

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

МАРКЕТИНГ в Україні

ДЕСЯТА МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ "МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ"

Теми, навколо яких точилися дискусії, можна визначити так: як керувати підприємством під час кризи? Які маркетингові технології працюють та як можна адаптувати до нових умов старі технології? Що робити вузам при підготовці спеціалістів з маркетингу? Як змінилися вимоги ринку праці?



... стор. 4

ПРАКТИКУМ-КЛУБ "КВАЛІФІКАЦІЯ МАРКЕТОЛОГІВ"

Мартін Аллес: Девід Огілві казав: "Ми надаємо перевагу дисципліні знання перед анархією неуцтва". Перший крок - вивчити англійську мову - мову маркетингу. Немає жодного лікаря, який би не знав латини, відповідно, кожен професіонал, що працює в рекламі, повинен володіти англійською



... стор. 9

РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ПОГЛЯД НА 2009 РІК

За кілька місяців дослідницька галузь, як і всі інші галузі економіки, буде підводи підсумки 2009 року. Року, що пройшов під гаслом «кризовий». Для деяких галузей цей рік не приніс запланованих обсягів продажів, для деяких – очікуваних доходів, однозначно для більшості він був напруженим і невизначеним.



... стор. 14

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ: ХТО ТАКИЙ УКРАЇНЕЦЬ

Дослідження проводилось протягом вересня 2009 року. Було опитано 457 громадян України (199 чоловіків та 258 жінок) віком від 18 до 80 років, які були розділені за віком, статтю, середньомісячним доходом, освітою, сферою діяльності, сімейним станом та наявністю дітей



... стор. 41

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВИХ ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВА

У 2008 році Україна пододала 20%-й бар'єр проникнення в Інтернет, що зумовило комерційний інтерес до віртуального середовища. Незважаючи на складну економічну ситуацію, зростання кількості інтернет-користувачів неухильно зростає. Велика кількість підприємств і установ роблять спроби вести повноцінний бізнес в інтернет-просторі



... стор. 49

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Згідно з опитуванням ООН, реалізацією програм у сфері корпоративної соціальної відповідальності у світі займається близько 76% бізнес-структур. Серед 3800 комерційних компаній, які підписали "Глобальний договір ООН", на початок 2008 року налічувалося понад 90 учасників з України



... стор. 54

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 5 (57), вересень - жовтень, 2009 рік
Передплатний індекс – 22942
ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

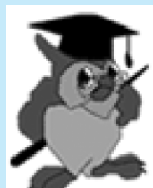
Павленко А. Ф., д.е.н., академік –
головний редактор

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

Десята міжнародна науково-практична конференція
"Маркетинг в Україні" 4

Практикум-клуб УАМ "Кваліфікація маркетологів"
в рамках проведення дня студента на виставці REX 9

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Пилипенко В.М.
Ринок маркетингових досліджень: погляд на 2009 рік 14

Лян С. В.
Оптимізація надання послуги в Україні
"MYSTERY SHOPPING" 21

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стефанишин В.Я
Побудова функціонуючої системи маркетингового
бізнес-аналізу 22

Зайчук Т. О.
Холістичний ринок екологічно чистих продуктів харчування:
концепція та етапи розвитку 27

Азарян О.М., Соболев В.О.
Генезис трансформації роздрібної торгівлі в Україні та
формування сучасної парадигми її розвитку 34

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

Ковальчук С.В, Тябіна О.С.
Сучасний "партизанський маркетинг" 38

Примак Т.О.
Маркетингові дослідження української ментальності,
або хто такий українець 41

ІНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ

Литовченко І.Л.
Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових
програм підприємства 49

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Тарасенко І.О.
Оцінка соціальної відповідальності бізнесу в управлінні
сталим розвитком підприємства 54

КВАЛІФІКАЦІЯ МАРКЕТОЛОГІВ

Шульгіна Л. М.
Маркетолог на підприємстві: стратег чи мішень?
(Які знання та навички життєво необхідні) 61

Єрмоєнко Г. В.
Медіація - альтернативний спосіб розв'язання конфліктів,
або і вівці цілі, і вовки не голодні 67

Єрмоєнко Г. В.
Кейс "Турецький Гамбіт" 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.uauma@kneu.kiev.ua**Літературний редактор**

Македон В.Є.

Верстка, дизайн

Гарашук Г.Є.

IT-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 № 2 від 1 жовтня 2009 р.

засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 23 жовтня 2009 р.

Надруковано в ПП "Сьома грань",

м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 622.

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®