

МАРКЕТИНГ в Україні

**Видання Української Асоціації Маркетингу
Журнал заснований у травні 1998 р.
Виходить 1 раз на 2 місяці**

ІНТЕРНЕТ В УКРАЇНІ - НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ESOMAR вказує на щорічне зростання кількості досліджень, проведених у світі за допомогою інтернет-технологій. За даними останнього звіту, онлайн впевнено лідирує серед кількісних методів, закріпивши за собою чверть світового дослідницького ринку і вдвічі випереджаючи традиційні для України face-to-face інтерв'ю



... стор. 11

ВІДПОЧИНОК НА ПЛЯЖІ, КРАБ ТА ІНШІ ТВАРИНИ ПРИНЕСЛИ БАГАТОМІЛЬЙОННИЙ ПРИБУТОК

Хто навіть із найвідоміших виробників не відчував коли-небудь проблем з іміджем? Мабуть, складно назвати таку компанію? У певний час з такою проблемою стикнулася і "Хонда"



... стор. 21

АНАРХІЯ ПЕРЕМОЖЕ!

Майстер-клас Гарретта Джонсона: "На мою думку, людство розвивається в три фази: передлюдина (мавпа); людина; пост людина, яка з'явиться у результаті інтеграції комп'ютера і людини. Сучасна криза - перехід до третьої фази людства"



... стор. 30

СЕКТОР КРЕДИТУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ

Голова УкрСиббанку якось задумався: як привернути увагу до перспективного напрямку кредитування малого та середнього бізнесу



... стор. 39

ІНСТИТУЦІЙНА СПРОМОЖНІСТЬ ФАХОВИХ ОБ'ЄДНАНЬ В УКРАЇНІ

Ефективність діяльності як державних органів, так і діючих фахових об'єднань достатньо низька: держава намагається створити необхідні умови інституційності для суб'єктів господарювання, але не має необхідного бажання, розуміння і потенціалу, а фахові об'єднання бажать і можуть створювати такі умови, але відсторонені від цього процесу і не мають законодавчо визначених повноважень.



... стор. 42

СЕРТИФІКАЦІЯ МАРКЕТОЛОГІВ

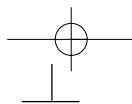
Сергій Солнцев: "Практика кількісної аналітики маркетингу постійно стикається з питаннями прикладного статистичного аналізу, що виходить за рамки "освітнього" рівня. І коло цих питань настільки широке, що навіть при всьому бажанні неможливо всі ці питання включити до освітньої програми. Хто як не фахова асоціація маркетологів може допомогти в цих питаннях?"



... стор. 65

Київ, 2009

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ



МАРКЕТИНГ в Україні

№ 3 (55), травень - червень, 2009 рік
Передплатний індекс – 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

Павленко А. Ф., д.е.н., академік –
головний редактор

Лилик І. В., к.е.н., доцент –
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.

Будзан Б. П., к.т.н.

Войчак А. В., д.е.н.

Заруба В. Я., д.е.н.

Каніщенко О. Л., д.е.н.

Кардаш В. Я., к.е.н.

Кравченко В. А., к.е.н.

Крикавський Є. В., д.е.н.

Крикунов М. В., к.т.н.

Мороз Л. А., к.е.н.

Онищенко В. П., д.е.н.

Окландер М.А., д.е.н.

Паніотто В. І., д. філос.н.

Примак Т. О., д.е.н.

Решетнікова І. Л., д.е.н.

Решетілова Т. Б., д.е.н.

Романенко Л. Ф., д.е.н.

Старостіна А. О., д.е.н.

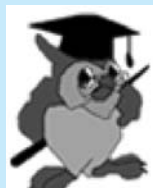
Циганкова Т. М., д.е.н.

Чурилов М. М., д. соц.н.

Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»
визнано фаховим виданням
з економічних дисциплін ВАК України.

Інформаційно-правову
підтримку надає ІАС
“Парус-Консультант”
<http://consultant.parus.ua>
тел.: (044) 565-55-77



НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

ІV міжнародний форум "Промисловий маркетинг"

С.М. Ліфанов

Який шанс криза дає B2B маркетингу? 4

І.М. Чернова

Скористаємося кризою, або як увійти у двері, що відкрили? . . 9

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

І.О. Дубинский

Розвиток Інтернету в Україні відкриває нові можливості
для маркетингових досліджень 11

М.А. Окландер

Стратегічні маркетингові дослідження перспектив
впливу наукових досліджень на інноваційний
розвиток національної економіки 14

Н.О. Бухалова

Як відпочинок на пляжі, краб та інші тварини
принесли багатомільйонний прибуток... 21

А.В. Федорченко

Маркетингові дослідження та прийняття управлінських
рішень у складних економічних системах 24

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

Майстер-клас Гарретта Джонсона

"Нові маркетингові технології. Анархія переможе!" 30

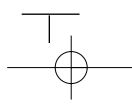
Київський міжнародний фестиваль реклами" 33

Форум "Дні директ-маркетингу в Україні"

зібрав найкращих! 36

О.Є. Таранська

Стратегічне планування у рекламних агентствах! 37



ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

І.В. Лилик, О.О. Волянська, М.І. Магдік
Завоювання сектору кредитування для малого та середнього бізнесу39

М.А. Міненко
Інституційна спроможність фахових об'єднань в Україні42

Л.О. Іванова
Роль якості при формуванні маркетингової стратегії підприємствами готельного господарства50

О.В. Кирилова
Маркетинг на ринку туристичних послуг57

ОГЛЯД РИНКІВ

С.П. Кулицький
Про сегментацію ринку ділових періодичних видань в Україні60

НАШЕ ІНТЕРВ'Ю

С.О. Солнцев
керівник програми сертифікації з маркетингових досліджень УАМ
Сертифікація маркетологів65

ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ

С.М. Мельников, М.А. Голованова
Програма сертифікації маркетологів та ремаркетинг професії66

Сертифікації у Харкові67

Визначені і нагороджені переможці конкурсу "Молодь опановує маркетинг"69

МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:
03057, Київ, пр. Перемоги, 54/1
тел./факс: 38(044)4560894
<http://www.uam.in.ua>
E-mail: magazine@kneu.kiev.ua
uma@kneu.kiev.ua

Літературний редактор
Македон В.Є.

Верстка, дизайн
Гарашук Г.Є.

ІТ-менеджер
Погребний А.О.

Маркетинг-менеджер
Лилик М.С.

Засновник:
Всеукраїнська громадська організація "Українська Асоціація Маркетингу"
Свідоцтво про державну реєстрацію – КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

Видавець:
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку
Вченою радою КНЕУ.
Протокол № 8 від 23 квітня 2009 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.
Підписано до друку 26 червня 2009 р.
Надруковано в ПП "Сьома грань",
м. Київ, пр. Перемоги, 67.
Замовлення № 480.
Наклад 5000 прим.
Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.
Повний або частковий передрук чи
запозичення матеріалів, надрукованих у
цьому виданні, допускається лише з
письмового дозволу редакції.
Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець.
Українська Асоціація Маркетингу®