

## ЩО ПРОПОНУЮТЬ 3 МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ІНТЕРНЕТ ЛІДЕРИ В ПОШУКОВІЙ СИСТЕМІ GOOGLE



**ЯНА ТИТАРЕНКО**

*ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана*

Інтернет в Україні сьогодні насичений (можливо, навіть перенасичений) пропозиціями проведення маркетингових досліджень та надання маркетингових консалтингових послуг. Спробуємо проаналізувати, що представляють собою ці пропозиції. За основу візьмемо інтернет-пропозиції 5-ти дослідницьких і консалтингових маркетингових компаній, які станом на початок листопада 2016 року займали перші рядки в пошуковій системі Google (за умови, що Ви набрали завдання «пропозиція маркетингових досліджень в Україні»). При цьому ми усвідомлюємо, що мова йде не обов'язково про агенції, які займають провідні позиції на ринку, а припускаємо, що це компанії,

які оплатили провайдеру відповідну послугу («спонсоровані посилання»), аби їх пропозиція займала перші місця.

Отже, проаналізуємо пропозиції наступних 5 агенцій:

- 1) Cati Call Center ([www.caticallcenter.com](http://www.caticallcenter.com)),
- 2) IFAK Institut ([www.ifak.com.ua](http://www.ifak.com.ua)),
- 3) iVOX Ukraine ([www.ivox.com.ua](http://www.ivox.com.ua)),
- 4) Marketing Consulting Group ([www.mcg.net.ua](http://www.mcg.net.ua))
- 5) MaxRise Consulting ([www.maxrise-consulting.com](http://www.maxrise-consulting.com)).

З вказаних 5 компаній 3 мають вітчизняне коріння, а 2 агенції є філіями іноземних компаній (IFAK Institut насправді є українським офісом міжнародної дослідницької агенції IFAK

**Таблиця 1.**

**Мови сайтів 5 маркетингових агенцій**

№	Назва агенції	Мова сайту		
		Англійська	Українська	Російська
1	Cati Call Center	+	+	+
2	IFAK Institut*	+	-	+
3	iVOX Ukraine	+	+	+
4	Marketing Consulting Group	-	-	+
5	MaxRise Consulting	+	-	+

\* Сайт агенції провадиться також німецькою мовою.

Institut GmbH & Co, штаб-квартира якої розташована у Німеччині, натомість iVOX Ukraine є дочірньою компанією міжнародної дослідницької групи iVOX зі штаб-квартирою у Бельгії), проте всі ці компанії мають англійські назви. На наш погляд, це має об'єктивне підґрунтя, адже основними замовниками маркетингових досліджень в Україні надалі виступають іноземні корпорації та їх дочірні компанії.

Таким чином, всі вказані агенції провадять свої сайти російською мовою (одна вітчизняна агенція – виключно російською), 4 агенції (дві вітчизняні і обидві іноземні) – також англійською мовою, 2 агенції (одна вітчизняна і одна

іноземна) – трьома мовами: російською, англійською та українською.

Всі вказані агенції мають стаж діяльності на ринку України, хоча конкретний стаж роботи вказали лише 4 компанії з 5:

Вітчизняні агенції виконують замовлення на підготовку досліджень закордонних ринків, але при цьому не мають змоги конкурувати щодо замовлень безпосередньо на закордонних ринках.

Кожна агенція чітко визначає свою спеціалізацію – від проведення телефонних опитувань (з доступом до респондентів в усьому світі) і дослідження споживачів,

Загальною практикою маркетингових агенцій є наведення додаткової інформації,

**Таблиця 2.**

**Діяльність 5 маркетингових агенцій на ринку**

№	Назва агенції	Стаж діяльності	Присутність в Україні	Присутність на іноземних ринках
1	Cati Call Center	з 2011 року	+	
2	IFAK Institut	понад 50 років, в тому числі з 2007 року – в Україні	+	+
3	iVOX Ukraine	з 2004 року – в Європі, з 2009 – в Україні	+	+
4	Marketing Consulting Group	з 2012 року	+	-
5	MaxRise Consulting	не вказано	+	-

Таблиця 3.

## Спеціалізація 5 маркетингових агенцій

№	Назва агенції	Спеціалізація	Місія	Метод	Контроль якості
1	Cati Call Center	Проведення телефонних опитувань	Надати клієнтам ефективний інструмент для проведення досліджень швидко, якісно і в межах кошторису.	CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing)	Багатоступінчастий; аудіо запис всіх інтерв'ю та доступ до онлайн-прослуховування всіх операторів.
2	IFAK Institut	Багатопротильність; основні напрями – дослідження споживачів, брендів, іміджу, репутації, ефективності комунікацій і реклами	Надавати якісні і релевантні дослідження, використовуючи найбільш гнучкі та ефективні методи збирання, обробки й інтерпретації даних, забезпечуючи комплексне рішення поставлених маркетингових завдань.	Різноманітні; як традиційні (опитування F2F, фокус-групи, глибинні та експертні, так і інноваційні (CAWI, On-line research, Eye-tracking test research)	Не деталізується («німецька експертиза»).
3	iVOX Ukraine	Дослідження споживачів	Достовірні дані про споживачів у мінімальні терміни за зручною ціною. iVOX виконає завдання, навіть якщо це здається неможливим.	Основний інструмент – програмне забезпечення LimeSurvey	Не деталізується («згідно з нормами і рекомендаціями ESO-MAR»).
4	Marketing Consulting Group	Маркетингова агенція повного циклу. Маркетингові послуги; дизайнерські послуги, веб-студія; реклама в Інтернеті; організація типографських послуг тощо.	Окремо не сформульована	Не деталізується (додаткова інформація – за запитом в агенцію).	Не деталізується.
5	MaxRise Consulting	Багатопротильність. Маркетингові дослідження; розробка стратегії розвитку; бізнес-планування; організація тендерів та ін.	Окремо не сформульована.	Деталізується за основними напрями діяльності; у випадку дослідження ринкової ситуації застосовується: аналіз статистичних баз даних; SWOT; проведення опитувань учасників ринку; глибинні інтерв'ю; фокус-групи та ін.	Не деталізується.

Таблиця 4.

## Інформація, яка свідчить про досвід та надійність агенції

№	Назва агенції	Дані замовників	Відгуки замовників	Відкриті дослідження	Команда виконавців	Оборот агенції / материнської компанії
1	Cati Call Center	+	-	-	-	-
2	IFAK Institut	+	-	+	+	+
3	iVOX Ukraine	+	+	+	-	-
4	Marketing Consulting Group	+	+	-	-	-
5	MaxRise Consulting	+	+	-	-	-

що підтверджує їх досвід, відповідальність, позитивну репутацію тощо. Наприклад, дані про замовників / партнерів на своїх сайтах вказали всі 5 агенцій. З відгуками замовників можна ознайомитися на сайтах 3-х агенцій. Водночас лише іноземні агенції надають можливість відвідувачам сайтів ознайомитися зі своїми відкритими дослідженнями. І лише одна компанія оприлюднила персональний склад своєї фахової команди і загальний оборот досліджень материнської компанії. Водночас лише обидві іноземні агенції вказали на використання стандартів (директив, вимог) профільних міжнародних дослідницьких організацій, а одна з них – зафіксувала своє членство в Українській Асоціації Маркетингу.

Таким чином, наш аналіз сайтів п'яти дослідницьких агенцій, які присутні на перших позиціях у пошуковій системі Google, надає підстави для певних висновків.

По-перше, навіть у випадку «спонсорованих посилань» існують певні вимоги задля входження на ринок. Перш за все, це вимоги щодо наявності реального попереднього досвіду, дійсних замовників послуг, володіння методами досліджень.

По-друге, вказані агенції доволі вільно оперують набором інформації про себе, наголошуючи на вигашних аспектах і

уникаючи проблемних моментів; єдиного стандарту у справі представлення своїх пропозицій вказані агенції не дотримуються.

На наш погляд, вказані обставини можуть бути предметом дискусії у фаховому середовищі і стати основою для опрацювання визнаного спільнотою стандарту представлення в Інтернеті дослідницьких пропозицій – з метою покращання репутації дослідницького бізнесу та підвищення задоволеності споживачів дослідницьких послуг.

**Джерела:**

- 1) Офіційний сайт Cati Call Center [Електронне джерело]:// Режим доступу: <http://www.caticallcenter.com> – Заголовок з екрану,
- 2) Офіційний сайт IFAK Institut [Електронне джерело]:// Режим доступу: <http://www.ifak.com.ua> - Заголовок з екрану,
- 3) iVOX Ukraine [Електронне джерело]:// Режим доступу: <http://www.ivox.com.ua> ),
- 4) Marketing Consulting Group [Електронне джерело]:// Режим доступу: <http://www.mcg.net.ua> - Заголовок з екрану
- 5) MaxRise Consulting [Електронне джерело]:// Режим доступу: <http://www.maxriseconsulting.com> - Заголовок з екрану
- 6) Ірина Лилик. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2015: експертні оцінки та аналіз УАМ/ Маркетинг в Україні, №1-2, 2016, - с. 19-3