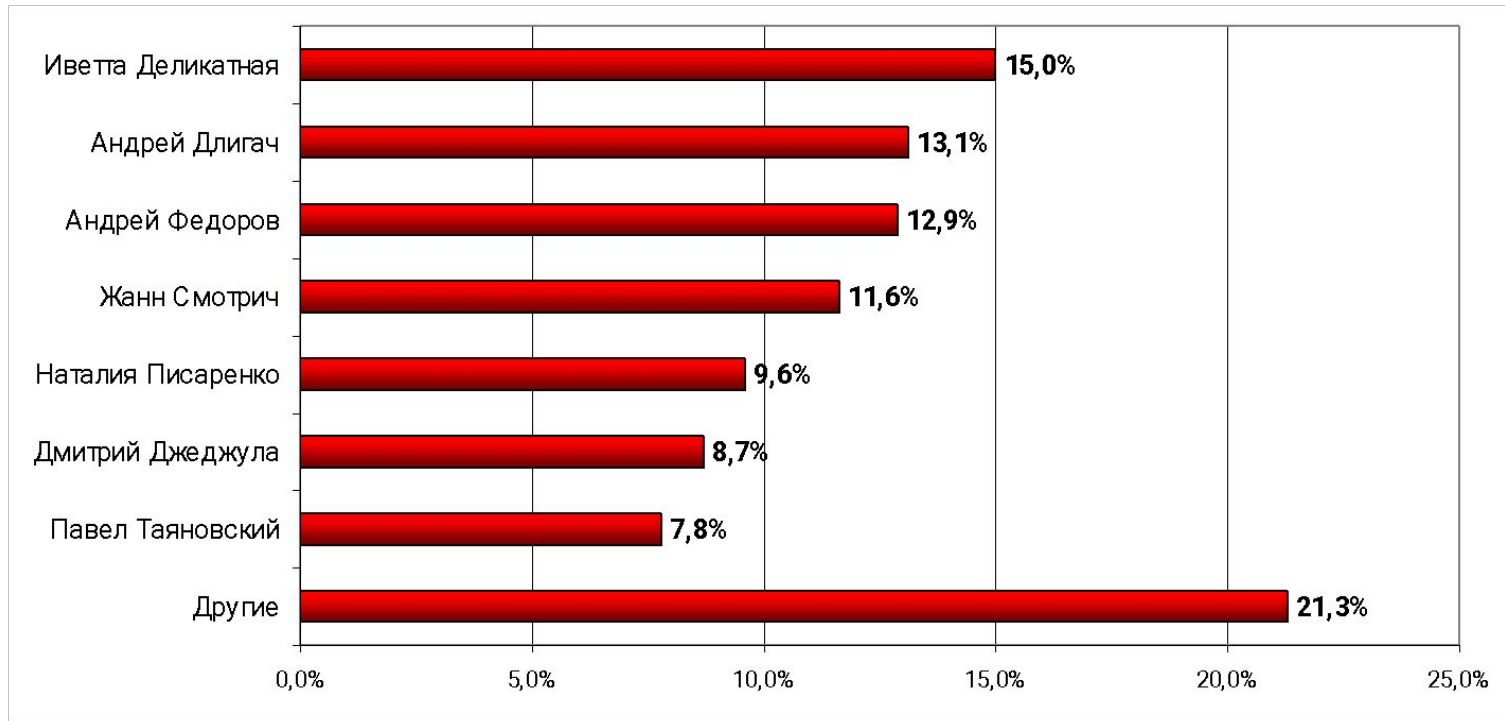


## Наиболее значительные и интересные мероприятия маркетинговой тематики



Наиболее значительным и интересным мероприятием маркетинговой тематики признан мастер-класс Филиппа Котлера. На втором месте КМФР, на третьем – Форум маркетинг-директоров.

# Лучшие украинские маркетинг-тренера



Среди лучших украинских маркетинговых тренеров респонденты выделили Иветту Деликатную, Андрея Длигача и Андрея Федорова, Жана Смотрича и Наталью Писаренко.

# Лучшие маркетинг-директора



Среди лучших маркетинг-директоров были названы Тарас Пархоменко («Киевстар»), Оксана Алиева («Альфа-Банк»), Ярослава Коваленко (Банк «Форум»), Валерия Очеретная («Мироновский хлебопродукт») и Марианна Глотова (экс- «Славутич»).

# Спасибо за участие!

Электронную копию исследования Вы можете получить, отправив запрос на [info@marketing.ua](mailto:info@marketing.ua) с пометкой «Лучшие в маркетинге».

Будем рады, если Вы сможете использовать предоставленную информацию в своей работе,

Президент Украинского Маркетинг Клуба MarketingJazzz  
Директор «Международная Маркетинговая Группа Украина»

Ж. А. Смотрич  
Д. Г. Роденко

