

ОДЕСЬКА ОБЛАСНА ОРГАНІЗАЦІЯ ВГО «УКРАЇНЬСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ»: ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ПРОЕКТУ ПРОФЕСІЙНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ



МИХАЙЛО ОКЛАНДЕР

*д.е.н., професор,
Голова Одеської обласної організації
ВГО «Українська асоціація маркетингу»*



ОКСАНА ЯШКІНА

*д.е.н., доцент
сертифікований викладач ВГО
«Українська асоціація маркетингу»
Одеська обласна організація ВГО
«Українська асоціація маркетингу»*

В умовах посилення конкуренції зростає потреба в інструменті, за допомогою якого можна було б визначити та підтвердити кваліфікацію маркетолога. Саме таким інструментом є професійна сертифікація. Система професійної сертифікації діє у національних професійних асоціаціях світу. Статус сертифікованого фахівця, засвідчений професійною асоціацією,

впливає на авторитет серед колег. Сертифікати сприяють зростанню конкурентоспроможності фахівця на ринку праці, є додатковою перевагою в очах потенційних роботодавців, гарантією професійного рівня.

Професії поділяються на регульовані і нерегульовані в залежності від того, чи обов'язкова професійна сертифікація для

роботи в країні. До регульованих професій, де наявність сертифікату відповідної асоціації є необхідною умовою для заняття посади, належать професія адвоката, пілота, лікаря, оцінщик нерухомості. Маркетологи відносяться до нерегульованих професій, наявність сертифікату не є обов'язковою, але бажаною умовою отримання роботи.

В лютому 2008 року ВГО «Українська асоціація маркетингу» (ВГО УАМ) запровадила проект «Професійна сертифікація маркетологів» і піонером в його імплементації стала Одеська обласна організація ВГО УАМ — 4 квітня 2008 року, вперше в Україні, вона почала фахову сертифікацію маркетологів.

Між ВГО УАМ та Одеським національним політехнічним університетом (ОНПУ) була укладена Угода про партнерство з метою забезпечення впровадження системи кваліфікаційних іспитів, які надають можливість незалежної оцінки знань студентів роботодавцями та їх організаціями. На базі ОНПУ був створений Одеський Незалежний сертифікаційний центр під егідою ВГО УАМ, що виконує функції інструменту підвищення якості маркетингової освіти. Створення такого центру відповідає світовій практиці. Існує механізм взаємодії системи вищої освіти та професійних асоціацій щодо сертифікації фахівців. Освіту надають вищі навчальні заклади, які дають основні знання з професії і необхідний теоретичний базис для майбутньої роботи за фахом. Саме вони видають дипломи державного зразка. Професійні асоціації підтверджують наявність навичок і вмінь для виконання професійних функцій на займаній посаді. Асоціації не навчають фахівців, для оцінки рівня знань вони встановлюють зміст іспиту, приймають іспити і видають кваліфікаційні сертифікати.

В Положенні Одеського Незалежно-

го сертифікаційного центру відмічено, що програма сертифікації дозволяє маркетологам отримати кваліфікаційний статус, що відповідає вимогам професії, а керівникам підприємств отримати підтвердження компетентностей співробітників відділу маркетингу.

Договір передбачає, що ОНПУ повинен:

- ✓ сприяти виконанню плану діяльності Незалежного сертифікаційного центру;
 - ✓ забезпечувати умови для прийняття іспитів Незалежним сертифікаційним центром.
- Відповідальність ВГО УАМ передбачає:
- ✓ розроблення навчальних програм;
 - ✓ надання технічної, тренінгової та інформаційної підтримки Незалежному сертифікаційному центру;
 - ✓ забезпечення присутності членів Кваліфікаційної комісії ВГО УАМ на іспитах.

В межах цієї угоди викладачі Одеського Незалежного сертифікаційного центру пройшли підготовку на базі ВГО УАМ за програмою «Менеджер з маркетингових досліджень».

Сертифікація за програмою «Менеджер з маркетингових досліджень» — це визначення кваліфікаційної придатності маркетологів шляхом складання кваліфікаційного іспиту з двох частин:

- ✓ **перша частина — письмова.** Білет містить питання з «Статистичного забезпечення маркетингових досліджень», «Менеджменту дослідницького маркетингового проекту», Міжнародного процесуального Кодексу ICC/ESOMAR, Стандарту якості маркетингових досліджень ВГО УАМ;
- ✓ **друга частина — презентація дослідницького проекту.**

Програма сертифікаційного іспиту відрізняється від програми вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження». Наприклад, під час вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження» за навчаль-

ною програмою студенти спеціальності «Маркетинг» Одеського національного політехнічного університету вивчають у розділі «Обробка результатів анкетування» такі методи аналізу даних в програмному продукті SPSS:

- ✓ первинна статистична обробка даних: таблиці частот, розрахунок характеристик середнього і варіації, оцінка розподілу даних;
- ✓ побудова таблиць зв'язаності даних при вивченні профілів споживачів;
- ✓ перевірку гіпотез про рівність середніх залежних і незалежних вибірок;
- ✓ кореляційний аналіз для сегментування ринку за різними ознаками і визначення можливостей нового товару;
- ✓ регресійний аналіз для виявлення факторів, які значимо впливають на обсяги продажів і прибуток;
- ✓ кластерний аналіз для сегментування ринку за різними ознаками і визначення можливостей нового товару;
- ✓ факторний аналіз для виявлення характеристик товару, що впливають на вибір споживачів.

При підготовці до кваліфікаційного іспиту за результатами вивчення сертифікаційної програми на отримання сертифікату «Менеджер з маркетингових досліджень» студенти додатково вивчають:

- ✓ дискримінантний аналіз для виявлення факторів, що впливають на поведінку і вибір споживачів;
- ✓ дисперсійний аналіз для встановлення відмінності в середніх значеннях залежною змінною для декількох категорій незалежної змінної. Наприклад, чи розрізняються сегменти з точки зору обсягу споживання товару? Чи залежить намір споживачів придбати товар даної торгової марки від різниці в цінах?;
- ✓ багатомірне шкалювання для побудови просторових карт позиціонування торгових марок і визначення характеристик

ідеальних торгових марок;

- ✓ моделювання та прогнозування обсягів продажів за допомогою моделей трендів і сезонності;
- ✓ кодекси ESOMAR і ВГО УАМ;
- ✓ методи планування маркетингових досліджень, складання бюджету, вибірки.

Складання іспиту на отримання сертифікату ВГО УАМ — це, перш за все, можливість впорядкувати та розширити запас знань і навичок. Адже отриманню сертифіката зазвичай передують етап підготовки, в процесі якої структуруються і закріплюються наявні знання та з'являються нові. Крім того, офіційне підтвердження кваліфікації надає додаткову впевненість у власних силах, підвищує самооцінку, а також допомагає визначити програму подальшого зростання і професійного самовдосконалення.

Для роботи в екзаменаційних комісіях ВГО УАМ були залучені керівники провідних маркетингових агенцій та відділів маркетингу підприємств, керівники обласних організацій ВГО УАМ, завідувачі кафедр маркетингу.

Сертифікат ВГО УАМ сприяє зростанню конкурентоспроможності маркетолога на ринку праці, є додатковою перевагою в очах потенційних роботодавців, гарантією професійного рівня, підтверджує, що його власник має необхідні навички та вміння проведення маркетингових досліджень.

Прізвища сертифікованих фахівців публікуються на сайті Української асоціації маркетингу і в журналі «Маркетинг в Україні». Агенції з працевлаштування та рекрутингові агенції Україні уважно відслідковують цю інформацію. Отримання сертифікату дало можливість отримати незалежну оцінку компетентностей та, в свою чергу, претендувати на отримання цікавої і, з часом, високо оплачуваної роботи.

За період впровадження фахової

сертифікації за програмою «Менеджер з маркетингових досліджень» в Одеському Незалежному сертифікаційному центрі сертифікат ВГО УАМ отримало 156 маркетологів.

В Одеському Незалежному сертифікаційному центрі створена база сертифікованих маркетологів і з ними підтримується зв'язок для моніторингу їх професійної діяльності, оцінки впливу професійної сертифікації на кар'єрне зростання. Виявилось, що вони всі забезпечені роботою по спеціальності. Працюють керівниками та маркетинг-директорами промислових підприємств; спеціалістами

зі зв'язків з громадськістю, рекламними директорами і бренд-менеджерами, мерчандайзерами торгових підприємств; керівниками і провідними фахівцями рекламних агентств, туристичних фірм, банків, консалтингових, провайдерських, науково-дослідних підприємств, інформаційних центрів, інвестиційних фондів, агентств нерухомості; фахівцями з організації маркетингових досліджень, аналітиками товарних ринків, експертами з логістики. Деякі мають наукові ступені і працюють викладачами кафедр маркетингу.

Нижче наведені відгуки маркетологів, що пройшли сертифікацію в Одеському Незалежному сертифікаційному центрі

ГУБАРЄВА ЮЛІЯ (отримала сертифікат у 2008 році)

Я отримала сертифікат ВГО УАМ за підсумками кваліфікаційного іспиту у 2008 р. Моїм першим місцем роботи стала рекламна агенція «Медіахолдинг 100%». За 3 роки роботи я отримала досвід у телекомунікаційній сфері, займалась аналізом одеського ринку реклами. У 2010 році я змінила місце роботи й працювала маркетологом у банку «Південний», де займалась просуванням банківських послуг, проведенням маркетингових досліджень цієї галузі, розробкою стратегій для різних регіонів України. У листопаді 2011 я отримала пропозицію щодо роботи за кордоном за контрактом. За ітогами співбесіди, отримала посаду маркетолога у індійській ювелірній компанії «Paliwal Jewellers» у м. Джайпур. Незважаючи на кардинально іншу культуру й ментальність, в Індії діють ті ж самі закони маркетингу, застосовуються методи збору, обробки та аналізу інформації. До того ж, я

завжди з гордістю прикріплюю сертифікат ВГО УАМ до резюме, це додає конкурентну перевагу та є додатковим плюсом в очах роботодавця.

КУЗНЕЦОВ АНДРІЙ (отримав сертифікат у 2008 році).

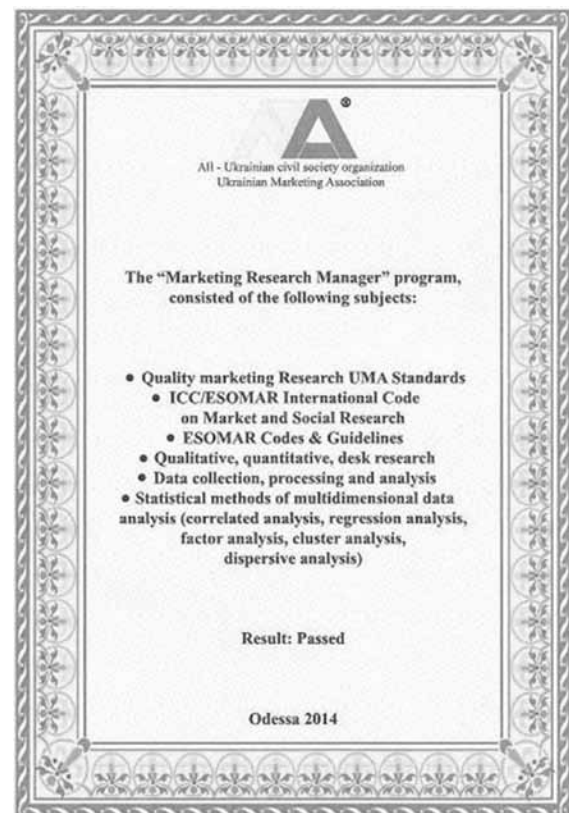
Зараз молодим спеціалістам в області маркетингу дуже важко знайти своє перше місце роботи, особливо хороше та перспективне, тому що роботодавець ставить високі вимоги до кваліфікації робітника та вимагає наявності у нього певного досвіду роботи. Це пов'язано з тим, що на маркетинг покладаються великі зобов'язання з розвитку бізнесу роботодавця. Мені пощастило - мій перший досвід роботи я здобув у відділі маркетингу відомої української національної компанії. А опинився я там багато в чому завдячуючи сертифікату УАМ, про що було відзначено в моєму резюме. На першій співбесіді я навіть презентував свій дослідницький проект, який готував перед сертифікацією. Щодо кар'єри,

то тут можна сказати однозначно - без знань і кваліфікації в області маркетингових досліджень значних висот не здобути. Якщо Ви мрієте стати бренд-менеджером або директором з маркетингу великої компанії, то Вам просто необхідно отримати Сертифікат з маркетингових досліджень, оскільки в іншому випадку Ваша кандидатура буде виглядати неконкурентоздатною.

УСТЕНКО СЕРГІЙ (отримав сертифікат у 2009 році).

Вже не для кого не секрет, що найціннішим ресурсом на сьогоднішній день є інформація. "Хто володіє інформацією, той володіє світом" - філософія найуспішніших людей. Навчаючись на спеціальності "Маркетинг" мені випала нагода розширити свої знання в даній області за допомогою практичної спрямованості курсу УАМ. Кваліфікаційний

сертифікат, отриманий по закінченні, виявився досить значним плюсом до мого резюме. На співбесіді у ДП "Фірма Леда" мені сказали, що додаткові знання в області маркетингових досліджень та сертифікат допоможуть мені в роботі та послужать основою для подальшого росту. На практиці, можна сказати, що з перших днів роботи в компанії, мені довелося вивчати ринок FMCG. Товари повсякденного попиту - ніша з неймовірно високою конкуренцією, тому для успішної роботи слід постійно вивчати продукти, конкурентів, потреби споживачів по кожній групі товарів. Цими питаннями займаються спеціалізовані рекламні агенції, але кваліфіковані працівники відділу маркетингу самої фірми можуть проводити ту саму роботу. В результаті значна економія фінансових ресурсів на маркетингових дослідженнях та розробках рекламних



концепцій. А окремий бонус - це професійний та кар'єрний ріст. За два роки роботи, завдяки практичним знанням УАМ, починав асистентом відділу, тепер займаюсь питаннями бренд-менеджменту. Хочу побажати кожному майбутньому спеціалісту закінчити курси УАМ та отримати сертифікат - свою першу кваліфікаційну заслугу.

ШАРГОРОДСЬКА СВІТЛАНА (отримала сертифікат у 2012 році).

Необхідність отримати сертифікат «Менеджер з маркетингових досліджень» виникла у мене вже безпосередньо під час роботи в рекламному агентстві. Різноманітність обов'язків маркетолога на такій посаді включала і участь в замовних маркетингових дослідженнях. Наявність сертифіката УАМ у співробітника агентства стало для

організації вагомою конкурентною перевагою. Для мене ж це означало значне розширення обов'язків і повноважень. З випускниці без істотного досвіду роботи я перетворилася в очах співробітників і клієнтів в сертифікованого фахівця, який підтвердив свої знання і вміння в галузі досліджень перед комісією з провідних фахівців даної галузі в нашій країні.

КУРЕЙКІНА КРИСТИНА (отримала сертифікат у 2010 році).

Сертифікат-це моя додаткова конкурентна перевага. Коли я влаштувалася в рекламне агентство, однією з умов були знання з проведення маркетингових досліджень і аналізу даних. Ось тут мій сертифікат і став у нагоді, мої знання в цій галузі були підтверджені практично.

Маркетинг відіграє провідну роль в економіці в умовах нестабільності, непередбачуваності, турбулентності ринкового середовища. Вміння використовувати маркетингові технології дозволяють вести успішну конкурентну боротьбу. В умовах конкуренції сильні перемагають слабих, а розумні — сильних. Мета Одеської обласної організації ВГО УАМ полягає в тому, щоб сприяти формуванню у маркетологів компетентностей, які дозволять їм стати переможцями в професії.

