

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

# МАРКЕТИНГ в Україні

## ДА КОМУ ОН НУЖЕН – ЭТОТ ТВОЙ РЕБРЕНДИНГ?

Ре-брендинг – это не смена логотипа и даже не смена дизайна упаковки или фирменного стиля. Ре-брендинг – это комплекс шагов, которые приводят к изменению восприятия бренда. И если ре-брендинг проведен правильно, его результаты как топливо нового вида помогают ракете достичь невиданных ранее высот и даже выйти на новые орбиты. Правильно проведенный ре-брендинг позволяет нарастить прибыль, стать привлекательнее для своих самых ценных клиентов и задать новые горизонты развития отрасли.



## ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СММ

Вивчення українських користувачів соціальних мереж на основі даних для рекламодавців дає змогу не тільки визначити соціально-демографічну специфіку користувачів, але й сформулювати ідеальну цільову аудиторію та ідеальний для просування продукт в соціальних мережах Facebook, Vkontakte, LinkedIn



## СОЦИАЛЬНЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВО ВРЕМЯ ВОЙНЫ

Украинские социологи и маркетологи остро ощущают необходимость предоставления достоверной информации, а также соблюдения взвешенности и ответственности в предоставлении результатов исследования. Рада ВОО «Украинская Ассоциация Маркетинга» неоднократно обращалась к своим членам с просьбой жестко придерживаться обязательных для нас стандартов деятельности. Мы также обращаемся к заказчикам социальных и маркетинговых исследований с предложением сотрудничать с профессиональными исследователями, которые обладают надлежащей методологией и опытом, и для которых соблюдение признанных международных кодексов является обязательным



## РОЗВИТОК КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ЗАСОБАМИ КРАУДСОРСИНГУ

Главный принцип краудсорсинга – доволі простим: групі зацікавлених осіб видається певне завдання (найчастіше це робиться за допомогою інтернету), потім виконавці цього завдання пропонують свої варіанти його вирішення замовнику, який у свою чергу їх розглядає, вибирає найбільш оптимальні і потім впроваджує їх у свою діяльність. Таким чином, краудсорсинг – це мобілізація людських ресурсів за допомогою інформаційних технологій з метою вирішення завдань, що виникають перед бізнесом, державою і суспільством в цілому.



## НАПРЯМКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ОСВИТИ В УКРАЇНІ

На даному етапі розвитку суспільства, в умовах глобалізації, підвищуються вимоги до підготовки фахівців. Щоб бути ефективним маркетинг повинен змінитися. Прийшов час для реалізації одного із законів діалектики – переходу кількості в якість. Наряду з підготовкою маркетологів широкого профілю необхідно почати підготовку вузьких спеціалістів – з маркетингових досліджень, маркетингових комунікацій, цифрового маркетингу, фахівців для каналів збуту.



Київ, 2015

# МАРКЕТИНГ в Україні

№ 5 (92), вересень - жовтень, 2015 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.

Заруба В. Я., д.е.н.

Каніщенко О. Л., д.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.

Овсянніков Г.Г.

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



## ЗМІСТ

### КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

#### Вадим Пустотин

Да кому он нужен – этот твой ребрендинг? . . . . . 4

#### Евгений Щирин

Пишем письма, которые продают . . . . . 8

#### Василий Шишов

Коротко, быстро, прибыльно . . . . . 12

#### Белікова Юлія

Гендерна специфіка соціальних мереж в Україні як основа  
для СММ\* . . . . . 16

### МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### Ирина Лылык

Социальные и маркетинговые исследования во время войны . . . . . 22

### МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

#### Коротєєва А.В., Куцевська Н.Ф., Малишев В.В.

Дослідження ринку нанопорошків: прогноз обсягу виробництва  
та розвитку, структура ринку, ціновий аналіз. . . . . 29

#### Світлана Ковальчук

Розвиток клієнтоорієнтованості засобами краудсорсингу. . . . . 34

#### Ольга Максименко

Належна якість надання житлово-комунальних послуг як  
складова захисту прав споживачів. . . . . 49

## ЗМІСТ

### **Юлія Стріжкова**

Просування бренду у соціальних мережах з метою формування лояльності клієнтів автомобільної компанії або як залучити цільову аудиторію покоління Y. . . . . 52

## **ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ**

Українці не задоволені середнім і середнім спеціальним освітнім рівнем в Україні . . . . . 58

### **Михайло Окландер**

Напрямок модернізації маркетингової освіти в Україні. . . . . 59

### **Марія Губаренко, Леся Кривослицька**

Исследователь по версии GfK Ukraine. . . . . 66

Можливість організації «дуального університету» в Україні . . . . . 69

Застосування маркетингових інноваційних технологій та добросовісної реклами в діяльності підприємств. . . . . 71

## **ПЕРЕДПЛАТА**

Передплата . . . . . 72

# **МАРКЕТИНГ** *в Україні*

### **Адреса редакції:**

03680, Київ, пр. Перемоги 54/1  
тел./факс: 0677758561, 0939576852,  
0506102112  
тел. 044 456-98-73  
<http://www.uam.in.ua>  
E-mail: [umaukr@mail.ru](mailto:umaukr@mail.ru)

### **Верстка**

Гаращук Г.Є.

### **Маркетинг-менеджер**

Лирик 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 № 3 від 29 жовтня 2015 р.  
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 29 жовтня 2015 р.

Надруковано в ТОВ РА “Сьома грань”,  
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 1825

Наклад 1500 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 ®