

# МАРКЕТИНГ в Україні

№ 2 (36), березень-квітень, 2006 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., 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.

## НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

### Ірина Лилик

Функції маркетологів: на шляху до єдиної міжнародної  
кваліфікаційної процедури . . . . . 4

## ОГЛЯД РИНКІВ

### Володимир Ситай, Оксана Дальниченко

Український ринок прородного газу . . . . . 5

### Василь Кухта, Валерій Гирман,

### Тетяна Авдєєнко, Ніна Яретик

Сучасний стан і перспективи розвитку олієдобувних  
підприємств України . . . . . 9

## КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

### Петруня Ю.Є., Гут О.Є.

Маркетингові комунікації в роздрібній торгівлі: передумови  
ефективності . . . . . 11

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

### Лариса Яцишина, Олена Лабурцева,

### Тамара Ткачова

Дослідження впливу зовнішньої реклами на поведінку  
неповнолітніх у соціодемографічних групах . . . . . 16

### Олександр Гладунов, Оксана Холод

Структура витрат домогосподарств в районних центрах  
та сільських населених пунктах . . . . . 20

## УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

### Олександр Кендюхов

Новий підхід до визначення сутності позиціонування  
торговельної марки . . . . . 23

### Тетяна Діброва, Олена Кістень

Імідж бренду: яким він має бути? . . . . . 27

## ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- І.О. Соловійов, О.П. Петрухно, Г. Чорний**  
Товарна політика виноробного підприємства:  
визначення позицій продукції . . . . . 30
- О.М. Малиш**  
Стратегічне позиціонування підприємств та обґрунтування  
напрямків їх ринкової поведінки (на прикладі підприємств  
вовняної промисловості України) . . . . . 35
- Я. ДАДЬО**  
Маркетинговий аудит – засіб підвищення  
конкурентноздатності підприємств . . . . . 43
- Олександр Шафалюк**  
Розвиток інновацій і запитів споживачів  
у формуванні ринкових можливостей підприємства . . . . . 48

## ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ

- Ткаченко Н.Б.**  
Сучасний стан та перспективи організація підготовки  
і підвищення кваліфікації фахівців з державних закупівель . . . 54

## НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

- Ірина Лилик**  
Засідання клубу директорів УАМ: оцінка ринку та пропозиції  
щодо процедури вступу до асоціації . . . . . 57

## НАШІ ІНТЕРВ'Ю

- Т.В. Копитько,**  
президент Української Асоціації Директ Маркетингу,  
генеральний директор агенції прямого маркетингу “Мета” . . . . 61

## МАРКЕТИНГ У СВІТІ

- Електронна комерція: впровадження  
Європейських норм ведення бізнесу . . . . . 62

## 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](mailto:magazine@kneu.kiev.ua)  
[uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua)

### Літературний редактор

Гвоздецький П.М.

### Верстка, дизайн

Загорний К.В.

### IT-менеджер

Андросенко А.Г.

### Маркетолог-менеджер

Білик І.О.

### Менеджер-перекладач

Гуцал Т.А.

### 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 № 7 від 02 лютого 2006 р.

засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 20 лютого 2006 року.

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