



Шановний читач! Перед Вами 100-тий номер журналу «Маркетинг в Україні»

Перший номер нашого журналу вийшов у 1998 році. Це був час великих змін в соціальному та економічному житті України, який потребував нових підходів до управління та впровадження нової філософії менеджменту. Під кутом зору часового проміжку процес впровадження системи маркетингового управління на українських підприємствах зайняв не так вже й багато часу. Однак, цей часовий проміжок відзначився великими політичними та технологічними змінами. Якщо в розвинутих ринкових економіках узагальнення процесів та їх теоретичне осмислення відбувалося еволюційним шляхом на фоні поступового розвитку ринкових засад ведення бізнесу, то в постсоціалістичних економіках філософія маркетингу, як основа для ринкової управлінської концепції, приходила разом з демонтуванням в них тоталітарних режимів, запровадженням принципово нових організаційно-правових форм господарювання, змін у системі економічних відносин з державою, власниками, партнерами, працівниками, споживачами товарів і послуг на фоні соціально-економічних та політичних перетворень і потрясінь, в умовах, коли Україна будувала свою незалежність.

В цей період проходило зародження основ громадянського суспільства, що для підприємств означало зустріч з новим організованим споживачем.

В цей час була заснована Українська Асоціація Маркетингу та вийшов перший номер її часопису - україномовний журнал з маркетингу «Маркетинг в Україні», який став базовим інформаційним засобом фахової асоціації маркетологів. Водночас прийшло усвідомлення, що маркетинг також потребує маркетингу.

Маркетинг є широким поняттям, під яким розглядається діяльність на рівнях: суспільство, галузь, підприємство, індивідуум. Необхідно постійно розробляти та застосовувати цілий комплекс заходів, які б показували суспільству місце та роль маркетингу, а також визнавали таку діяльність суспільно важливою і економічно обґрунтованою, впроваджували філософію маркетингу в повсякденну діяльність підприємства та надавали можливість імплементувати нові технології, роз'ясняли споживачеві його важливе положення в системі економічних й суспільних координат.

Ці завдання і сьогодні визначають редакційну політику журналу, тематику номерів та спрямованість статей авторів, які діляться своїм досвідом і напрацюваннями на сторінках видання. Журнал об'єднав навколо себе маркетологів - практиків та науковців, він надав свої сторінки тим, хто здатний поділитися новими концептуальними підходами щодо теорії маркетингу та сучасними маркетинговими технологіями в практичній діяльності бізнесу.

Протягом підготовки до друку 100-го номеру відбулися зміни в Редакційній колегії журналу. У зв'язку з незворотною втратою, передчасним уходом з життя Ректора Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, головного редактора журналу "Маркетинг в Україні", Павленка Анатолія Федоровича, у лютому місяці цього року було скликано позачергове засідання Редакційної колегії журналу.

На засіданні Редакційної колегії 22 лютого 2017 року відбулися вибори Голови редакційної колегії журналу "Маркетинг в Україні" та призначення Головного редактора журналу "Маркетинг в Україні". До роботи в Редакційній колегії були запрошені та надали свою згоду працювати низка відомих представників бізнесу та провідних професорів українських і закордонних навчальних закладів.

*Ми поздоровляємо авторів журналу з виходом 100 номеру!
Ми дякуємо Редакційній колегії журналу та Редакції журналу за плідну роботу!*

Щиро вдячні спонсорам та членам Української Асоціації Маркетингу за підтримку журналу та надання можливості поширювати ідеї маркетингу, розвивати українську економіку та українську маркетингову науку!

*Головний редактор журналу «Маркетинг в Україні»
Ірина Лилик*

Київ, 2017

МАРКЕТИНГ в Україні