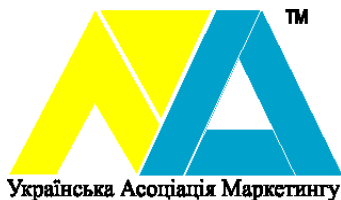


Август 2008

08. 2008

# МАРКЕТИНГ ГАЗЕТА



Українська Асоціація Маркетингу

Издание Всеукраинской Общественной Организации  
«Украинская Ассоциация Маркетинга»

Квалификационные экзамены УАМ

## Профессиональная сертификация маркетологов

Обратите внимание

Идет формирование программы конференции «Маркетинг в Украине», которая состоится 20-21 ноября 2008 г. Заявки спикеров принимаются [uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua)

В 2008 году УАМ разработала систему профессиональной сертификации маркетологов. Этому событию предшествовала длительная работа. Проведение квалификационных экзаменов с целью подтверждения профессионального уровня и должностного соответствия для маркетологов было решено еще на первой конференции в 1997 году. Однако, для практического воплощения в жизнь этой идеи потребовалось время и много усилий.

А именно:

В 2002 году приняты Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ

В 2003 году осуществлен официальный перевод Директив и Руководств ESOMAR на украинский язык

В 2004 году – сотрудничество с Нидерландской Ассоциацией Маркетинга (NIMA), проведение совместных семинаров и тренинга тренеров УАМ в Нидерландах

В 2005 году – членство в Европейской Маркетинговой Конфедерации, участие в Генеральной ассамблеи ЕМК, посвященной выработке единых квалификационных требований к маркетологам

В 2007-2008 году – создание Квалификационного Комитета УАМ, в который вошли представители бизнеса, ряда отраслевых ассоциаций, а также ведущие преподаватели по маркетингу.

В 2007-2008 году – Разработка и принятия основных документов

В 2008 году – Первые квалификационные экзамены в Одессе и Полтаве **Список компаний**, которые первыми поддержали эту деятельность УАМ и подписали Меморандум, в котором определено, что Резюме маркетологов, получивших Квалификационный Сертификат УАМ будут рассматриваться в первую очередь.

Группа компаний «Украинская Маркетинговая Группа» (UMG)

Бюро Маркетинговых Технологий «Брюс» (м. Донецьк)

<http://www.bmt.org.ua/>

Компанії Action Data Group (м.Дніпропетровськ)

[www.actiondatagroup.com/ua/news/](http://www.actiondatagroup.com/ua/news/)

Компанія M.V.Group (м.Львів)

[www.m-v-group.com/](http://www.m-v-group.com/)

Компанія УКРАЇНСЬКИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОЕКТ (м. Київ)

[www.ump.ua/index](http://www.ump.ua/index)

група компаний Advanter Group (м.Київ)

[advanter.com.ua/](http://advanter.com.ua/)

Компанія MDN (м. Київ)

[mdn-group.com/news/news/194/](http://mdn-group.com/news/news/194/)

### В этом выпуске:

Діяльність УАМ 2

Думки населення України щодо військової загрози для України та розміщення в Криму Чорноморського флоту Росії 4

Девятая международная научно-практическая конференция 5

Прогноз развития ДМ-отрасли в Украине в 2008 году 6

Новости 7

Выставки компании «Евроиндекс» и партнеров 8

Нотатки з видання ESOMAR Marketing Research Explained 10

## Діяльність УАМ



Українська Асоціація Маркетингу

## За сприяння ОБСЄ Українська Асоціація Маркетингу реалізує проект регіонального інноваційного розвитку



У серпні 2008 року в Рівненській області започатковано фінансування наукових розробок за рахунок коштів обласного бюджету. На засіданні обласної координаційної ради з питань науково-технічного розвитку прийнято, зокрема, рішення щодо фінансування проектно-конструкторських робіт в рамках програми «Екодім-Геліотерм», котра передбачає спорудження об'єкту соціального призначення підвищеної енергоефективності.

Формування системи підтримки науково-технічної складової регіональної економіки та впровадження механізмів фінансування інноваційної діяльності з обласного бюджету здійснюються, зокрема, на підставі результатів дослідження Української Асоціації Маркетингу, виконаного за рахунок коштів, наданих координатором проектів ОБСЄ в Україні.

### Довідка

Протягом 2006 – 2008 років Рівненська обласна організація Всеукраїнської громадської організації «Українська Асоціація Маркетингу», за сприяння координатора проектів Організації з безпеки та співробітництва в Європі в Україні та у співпраці з головним управлінням економіки та інвестиційної політики Рівненської обласної державної адміністрації реалізує проект по формуванню регіональної інноваційної системи. Однією з ключових проблем, яка потребує вирішення засобами регіональної інноваційної системи, є труднощі комерціалізації наукових розробок: вчені, як правило, не можуть успішно діяти на ринку, підприємці не сприймають результати досліджень як виробничий ресурс.

Основою для формування регіональної інноваційної системи став інноваційний кластер «Впровадження», створений за ініціативою РОО ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» та за рахунок фінансування координатора проектів ОБСЄ в Україні. На даний час членами кластеру є понад 15 виробничих підприємств та дослідницьких організацій, котрі координують свою діяльність у наступних напрямках :

- дослідження інноваційних аспектів регіональної економіки, розробка рекомендацій для органів державної влади;
- створення механізмів інформаційного обміну, співпраця з органами державної влади в питаннях розвитку інноваційної інфраструктури;
- формулювання та апробація методик та моделей сприяння інноваційній діяльності;
- проведення навчальних заходів для керівників підприємств, науковців, студентів щодо економічних аспектів інноваційної діяльності;
- надання консультацій суб'єктам підприємницької діяльності у галузі маркетингу, бізнес-планування, інвестиційного менеджменту.

**Додаткову інформацію Ви можете отримати:**

Олександр Гладунов,  
віце-президент Української Асоціації Маркетингу,  
тел. + 380 362 26 27 38

Діяльність УАМ

## Діяльність УАМ

У травні-червні поточного 2008 року УАМ в рамках проекту за підтримки Відділу преси, освіти та культури Посольства США в Україні здійснила дослідження рівня інституційної спроможності та напрямків розвитку галузевих фахових громадських організацій (об'єднань підприємців) України. Дослідження мало на меті сприяння у виявленні спільних інтересів та проблем, опрацюванні рекомендацій щодо подальшого розвитку підприємницького руху, реалізації підприємцями відповідальної соціальної місії.

У дослідженні УАМ взяли участь:

- ✦ВГО «Туристична Асоціація України»
  - ✦Асоціація кадрових агенцій України (АРКА)
  - ✦Асоціація «Виноградари та винороби в Україні»
  - ✦Українська асоціація директ-маркетингу
  - ✦Всеукраїнська асоціація комп'ютерних клубів (ВАКК)
  - ✦Асоціація міжнародних експедиторів України
  - ✦Громадське об'єднання «Український клуб аграрного бізнесу»
  - ✦Професійна асоціація реєстраторів та депозитаріїв
  - ✦Об'єднання «Спілка молочних підприємств України»
  - ✦Асоціація «Українська будівельна асоціація»
  - ✦Українська асоціація виробників хімічних джерел струму „ХДС України”
  - ✦Всеукраїнська благодійна організація «Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів»
  - ✦Громадська організація «Виставкова федерація України»
  - ✦Асоціація фахівців з нерухомості (рієлторів) України
  - ✦ВГО «Українська асоціація маркетингу»
  - ✦Асоціація «Українська Асоціація Меблевиків»
  - ✦Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція»
  - ✦Всеукраїнська професійна громадська організація «Спілка аудиторів України»
  - ✦Всеукраїнська громадська організація «Асоціація правників України»
- Національна асоціація кредитних спілок України

За результатами дослідження відбудеться науково-практична конференція “Підприємці у громадянському суспільстві: сучасна практика та завдання в Україні”

16 вересня 2008 року,

Матеріали дослідження та конференції будуть видані окремою брошурою та опубліковані на шпальтах журналу «Маркетинг в Україні».

З питань участі у конференції та отримання брошури звертайтеся в УАМ (044 456 08 94, 459 62 09), [uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua)

## Новости наших членов



## КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

## KIEV INTERNATIONAL INSTITUTE OF SOCIOLOGY

## ДУМКИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЩОДО ВІЙСЬКОВОЇ ЗАГРОЗИ ДЛЯ УКРАЇНИ ТА РОЗМІЩЕННЯ В КРИМУ ЧОРНОМОРСЬКОГО ФЛОТУ РОСІЇ

Протягом 14 – 19 серпня 2008 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів всеукраїнське опитування громадської думки. Методом особистого інтерв'ю опитано 2027 респондентів, що мешкають в усіх областях України, в АР Крим та у м.Києві за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років.

Статистична похибка вибірки (з ймовірністю 0.95 і за дизайн-ефекту 1.5) не перевищує 3.5% для показників близьких до 50%, 3,0% - для показників близьких до 25%, 2,0% - для показників близьких до 10%.

Відповідаючи на запитання «Чи існує військова загроза для України у разі загострення конфлікту між Росією та Грузією, особливо зважаючи на той факт, що Російський флот, базується в Севастополі?», 50% сказали, що однозначно так або скоріше так, 35% – однозначно ні або скоріше ні. 15% не визначились із відповіддю на це запитання.

З тим, що існує військова загроза для України у разі ескалації конфлікту між Росією та Грузією, погодились 63% прихильників блоку «Наша Україна-Народна самооборона», 61% – Блоку Юлії Тимошенко, 45% – Блоку Литвина, 44% – Партії регіонів та 34% – КПУ.

Відповідаючи на запитання «На Вашу думку, чи мала право Росія виводити свої кораблі з Криму для участі у військових діях?» 35% сказали, що Росія мала таке право, 32% – що не мала. 33% не визначилися з відповіддю на це питання.

З тим, що Росія не мала права виводити свої кораблі з Криму для участі у військових діях погодились 46% прихильників Блоку Юлії Тимошенко, 46% – блоку «Наша Україна-Народна самооборона», 28% – Блоку Литвина, 22% – КПУ, та 20% – Партії регіонів.

Відповідаючи на запитання «Яким чином має вчинити Україна стосовно Чорноморського флоту Росії у випадку його участі у військових діях у Грузії?», 17% сказали, що Україна має наполягати на виведенні флоту зі своєї території найближчим часом, 29% – наполягати на виведенні флоту з території України з 2017 року, 27% – продовжити перебування Чорноморського флоту Росії на території України після 2017 року. 27% не визначились із відповіддю на це запитання.

З тим, що Україна має наполягати на виведенні Чорноморського флоту Росії з Криму з 2017 року, погодились 35% прихильників Блоку Юлії Тимошенко, 32% – блоку «Наша Україна-Народна самооборона», 29% – Партії регіонів, 27% – Блоку Литвина, та 23% – КПУ.

## СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО ЇЇ ДЕРЖАВНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

З 9 по 21 серпня 2008 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів всеукраїнське опитування громадської думки. Методом інтерв'ю опитано 2032 респондентів, що мешкають в усіх областях України, у Криму та у Києві за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років.

Статистична похибка вибірки (з ймовірністю 0.95 і за дизайн-ефекту 1.5) не перевищує 3.5% для показників близьких до 50%, 3,0% - для показників близьких до 25%, 2,0% - для показників близьких до 10%.

Як відомо, 1 грудня 1991 року 84 відсотків дорослого населення України взяли участь у референдумі, і 90 відсотків усіх голосів були подані за незалежність нашої країни та менше 8 відсотків – проти. Таким чином за Акт про незалежність України, який Верховна Рада прийняла 24 серпня 1991 року, на референ-

думі висловилося 76 відсотків дорослого населення, а проти – лише 6 відсотків.

За даними ж проведеного опитування –

У серпні нинішнього року за Акт про незалежність України готові були висловитися лише 50% опитаних, і якщо б референдум відбувся зараз, то участь у ньому найімовірніше взяли б тільки 72% дорослого населення, і лише 69% усіх голосів були б подані за незалежність України, а 31% – проти.

У той самий час, в разі збереження дружніх відносин України з Росією, з відкритими кордонами без віз і митниць, за державну незалежність України готові були висловитися 71% опитаних, а за об'єднання України з Росією в одну державу – близько 25%.

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

## Новости наших членов

Международная специализированная выставка  
**«Киевский EVENT сезон» 2008**  
 24-26 октября 2008 г.  
 ВЦ «АККО ИНТЕРНЕТ»

Основой создания проекта «Киевский EVENT сезон» 2008 стала специализированная выставка «Kiev-Presentation-Show», которая стартовала в 2005 году на заре развития ивент-маркетинга в Украине. Уже первая выставка показала интерес к этому событию специалистов и руководителей предприятий и фирм, как работающих в сфере ивента, так и пользующихся его услугами.

Перспективы развития ивент-индустрии, интерес к этой сфере деятельности дает основание полагать, что «Киевский EVENT сезон» станет заметным событием отрасли.

Цель выставки:

содействовать развитию событийного маркетинга в Украине;

представить полный цикл услуг по подготовке мероприятий как делового, так и развлекательного характера: от Идеи до ее Воплощения;

наиболее полно отразить качественный состав ивент - рынка;

продемонстрировать последние новинки и возможности рынка.

Мы приглашаем к участию в выставке:

event, BTL, PR, рекламные и креатив- агентства, театральные агентства, дизайн-бюро; продюсерские компании; туристические фирмы; разработа-

телей, производителей, дистрибьюторов светового, звукового и презентационного оборудования; пансионаты, гостиницы, кинотеатры, развлекательные комплексы, ночные клубы, бизнес-центры, конференц-залы; кейтеринговые компании; сервис-компании по техническому обеспечению различных мероприятий (спецэффекты, пиротехника, салют, фейерверки).

Целевая аудитория выставки:

генеральные директора, арт-директора, сценаристы, продюсеры, руководители, TOP-менеджеры, менеджеры по рекламе, маркетингу, PR, HR; бренд- менеджеры, account и event-менеджеры, руководители и менеджеры по спец. проектам, корпоративным и маркетинговым коммуникациям.

Участие в выставке предоставляет Вам уникальную возможность:

установить непосредственный контакт с теми, кто уполномочен принимать решения;

продемонстрировать преимущества своего бизнеса; провести и организовать семинары, конференции, круглые столы, мастер-классы и презентации во время работы выставки.

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

**ДЕВЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
 НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
 МАРКЕТИНГ В УКРАИНЕ**

20-21 ноября 2008 года

В Центре Магистерской подготовки КНЭУ

Улица Мельникова 79/81

**Организаторы:**

Всеукраинская общественная организация  
 «Украинская Ассоциация Маркетинга»  
 Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана  
 Кафедра маркетинга КНЭУ

**Цель конференции:**

Цель конференции: определение основных тенденций развития маркетинга в Украине, ознакомления с новейшими технологиями в маркетинга, обсуждение практики преподавания маркетинга и логистики, обмен опытом с зарубежными коллегами.

**Основные секции:**

Маркетинговые исследования

Образование и квалификация маркетологов  
 Лучшие практики применения маркетинговых технологий в Украине

Маркетинг для финансовой сферы

**Логистика**

Спонсоры конференции: GfK- ЮКРЕЙН, холдинг «Украинская Маркетинговая Группа», группа компаний «Advanter Group», компания InMind

Стоимость участия 600 грн.

По результатам дискуссии будут изданы тезисы конференции.

Контакты организаторов:

044 4560894, 044 4596209

[uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua)

Новости наших членов

**OSDirect**<sup>®</sup>  
 OFFICE • SERVICE • DIRECT


**Маркетинг-группа OS-Direct и Украинская Ассоциация Директ Маркетинга объявили свой прогноз развития рынка директ-маркетинга в 2008 году. По оценке вице-президента УАДМ Валентина Калашника в текущем году объем ДМ-рынка составит \$200 млн. с НДС.**

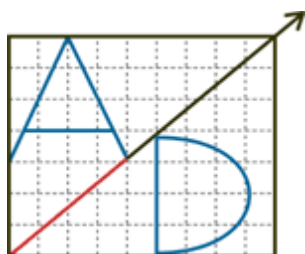
Согласно данным аналитиков OS-Direct в первом полугодии 2008 года хороший рост показали отрасли колл-центров и адресного ДМ, как в сегменте курьерской доставки, так и адресной почтовой рассылки. Росту объемов рынка почтовых рассылок

## Прогноз развития ДМ-отрасли в Украине в 2008 году

способствовала активизация деятельности финансовых и банковских структур. Значимый вклад в увеличение объемов ДМ-рынка привнес и рост объемов дистанционной торговли.

Прогнозируется, что во втором полугодии 2008 года ДМ-рынок будет демонстрировать еще больший прирост, чем весной, и в итоге выйдет на прогнозируемые \$200 млн. с НДС. Прежде всего, этому будет способствовать 30-40% повышение тарифов УГППС «Укрпочта». Свое влияние окажет и традиционный осенний рост деловой активности на рынке и в стране в целом.

© OS-Direct, 2008



## Потребительское тестирование кефира и сметаны

Днепропетровск, 05 августа 2008

Сегодня занимать лидирующие позиции в производстве продуктов питания, а тем более, кисломолочных продуктов – очень непросто. Необходимо с одной стороны производить продукцию, соответствующую общепринятым мировым стандартам качества, а с другой – удовлетворяющую вкусам и предпочтениям конечного потребителя.

Если с первой задачей можно справиться, просто придерживаясь необходимых устоявшихся технологий, то условия и методы решения второй задачи постоянно меняются. Ибо меняются вкусовые пристрастия потребителей, изменяется продукция конкурентов, которые тоже решают аналогичную задачу по завоеванию сердец и вкусов покупателей. Да и потребитель в последнее время стал очень начитанным, а критические публикации на тему качества продуктов питания выходят чуть ли не ежедневно.

Но, в конце концов, окончательный выбор покупателя обусловлен вкусом потребляемого продукта. И победить сможет тот, кто наиболее точно угадает вкусовые предпочтения потребителя.

Именно с этой целью компания ЗАО «Молвест» (Воронеж, Россия), украинское представительство которой находится в г. Кривой Рог, регулярно проводит потребительские тестирования своей продукции. В ноябре 2007 года совместно с исследовательской компанией Action Data Group в городах Днепропетровск и Кри-

вой Рог был завершен очередной проект «Потребительское тестирование кефира и сметаны».

Для сравнительного тестирования были предоставлены образцы продукции (кефир и сметана) различных производителей, в том числе и ЗАО «Молвест». По прошествии нескольких месяцев после завершения исследования уже можно говорить о том, были ли достигнуты цели поставленной задачи. В результате заказчики из ЗАО «Молвест» остались довольны проведенным исследованием и полученными результатами.

«Продуктовое тестирование, как вид исследования, для нас очень важен, мы его проводим достаточно часто. Проводя слепое сравнение с конкурентными образцами, мы тем самым получаем реакцию потребителя на характеристики нашей продукции. Подобное исследование нужно для корректировки технологии и рецептуры. Входя исследования определяют некоторые оптимальные для потребителя характеристики молочной продукции, что позволяет в результате изменить рецептуру (если это необходимо), подстраиваясь под вкус потребителя. В нашем случае, тестирование в Кривом Роге и Днепропетровске способствовало решению указанной задачи», – подытожил Белов Константин, аналитик отдела маркетинга.

## Новости

### Открытый тендер на выставке Киевский EVENT сезон или как получить контракт на event

Украинская выставочная компания «ВнешЭкспоБизнес» в рамках выставки «Киевский EVENT сезон-2008» предоставляет всем желающим рекламным агентствам уникальную возможность принять участие в ОТКРЫТОМ ТЕНДЕРЕ по организации корпоративного мероприятия для *крупной корпорации*.

Стань одним из участников проекта, позиционируй себя как лидера ивент-рынка и выиграй реальный контракт на ивент!

Подробнее читайте на сайте: [http://www.vneshexpo.kiev.ua/proekty/event\\_seson\\_tender.htm](http://www.vneshexpo.kiev.ua/proekty/event_seson_tender.htm)

### Конференция «Событийный маркетинг: эффективные решения трудных задач» на выставке Киевский EVENT сезон

25 октября 2008 года состоится конференция «Событийный маркетинг: эффективные решения трудных задач». Она пройдет в рамках выставки «Киевский EVENT-сезон» 2008.

Отличительной особенностью данной конференции является то, что в ней не будет теории, а только практика, построенная на реальных примерах. Представители ведущих компаний, таких как Atlantic Group, KARS Event Studio, «Два Товарища», Talan Proximity Ukraine, Innovative Special Events, SUN Event, MEX, на практических примерах продемонстрируют оригинальные варианты выхода из, казалось бы, безвыходных ситуаций, предложат инновационные решения трудных задач, возникших в ходе проектов.

Подробная информация о конференции на сайте [www.speakup.com.ua](http://www.speakup.com.ua).



## 1 сентября стартовала всеукраинская акция от ТМ «Садочок»

1 сентября 2008 года стартовала всеукраинская промоакция ТМ «Садочок» **«У «Садочку» урожай – 100 000 гривень вигравай!»**. Акция направлена на укрепление лояльности потребителей ТМ «Садочок», а также на расширение круга почитателей этих вкусных и полезных соков.

Принять участие в розыгрыше ежедневных призов – 550-ти ваучеров на 10-гривневое пополнение счета мобильного телефона, а также телевизора, смогут все покупатели акционных упаковок соков, нектаров и морсов «Садочок». В качестве же главного приза, обладатель которого будет определен в конце акции, станет денежный подарок 100 000 гривен. Финальный розыгрыш будет транслироваться по одному из национальных каналов в популярной телепередаче.

Чтобы стать участником акции, необходимо приобрести сок, нектар или морс ТМ «Садочок» емкостью 1л, 1,5 л или 2 л, найти на защитной фольге под крышечкой акционный код и отправить его SMS-сообщением на номер 5110 или сообщить его оператору Горячей линии по номеру 8-800-300-30-90.

Подробные правила акции, а также имена обладателей ежедневных призов, можно найти на акционном интернет-сайте [www.sadochok.ua](http://www.sadochok.ua) или узнать по телефону Горячей линии.

Также, в поддержку трехмесячного призового марафона запущена рекламная кампания на ТВ, наружная реклама в Киевском метрополитене, реклама в печатных СМИ.

По прогнозам организаторов, яркая и богатая на

призы акция «У «Садочку» урожай – 100 000 гривень вигравай!» поможет ТМ «Садочок» увеличить продажи на 15%.

На сегодняшний день ТМ «Садочок» занимает на Украинском рынке долю около 24% (по данным MEMRB).

**По данным MEMRB, ООО «Сандора» является лидером украинского сокового рынка, доля компании составляет 47%.**

Производственные мощности компании включают завод по переработке фруктов, овощей и производству соков (с. Николаевское Николаевской обл.); завод по производству соков (с. Мешково-Погорелово Николаевской обл.); два завода по переработке фруктов и овощей (с. Родниковое АР Крым; с. Казачьи Лагери Херсонской обл..).

Портфель торговых марок компании состоит из 7-ми соковых брендов («Сандора Эксклюзив», «Сандора и Сандора Морс», «Сандора Мультиактив», «Сандора Классика», «Сандорик», «Дар», «Садочок»), соковых напитков SANDAY (Sanday Ice Tea, Sanday Ice Water, Sanday Ice Fruit), холодного чая Lipton Ice Tea и 2-х брендов вина («Золота Ольвія» и «Святкова Колекція»). Ассортимент продукции компании представлен более чем 300-ми позициями.

тел: 38 (044) 503 60 15,

503 60 16

503 60 24

Http: [www.sandora.ua](http://www.sandora.ua)



**ООО "ЕВРОИНДЕКС"**  
**Выставки "бизнес для бизнеса" в Украине**  
 03680, Киев, пр-т Победы, 56. Для корреспонденции: а/я 62, Киев, 01032  
 Тел./факс: (044) 461-9300  
 E-mail: info@eindex.kiev.ua • Internet: www.euroindex.ua



## ВЫСТАВКИ КОМПАНИЙ «ЕВРОИНДЕКС» И ПАРТНЕРОВ

16–19 сентября REX [www.rex.ua](http://www.rex.ua)  
**Реклама, маркетинг, масс-медиа**  
**Двенадцатая международная выставка**

16–19 сентября T-REX [www.t-rex.euroindex.ua](http://www.t-rex.euroindex.ua)  
**Технологии, оборудование и материалы для производ-**  
**ства рекламы**  
**Вторая международная выставка**

1–4 октября  
 GO!Sport [www.go-sport.euroindex.ua](http://www.go-sport.euroindex.ua)  
 Спортивные товары и услуги  
*Вторая национальная выставка*  
 Организатор: Спорт Тур Маркетинг  
 Партнер: Евроиндекс

21–24 октября БЕЗПЕКА [www.bezpeka.ua](http://www.bezpeka.ua)  
**Системы и средства безопасности**  
**Тринадцатая международная выставка**

21-24 октября BMSystems [www.bmsystems.euroindex.ua](http://www.bmsystems.euroindex.ua)  
**Системы управления зданием и сооружением**  
*Первая международная выставка*

29–31 октября  
 EEBC Telecom & Broadcasting [www.eebc.net.ua](http://www.eebc.net.ua)  
*Шестая восточноевропейская выставка-конференция по*  
*телерадиовещанию и телекоммуникациям*  
 Организатор: Техэкспо  
 Партнер: Евроиндекс

30 октября – 1 ноября Visit Ukraine [www.visit-ukraine.org](http://www.visit-ukraine.org)  
*Первая национальная выставка туристического продукта*  
 Соорганизатор: Совет по вопросам туризма и курортов

30 октября – 2 ноября  
 DreamHouse / sound&vision show [www.dreamhouse.ua](http://www.dreamhouse.ua)  
 Аудио-, видеотехника, домашний кинотеатр  
**Международная выставка**

30 октября – 2 ноября

DigiPhoto Show [www.photo.euroindex.ua](http://www.photo.euroindex.ua)  
 Цифровое фото-, видеооборудование и медиатехнологии  
*Шестая международная выставка*

30 октября – 2 ноября

ЦифроМания [www.dmania.euroindex.ua](http://www.dmania.euroindex.ua)  
 Бренды цифровых технологий  
*Шестая международная выставка-шоу*

30 октября – 2 ноября

Территория игр [www.game-expo.com.ua](http://www.game-expo.com.ua)  
 Интерактивные развлечения: компьютерные игры, игры для консолей, мобильных телефонов и других платформ  
*Вторая международная выставка*

30 октября – 2 ноября

ГрошіЕКСПО [www.groshi.euroindex.ua](http://www.groshi.euroindex.ua)  
 Кредиты. Депозиты. Инвестфонды.  
*Пятая специализированная выставка*

31 октября – 2 ноября

Winter Sport eXtreme [www.wsh.kiev.ua](http://www.wsh.kiev.ua)  
 Кредиты. Депозиты. Инвестфонды. *Третья специализиро-*  
*ванная выставка*  
 Организатор: Спорт Экспо  
 Партнер: Евроиндекс

11-14 ноября

Франчайзинг [www.franchising.euroindex.ua](http://www.franchising.euroindex.ua)  
**Четвертая международная специализированная вы-**  
**ставка**

2009

12-15 февраля Велобайк [www.velobike.kiev.ua](http://www.velobike.kiev.ua)  
*Пятая специализированная выставка*  
 Организатор: Спорт Экспо  
 Партнер: Евроиндекс

3–6 марта МаРГо [www.marho.euroindex.ua](http://www.marho.euroindex.ua)  
 Оборудование для магазинов и супермаркетов  
*Четырнадцатая международная выставка .*



3-6 марта

Shop & Design <http://www.shop-design.euroindex.ua>

Дизайнерские и технические решения для магазинов  
Первая международная специализированная выставка

3-6 марта

Промышленный холод [www.promholod.euroindex.ua](http://www.promholod.euroindex.ua)

Технологии промышленного холодоснабжения, кондиционирования и вентиляции

Восьмая международная выставка

3-6 марта

Логистика [www.logistics.euroindex.ua](http://www.logistics.euroindex.ua)

Вторая международная специализированная выставка

6-9 апреля

elcomUkraine [www.elcom.euroindex.ua](http://www.elcom.euroindex.ua)

Энергетика, электротехника, энергоэффективность  
Тринадцатая международная выставка  
Организатор: fairtrade GmbH & Co. KG

6-9 апреля

EIA: электроника и промышленная автоматизация

Четвертая международная выставка  
[www.asutp.euroindex.ua](http://www.asutp.euroindex.ua)

6-9 апреля

НКАТ — Насосы. Компрессоры. Арматура. Теплоэнергетика [www.nkat.euroindex.ua](http://www.nkat.euroindex.ua)

Четвертая международная специализированная выставка

Место проведения:



(ул. Салютная, 2-Б)

Горячая линия компании «Евроиндекс»: (044) 461-9121.

По вопросу участия в выставках обращайтесь, пожалуйста:  
(044) 461-9301.

Средства массовой информации просим обращаться в  
пресс-службу: (044) 461-9303.

Почтовый адрес: пр-т Победы, 56, Киев, 03680.

E-Mail: [info@eindex.kiev.ua](mailto:info@eindex.kiev.ua)Internet: [www.euroindex.ua](http://www.euroindex.ua)

## Нотатки з ESOMAR Marketing Research Explained (продовження)

### Хліб, вино, Boursin (Case Study)

Коли Unilever хотів отримати французький сирний бренд номер один, Boursin, через Англійський канал, ефективно дослідження дало можливість компанії оцінити можливість.

Дослідження показало, що споживачі Великобританії все більш і більш полюбують сильні аромати та починають захоплюватися своєю дієтою. Французьке джерело (походження/початок) Boursin вважалось нерозривно пов'язаним з брендовим закликом. Для любителів всього французького, часник та рослинний м'який кремований сир викликали(пробудили в них) все що вони любили та знали про Францію – французьку їжу та традиційний, сільський стиль життя.

Сила французької асоціації Boursin згодом сконцентрувалася на новій рекламній стратегії. Фраза "Хліб, Вино, Boursin", що була використана у французькій кампанії, була також використана у Великобританії але у десятисекундній телевізійній рекламі, що змальовувала французьку сільську ідилію.

Послідувачі дослідження свідчили про екстраординарний, багатий та сильний брендовий образ

Boursin. Рекламна кампанія відповідала за успіх бренду як справжнього продукту з сільської Франції.

### Знання мають значення: дійсно велике (The basics)

Чи можеш ти мати занадто багато хороших речей? У 1996 році щотижневе нью-йоркське видання Times містило більше інформації ніж звичайна людина могла отримати за все своє життя у 17 столітті в Англії.

Сьогодні Інтернет перемістив кордони – фактично знищив їх. Інтернет не лише новітнє середовище для інформаційних потоків, це також найбільш швидко зростаючий засіб (середовище) усіх часів і також найперша розрада для користувачів. Інформація доступна 24 години 7 днів на тиждень, будь де у світі, на більш ніж 14 мільярдах сторінок.

Але маючи всю цю інформацію не означає, що ми можемо осмислити все. Є різниця між даними, інформацією і знанням - і багато різних значень цих відмінностей.

## Нотатки з ESOMAR Marketing Research Explained (продовження)

По суті: дані - сирі факти; інформація є тоді, коли дані організовані з метою повідомлення, інформаційний відеосюжет або повідомлення; знання - те, що індивідууми роблять з інформацією і вони формуються через інтерпретацію інформації і/або особистий досвід.

*Ми постійно чуємо розмови про "інформаційний вік" або "економіку знання". Використання інформації і знання для росту не нове. Безпрецедентним є швидкий прогрес технології, який дозволяє збирати, обробляти, аналізувати, розподіляти і використовувати інформацію у неймовірних масштабах та швидкості.*

### Велика можливість

Технологія дає великі можливості для ринкових досліджень. Інтернет дає можливість доступу до багатьох людей і тим самим робить легшим проведення досліджень (див. стор. 27). А ринкові дослідження є центральними у сприянні організаціям осмислювати інформацію, формувати знання щодо їх клієнтів та відповідно структурувати свої послуги.

### Азія: зміна профілю жінок. (Case Study)

Нещодавно огляди споживачів (працюючих і непрацюючих жінок у віці 25-45) і експертів в Мумбаї, Шанхаї, Бангкоці і Сінгапурі, що був зроблений дослідницьким агентством Азійський Океан (Asia Pacific) показали значення для маркетингу жінок у регіоні. Жінки Азії знаходяться в перехідному періоді чи визнають його. В багатьох випадках вони вважають, що вони розвиваються швидше ніж чоловіки.

Інтерв'ю та етнографічні огляди щодо жінок у рекламі допомагають створити кращу картину про те, як азійські жінки відносяться, наприклад, до їх феміністичності і шляхів бути незалежними, не дивлячись на життя у чоловічому домінуванні у традиційному світі.

Дослідження показало новий погляд щодо впевненості азійських жінок, що зараз проявляється всередині, а не через соціальне походження. Це має значення щодо використання жіночих образів у рекламі, які в минулому розглядалися як «відомі за для відомості» і часто недостатньо глибокі.



### Украинская Ассоциация Маркетинга продолжает выдавать членские билеты индивидуальным членам УАМ

Уважаемые коллеги, если Вы ещё не получили членский билет — пишите, звоните!

И обязательно присылайте нам своё фото 3x4,

### Членство в УАМ дает Вам следующие преимущества

- 1) Скидка на журнал «Маркетинг в Україні» - 5%
- 2) Скидки на подписку журнала "Отдел маркетинга", "PR-менеджер" - 10%;
- 3) Подписка на комплект "Маркетинговые исследования в Украине" + "Маркетинг и реклама" (скидка составляет 7%), "Маркетинговые исследования в Украине" - 7%, "Маркетинг и реклама" - 7%;
- 4) Скидка 7% на покупку литературы в Интернет-магазине деловой литературы ([www.booksir.com.ua](http://www.booksir.com.ua));
- 5) Аптека гормональных препаратов - скидка 12%;
- 6) Скидки на участие во всех мероприятиях УАМ;
- 7) Пользование ИАС "Парус консультант" на очень выгодных условиях! (Более подробно читайте на сайте: [www.uam.in.ua](http://www.uam.in.ua))
- 8) 5% на покупку оргтехники через Интернет-магазин <http://dewevle.net.ua>

Основная миссия УАМ — формирование цивилизованной бизнес-среды.

Ежегодные членские взносы идут на развитие Всеукраинской Общественной Организации «Украинская Ассоциация Маркетинга»

Наш почтовый адрес:  
03057, Киев, пр-т Победы  
54/1, оф 434, 436.  
+38 044 459-62-09

## Розклад тренінгів Української Асоціації Маркетингу

Дата	Название тренинга /мероприятия	Тренер	Стоимость, грн.(с НДС). Скидка для членов УАМ - 15%
16 сентября 2008	Конференция «Підприємці в громадянському суспільстві: сучасна практика та завдання в Україні» на выставке REX Проект осуществлен при поддержке Отдела прессы, образования и культуры Посольства США в Украине		
17 сентября 2008	Практикум клуб «Разыскивается маркетолог» на выставке REX		
22-26 сентября 2008	SPSS – надежный инструмент практикующего маркетолога ( вечерний курс для начинающих)	Спиваковский Сергей Владимирович	1200
29-30 сентября 2008	Решение управленческих задач с помощью SPSS ( углубленный двухдневный курс)	Спиваковский Сергей Владимирович	1200
27 сентября 2008	Тренинг «Психология рекламы»	Голубева Елена	600
4 октября 2008	Тренинг «Как строить динамику фокус групповых интервью. Круиз для модератора»	Ирина Чудовская - Кандыба	600
11 октября 2008	Тренинг «Трейд – маркетинг»	Будько Сергей	600
20-25 октября 2008	Недельные курсы «Практический Маркетинг»		1200
20 октября 2008	Тренинг «Маркетинговые исследования и аналитика»	Длигач Андрей Александрович Буданова Александра	980
21 октября 2008	Тренинг «Составление маркетинг плана»	Куденко Наталия	600
22 октября 2008	Тренинг «Финансы для маркетологов»	Лылык Ирина	600
23 октября 2008	Тренинг «Защита товарных знаков и логотипов»	Карпенко Елена	600
24 октября 2008	Тренинг «Креативный бриф»	Диброва Татьяна	600
25 октября 2008	Медиапланирование	Мошун Ольга	600
1 ноября 2008	Применение тестовых методик в маркетинговых исследованиях	Орошук Диана	600
8 октября 2008	Тренинг «Визуальный динамический ряд в рекламе. Тайминг и композиция»	Голубева Елена	600
20-21 ноября 2008	Девятая Международная Конференция «Маркетинг в Украине» Спонсоры: GFK-ЮКРЕЙН, UMG, группа компаний Advanter Group		600

**Інформація про тренінги УАМ розміщена на сайтах:**

<http://uam.in.ua>, <http://www.training.com.ua>, <http://www.trenings.info>, <http://www.jobmarket.com.ua>, [www.rabotaplus.com.ua](http://www.rabotaplus.com.ua), [www.ukrfirm.com](http://www.ukrfirm.com), [www.kompass.ua](http://www.kompass.ua), [www.autodealer.ua](http://www.autodealer.ua), [www.jobs.ua](http://www.jobs.ua), <http://hh.ua>.

**Вартість тренінгів покриває роздаткові матеріали, обід, кава - брейки.**

**Після закінчення тренінгу видається Сертифікат УАМ.**

Асоціація також здійснює організацію корпоративних тренінгів.

Контактна інформація: Українська Асоціація Маркетингу, 03057, пр-т Перемоги 54/1, оф.434,436  
+38 044 456 08 94, 459 62 09 [uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua), [primak@kneu.kiev.ua](mailto:primak@kneu.kiev.ua), <http://uam.in.ua>.

**Философия УАМ — быть голосом маркетологов Украины.**

Украинская Ассоциация Маркетинга объединяет исследовательские, консалтинговые и рекламные агентства, выставочные компании, контакт-центры, фирмы-разработчики программного обеспечения для маркетологов – в качестве коллективных членов; и физических лиц, а также преподавателей Вузов Украины, как индивидуальных членов.

**Миссия УАМ:**

1. формирование цивилизованной бизнес-среды;
2. продвижение и развитие маркетинга как фактора, кото-

рый определяет экономическое развитие и благосостояние страны;

3. поддержка малого и среднего бизнеса путем внедрения маркетинговых методов ведения хозяйственной деятельности.

4. способствование формированию цивилизованного и прозрачного комплекса механизма взаимодействия между органами государственной власти, учебными заведениями и бизнесом в области образования для маркетологов.

Для регулирования взаимоотношений между исследовательскими компаниями и заказчиками исследований разработаны Стандарты качества маркетинговых

исследований УАМ (на основе Стандартов качества маркетинговых исследований EFAMRO). Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ зарегистрированы в ДП “УкрНДНЦ” под номером СОУ 91.12.0-21708654-001-2002. Стандарты регулируют права исследовательской компании, клиента (заказчика) и респондента, определяют основные процедуры хранения и обработки информации, права собственности на результаты маркетинговых исследований, права респондентов.

Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ являются добровольным стандартом, а для членов УАМ – обязательным стандартом.

**Издания Украинской Ассоциации Маркетинга****Издания УАМ:**

- Аналитический журнал «Маркетинг в Україні».
- Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».
- «Директиви та Керівництва ESOMAR» - официальный перевод на украинский язык Codes&Guidelines ESOMAR.
- Электронное издание Маркетинг Газета.

**Журнал «Маркетинг в Україні»** - аналитическое, профессиональное издание ассоциации.

В каждом номере журнала печатаются международные нормативные документы для маркетологов и рекламистов. Украинская Ассоциация

Маркетинга имеет право на перевод и печать документов ESOMAR, EFAMRO, CMOR.

**Рубрики издания:**

Новости украинского маркетинга/Обзоры рынков/Коммуникации: реклама, PR/Маркетинговые исследования/Управление брендами/Прикладные аспекты маркетинговой деятельности/Маркетинг услуг/Маркетинг в мире/Объем – 72 страницы.

Язык – украинский. Географический охват – Украина. Периодичность – 1 раз в два месяца.

Как приобрести: подписка в ДП ПРЕССА (подписной индекс 22942), в подписных агентствах Украины, в офисе УАМ, в киосках КНЕУ.

Стоимость редакционной подписки одного номера – 25 грн.

Стоимость годовой редакционной подписки (6 номеров) – 150 грн.

**Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».**

Справочное издание. Содержит информацию членах ассоциации: маркетинговых и консалтинговых агентствах, выставочных компаниях, контакт-центрах, юридических компаниях, периодических изданиях, разработчиков программного обеспечения. Издание содержит информацию об учебных заведениях, которые готовят маркетологов.

**Данные материалы могут быть высланы по почте**

**Над Маркетинг Газетой работали:**

**Директор проекту** Ирина Викторовна Лылык, **Редакторы:** Наталия Андрущенко, Анна Туницкая, Марьяна Лылык **Адрес редакции:** пр-т. Победы 54/1, оф. 436, г. Киев, 03057, Украина.

**Телефон/факс:** +38 044 456 08 94, 459 62 09. **E-mail:** uma@kneu.kiev.ua, primak@kneu.kiev.ua

**Распространение:** электронная рассылка по подписке членам, партнерам, представителям УАМ.

**Тираж:** 3000 электронных адресов.

Ответственность за рекламные материалы несут рекламодатели. По вопросам получения издания, размещения информационных материалов и рекламы в Маркетинг Газете обращайтесь в Редакцию.