

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

# МАРКЕТИНГ в Україні

## **ТРЕТЯ ВСЕУКРАЇНЬСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ «АВТОМАРКЕТИНГ: ПАРТНЕРСТВО І КОНКУРЕНЦІЯ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ»**

Деякі з аналітиків автомобільного ринку вважають, що ми повинні орієнтуватися на ситуацію у країнах БРІК. На автомобільному ринку Бразилії спад сягнув 31,6% у грудні минулого року; в Індії максимальний рівень падіння у 23,6% зафіксовано у листопаді, у грудні спостерігалось лише 7% спаду



... стор. 4

У 2009 році в Україні спостерігатиметься падіння обсягів продаж до 40% і скорочення місткості ринку як в Києві, так і в Україні в цілому, визначальна риса якого – можливості фінансових установ в наданні кредитів. Більшість з них можуть бути не в змозі надавати кредити потенційним позичальникам до кінця 2009 – середини 2010 року



... стор. 13

За даними експертів та операторів автомобільного ринку, у лютому 2009 року в Україні продано приблизно 11,5 тис. нових автомобілів. Такі показники були зафіксовані й на початку автомобільного буму у 2004 році



... стор. 19

У дослідженнях задоволеності споживачів автомобільних компаній, компанія-підрядник виступає не як посередник, а скоріше як довірча особа клієнта, що з доручення і від імені автомобільної компанії спілкується з її клієнтами



... стор. 23

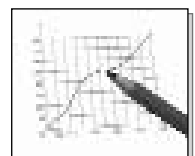
**ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ ДЛЯ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ**  
Новий рейтинг вищих навчальних закладів України, пілотний етап побудови якого КМІС провів у травні-червні 2008 року, був ініційований компанією «Систем Кепітал Менеджмент» і благодійним фондом «Розвиток України»



... стор. 26

## **РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ – 2008**

Уже зараз очевидно: відбувається розмивання того фахового потенціалу у сфері маркетингу, який вітчизняна економіка накопичила за останні 10 років у період активного освоєння ринкових методів господарювання. А це означає, що відновлення позитивної динаміки розвитку ринку маркетингових досліджень може тривати доволі довго



... стор. 31

Київ, 2009

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

# МАРКЕТИНГ в Україні

№ 5 (51), вересень - жовтень, 2008 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., 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

Третя Всеукраїнська конференція УАМ “Авто маркетинг:  
партнерство і конкуренція на автомобільному ринку України”

**М.П. Сокол**

Вплив макроекономічної ситуації на ринок легкових  
автомобілів в Україні. Прогнози на 2010-2017 рр . . . . . 4

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

**О.Б. Луценко**

Автоексперт-2009: результати експертного опитування  
топ-менеджменту українських автомобільних компаній . . . . . 13

**А.М.Сафоненко**

Сервісне обслуговування у системі формування  
лояльності споживача . . . . . 15

**А.М. Сокол**

Війна "цінників". Огляд автомобільного ринку України  
за лютий 2009 р. світові тенденції та Україна . . . . . 19

**І.В. Соколовський**

Вивчення задоволеності споживачів: важливість і специфіка  
застосування в автомобільній сфері . . . . . 23

**Д.Ю. Кракович**

Застосування методу онлайн-опитування для побудови  
рейтингу українських закладів освіти . . . . . 28

**І.В. Лирик**

Ринок маркетингових досліджень в Україні – 2008:  
експертна оцінка та аналіз УАМ . . . . . 31

## КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

Прогноз УАДМ щодо обсягу ринку директ-маркетингу  
на 2009 рік . . . . . 36

**Н. Матвійчук-Соскіна**  
Тенденції та шляхи розвитку мобільного маркетингу  
як інновації . . . . . 37

**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ**

**М.О. Іртлач**  
Інструменти маркетингу територій у вирішенні проблем  
регіональної економіки . . . . . 42

**В.М. Шумейко**  
Організаційні структури управління маркетингом на  
виробничих підприємствах . . . . . 46

**В.Я. Лівшиц**  
Особливості обслуговування корпоративних клієнтів на ринку  
офісної нерухомості в умовах фінансової кризи . . . . . 49

**О.В. Кудирко**  
Форми дослідницьких організацій:  
світовий досвід . . . . . 55

**ЛОГІСТИКА**

**А.Г. Кальченко**  
Проблеми логістичного ринку послуг . . . . . 59

**Т.Д. Ліпіхіна**  
Удосконалення системи митного контролю . . . . . 64

**Зміст журналу “Маркетинг в Україні” за 2008 рік . . . . . 68**

**Діяльність УАМ . . . . . 71**

**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.

**IT-менеджер**

Погребний А.О.

**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 № 6 від 26 лютого 2009 р.  
засідання Вченої ради КНЕУ.  
Підписано до друку 22 квітня 2008 р.  
Надруковано в ПП “Сьома грань”,  
м. Київ, пр. Перемоги, 67.  
Замовлення № 314.  
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®