

# МАРКЕТИНГ



Асоціація Маркетингу

в Україні

О наболевшем:

"Поле" или команда  
специалистов?

Проблемы и пути их решения



# МАРКЕТИНГ

## в Україні

№ 3 (78), травень-червень, 2013 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.

Заруба В. Я., д.е.н.

Каніщенко О. Л., д.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.

Овсянніков Г. Г.

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

- Фахові організації: на шляху реформування вітчизняної системи освіти . . . . . 4
- НАУКА - БІЗНЕС – ОСВІТА: стратегічне партнерство . . . . . 7
- Четвертая летняя школа социальной демократии «Толерантность и эффективная демократия» . . . . . 9

## МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

### Лариса Магдюк

Міжнародна технічна допомога для розвитку в Україні: підтримка програм забезпечення рівних прав і можливостей в Україні . . . . . 10

### Іванна Бакушевич, Ірина Мартиняк

Маркетингові технології у сфері інформаційно-комунікаційних послуг та їх вплив на зміни кон'юнктури транскордонних ринків . . . . . 18

### Тетяна Примак

Маркетингові шляхи реформування медицини в Україні . . . . . 28

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

### Татьяна Примак, Анастасия Сержук

Рейтинг торговых марок бутилированной воды Киевского региона по уровню сервисного сопровождения . . . . . 33

## ЗМІСТ

**Лидия Зварич**

О наболевшем: "поле" или команда специалистов?  
Проблемы и пути их решения. . . . .37

### ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ

**Олександр Зозульов, Оксана Підмогільна**

Приципи формування маркетингової стратегії: від унітарних до інтегрованих корпоративних маркетингових стратегій . . . .41

### ЗАКОНИ ТА КОММЕНТАРИ

**Володимир Козак**

Захист персональних даних та правила приватності при дослідженнях в Інтернет . . . . .49

### ФОРУМИ, КОНФЕРЕНЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНИНГИ УКРАИНСКОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГА

Форумы, конференции и профессиональные тренинги . . . . .71

### ПЕРЕДПЛАТА НА ЖУРНАЛ

Шановні передплатники! . . . . .72

## МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:

03058, Київ, вул. Генерала Тупикова  
11А.

тел./факс: 0677758561

тел. 0939576852

<http://www.uam.in.ua>

E-mail: [umaukr@mail.ru](mailto:umaukr@mail.ru)

**Верстка**

Гаращук Г.Є.

**Маркетинг-менеджер**

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 імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № 12 від 27 червня 2013 р.  
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 1 липня 2013 р..

Надруковано в ТОВ ПА "Сьома грань",  
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 1605

Наклад 1500 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®



## ФАХОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ: НА ШЛЯХУ РЕФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ ОСВІТИ

У 2013 році ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» у взаємодії з Міністерством освіти і науки України ініціювала проведення пілотного проекту з розроблення новітніх професійних стандартів та стандартів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг».



... стор. 4

## МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА ДЛЯ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: ПІДТРИМКА ПРОГРАМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНИХ ПРАВ І МОЖЛИВОСТЕЙ В УКРАЇНІ

Як показало базове дослідження, офіційна міжнародна технічна допомога для розвитку (ОМТДР) від донорських організацій в Україні є серйозним сегментом ринку благодійництва та соціальних послуг; невід'ємною складовою процесу демократичного розвитку українського суспільства, тому що відповідає національним зобов'язанням та пріоритетам України щодо виконання Цілей Розвитку Тисячоліття, інших регулювань стосовно забезпечення рівних прав і можливостей для жінок і чоловіків.



... стор. 10

## МАРКЕТИНГОВІ ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ МЕДИЦИНИ В УКРАЇНІ

В Україні останні роки багато говориться про реформування медицини. Багато що зроблено. Але для того, щоб оцінити, наскільки ефективна будь-яка реформа, потрібно бачити реальні результати її дії на місцях, а саме там, куди вона спрямована. Це ринок, який на відміну від інших потребує високої відповідальності у врегулюванні взаємовідносин між цими ключовими сторонами, оскільки в основі його діяльності лежить найважливіше, що є у суспільства – здоров'я та життя кожної людини.



... стор. 28

## О НАБОЛЕВШЕМ: "ПОЛЕ" ИЛИ КОМАНДА СПЕЦИАЛИСТОВ? ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.

В наше время социологические и маркетинговые исследования стали очень популярны: СМИ ссылаются на их результаты, приглашают социологов на телешоу. Множество компаний предлагает свои услуги, в условиях растущей конкуренции внедряют новые методики, убеждают в высоком качестве. Вы спросите «Есть ли проблемы?». И Вам ответят «Нет, у нас лучшие специалисты, квалифицированные сотрудники, интервьюеры прошедшие спецподготовку... Вот только бы заказов побольше было».



... стор. 37

## ПРИЦИПИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ: ВІД УНІТАРНИХ ДО ІНТЕГРОВАННИХ КОРПОРАТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Корпоративні об'єднання повинні розробляти єдину маркетингову стратегію не тільки для підтримки позицій на ринку конкретного підприємства, а й для досягнення більш значущих конкурентних переваг для всього корпоративного об'єднання.



... стор. 41

## ЗАХИСТ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ ТА ПРАВИЛА ПРИВАТНОСТІ ПРИ ДОСЛІДЖЕННЯХ В ІНТЕРНЕТ

Маркетинг є обов'язковою складовою сучасного ведення бізнесу. Питання: «Хто є Ваш споживач?» - це перше питання, відповідь на яке повинен знати будь-який підприємець. В свою чергу це вимагає проведення постійних досліджень з метою отримання інформації про клієнта, його вподобань, особливостей його поведінки тощо. Як погодити це з вимогами невтручання в особисте життя людини, дотримання поваги до приватного інформаційного простору? Особливу гостроту це питання набрало останнім часом, коли все більше осіб почали користуватися Інтернетом, стрімко розвивається соціальні мережі.



... стор. 49