



GfK.Growth from Knowledge



ПРОПОЗИЦІЯ

“Регулярне дослідження електоральних настроїв населення в 2011 році”

Пропозиція від 10.03.2011

Від: GfK Ukraine

Контактна особа:

Інна Волосевич,
старший дослідник відділу досліджень ринків послуг,
відповідальна за соціально-політичні та медійні дослідження
Тел: (044) 230-0260
E-mail: Inna.Volosevych@gfk.com



Зміст

1. Цілі та формат дослідження	2
2. Методологія дослідження	2
3. Продукти дослідження	2
4. Вартість замовлення.....	3
5. Терміни проведення	3
6. Анкета дослідження	4
7. Додавання запитань до опитувальника.....	10
8. Умови бізнесу компанії GfK Ukraine.....	11
9. Чому саме GfK Ukraine?	11
10. Відповідний досвід GfK Ukraine	11
11. Управління проектом	13
12. Команда GfK Ukraine.....	14
13. Наші клієнти	14
14. GfK Ukraine	15

1. Цілі та формат дослідження

У 2009 році компанія GfK Ukraine розпочала регулярне синдиковане дослідження електоральних настроїв населення в межах щомісячного Омнібусу.

Мета даного дослідження – регулярне отримання інформації щодо динаміки електоральних настроїв українців.

Дослідження включає 29 питань: 8 питань щодо електоральних настроїв та 14 соціально-демографічних показників.

Питання щодо електоральних настроїв включають наступну інформацію:

- Загальну оцінку політичного становища країни виборцями;
- Суспільні проблеми, що найбільше турбують виборців;
- Рівень довіри до основних політичних лідерів;
- Потенціал політичних партій;
- Електоральні прихильності в перспективі майбутніх парламентських виборів;

Дані дослідження дозволяють визначати ключові характеристики наявного та потенційного електорату (цільової аудиторії) політичних партій та лідерів.

2. Методологія дослідження

- Щомісячне опитування 1000 респондентів віком від 16 років по всій Україні (кількість респондентів віком 16-17 років у вибірці не перевищує 40);
- Національно репрезентативна квотна маршрутна вибірка, з квотами за областю, розміром населеного пункту, віком та статтю респондента;
- Метод опитування – особисте інтерв'ю вдома у респондента;
- Річна вибірка дослідження складає 12000 респондентів, що є достатньою кількістю для аналізу на обласному рівні.

3. Продукти дослідження

- Таблиці розподілу відповідей усіх соціально-демографічних груп у форматі Excel із позначенням статистично значущих змін у порівнянні із попередніми хвилями дослідження;
- Массив даних в форматі SPSS.

Можливе замовлення аналітичних звітів за додаткову плату.

4. Вартість замовлення (без урахування ПДВ)

Вартість замовлення однієї хвили дослідження у 2011 році складає 6000 грн., вартість квартального замовлення на 3 хвили омнібусу складає 16 500 грн., вартість річної підписки складає 55 000 грн. При підписці на 2 та більше квартали дані за попередні квартали 2010 року надаються безкоштовно.

5. Терміни проведення різних етапів дослідження

Місяць \ етап дослідження	Внесення змін до анкети до	Польовий етап	Масив даних і таблиці	Короткий звіт
Січень	23.12.2010	17-11.02	18.02	-
Лютий	20.01	01-28.02	07.03	-
Березень	21.02	01-29.03	05.04	21.04
Квітень	17.03	01-29.04	11.05	-
Травень	21.04	11.05-08.06	15.06	-
Червень	19.05	01.06-30.07	08.07	26.07
Липень	17.06	01-29.07	05.08	-
Серпень	19.07	01-31.08	07.09	-
Вересень	18.08	01-30.09	07.10	25.10
Жовтень	20.09	03-31.10	07.11	-
Листопад	18.10	01-30.11	07.12	-
Грудень	18.11	01-30.12	15.01.2011	17.02.2012

ПОЛІТИКА

R1. ЯК ВИ ДУМАЄТЕ, СПРАВИ В УКРАЇНІ В ЦІЛОМУ РОЗВИВАЮТЬСЯ У ПРАВИЛЬНОМУ НАПРЯМКУ ЧИ ВАМ ЗДАЄТЬСЯ, ЩО КРАЇНА РУХАЄТЬСЯ НЕПРАВИЛЬНИМ ШЛЯХОМ?*Тільки одна відповідь.*

Правильний напрямок	1
Неправильним шляхом	2
Важко відповісти (Не зачитувати)	3

R2. ОСЬ ПЕРЕЛІК ПРОБЛЕМ, ЯКІ ЗАРАЗ НЕПОКОЯТЬ ЛЮДЕЙ. ЗАЗНАЧТЕ, БУДЬ-ЛАСКА, ТРИ З НИХ, ЯКІ ЗАРАЗ ОСОБИСТО ВАС ТУРБУЮТЬ НАЙБІЛЬШЕ. ПРОСТО НАЗИВАЙТЕ НОМЕРИ.*☞ КАРТКА R2. Не більше п'яти відповідей.*

Злочинність, незадовільна робота правоохоронних органів	01
Криза державного управління, відсутність порядку в країні	02
Незадовільна робота житлово-комунального господарства	03
Спад виробництва	04
Нестабільний курс гривні	05
Наркоманія, алкоголізм	06
Висока смертність і низька народжуваність	07
Інфляція, зростання цін	08
Нестача грошей, щоб жити нормально й не впасти в борги	09
Корупція, хабарництво виборних і посадових осіб	10
Напружені міжнародні стосунки	11
Байдужість влади до проблем простих громадян	12
Якість освіти	13
Забруднення навколишнього середовища	14
Відсутність доступного житла	15
Непрозорий ринок землі	16
Безробіття	17
Неспроможність основних політичних сил домовлятися	18
Низький рівень медичного обслуговування	19
Інше (не на картці)	20
Нічого з перерахованого (не на картці)	21
Важко відповісти (не на картці)	22

R3. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЯКБИ НАСТУПНОЇ НЕДІЛІ ЗНОВУ ВІДБУВАЛИСЬ ПРЕЗИДЕНСЬКІ ВИБОРИ, ЗА КОГО Б ВИ ПРОГОЛОСУВАЛИ?

Одна відповідь. Запишіть у таблицю нижче.

R4. А ЗА КОГО ВИ ПРОГОЛОСУВАЛИ У ПЕРШОМУ ТУРІ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 17 СІЧНЯ 2010 РОКУ? Не зачитуйте! Одна відповідь. Запишіть у таблицю нижче

R5. А ЗАРАЗ ДАВАЙТЕ ПОГОВОРИМО ПРО ДОВІРУ ДО ДЕЯКИХ З ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ. ДЛЯ ВІДПОВІДЕЙ ВИКОРИСТОВУЙТЕ, БУДЬ ЛАСКА, ШКАЛУ « ПОВНІСТЮ ДОВІРЯЮ, СКОРІШЕ ДОВІРЯЮ, СКОРІШЕ НЕ ДОВІРЯЮ, АБО ЗОВСІМ НЕ ДОВІРЯЮ». НАСКІЛЬКИ ВИ ДОВІРЯЄТЕ

Зачитайте по черзі імена політиків з таблиці від 1 до 14. Одна відповідь в рядку.

		Ошибк а! Источ ник ссыл ки не най ден .	Ошибк а! Источ ник ссыл ки не най ден .	R5					Важко відповісти (Не зачитувати)
				Повністю довіряю	Скоріше довіряю	Скоріше не довіряю	Зовсім не довіряю	Не знаю хто це такий	
1	Анатолій Гриценко	1	1	1	2	3	4	5	6
2	Віталій Кличко	2	*	1	2	3	4	5	6
3	Володимир Литвин	3	3	1	2	3	4	5	6
4	Юрій Луценко	4	*	1	2	3	4	5	6
5	Олександр Мороз	5	5	1	2	3	4	5	6
6	Петро Симоненко	6	6	1	2	3	4	5	6
7	Сергій Тігіпко	7	7	1	2	3	4	5	6
8	Юлія Тимошенко	8	8	1	2	3	4	5	6
9	Олег Тягнибок	9	9	1	2	3	4	5	6
10	Леонід Черновецький	5	*	1	2	3	4	5	6
11	Віктор Ющенко	11	11	1	2	3	4	5	6
12	Віктор Янукович	12	12	1	2	3	4	5	6
13	Арсеній Яценюк	13	13	1	2	3	4	5	6
14	Микола Азаров	*	*	1	2	3	4	5	6
15	Інший (запишіть)	15	15	*	*	*	*	*	*
16	Проти всіх	16	16	*	*	*	*	*	*
17	Не ходив на вибори	17	17	*	*	*	*	*	*
18	(Не зачитувати) Не пам'ятаю/відмова	18	18	*	*	*	*	*	*

R6. ПОДИВІТЬСЯ, БУДЬ ЛАСКА, НА КАРТКУ І СКАЖІТЬ, ЯКБИ ВИБОРЧИЙ СПИСОК НА ВИБОРАХ ДО ВЕРХОВНОЇ РАДИ БУВ ТАКИЙ, ЯК НА КАРТЦІ, ЗА ЯКІ ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ ТА БЛОКИ ВИ ТОЧНО НІКОЛИ НЕ ПРОГОЛОСУВАЛИ Б?

☑ КАРТКА 06. Можливі кілька відповідей. Запишіть у таблицю нижче



**R7. А ЗА ЯКІ ПАРТІЇ АБО БЛОКИ З ЦЬОГО СПИСКУ ВИ МОГЛИ Б ПРОГОЛОСУВАТИ? У
ВІДПОВІДІ НА ЦЕ ЗАПИТАННЯ ВКАЖІТЬ ВСІ ПАРТІЙ ТА БЛОКИ, ЯКИМ ВИ
СИМПАТИЗУЄТЕ.**

Можливі кілька відповідей. Запишіть у таблицю нижче

R8. ЯКБИ ВИБОРИ ДО ВЕРХОВНОЇ РАДИ ВІДБУВАЛИСЯ У НАСТУПНІ ВИХІДНІ, ЗА ЯКУ ПАРТІЮ АБО БЛОК ПАРТІЙ ІЗ ТАКОГО СПИСКУ ВИ Б ПРОГОЛОСУВАЛИ?

Одна відповідь. Запишіть у таблицю нижче

	Ошибка! Источник ссылки не найден.	R7	R8
Партія «Гражданская позиция» (Гриценко)	1	1	1
Партія Віталія Кличка «Удар»	2	2	2
Блок Леоніда Черновецького	3	3	3
Народна партія (Литвин)	4	4	4
Блок «Наша Україна» (Ющенко, Уляненченко)	5	5	5
Блок «Народна самооборона» (Луценко)	6	6	6
«Батьківщина» (Тимошенко)	7	7	7
Всеукраїнське об'єднання «Свобода» (Тягнибок)	8	8	8
Комуністична партія України (Симоненко)	9	9	9
Партія «Єдиний центр» (Балога, Кріль)	10	10	10
Партія регіонів (Янукович, Азаров, Герман)	11	11	11
Партія Зелених України (Кондратюк)	12	12	12
Партія «Сильна Україна» (Тігіпко)	13	13	13
Партія «Фронт змін» (Яценюк)	14	14	14
Прогресивна соціалістична партія (Вітренко)	15	15	15
Соціалістична партія України (Цушко, Мороз)	16	16	16
Інша партія/блок	17	17	17
Не голосуватиму	18	18	18
Проти всіх	19	19	19
Важко сказати (не на картці)	20	20	20

ДЕМОГРАФІЯ

D1. ВКАЖІТЬ ВАШ СІМЕЙНИЙ СТАН?

- Не одружений / не одружена 1
 Одружений / одружена 2
 Розлучений/розлучена 3
 Вдівець/вдова 4
 Відмова відповідати 5

D2. СКІЛЬКИ ЧОЛОВІК, ВКЛЮЧАЮЧИ ВАС, ПРОЖИВАЄ В ВАШІЙ СІМ'І? Я МАЮ НА УВАЗІ ТИХ ЧЛЕНІВ РОДИНИ, ХТО ПРОЖИВАЄ З ВАМИ НА ОДНІЙ ЖИТЛОВІЙ ПЛОЩІ (ВКЛЮЧАЮЧИ ДІТЕЙ) І ВЕДЕ СПІЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО

Запишіть кількість. /___/___/

D3. ЧИ ПРОЖИВАЮТЬ ВАШІ ДІТИ (НЕ ОНУКИ) РАЗОМ З ВАМИ?

Зачитайте. Можливо декілька відповідей.

- Так, діти до 7 років 1
 Так, діти від 7 до 18 років 2
 Так, діти старші ніж 18 років 3
 Немає дітей / не проживають разом з вами 4

D4. НАЗВІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, СВІЙ ОСНОВНИЙ РІД ЗАНЯТЬ.

Покажіть респонденту картку **Ошибка! Источник ссылки не найден..** Лише одна відповідь на кожного члена сім'ї.

Працює за наймом	Зареєстрований ПП	Самозайнятий	Студент / учень	Домогосподарка	Пенсіонер	Тимчасово не працює	Інше (запишіть)
1	2	3	4	5	6	7	8

D5. ЗАДАЙТЕ ПИТАННЯ, ЯКЩО РЕСПОНДЕНТ ПРАЦЮЄ (АЛЬТЕРНАТИВИ 1-3 У ПИТАННІ ОШИБКА! ИСТОЧНИК ССЫЛКИ НЕ НАЙДЕН.). В ІНШОМУ РАЗІ ПЕРЕХОДЬТЕ ДО ПИТАННЯ ОШИБКА! ИСТОЧНИК ССЫЛКИ НЕ НАЙДЕН.. ПОДИВІТЬСЯ НА ЦЮ КАРТКУ І СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, КИМ САМЕ ВИ ПРАЦЮЄТЕ?

Покажіть картку **Ошибка! Источник ссылки не найден..** Запишіть відповідь у таблиці нижче. Лише одна відповідь.

D6. ПОДИВІТЬСЯ НА ЦЮ КАРТКУ І СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЯКА У ВАС ОСВІТА?

Покажіть картку **Ошибка! Источник ссылки не найден..** Запишіть відповідь у таблиці нижче. Лише одна відповідь.

Респондент	Ошибка! Источник ссылки не найден.. Ким працюють										Ошибка! Источник ссылки не найден.. Освіта										
	Працюють за наймом					ПП і самозайняті															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	1	2	3	4	5	6	7
	Керівник підприємства / установи, 6 чи більш співробітників	Керівник підприємства / установи, 5 чи менше співробітників	Керівник середньої ланки, керівник підрозділу, відділу, 6 чи більш співробітників	Керівник середньої ланки, керівник підрозділу, відділу, 5 чи менше співробітників	Фахівець з вищою освітою без керівних функцій	Службовець без вищої освіти, працює переважно в офісі	Службовець без вищої освіти, працює не в офісі (у т.ч. у сфері обслуговування)	Бригадир, майстер, у т.ч. сільського господарства	Кваліфікований робітник (пройшов професійне навчання), у т.ч. сільського господарства	Не кваліфікований робітник, різноробочий у т.ч. сільського господарства	Фахівець з вищою освітою, маю приватну практику (лікар, юрист, консультант й та ін.), творчий працівник	Власник підприємства, приватний підприємець, веду індивідуальну трудову діяльність, 6 чи більш найманих робітників	Власник підприємства, приватний підприємець, веду індивідуальну трудову діяльність, 5 чи менше найманих робітників	Фермер, працює у своєму підсобному господарстві	Немає початкової	Початкова середня	Базова загальна середня	Повна загальна середня	Неповна вища/початкова вища	Незакінчена вища	Вища освіта

D7. СКАЖІТЬ БУДЬ ЛАСКА, ЯКА У ВАС ФОРМА ЗАЙНЯТОСТІ?

Зачитайте. Тільки одна відповідь

- Повна зайнятість 1
- Часткова зайнятість..... 2
- Інше (запишіть)..... 3
- Важко сказати (не зачитувати) 4

D8. ЩО Б ВИ МОГЛИ СКАЗАТИ ПРО ФІНАНСОВЕ СТАНОВИЩЕ ВАШОЇ СІМ'Ї?

Передайте респонденту картку **Ошибка! Источник ссылки не найден..** Лише одна відповідь.

- Змушені економити на харчуванні 1

- Вистачає на харчування. Для придбання одягу, взуття необхідно заощадити або позичити. 2
- Вистачає на харчування та необхідний одяг, взуття. Для таких покупок як гарний костюм, мобільний телефон, пилосос необхідно заощадити або позичити..... 3
- Вистачає на харчування, одяг, взуття, інші покупки. Але для придбання речей, які дорого коштують (таких як телевізор, холодильник) необхідно заощадити або позичити 4
- Вистачає на харчування, одяг, взуття, дорогі покупки. Для таких покупок як машина, квартира необхідно заощадити або позичити..... 5
- Будь-які необхідні покупки можу зробити в будь-який час..... 6
- Важко сказати (**Не на картці**)..... 7

D9. ЯКИЙ ПРИБЛИЗНИЙ ВІДСОТОК ВІД ЗАГАЛЬНОГО СПІЛЬНОГО ДОХОДУ СІМ'Ї ЗА ОСТАННІЙ МІСЯЦЬ БУЛО ВИТРАЧЕНО НА ХАРЧУВАННЯ?

Зачитайте. Лише одна відповідь.

- Менше 10% 1
- 11% - 20% 2
- 21% - 30% 3
- 31% - 40% 4
- 41% - 50% 5
- 51% - 60% 6
- 61% - 70% 7
- 71% - 80% 8
- 81% - 90% 9
- 91% - 100%..... 10

D10. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ДО ЯКОЇ ГРУПИ ВИ Б ВІДНЕСЛИ СВІЙ ОСОБИСТИЙ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНИЙ ДОХІД, ВРАХОВУЮЧИ НАДХОДЖЕННЯ З УСІХ ДЖЕРЕЛ ДОХОДІВ – ЗАРПЛАТНЮ, СТИПЕНДІЮ, ПЕНСІЮ, ГРОШОВІ ПЕРЕКАЗИ ВІД ІНШИХ ЛЮДЕЙ ОСОБИСТО ВАМ І ТАК ДАЛІ.

Передайте респонденту картку D10. Лише одна відповідь.

До 100 гривень 01	1401-1600 гривень..... 09	4501-5000 гривень 17
101-200 гривень 02	1601-1800 гривень..... 10	5001-6000 гривень 18
201-400 гривень 03	1801-2000 гривень..... 11	6001-7000 гривень 19
401-600 гривень 04	2001-2500 гривень..... 12	7001-8000 гривень 20
601-800 гривень 05	2501-3000 гривень..... 13	Більше 8000 гривень 21
801-1000 гривень 06	3001-3500 гривень..... 14	Немає власних доходів 22
1001-1200 гривень..... 07	3501-4000 гривень..... 15	Відмова відповідати..... 23
1201-1400 гривень..... 08	4001-4500 гривень..... 16	

ЗАДАЙТЕ ПИТАННЯ D11 ЯКЩО РЕСПОНДЕНТ У D10 ВІДМОВИВСЯ ВІДПОВІДАТИ (АЛЬТЕРНАТИВА 23)

D11. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ВАШ ОСОБИСТИЙ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНИЙ ДОХІД ВИЩЕ ЧИ НИЖЧЕ 7500 ГРН.?

Тільки одна відповідь.

- Вище..... 1
- Нижче..... 2
- Відмова відповідати 3

D12. ДО ЯКОЇ ГРУПИ ВИ Б ВІДНЕСЛИ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНИЙ ДОХІД ВАШОЇ СІМ'Ї, ВРАХОВУЮЧИ ЗАРПЛАТИ ВСІХ ЧЛЕНІВ СІМ'Ї, ПЕНСІЇ, ДОПОМОГУ НА ДІТЕЙ ТА ІНШІ ГРОШОВІ НАДХОДЖЕННЯ ЗА МІСЯЦЬ. НАЗВІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ТУ ГРУПУ, ЯКА ВІДПОВІДАЄ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНОМУ ДОХОДУ ВАШОЇ СІМ'Ї.

Передайте респонденту картку D12. Лише одна відповідь.

До 200 гривень 01	1601-1800 гривень..... 09	5001-6000 гривень..... 17
201-400 гривень 02	1801-2000 гривень..... 10	6001-7000 гривень..... 18
401-600 гривень..... 03	2001-2500 гривень..... 11	7001-8000 гривень..... 19
601-800 гривень 04	2501-3000 гривень..... 12	8001-9000 гривень..... 20
801-1000 гривень..... 05	3001-3500 гривень..... 13	9001-10000 гривень..... 21
1001-1200 гривень..... 06	3501-4000 гривень..... 14	Більше 10 000 гривень..... 22
1201-1400 гривень..... 07	4001-4500 гривень..... 15	Відмова відповідати..... 23
1401-1600 гривень..... 08	4501-5000 гривень..... 16	

D13. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЧИ Є У ВАШОМУ ДОМОГОСПОДАРСТВІ АВТОМОБІЛЬ?

- Так..... 1
Ні..... 2

D14. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЯКОЮ МОВОЮ ВИ НАЙЧАСТІШЕ СПІЛКУЄТЕСЯ?

Зачитайте. Лише одна відповідь.

- Українською 1
Російською 2
Однаково часто українською і російською..... 3
Іншою 4

7. Додавання запитань до опитувальника

За бажанням, замовник може додавати додаткові запитання до опитувальника. Запитання додаються на умовах конфіденційності, тобто результати не будуть передаватися іншим покупцям результатів дослідження.

Нижче наведена вартість включення запитань до опитувальника.

Тип питання	Вартість, грн. (з ПДВ)	Вартість, євро
Закрите (2-5 альтернатив)	2101	187
Закрите (6-10 альтернатив)	2640	233
Кожні додаткові 10 альтернатив	605	54
Відкрите (кількість, сума і т.п.)	3091	274
Відкрите (список марок і т.п.)	3498	309
Відкрите (ставлення, описове і т.п.)	4816	426
Шкала оцінок/суджень (за кожне твердження)	605	54
Ранжування до 5 позицій	2904	256
Ранжування 6 + кожна наступна позиція	66	6

8. Умови бізнесу компанії GfK Ukraine

Незмінне правило компанії GfK Ukraine – жоден проект не може виконуватись без взаємної згоди у письмовій формі і здійсненні необхідної попередньої оплати.

Оплата здійснюється наступним чином: 50% перед початком виконання проекту та 50% — після прийняття результатів (прийняття повинно здійснюватись не пізніше, ніж через 5 днів з моменту одержання фінальних продуктів проекту).

9. Чому саме GfK Ukraine?

Основною спеціалізацією GfK Ukraine є проведення маркетингових досліджень. Водночас, ми маємо великий досвід проведення досліджень для політичних сил. Це поєднання дозволить нам внести свіжі погляди на політичне позиціонування, які спиратимуться на розуміння поточної політичної ситуації в Україні.

GfK Ukraine є 100% дочірнім підприємством GfK AG, однієї з найбільших дослідницьких груп в світі. Це гарантує неупередженість отриманих результатів та можливість використання міжнародних методик групи GfK.

10. Відповідний досвід GfK Ukraine

З кожним роком GfK Ukraine отримує все більше замовлень на проведення досліджень на політичну тематику. Нижче наведено відповідні приклади таких досліджень:

- **2010. Дослідження іміджу та потенціалу місцевих політиків, існуючих та потенційних політичних партій**

У великих та середніх містах України проводились репрезентативні опитування та фокус-групові дискусії з цільовими виборцями з метою дослідження іміджу та потенціалу місцевих політиків та політичних партій.

- **2010 Дослідження соціальних, політичних і психологічних проблем, які турбують населення України для People First Foundation**

В межах проекту було проведено 50 глибинних інтерв'ю з представниками різних категорій населення, на базі яких було підготовлено аналітичний звіт.

- **2010. Національні екзит-поли.**

У січні-лютому 2010 року в ході першого та другого туру Президентських виборів GfK Ukraine провела 2 етапи дослідження виборців методом exit poll. На обох етапах опитування відбувалося на 300 виборчих дільницях, відібраних випадковим чином. У день виборів було задіяно 900 інтерв'юерів по всій Україні. В ході першого туру виборів було зібрано понад 25 тис. анкет, другого – понад 20 тис. Результати обох турів були одними з найкращих: у першому турі розходження з даними ЦВК не перевищило 0,9% для одного кандидату, у другому – 0,5%.

31 жовтня 2010 года під час місцевих виборів також був проведений екзит-пол в усіх областях України, було зібрано понад 43 тис. анкет.

- **2007-2010. Регулярні дослідження поглядів населення на внутрішню і зовнішню політику держави**

GfK Ukraine проводить періодичні опитування з приводу ставлення населення до різних аспектів внутрішньої і зовнішньої політики країни. Загальнонаціональна вибірка кожної хвили опитування становить 1000 інтерв'ю.

- **2008-2009. Дослідження іміджу та потенціалу політиків, існуючих та потенційних політичних партій**

В межах проекту було проведено 1600 особистих інтерв'ю за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою та 4 фокус-групи з цільовими групами виборців у різних регіонах України. Для визначення основних іміджевих переваг та недоліків і потенціалів брендів політиків та партій було застосовано методику GfK Target Positioning. За результатами проекту було надано рекомендації з стратегії позиціонування політика та відповідної політичної партії.

- **2008-2009. Регулярні дослідження соціо-політичних орієнтацій населення**

GfK Ukraine проводить періодичні телефонні опитування жителів міст з населенням понад 50 000 з приводу нагальних соціо-політичних проблем сьогодення. Вибірка кожної хвили опитування становить 600 інтерв'ю, тривалість інтерв'ю до 10 хвилин.

- **2009. Дослідження потенціалу нової політичної сили**

В межах дослідження було проведено 1300 особистих інтерв'ю за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою. За результатами проекту було визначено цільову аудиторію для позиціонування нової політичної сили.

- **2009. Дослідження стратегії позиціонування політичного лідера**

В межах дослідження було проведено 8 фокус-групових дискусій та 2400 особистих інтерв'ю за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою.

- **2008. Регулярне дослідження електоральних вподобань**

Щомісяця у 2008 проводилось 1000 особистих інтерв'ю за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою, в межах яких ми досліджували вподобання громадян щодо основних політичних сил та лідерів.

- **2008. Оцінка політичної ситуації та визначення перспективних особистостей в українській політиці**

В межах проекту було проведено 4 фокус-групові дискусії з цільовими категоріями електорату з різних регіонів України.

- **2007. Передвиборчі опитування**

Напередодні дострокових виборів до Верховної Ради було проведено дві хвили загальнонаціонального опитування на 12000 и 7000 інтерв'ю.

- **2007. Комплексне дослідження українського суспільства**

Метою дослідження було визначення факторів, які впливають на задоволеність громадян життям. Для виконання завдань дослідження було проведено 100 глибинних інтерв'ю з представниками різних верств населення.

- **2006. Дослідження для корекції позиціонування політичної сили**

В межах проекту напередодні виборів до Верховної Ради було проведено дослідження до корекції позиціонування політичної сили. Було застосовано методику GfK Target Positioning. В межах проекту було проведено 1400 особистих інтерв'ю за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою.

11. Управління проектом

Проекти GfK Ukraine у сфері політичних досліджень виконуються відділом досліджень ринків послуг. Керівником проекту буде старший дослідник Інна Волосевич, яка відповідає за соціально-політичні проекти в GfK Ukraine. Активну консультаційну участь в проекті братиме Гліб Вишлінський, Custom Research Director GfK Ukraine, який контролюватиме виконання проекту.

Інна Волосевич, старший дослідник відділу досліджень ринків послуг:

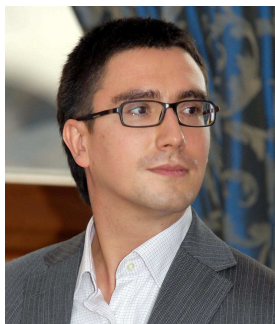


Інна має 5-річний досвід роботи у галузі досліджень. З березня 2006 року працює в GfK Ukraine, з вересня 2006 року призначена відповідальною за бізнес-напрямок соціо-політичних і медійних досліджень. Серед клієнтів — представники провідних політичних партій, ПРООН, Міжнародна організація з міграції, Європейський фонд професійного навчання (ETF), IFES, Інтерн'юз-Україна, PBN, Комітет підприємців Львівщини, Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», Міжнародний фонд «Відродження», Міністерство праці та соціальної політики України та інші. В 2006-2007 роках працювала на посаді аналітика та менеджера проекту на телеканалі «Інтер», а в 2004-2006 роках – головним консультантом в Головному управлінні державною службою.

Інна отримала диплом магістра соціології Національного університету «Києво-Могилянська Академія» з відзнакою.

Вільно володіє українською, російською та англійською мовами.

Гліб Вишлінський, Custom Research Director, керівник відділу досліджень ринків послуг, заступник директора GfK Ukraine:



З лютого 2003 року керує відділом досліджень ринків послуг GfK Ukraine, з листопада 2006 року обіймає посаду Custom Research Director, яка передбачає відповідальність за всі спеціальні дослідження в компанії. Безпосередньо відповідає за дослідницькі проекти для фінансового сектору, телекомунікаційних компаній, роздрібної торгівлі, а також за соціально-політичні дослідження. З 2010 року призначений заступником директора GfK Ukraine.

Гліб має 11-річний досвід в управлінні дослідницькими проектами. Він поєднує досвід у соціальних та маркетингових дослідженнях і має глибоке розуміння економічної ситуації в Україні, яке базується на 15-річному досвіді в дослідженнях та економічній журналістиці.

В 1998 році отримав диплом спеціаліста (з відзнакою) за спеціальністю «менеджмент у виробничій сфері» НТУУ «Київський політехнічний інститут».

Вільно володіє українською, російською та англійською мовами.

12. Команда GfK Ukraine

В компанії GfK Ukraine працює понад 170 штатних співробітників – спеціалістів у різних галузях, зокрема соціологи, психологи, економісти, а також спеціалісти в сфері маркетингу, статистики, програмування, математики.

Більшість менеджерів проектів проходили навчання за кордоном (брали участь у тренінгах та зустрічах GfK, ESOMAR та інших провідних компаній).

GfK Ukraine має 26 регіональних представництв та власну мережу інтерв'юерів (понад 900) і бригадирів по всій країні. Інтерв'юери постійно проходять навчання. Всі бригадири спеціально інструктуються перед початком кожного проекту (вся інформація стосовно опитувальників, питання вибірки тощо).

13. Наші клієнти

Глибоке знання місцевого ринку та орієнтація на світові стандарти – поєднання, яке цінують Клієнти GfK Ukraine в різних галузях бізнесу.

Серед клієнтів GfK Ukraine:

Політичні дослідження на замовлення

Представники провідних політичних партій, GfK NOP (політичні дослідження для клієнтів з США), The PBN company, Primer Research, вітчизняні та зарубіжні консалтингові агенції.

Соціальні дослідження

Державна податкова адміністрація України, Міністерство праці та соціальної політики, Національний банк України, Європейський банк реконструкції і розвитку, Міжнародна фінансова корпорація, Програма розвитку ООН, USAID, ОБСЄ, Комітет підприємців Львівщини, IOM, Internews, IRI, PADCO та інші

Медійні дослідження на замовлення

Телеканал «Інтер», телеканал «1+1», ТОВ «Старлайт медіа», РА «Максима», журнал «ТЗ» та інші.

Фінансові послуги

БТА (УКТБ), ВТБ, Дельта банк, Дженералі Гарант, Єврокредит, Ерсте банк Україна, ІНГ Банк Україна, ІНГО Україна, Індекс-банк, Кредобанк, Надра Банк, ОТП Банк Україна, Ощадбанк, ПроКредит Банк Україна, ПУМБ, ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль, Родовід банк, УБРП, Український страховий Альянс/АХА, Укргазбанк, Укрексімбанк, УкрСиббанк, Укрсоцбанк, СК "Універсальна", УніКредит банк, Фінанси та Кредит, Форум, Хоум Кредит банк/PPF та інші

Телекомунікації, пошта та транспорт

Аеросвіт, Астеліт, Велтон Телеком, Голден телеком, Київстар, МТС Україна, Укрпошта, Укртелеком, Українські радіосистеми та інші

Роздрібна торгівля

АБВ-Техніка, АТБ-Маркет, Домотехніка, Люкс-оптика, Фоззі, Auchan, Germanos, Praktiker, Мегамакс, DTZ, Real, METRO Cash & Carry та інші

Провідні FMCG компанії

BBH, Bunge, Coca Cola, Colgate-Palmolive, Danone, Ferrero, Henkel, IDS, Kraft Foods, Lactalis, McDonald's, Nemiroff, Nutricia Ukraine, Procter & Gamble, Sandora, SUN InBev, Tarkett, АВК, Конти, Майський чай, Мягков, Наша ряба, Техноком (Mivina), Хортиця, Чумак та інші

Автомобільні компанії

АИС, Avtoland, Eurocar, Exxon Mobile, Honda, Nissan, TNK, Renault, Winner Imports, Посава та інші

Фармацевтичні компанії

Berlin Chemie, Boehringer Ingelheim, Pfizer, Ratiopharm, Balkanpharma, Europlant, Farmak, Ivax, Polpharma, Sanofi Aventis, Sanofi Pasteur, Shering Plough та інші

14. GfK Ukraine

GfK Ukraine є членом GfK Group, яка є 4-ю в світі та лідером у Східній Європі за обсягами бізнесу. GfK Ukraine — найбільша компанія в галузі маркетингових досліджень в Україні з річним доходом 75 млн. грн. (2009).