

# МАРКЕТИНГ

Українське  
видавництво



КОНСОРЦІУМ ІЗ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТ-ОСВІТИ В УКРАЇНІ  
CONSORTIUM FOR ENHANCEMENT OF UKRAINIAN MANAGEMENT EDUCATION



# МАРКЕТИНГ

Підручник

Третє українське видання

*Затверджено Міністерством освіти і науки України  
як підручник для студентів вищих навчальних закладів*

*Підручник видано за підтримки компанії Inmarket (GSIDI Inc.)*

Київ  
Навчально-методичний центр  
«Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні»  
2008

УДК 229.138(075)

ББК 65.290-2я73

М 26

Затверджено Міністерством освіти і науки України  
як підручник для студентів вищих навчальних закладів  
(Лист № 1/11-307 від 31.01.07)

**Рецензенти:**

- Т. М. Циганкова*, д-р екон. наук, професор  
(Київський національний економічний університет)  
*В. Л. Пілюшенко*, д-р техн. наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України  
(Донецький державний університет управління)  
*О. Л. Канищенко*, канд. екон. наук, доцент  
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)  
*О. І. Лабурцева*, канд. техн. наук, доцент  
(Київський національний університет технологій та дизайну)

**Авторський колектив:**

Д-р економіки, проф., *В. Руделіус*; д-р екон. наук, проф. *О. М. Азарян*; канд. екон. наук, доц. *Н. О. Бабенко*; д-р економіки, проф. *Е. Н. Берковіць*; канд. екон. наук, доц. *С. В. Борзенков*; канд. екон. наук, доц. *І. О. Буцацька*; канд. екон. наук, доц. *О. А. Виноградов*; *Т. В. Гавриленко*; *Н. Ю. Глинський*; канд. екон. наук, доц. *Ю. Л. Грінченко*; канд. екон. наук, доц. *В. А. Євтушенко*; д-р ділового адміністрування, проф. *Р. А. Керин*; канд. філос. наук *В. В. Котусенко*; канд. екон. наук, проф. *Н. О. Криковцева*; канд. екон. наук, доц. *В. І. Матвійчук*; канд. екон. наук, доц. *Л. А. Мороз*; д-р екон. наук, проф. *М. А. Окландер*; *М. О. Орленко*; канд. екон. наук, проф. *В. В. Ортинська*; канд. екон. наук, доц. *Л. В. Пан*; канд. екон. наук, проф. *Л. А. Радкевич*; канд. фіз.-мат. наук, доц. *Ю. В. Робул*; *О. І. Сидоренко*; канд. економ. наук, проф. *С. Ф. Смерічевський*; канд. екон. наук *С. В. Співаковський*; д-р ділового адміністрування проф. *С. В. Хартлі*; канд. екон. наук, доц. *С. А. Шмельова*; д-р техн. наук, проф. *Л. М. Шульгіна*; *Н. В. Шульгіна*

**Редактори-упорядники українського видання**

*О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова*

**Науковий редактор**

*Ю. В. Робул*, канд. фіз.-мат. наук, доцент

First published by Irwin / McGraw-Hill, New York, New York, United States of America

**М26** **Маркетинг:** Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 3-тє вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.

ISBN 966-8487-44-3

В основу українського адаптованого видання покладено популярний американський підручник, який витримав дев'ять видань у США і п'ять – у Канаді, а також міжнародне англійське видання і переклади польською, російською, італійською, французькою, китайською та португальською мовами і вдосконалювався протягом двадцяти років міжнародним авторським колективом. Теоретичні засади маркетингу супроводжуються численними маркетинговими прикладами діяльності українських та міжнародних компаній в Україні. Фотографії, схеми, графіки й таблиці, ситуаційні вправи, зразок маркетингового плану дають читачеві можливість з більшою зацікавленістю працювати з підручником. Навчальний матеріал повністю відповідає програмі базового курсу «Маркетинг», висвітлюючи у доступній, зрозумілій формі такі важливі програмні питання, як сутність маркетингу, поняття маркетингової стратегії та її зв'язок із корпоративною стратегією, маркетингові дослідження, сегментація і позиціонування, характеристика складових комплексу маркетингу, загальні положення щодо управління процесом маркетингу.

Для студентів вищих навчальних закладів, а також практиків, які прагнуть професійного вдосконалення.

ББК 65.290-2я73

М 26

УДК 229.138(075)

© MARKETING, Eighth Edition and MARKETING: THE CORE, Second Edition  
First published by Irwin / McGraw-Hill, New York, New York, United States of America  
Copyright © 2006 by the McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.  
ISBN 0-07-282880-3 and ISBN 0-07-299989-6

© В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко, Е. Н. Берковіць, С. В. Борзенков, І. О. Буцацька, О. А. Виноградов, Т. В. Гавриленко, Н. Ю. Глинський, Ю. Л. Грінченко, В. А. Євтушенко, Р. А. Керин, В. В. Котусенко, Н. О. Криковцева, В. І. Матвійчук, Л. А. Мороз, М. А. Окландер, М. О. Орленко, В. В. Ортинська, Л. В. Пан, Л. А. Радкевич, Ю. В. Робул, О. І. Сидоренко, С. Ф. Смерічевський, С. В. Співаковський, С. В. Хартлі, С. А. Шмельова, Л. М. Шульгіна, Н. В. Шульгіна, 2008

© Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008

ISBN 966-8487-44-3

# ЗМІСТ

Передмова	22
<b>Частина I. Сучасна концепція маркетингу</b>	<b>40</b>
Розділ 1. Маркетинг: механізм створення цінностей і зв'язків зі споживачами	43
Розділ 2. Взаємозв'язок маркетингової та корпоративної стратегії	65
Додаток А. Створення ефективного маркетингового плану	83
Розділ 3. Маркетингове середовище	103
Розділ 4. Етика й соціальна відповідальність у маркетингу	125
<b>Частина II. Розуміння поведінки споживачів на ринках різних типів</b>	<b>152</b>
Розділ 5. Поведінка споживача	155
Розділ 6. Поведінка споживачів на ринках організації	175
Розділ 7. Вихід на міжнародні ринки	195
<b>Частина III. Визначення маркетингових можливостей</b>	<b>224</b>
Розділ 8. Маркетингові дослідження	227
Розділ 9. Сегментація	249
<b>Частина IV. Формування комплексу маркетингу</b>	<b>272</b>
Розділ 10. Розроблення нових продуктів і послуг	275
Розділ 11. Управління продуктами	303
Розділ 12. Управління послугами	331
Розділ 13. Ціноутворення	355
Додаток Б. Фінансові аспекти маркетингу	387
Розділ 14. Управління каналами збуту	395
Розділ 15. Маркетингова логістика	417
Розділ 16. Торгівля	441
Розділ 17. Інтегровані маркетингові комунікації	473
Розділ 18. Реклама, стимулювання збуту та зв'язки із громадськістю	495
Розділ 19. Персональний продаж та управління продажем	527
<b>Частина V. Управління процесом маркетингу</b>	<b>558</b>
Розділ 20. Використання інтерактивного й багатоканального маркетингу	561
Розділ 21. Стратегічний маркетинг	581
Глосарій	608
Примітки	624
Предметний покажчик	640