

339.138

• • , • • , • • « »;
• • , , « ».

«4 »

«4 », .

: , «4 », ,

• ,

• ,

«4 ».

• ,

• (, ,) .

• , -

- ,

• ,

• ,

• ,



4 .

’ , , .
 ’ , , , .
 ’ , .
 , .
 ’ , .
 , .
 , .
 , .
 , .
 .
 «4 ».

«4 ».

«4C»

1990

, , .
 «4P» — , .
 , , .
 , .
 , , .
 , , 4 .
 , , 4 .
 , .
 , .
 .
 , .
 , .
 .
 , .
 .
 , .
 .
 , .
 .
 , .
 .

-
-
-

;

;

.

,

.

,

,

.

—

.

,

.

,

.

,

—

,

.

,

,

,

,

,

:

,

,

().

,

,

.

,

(

,

,

,

),

,

.

.

,

,

,

,

—

.

,

:

, PR,

,

..

.

,

«4 »

.

: 1. *McCarthy, E.J.* Basic Marketing / Richard D. Irwin: Homewood, IL, 1964. – 132 p.

2.

6, 1999. – . 31–33. 3.

2003. – C. 56. 4. *Booms, B.H.* and *Bitner, M.J.* Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds), Marketing of Services, American Marketing Association: Chicago, IL, 1981. – 47 – 51 pp.. 5. *Borden, N.H.* The Concept of the Marketing Mix, in Schwartz, G., Science in Marketing: John Wiley & Sons, New York, 1965. – 386 –97 pp.

22.04.2013

339.138

«4 »./

« ». – 2013. – 24(997). – . 96–99. – .: 5 .

«4 »

«4 », ,

It is considered the strategy of industrial enterprises in the foreign market, and studied marketing model «4C» and analyzed the advantages and feasibility of it usage.

Keywords: marketing strategy, «4c» model, foreign trade, consumer, competitiveness.

658: 663.5

. . , . . , . . « »;
. . , . . « ».

« »