

ПІДПРИЄМНИЦТВО І МАРКЕТИНГ У ХХІ СТОЛІТТІ

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ І ТОВАРОЗНАВСТВА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ФОРУМ В МЕЖАХ ЯКОГО
ВІДБУЛИСЯ КОНФЕРЕНЦІЇ:
XV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
“ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ”
XI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
“МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ”**

З 23 по 25 вересня 2016 року професорсько-викладацьким складом кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету проведено Економічний науково-практичний форум «Підприємництво і маркетинг у ХХІ столітті», який ставив за мету розкрити актуальні питання застосування інструментів планування у підприємстві та маркетингу, а також використання технологій планування та маркетингу в процесі глобалізації економіки України.

В умовах ринку основною рисою діяльності підприємства є орієнтація на споживчий попит, проведення відповідної науково-технічної інноваційної політики, потяг до нововведень. Гнучкість в управлінні, здатність і вміння перебудуватись, не втратити нові можливості сьогодні можуть бути більш важливими, ніж пряма економія витрат. Високий ступінь невизначеності, яка є характерною рисою ринкової економіки, вимагає використання гнучких інструментів у плануванні, які дозволяють швидко враховувати зміну попиту і пропозиції, цін, вимог до якості товарів.

Регулювання інноваційної діяльності і

пов'язаних з нею глобальних економічних процесів посідає провідне місце у вирішенні проблем структурної перебудови економіки, активізації науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності діяльності підприємств і формуванні позитивних тенденцій розвитку економіки країни в цілому. У той же час глобалізація економічних відносин та світова економічна криза вимагають більш швидких і якісних змін у всіх сферах та ланках економічної системи країни, формування адекватних сучасним тенденціям розвитку товарних, ресурсних, фінансових, страхових, інвестиційно-інноваційних ринків та ринків послуг, а також ефективної ринкової інфраструктури, що є неможливим без застосування маркетингових технологій.

Досвід свідчить, що все більше підприємств орієнтуються на маркетинг у широкому значенні цього слова, бо недооцінювати маркетингові технології, означає позбавляти підприємство потенційних прибутків.

Маркетингова діяльність як функція підприємницької діяльності виконує роль регулятора причинно-наслідкових зв'язків між попитом і пропозицією на

основі безперервного відстежування поведінки споживачів і механізму адаптації підприємства до мінливої економічної кон'юнктури на ринку.

Учасники визначили та узагальнили теоретичні основи та сформуvalи практичні рекомендації щодо застосування підприємницьких та маркетингових технологій в умовах глобалізації. Спираючись на проведенні дослідження, учасники форуму доводять, що відмінності у підприємницькій діяльності та застосовуваних маркетингових технологіях визначають не лише економічні умови, але й культура, мова, менталітет, національні звички, стан та рівень життя. Під час проведення досліджень підприємницької діяльності та застосування маркетингових технологій варто зважати на факт виховання у споживача культури споживання та зміни його пріоритетів під впливом інформаційного простору. У ході планування підприємницької та маркетингової

діяльності варто зважати на соціальну не сформованість суспільства, а звідси робити наголос на переваги іміджу, емоційність і гедонізм споживачів у нових ринкових умовах.

Організаторами форуму виступили Хмельницький національний університет,

Академія економічних наук України, Українська асоціація маркетингу, Всеукраїнська спілка вчених економістів, Західно-Саксонська Вища фахова школа (м. Цвіккау (ФРН)), Ризька міжнародна вища школа економіки та управління RISEBA, Університет Жиліна (Словаччина), Люблінська Політехніка (Польща), Політехніка Свентокшиської в Кельцах (Польща), Технологічно-Природничий Університет, м. Бидгошч (Польща), Нижньодунайський університет у м. Галац (Румунія), Батумський державний університет (Грузія), Сухумський державний університет (Грузія), Європейський Науковий Фонд Інституту Інновацій,



м. Влоцлавек (Польща), Донецький національний університет (м. Вінниця), Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Київський національний університет технологій та дизайну, Національний університет "Львівська політехніка", Одеський національний економічний університет, Одеський національний політехнічний університет, Полтавський національний технічний університет ім. Ю.Кондратюка, Сумський державний університет.

Доповіді на форум надіслало понад 100 науковців і фахівців з планування та маркетингу провідних вищих навчальних закладів з 20-ти областей України, науковці з Німеччини, Грузії, Словаччини, Грузії та Республіки Польщі.

З привітальним словом на пленарному засіданні форуму виступили д.е.н., професор Орлов О.О.; д.е.н., професор Алексан-

дров І.О.; завідувач кафедри маркетингу і товарознавства, д.е.н., професор Ковальчук С.В.

З цікавими доповідями на актуальну тематику виступи такі відомі вчені, як:

Альохін О.Б., д.е.н., проф., Одеський національний політехнічний університет; Анісімова О.М., д.е.н., проф., Донецький національний університет ім. В. Стуса (м. Вінниця); Бельтюков Є.А., д.е.н., проф., Одеський національний політехнічний університет; Вишковська Зофія, д.е.н., проф.,

Технологічно-природничий університет (м. Бидгошч, Польща); Ковальчук С.В., д.е.н., проф, Хмельницький національний університет; Козаченко Г.В., д.е.н., проф, Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка; Погорелов Ю.С., д.е.н., проф., Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка; Решетнікова І.Л., д.е.н., проф., Київський національний економічний університет імені Василя Гетьмана; Сагайдак М.П., к.е.н., доц.,



Криворізький економічний інститут ДВНЗ “КНУ”; Трочиловски Тадеуш, доктор філософії, проф., Европейський Научний Фонд, Інститут Інновацій, Польща; Уманець Т.В., д.е.н., проф., Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса; Філюк Г.М., д.е.н., проф., Київський національний університет ім. Т. Шевченка; Христиановський В.В., д.е.н., проф., Донецький національний університет ім. В. Стуса, м. Вінниця.

Активну участь у роботі міжнародної науково-практичної конференції кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету взяли представники Громадської Вищої школи підприємництва та управління, Республіка Польща; Української асоціації маркетингу; Всеукраїнської спілки вчених економістів, Україна. Що дає підстави стверджувати про популяризацію ролі передових новаторських маркетингових технологій та технологій планування в умовах інноваційного розвитку економіки, вироблення науково-практичних підходів та практична реалізація яких сприятиме розв'язанню нагальних проблем функціонування економіки та забезпечить інтенсивне економічне зростання, високий рівень життя населення та сприятиме виведенню країни на передові позиції світової економіки.

Тематичні напрями роботи форуму:

XV Міжнародна науково-практична конференція “Проблеми планування в ринкових умовах”:

1. Загальні проблеми планування промислового виробництва. 2. Планування витрат. Планування продуктивності праці, заробітної плати, доходів населення. 3. Планування фінансів. 4. Планування матеріально-технічного забезпечення. 5. Планування технічного і організаційного розвитку підприємства. 6. Стратегічне планування. 7. Бізнес-планування на

підприємстві. 8. Зовнішньоекономічна діяльність. 9. Спільні підприємства. 10. Малий бізнес. 11. Структурні зміни в економіці. 12. Реструктуризація, санація підприємств та інвестиції. 13. Регіональна підтримка вітчизняного виробника. 14. Оцінка потенціалу підприємства. 15. Економічна безпека діяльності підприємства.

XI Міжнародна науково-практична конференція “Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України”:

1. Стратегічна парадигма інноваційного маркетингу. 2. Актуальні проблеми застосування теорії і практики маркетингу у різних сферах господарювання. 3. Актуальні проблеми теорії і практики торгівлі та товарознавчої діяльності. 4. Маркетинг-менеджмент: концептуальні підходи і перспективи розвитку. 5. Загальноекономічні тенденції інноваційного розвитку економіки в умовах інтеграції в міжнародний економічний простір.

Узагальнюючий аналіз організаційних пропозицій, сформованих на секційних засіданнях, дозволив Оргкомітету форуму рекомендувати кафедри маркетингу і товарознавства ХНУ продовжити практику щорічного проведення міжнародних науково-практичних конференцій, з питань підвищення рівня технологій планування та маркетингу в діяльності українського і світового бізнесу, а також продовжити практику розширення кола учасників за рахунок залучення фахівців з маркетингу бізнес структур.

Форум пройшов успішно. В ході роботи форуму, його учасники одержали нову інформацію, презентували результати власних досліджень та розробок, обмінялися здобутим досвідом. За результатами форуму сформовано висновки і рекомендації щодо проведення подальших досліджень з проблем планування, маркетингових інноваційних технологій в умовах глобалізації економіки України.