



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

MAMI міжнародна
асоціація
маркетингових
ініціатив

www.mami.org.ua

**Marketing
Review
Media**

www.mmr.net.ua

Direct Marketing
DAYS IN UKRAINE

www.dmdays.com.ua

marketingJazzz
клуб маркетологов

www.marketingclub.org.ua

MM

www.marketing-ua.com



Методология опроса. Контроль качества данных

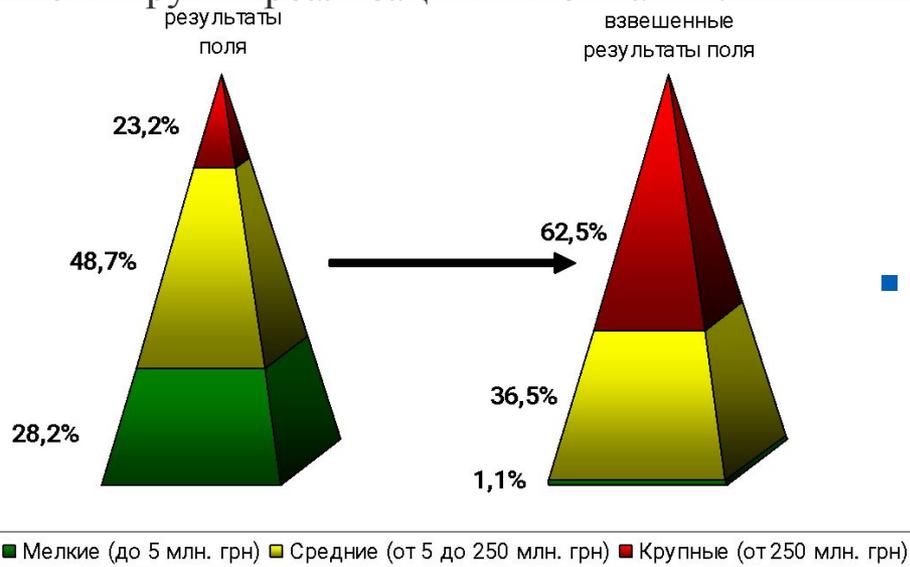
Всего было заполнено 408 анкет, из которых 56 анкет (14%) были исключены из результатов опроса по следующим причинам:

- 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.

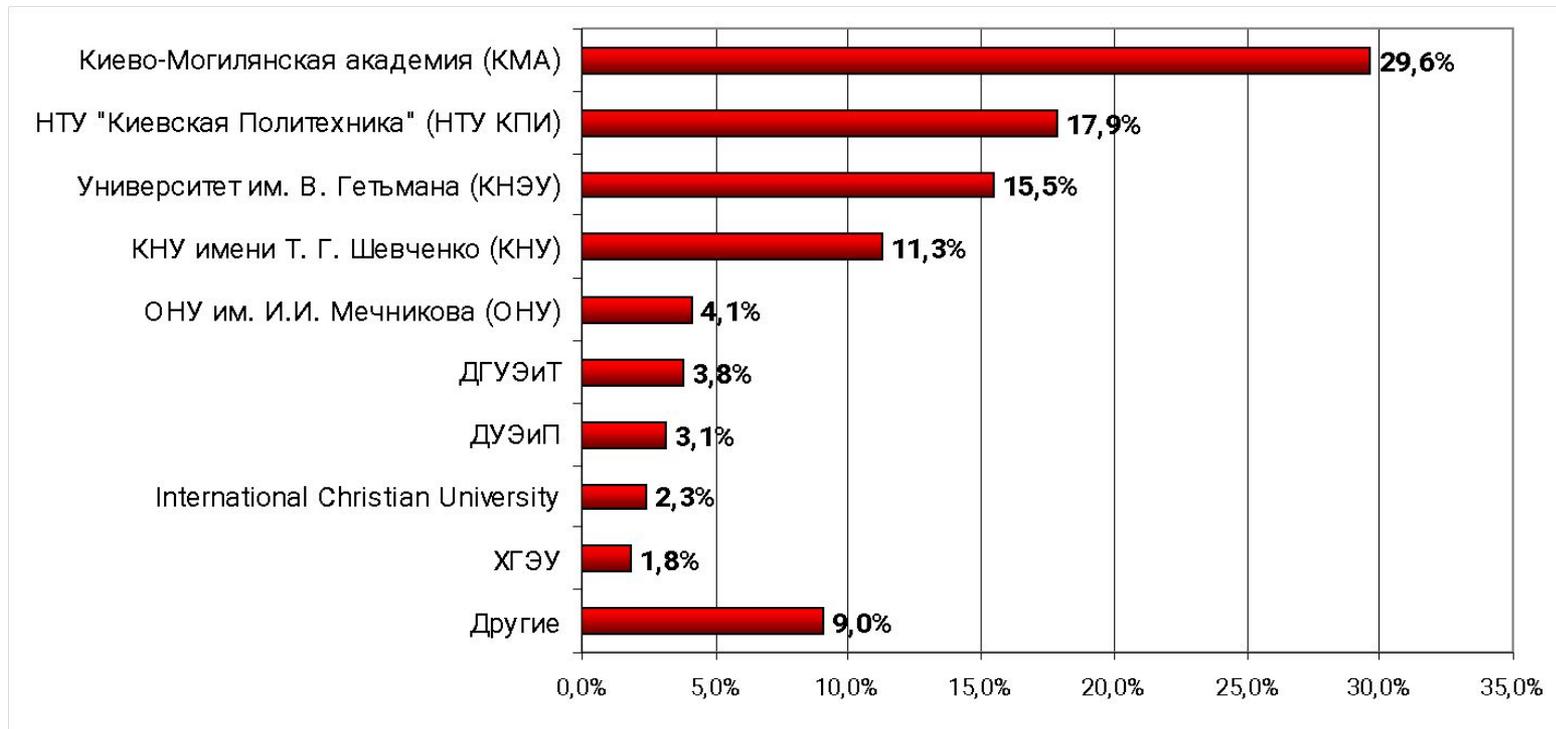


- Таким образом, была соблюдена репрезентативность по размеру (обороту) компаний, специалисты которых участвовали в опросе.
- На диаграмме слева полученное распределение по выручке от реализации по результатам опроса, справа – приведенное распределение согласно данным Государственного Комитета Статистики.

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

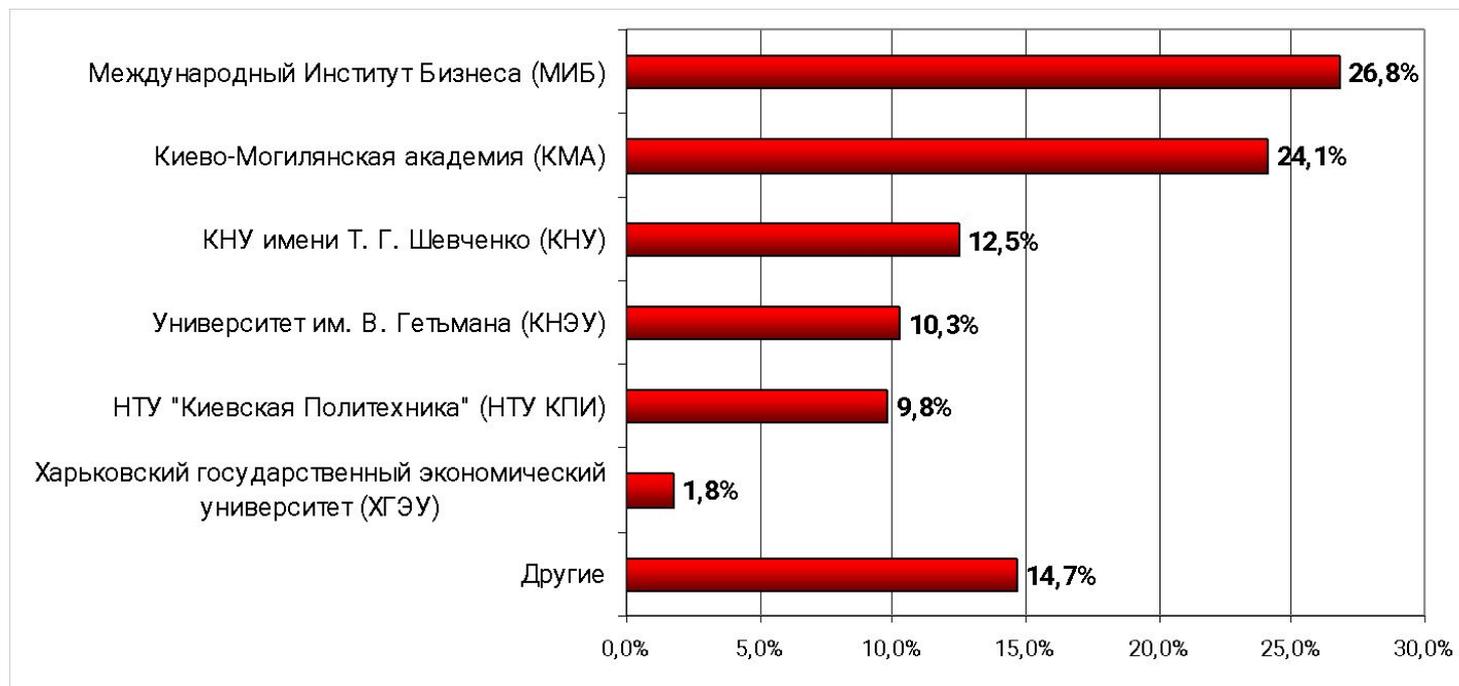


Лучшие ВУЗы по программе первого высшего образования по маркетингу



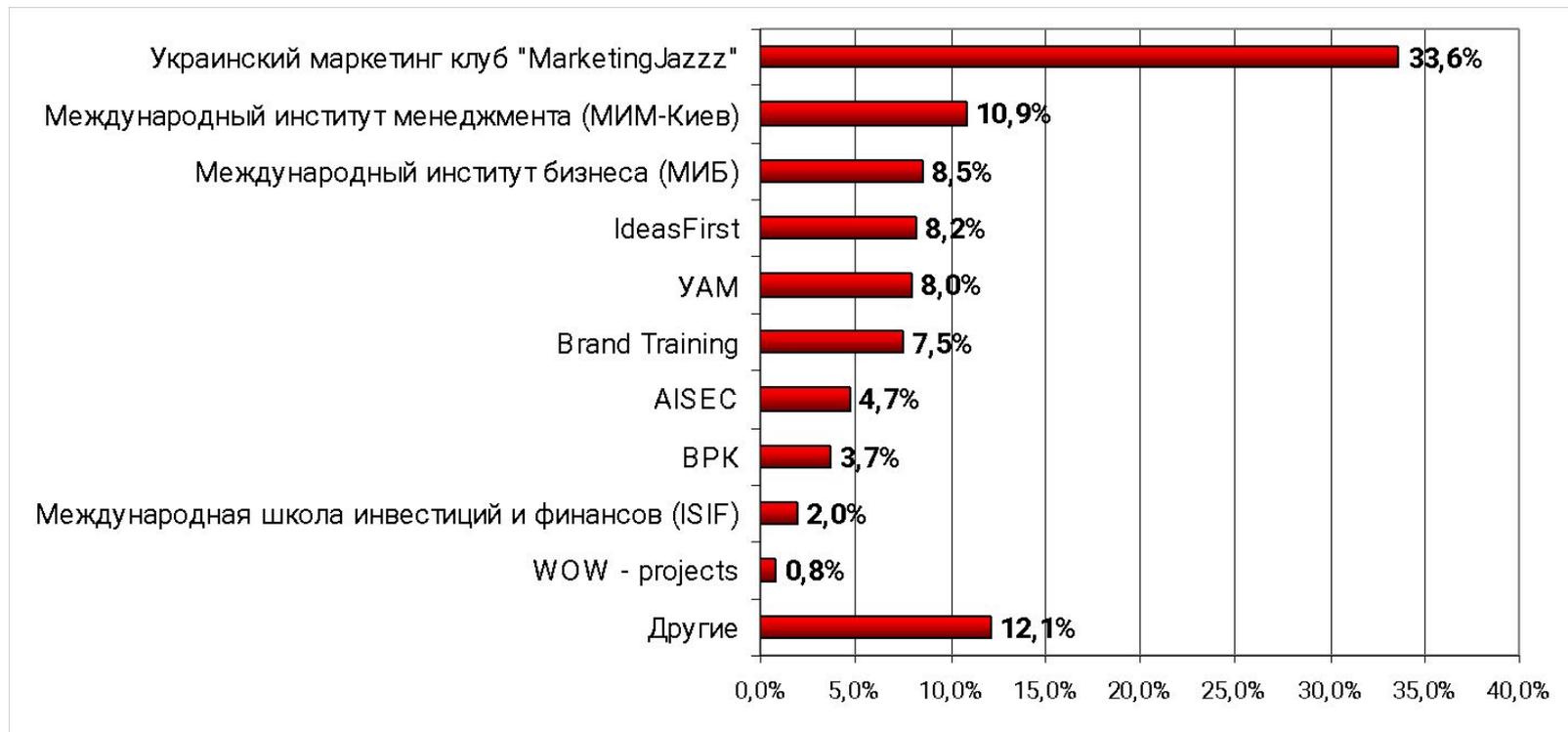
В результате опроса можно выделить пятерку лучших ВУЗов, которые готовят маркетологов в стране: КМА, НТУ КПИ, КНЭУ, КНУ им. Т. Шевченко, ОНУ им. И. Мечникова.

Лучшие ВУЗы по программе второго высшего образования по маркетингу



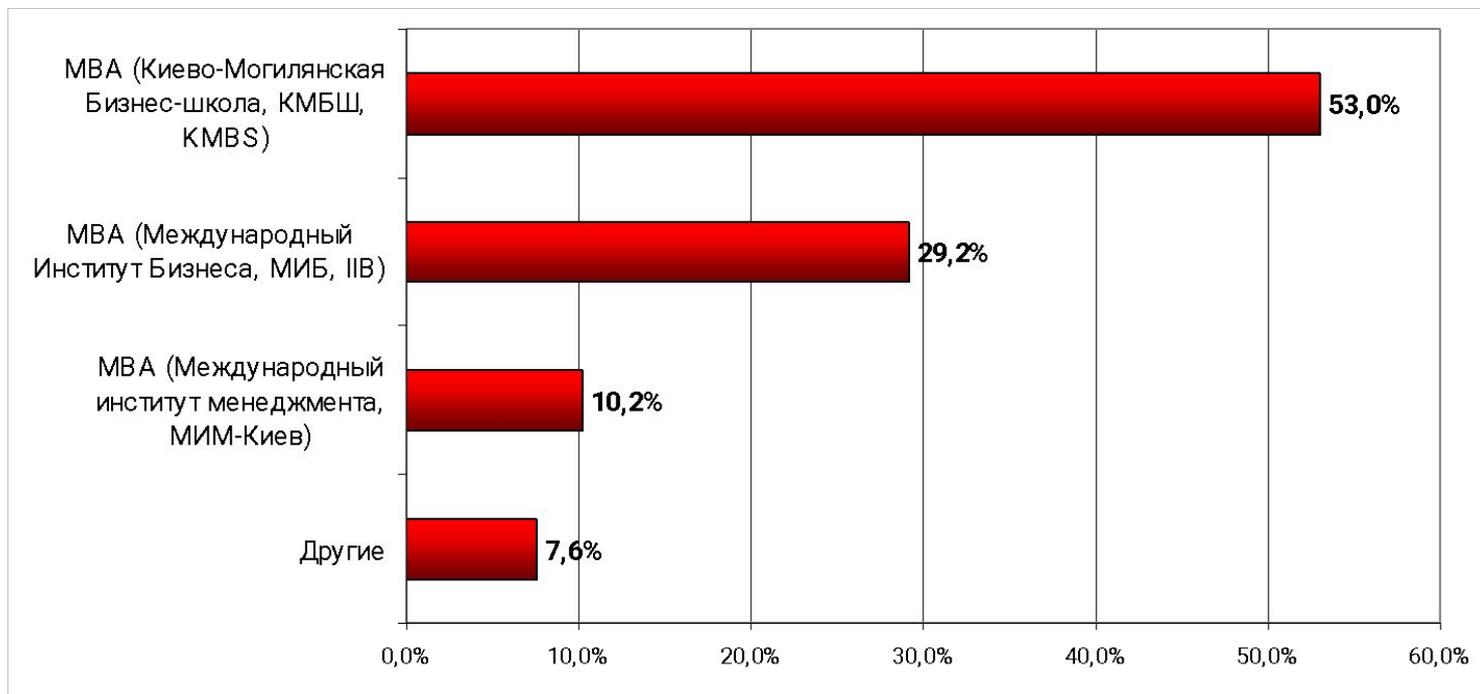
Среди ВУЗов, которые по мнению респондентов, дают лучшее второе высшее образование в сфере маркетинга на первое место вышел МИБ, на втором – КМА, на третьем – КНУ им. Т. Шевченко.

Организация и проведение лучших семинаров по маркетингу



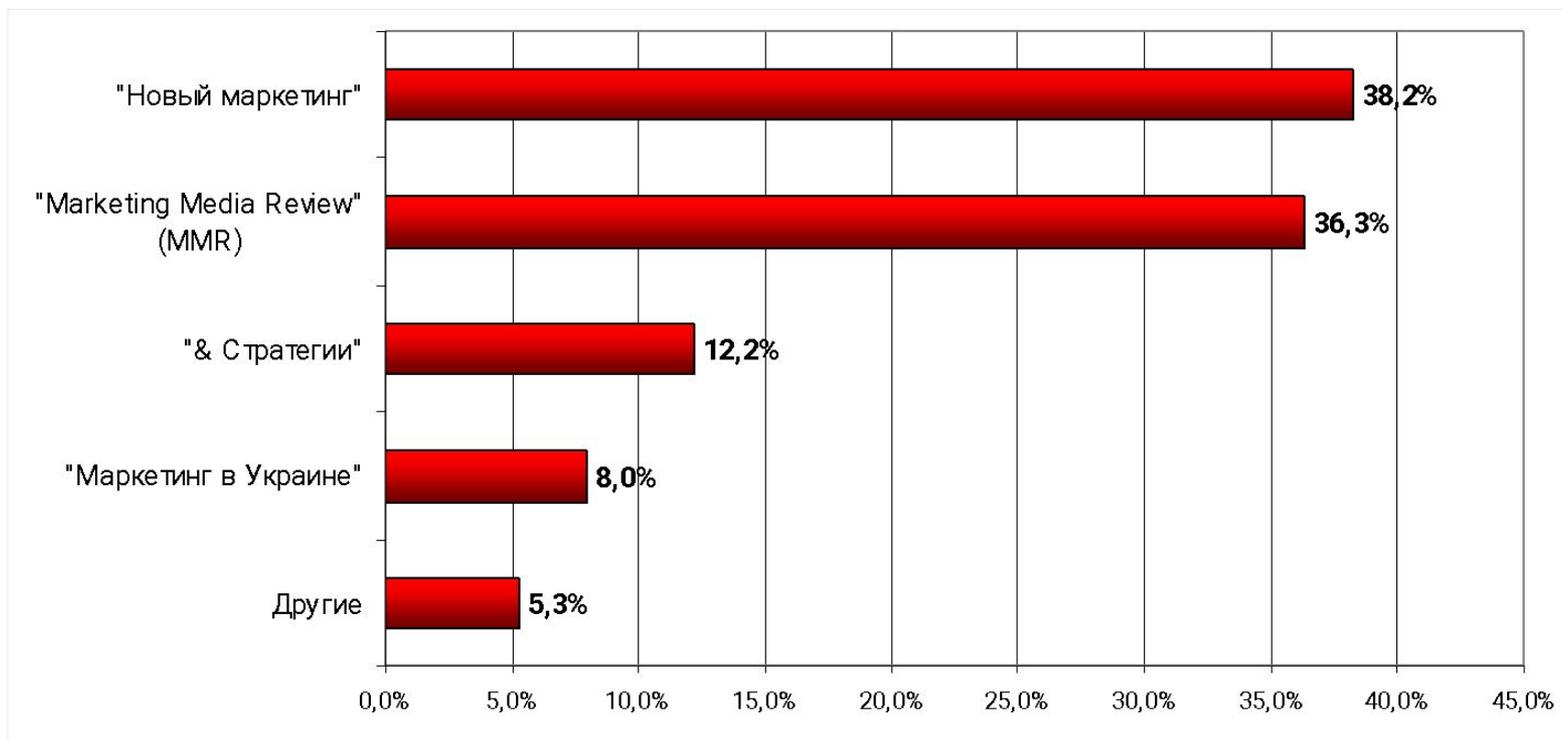
Лучшие семинары по маркетингу в нашей стране, по мнению респондентов, проводят Украинский маркетинг-клуб MarketingJazzz, Международный Институт Менеджмента, Международный институт бизнеса.

Лучшие MBA программы по маркетинг – образованию



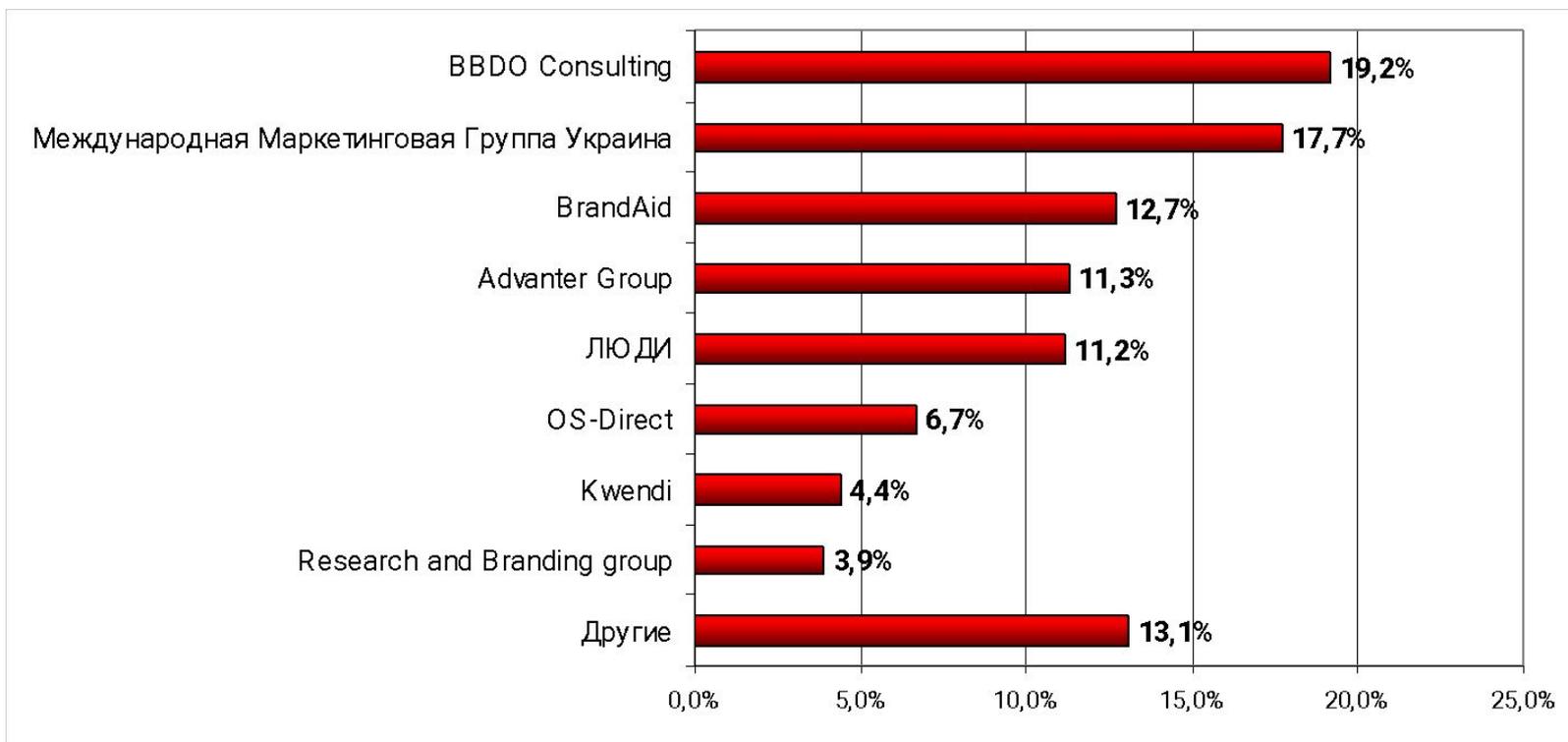
По результатам опроса выделены три лучшие MBA программы по маркетинг-образованию: MBA от Киево-Могилянской Бизнес-школы, MBA от Международного Института Бизнеса, MBA от Международного института менеджмента.

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

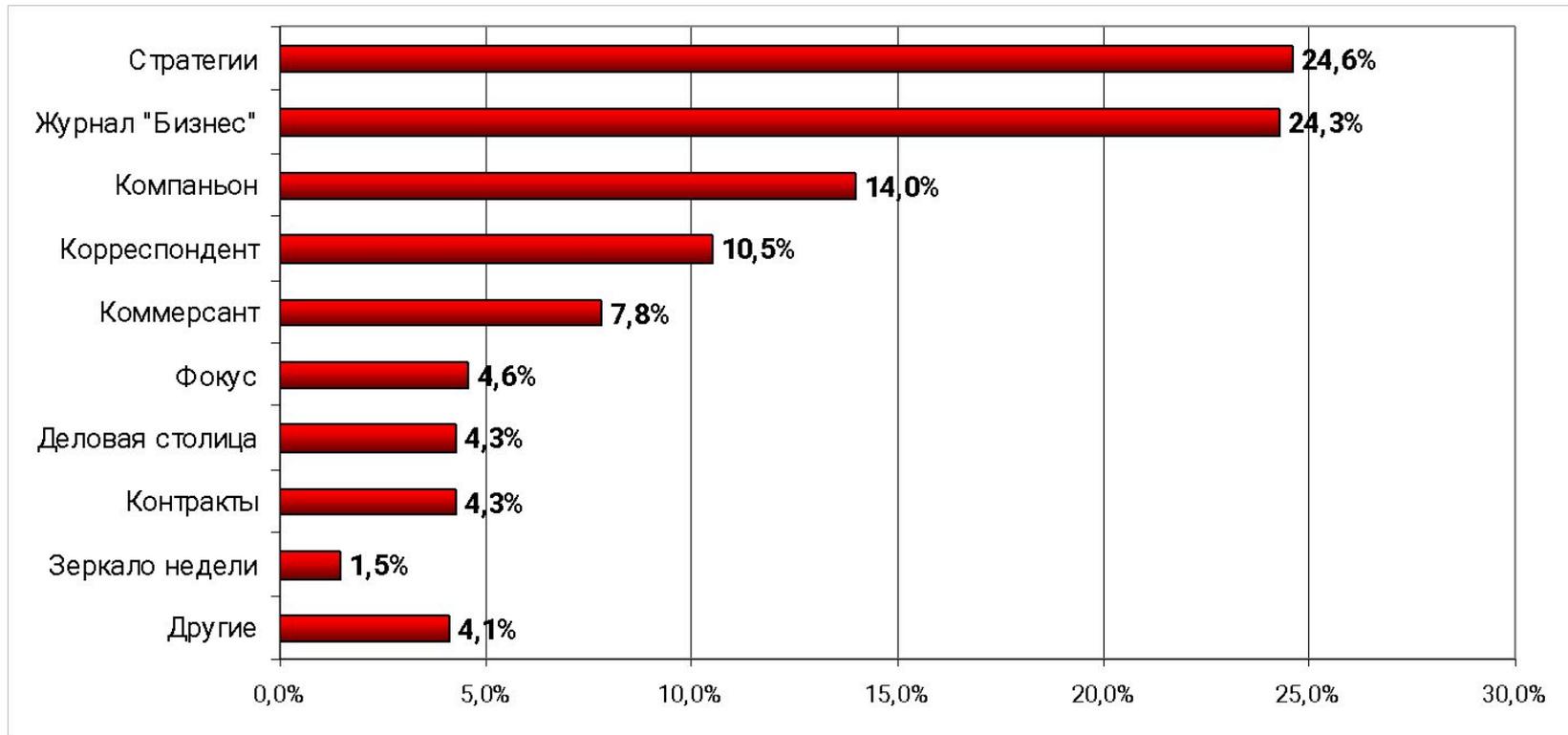


Наиболее авторитетные консалтинговые компании по вопросам маркетинга, по мнению респондентов, BBDO Consulting, Международная Маркетинговая Группа Украина и BrandAid.

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



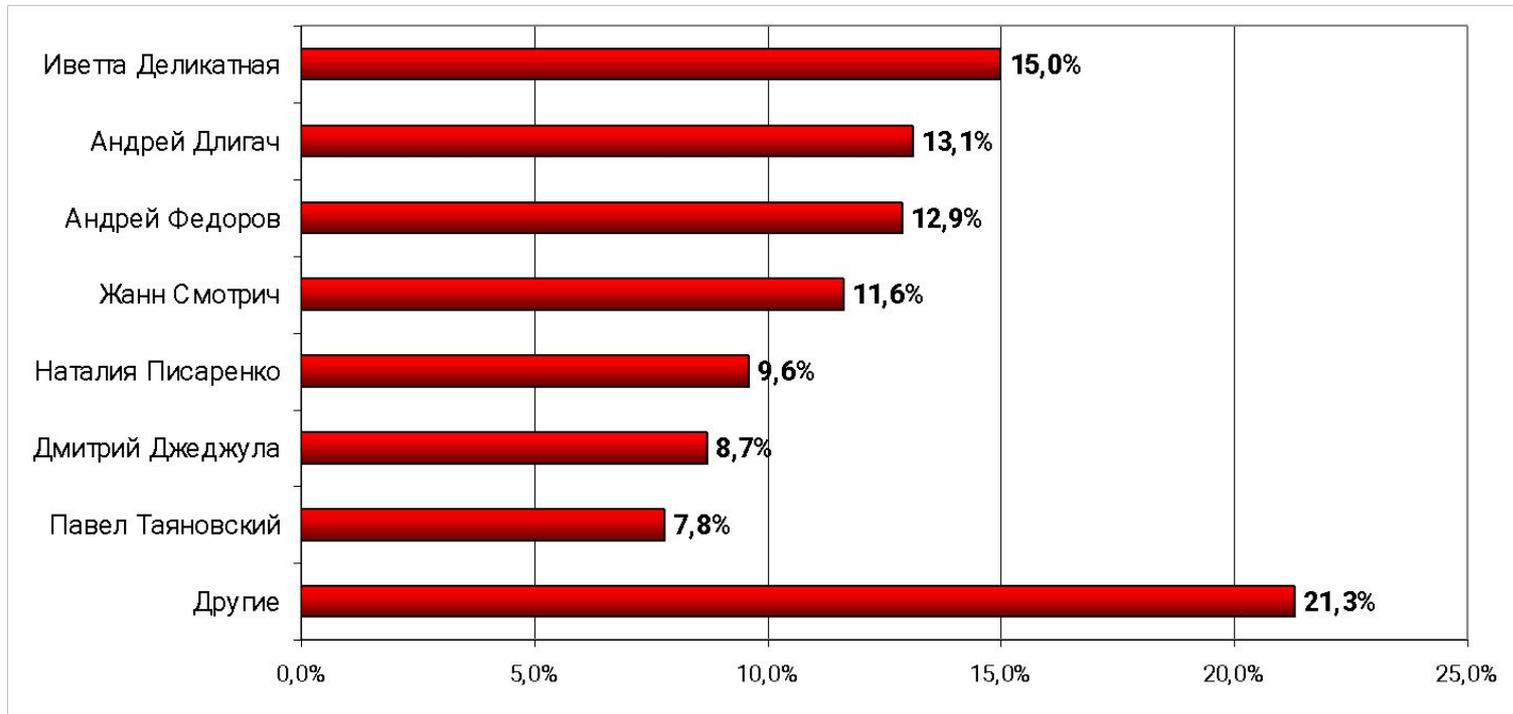
Среди СМИ, которые лучше всех освещали вопросы маркетинга, респонденты отметили журналы «Стратегии», «Бизнес», «Компаньон», «Корреспондент» и газету «Коммерсант».

Наиболее значительные и интересные мероприятия маркетинговой тематики



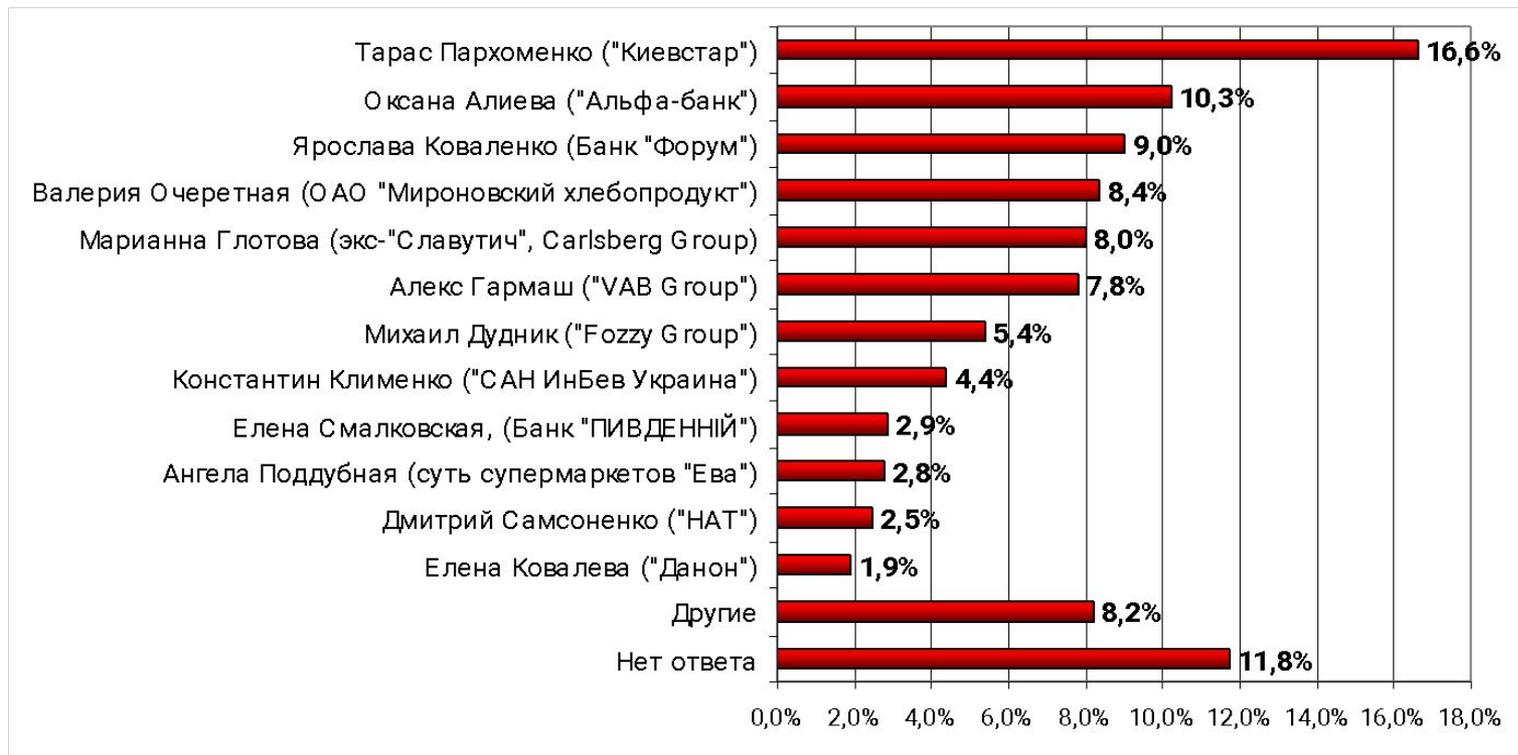
Наиболее значительным и интересным мероприятием маркетинговой тематики признан мастер-класс Филиппа Котлера. На втором месте КМФР, на третьем – Форум маркетинг-директоров.

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 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

