

# МАРКЕТИНГ в Україні

№ 2 (43), березень-квітень, 2007 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

Бакушев 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.

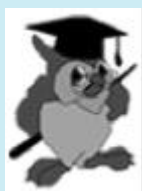
Яцишина Л.К., к.т.н.

«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

### І.В. Лилик

Ринок маркетингових досліджень в Україні 2006:

експертна оцінка та аналіз УАМ . . . . . 4

## НАШЕ ІНТЕРВ'Ю

### О.Б. Федоришин:

Маркетингові дослідження: ми в руслі світових тенденцій . . . . 8

Буковинський студентський фестиваль реклами:

перший діалог між маркетинг-освітою

та бізнесом у регіоні . . . . . 10

## КОМУНІКАЦІЇ:

### РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

### О. В. Фарат, Д. А. Лалак

Перспективність технологій пошукового просування . . . . . 14

### Т. Г. Діброва, М. С. Лебедецько

Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні . . . . . 21

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

### Н. А. Клименко

Панельні дослідження в Україні . . . . . 25

### І. Ю. Гаврилова

Як правильно написати дослідницький бриф . . . . . 28

## УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

### Л. І. Дідківська

Розвиток власних торговельних марок

у конкурентному процесі . . . . . 30

## ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### І. Р. Лошенко

Розвиток торговельної мережі на Буковині:  
проблеми, шляхи рішення . . . . . 36

### А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, О. Ю. Пригара

Урахування зовнішньоекономічних ризиків під час оцінювання  
привабливості міжнародних товарних ринків . . . . . 40

## ЛОГІСТИКА

### М. А. Окландер, І. О. Жарська

Особливості маркетингової системи підприємства  
залізничного транспорту . . . . . 45

### С. І. Гриценко

Стратегія випереджального розвитку  
транспортно-логістичних кластерів в Україні . . . . . 56

## ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ

### В.П. Пилипчук

Професійні компетенції магістрів із маркетингу . . . . . 61

## МАРКЕТИНГ У СВІТІ

### 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

Лилик 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 № 11 від 26 квітня 2007 р.  
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 26 квітня 2007 р.

Надруковано в ПП "Демос Сервіс",  
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 110.

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