

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

МАРКЕТИНГ в Україні

Дорогі колеги!

Приміть мої щирі вітання з нагоди 10-ї річниці створення Всеукраїнської громадської організації "Українська асоціація маркетингу". 10 років тому професіонали об'єднали свої зусилля з метою просування маркетингу як теорії та практики ведення бізнесу у суверенній Україні.

Протягом цього часу було зроблено чимало для досягнення мети: прийняті Стандарти якості маркетингових досліджень, сформовані основні кваліфікаційні вимоги до маркетологів, на наших очах зростає верства українських фахівців з маркетингу.

Ми стали членами впливових міжнародних об'єднань маркетологів, що надало нам змогу приєднатися до світових процесів.

Початок XXI століття ставить непрості вимоги перед маркетингом як складною, розвинутою і водночас соціально чутливою сферою людської діяльності. Я вірю, що спільними зусиллями ми здобудемо нові успіхи.

З повагою та найкращими побажаннями,

*Президент Української
Асоціації Маркетингу,
ректор КНЕУ, академік*



Анатолій ПАВЛЕНКО

Congratulations for your 10th anniversary!

We are pleased to count you as a member of the EMC. As you know, our activities are focusing on the exchange of best practices between EMC members, either best practices in marketing or best practices in associations. Marketers from all over Europe have the opportunity to exchange their knowledge and experiences via our online networking website www.euromarketers.net. The EMC also represent its members' interest towards the European institutions and inform its members about European policies developments that might impact the marketing profession in a short future. Lastly EMC has developed its own accreditation process based on a framework promoted by the EU (the EQF) and is offering marketers the opportunity to have their skills and competences recognized at European level.

EMC aim is to promote and develop marketing as the fundamental business process leading to economic growth and prosperity.

The UMA, participating in our activities, offer the opportunity to Ukrainian marketing managers to join international cooperation of professionals.

On behalf of the EMC I would like to express my sincere congratulations for this effort and wish the success of all UMA members!

*Best wishes,
EMC Chairman*



Nikos PANOUSSOPOULOS

Київ, 2007

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 5 (39), вересень-жовтень, 2006 рік

Передплатний індекс – 22942

ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

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

Лирик 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., к.е.н.

Кардаш В. Я., 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.

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.

Чурілов 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

Події жовтня 2006 року:

Майкл Портер в Україні 4

Джек Траут в Україні 6

ОГЛЯД РИНКІВ

Т.Ю. Ладуба

Розвиток автомобільного ринку України

в контексті світових тенденцій 8

О.В. Дегтяр

Особливості діяльності девелопера на ринку нерухомості . . . 14

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

Т.О. Примак

Якою має бути соціальна реклама? 19

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

І.В. Лирик

Маркетинг у нових ринкових економіках 25

О.В. Житник

Зміни грядуть? Маркетингові дослідження очима експертів:

результати проекту Marketview 31

І.Л. Решетнікова

Етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні 36

К. Ф. Фокс, І.І. Скоробогатих, О.В. Сагінова

Еволюція радянської маркетингової думки 38

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

О.В. Зозульов, Ю.В. Нестерова

Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика . . . 44

Н.В. Івашова

Особливості формування марочних стратегій промислових підприємств на українському ринку 51

**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

В.Г. Герасименко

Створення анімаційних програм для туристів на основі маркетингового підходу 57

В.А. Закотій

Еволюція та сучасний стан бізнес-PR в українській економіці 61

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

ESOMAR оприлюднює головні результати глобального звіту з маркетингових досліджень за 2005 рік 65

Consolidated ICC Code of Advertising and Marketing Communication Practice

"Консолідована система директив і керівництв у сфері реклами та практики маркетингових комунікацій ICC" 66

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

Курси, семінари та тренінги 71

**МАРКЕТИНГ
в Україні**

Адреса редакції:

03057, Київ, пр. Перемоги, 54/1
тел./факс: 38(044)4560894
тел.: 38(044)4596209
http://uam.iatp.org.ua
E-mail: magazine@kneu.kiev.ua
uma@kneu.kiev.ua

Літературний редактор

Гориславець К.С.

Верстка, дизайн

Загорний К.В.

IT-менеджер

Погребний А.О.

Маркетинг-менеджер

Гаврилова І.Ю.
Клименко Н.А.

Менеджер-перекладач

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

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 4 від 26 жовтня 2006 р.

засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 25 жовтня 2006 р.

Надруковано в ПП "Демос Сервіс",

м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № ____.

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