

## ЗАСІДАННЯ КЛУБУ ДИРЕКТОРІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИЦЬКИХ КОМПАНІЙ

Обговорення результатів дослідження ринку досліджень за 2011 та прогноз на 2012 рік. Ринок десь топчеться на одному місці під кутом зору обсягів. Відбувається незначні вливання грошей на рівні українських компаній, тих, які працюють на не дуже конкурентних ринках. Вони останні рік-два входять у ринок маркетингових досліджень. Це не більше 10-15% українських компаній, та й в обсягах це вочевидь не мільйони.



... стор. 4

## ПОШТОВІ ОПИТУВАННЯ: ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Поштове дослідження - один з традиційних методів опитування респондентів, що застосовується у практиці багатьох зарубіжних країн. Поштове опитування - це метод кількісного маркетингового дослідження, в якому респонденти самостійно заповнюють паперові анкети, а потім повертають їх поштою. В Україні поштові дослідження проводять тільки деякі компанії. Розглянемо приклад практичного застосування поштового анкетування яке у 2011 році почала використовувати компанія КОМКОН-Україна у своєму синдикативному дослідженні споживачів COMCONtrendsTM (екс - U-TGI).



... стор. 10

## ЖАХЛИВО І ПРЕКРАСНО: ОНЛАЙН ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Тенденції розвитку методів опитування в Україні збігаються із загальносвітовим трендом: частка F2F опитувань знижується, а CATI і Онлайн - зростає. Тим не менш, не зважаючи на очевидні переваги, поширення Інтернет-досліджень у нашій країні відбувається набагато повільніше, ніж у світі.



... стор. 14

## ІНТЕРВ'Ю З МАКСИМОМ ЛАЗЕБНИКОМ: ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ ПРО ФЕСТИВАЛІ РЕКЛАМИ.

На початку "фестивального" сезону ми взяли інтерв'ю у Максима Лазебника – Генерального продюсера Київського Міжнародного Фестивалю Реклами, координатора EFFIE Awards Ukraine, організатора конкурсу ADC \* UA Awards, національного представника міжнародних фестивалів реклами (EPICA, Golden Drum і ін.) Він, як ніхто інший, постійно трудиться на ниві рекламного бізнесу і організації відповідних фестивалів, і ніхто краще не зможе розповісти про ситуацію в галузі в цілому та особливості фестивалю КМФР у 2012 році



... стор. 22

## МОБІЛЬНИЙ БУМ – МАРКЕТОЛОГАМ «НА РУКУ». ПІДКАЗКИ ФАХІВЦЯМ

Зараз мобільних телефонів у світі вже втричі більше, ніж телевізорів, та у 4-ри рази більше, ніж персональних комп'ютерів. Останнім часом рекламодавці звертають значну увагу на можливість комунікації зі своїми клієнтами через мобільні пристрої



... стор. 25

## ESOMAR: КЕРІВНИЦТВО З ДОСЛІДЖЕНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Соціальні медіа за останні роки еволюціонували настільки, що сотні мільйонів людей обмінюються інформацією щодо себе у всьому світі. Концепція створення споживачами власного контенту в Інтернеті стала сьогодні повсякденною. Це створило для дослідників нові можливості спостерігати, спілкуватися та збирати інформацію



... стор. 57

# МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (72), травень-червень, 2012 рік

Передплатний індекс - 22942

ISSN 1606-3732

## Редакційна колегія:

Павленко А. Ф., д.е.н., академік -  
головний редактор

Лирик І. В., к.е.н., доцент -  
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.

Будзан Б. П., к.т.н.

Заруба В. Я., д.е.н.

Каніщенко О. Л., д.е.н.

Кравченко В. А., к.е.н.

Куденко Н.В., д.е.н.

Крикавський Є. В., д.е.н.

Крикунов М. В., к.т.н.

Мороз Л. А., к.е.н.

Онищенко В. П., д.е.н.

Окландер М.А., д.е.н.

Паніотто В. І., д. філос.н.

Примак Т. О., д.е.н.

Решетнікова І. Л., д.е.н.

Решетілова Т. Б., д.е.н.

Романенко Л. Ф., д.е.н.

Старостіна А. О., д.е.н.

Циганкова Т. М., д.е.н.

Чурилов М. М., д. соц.н.

Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»

визнано фаховим виданням

з економічних дисциплін ВАК України.

Інформаційно-правову

підтримку надає ІАС

“Парус-Консультант”

<http://consultant.parus.ua>

тел.: (044) 565-55-77



## ЗМІСТ

### НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Засідання клубу директорів маркетингових дослідницьких  
компаній 18 квітня 2012 . . . . . 4

### МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

**Марина Шуляк**

Поштові опитування: практика використання в Україні . . . . . 10

**Олександр Красновський, Наталія Харченко**

Жахливо і Прекрасно: онлайн дослідження в Україні . . . . . 14

### КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

**Інтерв'ю з Максимом Лазебником**

Що потрібно знати про фестивалі реклами . . . . . 22

**Людмила Макаренко**

Мобільний бум – маркетологам «на руку».

Підказки фахівцям . . . . . 25

**Володимир Галіка**

Генерація оффлайн продаж через Інтернет . . . . . 31

### МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

**Тимур Тультаєв**

Етапи маркетингу аудиторських послуг . . . . . 33

Social CRM: Керуючи досвідом клієнта . . . . . 39

# ЗМІСТ

## ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ

**Олена Красовська**  
Маркетингові дослідження світового ринку вищої освіти . . . . .41

**Курси УАМ: Кваліфікація на автомобільному ринку.**  
Випуск: весна 2012. . . . .50

## ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

**Локалізація проектів Mail.Ru у зарубіжних країнах:  
особливості національної адаптації у Києві.**  
«Однокласники» вивчили українську мову . . . . .53

**Сергій Паранько**  
Інтернет-проекти Mail.Ru Group локалізуються для ближнього  
зарубіжжя . . . . .55

## МАРКЕТИНГ У СВІТІ

**Світ досліджень: кодекси та керівні засади**  
ESOMAR: Керівництво з досліджень у соціальних медіа . . . . .57

## ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Зустрічі з Лідерами, які надихають . . . . .69

План роботи УАМ на 2012 маркетинговий рік . . . . .70

# МАРКЕТИНГ в Україні

### Адреса редакції:

03057, Київ, вул. Генерала Тупикова  
11А.

тел./факс: 0677758561

тел. 044 4530620

<http://www.uam.in.ua>

E-mail: [umaukr@mail.ru](mailto:umaukr@mail.ru)

### Верстка

Гаращук Г.Є.

### Маркетинг-менеджер

Лилик М.С.

### Засновник:

Всеукраїнська громадська організація  
“Українська Асоціація Маркетингу“  
Свідоцтво про державну реєстрацію –  
КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

### Видавець:

Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 7 від 29 березня 2012 р.  
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 29 березня 2012 р.  
Надруковано в ПП “Сьома грань“,  
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 1390

Наклад 1500 прим.

Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.

Повний або частковий передрук чи  
запозичення матеріалів, надрукованих у  
цьому виданні, допускається лише з  
письмового дозволу редакції.

Відповідальність за зміст рекламних  
матеріалів несе рекламодавець.

Українська Асоціація Маркетингу®