

Кафедра экономической социологии

семинар серии «Социология рынков»

Руководитель – В.В.Радаев, д.э.н., профессор,

первый проректор ГУ-ВШЭ

ОБЗОР МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКОВ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Презентация базовой кафедры ГфК-Русь

Докладчик:

**Генеральный директор ГфК-Русь,
зав.базовой кафедрой ГфК-Русь в ГУ-ВШЭ,
к.с.н. Демидов А.М.**



1

Обзор мирового и российского рынков маркетинговых исследований

Основные игроки 2004

3

	Название компании	Продажи	Рост
1	VNU N.V.	2.757.0	+2.3 %
2	IMS Health, USA	1.395.1	+13.5 %
3	Taylor Nelson Sofres, UK	1.389.7	+17.4 %
4	Kantar Group, UK	1.094.0	+5.9 %
5	GfK Group incl. NOP World⁴⁾	992.9	+11.6 %
6	Ipsos, F	605.6	+6.3 %
7	Information Resources, USA	508.6	+ 3.1 %
8	Synovate, UK	400.3	+24.4 %
9	Westat, USA	353.2	+ 4.3 %
10	Arbitron, USA	263.7	+8.4 %

1) Sales in EUR million; local currency exchange rate to the euro; average rate 2004: EUR 1 = USD 1.12462 = GBP 0.6802

2) Rates of change expressed in the local currency of the country of origin

3) VNU's market research division includes AC Nielsen and Nielsen Media Research.

4) Growth of GfK Group 2004 excl. NOP World: 12.8 per cent

Source: company publications, Honomichl Top 50 US 2005

ESOMAR



4

Всемирная неполитическая организация исследователей рынков и общественного мнения.

Год основания - 1948

4000 членов в более, чем 100 странах мира

Оборот рынка маркетинговых исследований

Мил. Долл.

5

Регион	2002	2003	2004	прирост 2003/2004 %
Члены Европейский Союза 15	6,327	7,59	8,827	5.2
Новые члены Союза	191	249	299	10.5
Остальная Европа	368	454	534	10.7
Вся Европа	6,885	8,293	9,66	5.6
Северная Америка	6,707	7,137	7,853	9.5
Центральная и Южная Америка	632	720	830	14.8
Азиатско-тихоокеанский регион	2,239	2,526	2,863	6.5
Ближний Восток и Африка	205	251	294	8.6
Весь мир	16,668	18,928	21,501	7.5

TOP 25 рынков мира, оборот в млн.долл.

	2002	2003	2004
США	6,307	6,660	7,319
Англия	1,755	1,997	2,362
Германия	1,492	1,805	2,084
Франция	1,261	1,580	1,836
Япония	1,057	1,190	1,229
Италия	461	581	671
Канада	400	477	534
Испания	311	395	472
Австралия	304	383	456
Китай	302	306	371
Нидерланды	256	305	336
Швеция	223	273	309
Мексика	243	267	296
Бразилия	181	222	267
Корея	136	161	184
Швейцария	133	162	183
Бельгия	135	146	163
Южная Африка	79	117	143
Финляндия	90	113	128
Дания	89	106	125
Польша	81	97	113
Россия	70	85	110
Австрия	79	96	107
Норвегия	81	90	97
Тайвань	83	81	96

Расходы маркетинговых исследований и рекламы на душу населения в отдельных странах Европы

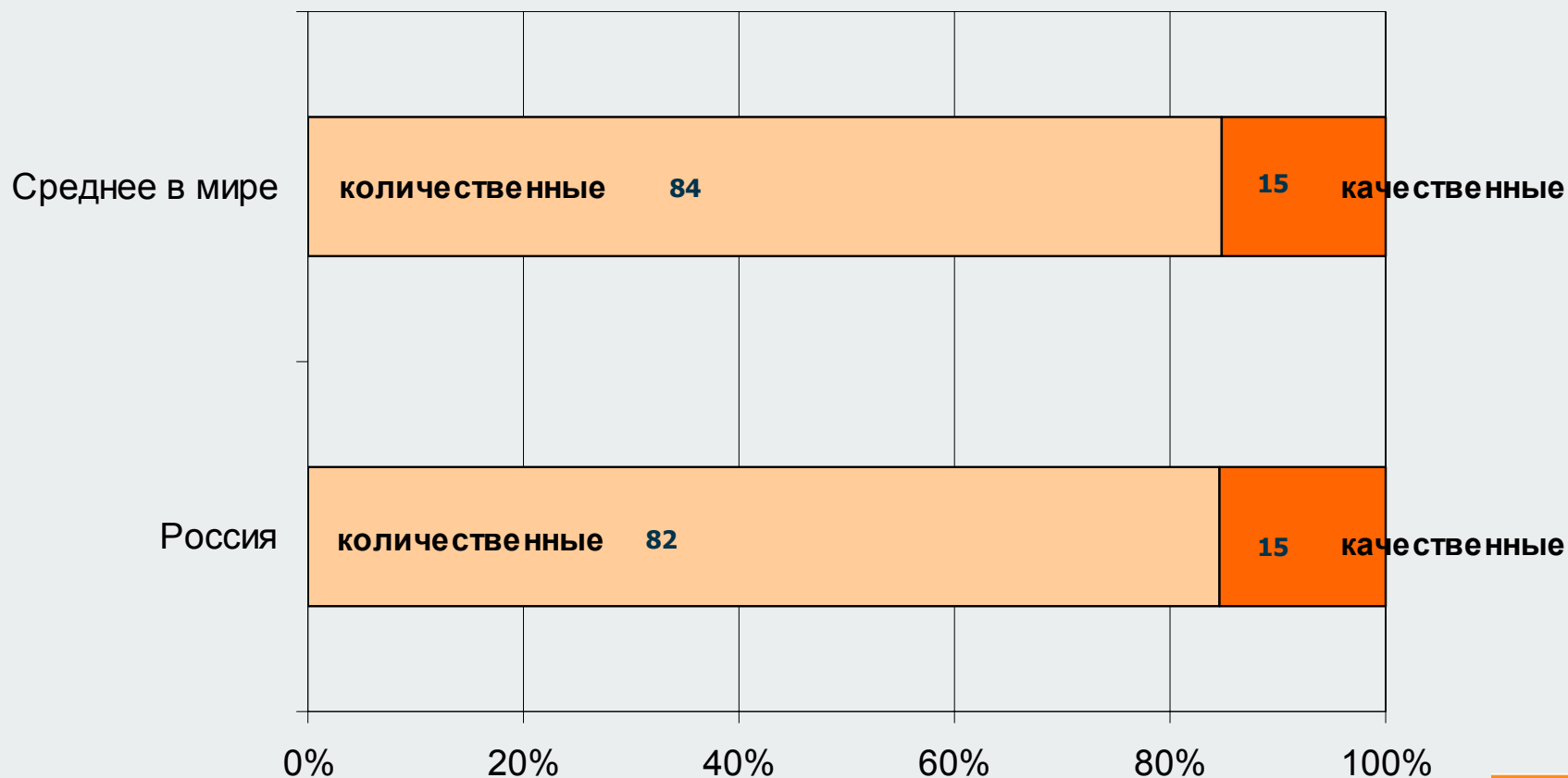
Долл.

7

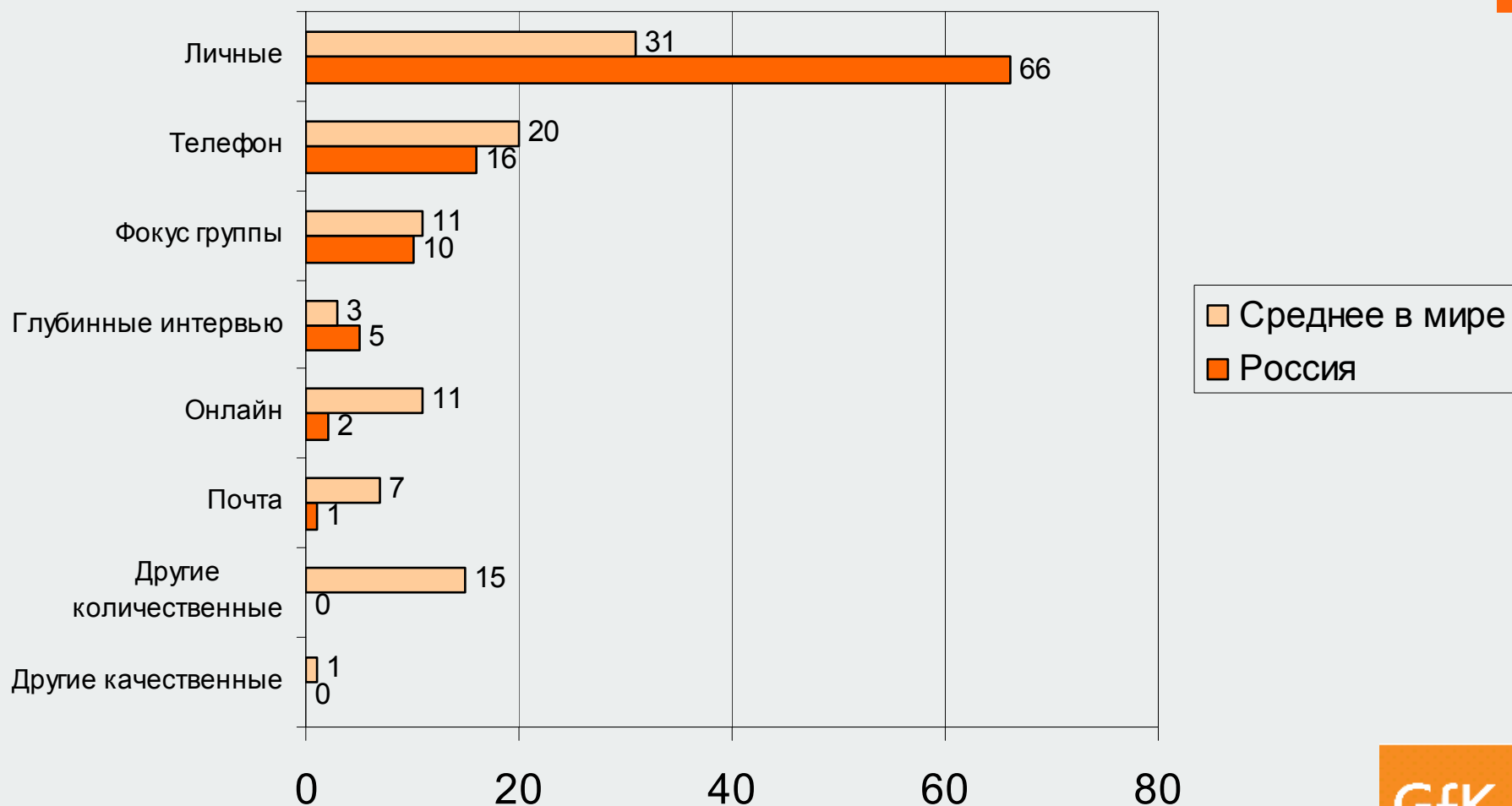
	Маркетинговые исследования	Реклама
Германия	25,3	245,8
Австрия	13,2	326,7
Польша	2,9	67,2
Чехия	6,3	64,6
Россия	0,8	23,6
Украина	0,4	42,2

Процентное соотношение методов исследований

8



Процентное соотношение методов исследований



Процентное соотношение методов исследований

10

	Ad Hoc	Omnibus	Panel	Other Continuous	Другие
Среднее в мире	53	4	28	11	4

Германия	55	4	35	6	0
Польша	64	4	26	6	0
Чехия	61	5	14	17	3
Россия	65	5	25	5	0
Украина	70	8	20	2	0

Процентное соотношение по типам клиентов

11

	Производ- ство	B2B	Оптовая и рознич- ная торговля	Финан- совые услуги	Сфера обслужи- вания	Государ- ствен- ный сектор	Медиа	Реклам- ные агент- ства	Иссле- дате- льские инсти- туты
Среднее в мире	46	3	4	4	5	7	16	3	3

Германия	68	0	2	4	4	2	11	1	5
Польша	49	1	3	4	10	3	16	5	7
Чехия	40	5	7	12	12	3	10	3	5
Россия	50	10	5	5	3	2	15	5	3
Украина	49	6	6	0	6	19	10	3	1

Маркетинговые исследования в России

12



АРМИ-Маркетинг



Аналитический центр



ACNielsen



Башкирова и партнеры



Бизнес Аналитика



Validata



**Всероссийский Центр Изучения
Общественного Мнения**



Аналитический центр Юрия Левады



ГфК-Русь



IMCA

Институт сравнительных социальных исследований



Ipsos



Qualitel Data Services



Комкон



Маграм



Никколо М



O+K Маркетинг+Консалтинг



**Общероссийский общественный Фонд
«Общественное мнение»**



TNS Гэллап Медиа



Исследовательская группа ЦИРКОН

GfK



2

Презентация базовой кафедры ГфК-Русь

GfK Group: головной офис в Нюрнберге



14

GfK Group: история

15

1925:

Основан как „Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware“

**1934:**

Основан как GfK-Nürnberg e.V.

**1949:**

Второе открытие GfK

**1990:**

Реструктуризация компании (акционерная корпорация)

Фокус на интернационализацию

1990:

Акции ГфК поступают в продажу на биржу во Франкфуркте

Май 2005:

GfK Group приобретает NOP World

GfK

GfK Group: Правление

			Общий стаж	Стаж в ГФК
<u>Исполнительный директор</u>	Professor Dr. Klaus L. Wübbenhorst		24	13
<u>Финансовый директор</u>	Christian Weller von Ahlefeld		23	-
<u>Custom Research</u>	Petra Heinlein		21	20
<u>Retail and Technology</u>	Dr. Gérard Hermet		27	21
<u>Consumer Tracking, HealthCare and Media</u>	Wilhelm R. Wessels		27	27

GfK Group 2005

17

Продажи

EUR 672 миллионов в 2004 году не включая NOP World
Рост по сравнению с предыдущим годом: +12.8%
EUR 990 миллионов в 2004 году включая NOP World

Штат

Более 7 600 штатных сотрудников

Услуги

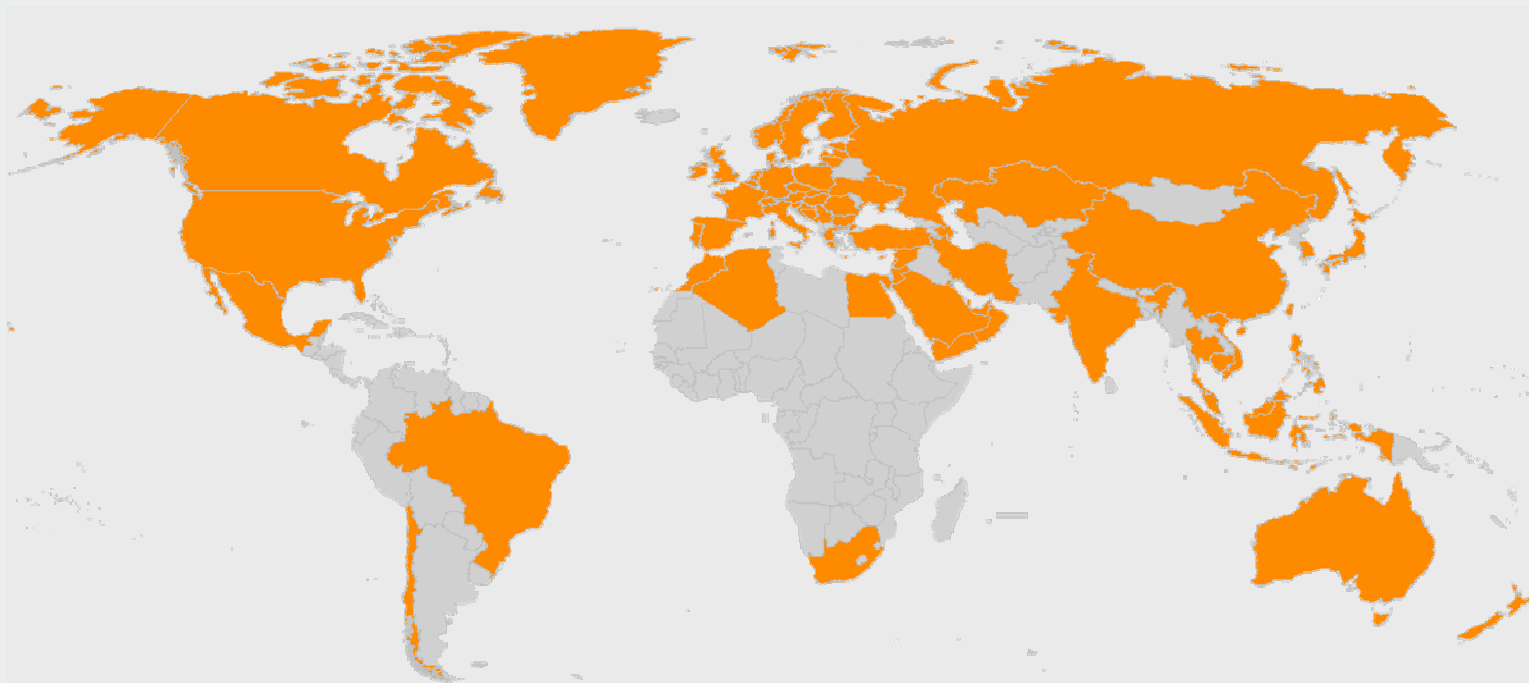
Всесторонние информационные услуги в области
потребительских товаров и услуг, ноу-хау и
маркетинговых консультаций

Сеть

Более 130 дочерних компаний и филиалов в 63 стране
на 5 континентах

GfK Group в мире

18



Algeria
Australia
Austria
Azerbaijan
Bahrain
Belgium
Bosnia-Herzegovina
Brazil
Bulgaria
Cambodia
Canada
Chile

China
Croatia
Czech Republic
Denmark
Egypt
Estonia
Finland
France
Germany
Greece
Hong Kong
Hungary

India
Indonesia
Iran
Ireland
Italy
Japan
Jordan
Kazakhstan
Korea
Kuwait
Latvia
Lebanon

Lithuania
Malaysia
Mexico
Morocco
Netherlands
New Zealand
Norway
Oman
Philippines
Poland
Portugal
Qatar

Romania
Russia
Saudi-Arabia
Serbia and
Montenegro
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
Spain
Sweden
Switzerland

Syria
Taiwan
Thailand
Turkey
Ukraine
United Arab
Emirates
United Kingdom
USA
Vietnam
Yemen

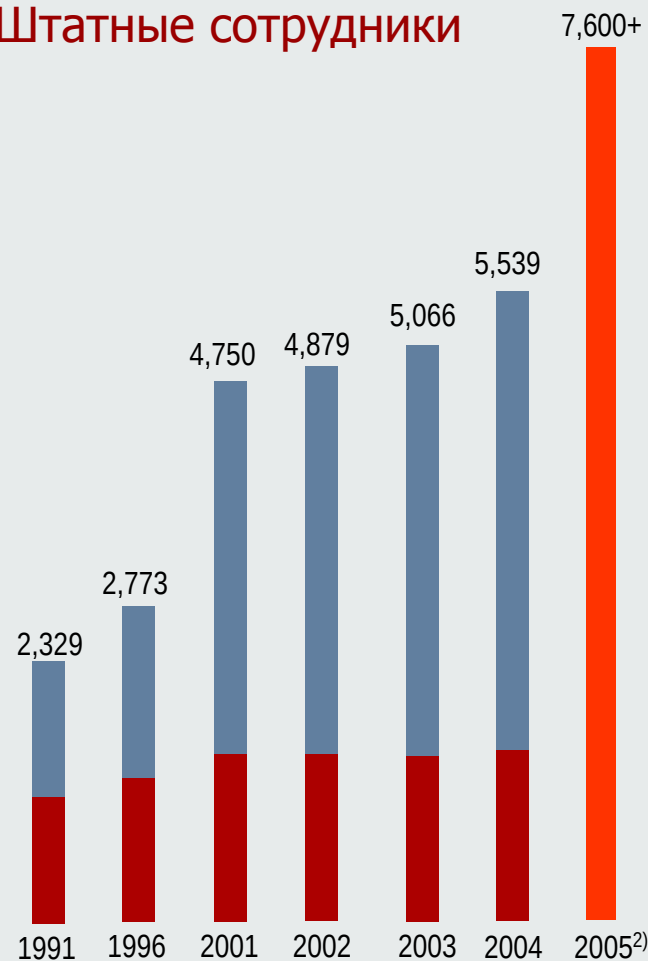
Непрерывный рост

19

Продажи в милл.EUR



Штатные сотрудники



1) Figures as of 2001 according to US GAAP, figures before 2001 according to HGB

2) incl. NOP World

* pro forma calculation

Пять взаимодействующих направления GfK

20

Consumer Tracking

Потребительская и розничная панель для производителей и представителей розничной торговли

Non-Food Tracking

Панель исследований розничной торговли для производителей и представителей розничной торговли

HealthCare

Разработка продукта и управление брендом, эффективность рекламы, лояльность, измерение доли рынка продукта на ветеринарном рынке, рынке стоматологии, медицинских услуг

Ad Hoc Research

Разработка продукта и управление брендом во всех отраслях на основе интервью и тестирований рынка

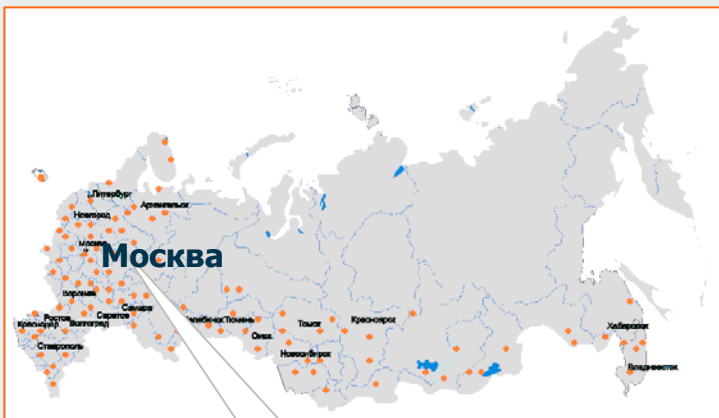


Media

Измерение аудитории на основе интервью и панели а также тестирование ответной реакции TV, принт, радио и Интернет потребителей

ГфК-Русь – 2005

21



WWW.GFK.RU



МОСКВА, РЯЗАНСКИЙ ПРОСПЕКТ
Д. 8А, ЭТАЖ 11

Growth from Knowledge

14 лет работы в России

Более 600 проектов для 250 клиентов

Исследования в 86 субъектах РФ

146 исследователей

Полевые работы: > 250 000 интервью

Руководство компании GfK RUS

22



Генеральный директор GfK RUS
Александр Демидов



Заместитель Гендиректора
Сергей Яшко

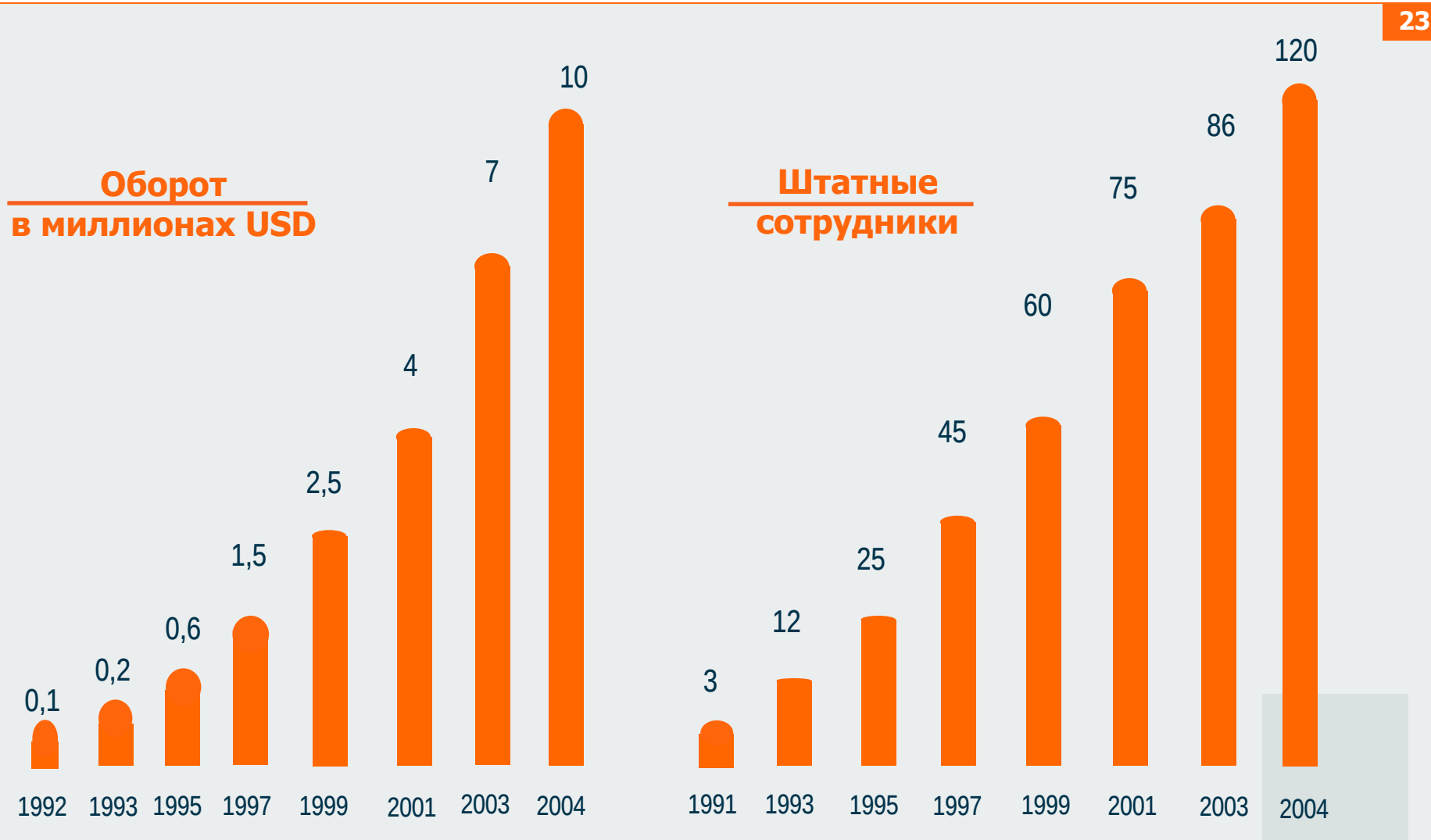


Руководитель
информационно-аналитического центра
Асхат Кутлалиев



Заместитель Гендиректора
Марина Безуглова

Непрерывный рост



GfK Rus – основные направления деятельности

24

Household Panel

Национальная панель
5000 домохозяйств.
Более 80 товарных
категорий

Retail Panel

Более 4000 розничных торговых
точек в крупнейших городах
России
50 товарных групп

Healthcare Research

Рынки:
Фармацевтический
Медицинских услуг
Ветеринария
Стоматология

Ad Hoc Research

Количественные и
качественные исследования
Трэкинговые исследования
GfK Omnibus

Media Research

Российская Медиа Карта
Региональные Рекламные Рынки
Ad hoc СМИ и Интернет

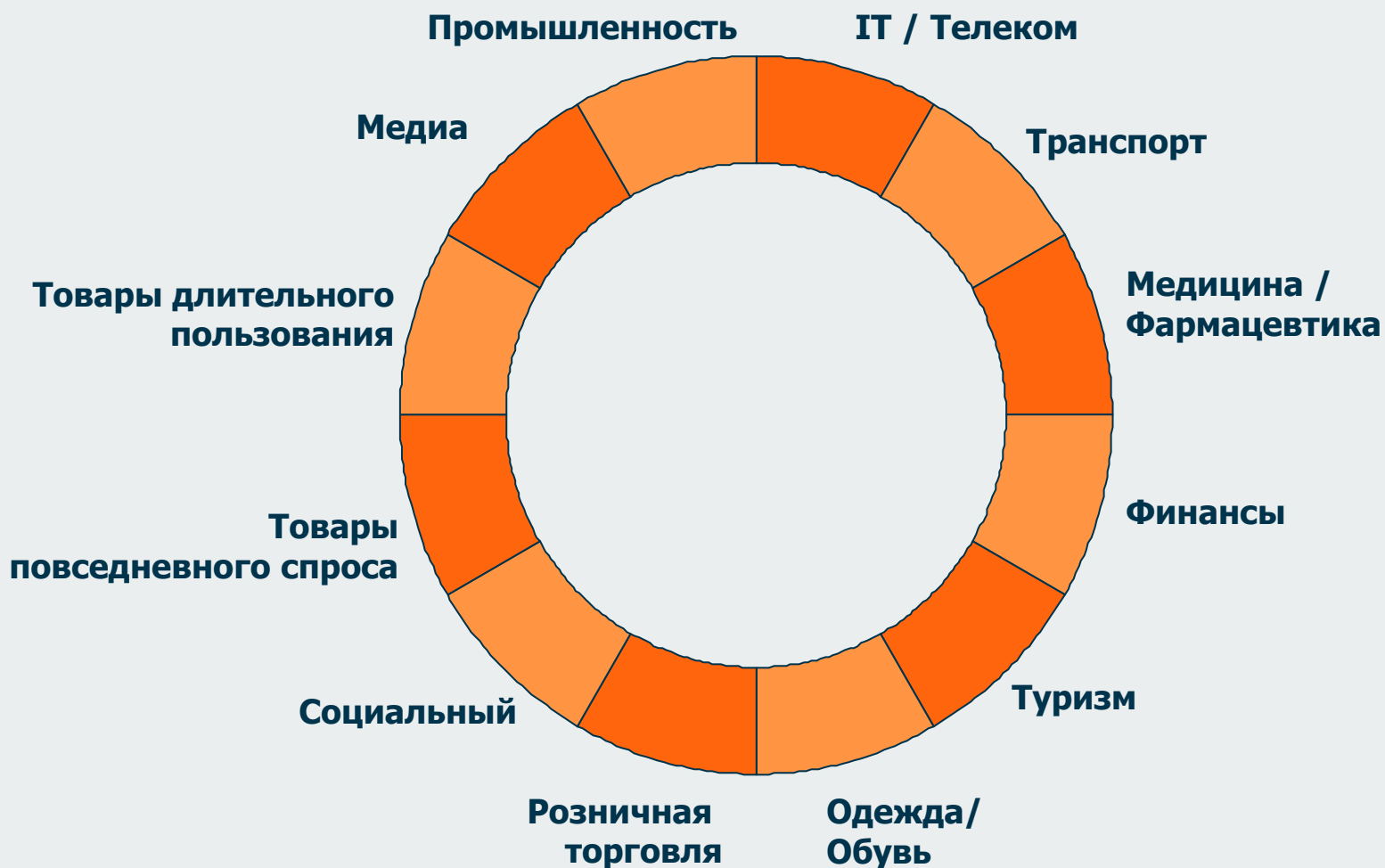
Позиции GfK по стратегическим направлениям

25

	В мире	В Европе	В России
Consumer Tracking	-	②	①
Retail & Technology	①	①	①
Media	-	①	②
Ad Hoc Research	⑦	⑤	①
GfK	⑤	④	②

Исследуемые рынки

26



Методы и инструменты сбора данных

27



GfK

GfK КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

86 субъектов РФ; любые выборки
face2face, CATI, CAPI, CAWI
простые и бизнес-интервью

GfK КАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

фокус-группы, холл-тесты,
глубинные интервью, наблюдения,
маркетинговые эксперименты

КАБИНЕТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И МОНИТОРИНГ ПРЕССЫ

ПАНЕЛЬ ЦЕН И ДИСТРИБУЦИИ

20 городов: киоски, магазины,
супермаркеты, рынки

GfK ОМНИБУС

Всероссийский
репрезентативный опрос
2100 респондентов, face2face
8 волн в год

Методы и инструменты сбора данных

28

ПАНЕЛЬ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

**5000 домашних хозяйств,
включая сельское население
Более 80 продуктовых групп**

NON-FOOD RETAIL AUDIT

**Более 4000 торговых точек
в крупнейших городах РФ
50 товарных групп**

МЕДИА-КАРТА РОССИИ

**45 городов
400 телеканалов
5000 домохозяйств**



The GfK logo is positioned over a map of Russia. Several cities are labeled on the map: Воронеж, Самара, Саратов, Челябинск, Тюмень, Омск, Ростов, Краснодар, Волгоград, Ставрополь, and Н. Three orange arrows originate from the GfK logo and point towards the three data boxes on the right.

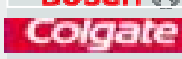
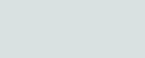
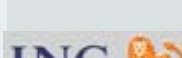
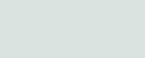
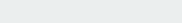
GfK

Брендовые инструменты GfK на всех этапах жизненного цикла товаров и услуг



GfK основные клиенты в 2004 году

30

	ABN AMRO Bank		Kraft Foods		Балтика
	Arla Foods		Kingfisher		Балтимор
	Audi AG		Mars		Вимм-Билль-Данн
	Beiersdorf		Master Foods		Вымпелком
	Berlin-Chemie		McKinsey & Co		Инвар
	Binatone		Molinos International S.A.		Ингосстрах
	Boeringer Ingelheim		Nestle		ММБ
	Bosch Siemens Hausgerate		Novartis		МТС
	Bosch Siemens Hausgerate		Novo-Nordisk		Патерсон
	Bristol-Myers Squibb		Orkla Food		Ренессанс страхование
	Colgate Palmolive		P.A.S.A.		Росно
	Colgate Palmolive		Pernod Ricard		Росгосстрах
	Chipita		Philip Morris		СТС
	Daewoo		PROCTER & GAMBLE		Талосто
	Eastman Kodak		Reckitt Benckiser		ТНК
	Energizer		Renault		ТНК
	Frito Lay		Sanofi-Aventis		Трастбанк
	Gillette		Samsung Electronics Co., Ltd.		Ударница
	Gillette		Servier		Уралсиб
	GlaxoSmithKline		Shering-Plough		
	Henkel		SIG Combibloc		
	Hochland		Twinings		
	Home Credit & Finance Bank		Unilever		
	ING Bank Eurasia		Volkswagen Group		
	Janssen-Cilag PHARMACEUTICA		Wrigley		

Планы работы базовой кафедры ГфК

31

- Факультатив «Практические вопросы организации и проведения маркетинговых исследований (для **20-25** студентов факультетов менеджмента и социологии / Приложение 1/
- Курс для студентов **4** курса "Социологические методы в маркетинговых исследованиях"
- Курс для студентов **5** курса «Методы оценки эффективности рекламы»
- Семинары зарубежных специалистов ГфК в области маркетинговых исследований для студентов факультетов социологии и менеджмента / Проф.Р.Бретшнайдер, Австрия, проф.Р.Вилднер, Германия/
- Практикум студентов **3** курса на базовой кафедре (**2005/2006 – 4** студента)
- Практика студентов **4** курса в подразделениях ГфК -Русь (весна-лето **2006**, **5** студентов)
- Практика студентов в компании ГфК в Австрии и Германии
- Работа студентов по отдельным проектам ГфК-Русь
- Подготовка студенческих работ, конференции, публикации

Мастер классы ГфК-Русь:

32

	Тема	Кол. академ. часов	Лектор
1	Обзор мирового и российского рынков маркетинговых исследований	4	А. Демидов.
2	Технология проведения маркетинговых проектов в крупных исследовательских организациях.	4	Безуглова М.
3	Основные принципы и практика взаимодействия клиентов и исполнителей маркетинговых исследований	2	Зиверт К.
4	Организация полевых работ в крупной исследовательской организации.	4	Эткина Т.
5	Основные типы исследований в практике международных исследовательских организаций в России	8	Демидов А.
6	Презентация результатов исследований. Принципы и практика	4	Яшко С.
7	Особенности работы администрации маркетингового агентства. Организационные и финансовые аспекты.	4	Демидов А.
8	Основные принципы управление персоналом в маркетинговом агентстве	2	Костылева Н.
9	Обработка данных и анализ информации	8	Кутлалиев А.

Спасибо за внимание