

ВІД РЕДАКЦІЇ**УКРАЇНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ: ЗАСНУВАННЯ ОДЕСЬКОЇ ШКОЛИ**

Системні зміни середини 80-х років ХХ ст. спричинили перехід до ринкової економіки в країні. Звідси залишався один крок до сприйняття теорії та практики маркетингу.

Засновником Одеської школи маркетингу був доктор економічних наук, професор Ілля Абрамович Рабінович. Талановитий учений і педагог передбачив значення, потенціал і перспективи розвитку маркетингу в економіці країни.



Професор І.А. Рабінович, студент М.А. Окландер

Особисто для мене знайомство з теорією маркетингу розпочалося в 1985 році в Одеському інституті народного господарства, коли після лекції І.А. Рабінович запропонував мені тему дипломної роботи: «Удосконалення збутової діяльності підприємств на засадах концепції маркетингу».

Почавши працювати над дипломною роботою, в бібліотеці я знайшов лише одну книгу – «У павутинні маркетингу» (М.: Політиздат, 1982). У книзі йшлося про маркетинг як буржуазну науку, яка маскує експлуаторську сутність капіталізму. Але увагу привернуло те, що мета комунізму – максимальне задоволення потреб, збігається з метою маркетингу. Тому в 1985 році в дипломній роботі я запропонував створити відділ маркетингу на Одеському заводі прецизійних верстатів.

Мій науковий керівник професор Ілля Абрамович Рабінович був задоволений результатами дослідження і на час захисту дипломної роботи, будучи впевненим, що захист пройде відмінно, спокійно поїхав на нараду провідних економістів країни. А на захисті дипломної роботи виникли проблеми, бо члени Державної екзаменаційної комісії були недостатньо проінформовані про існування маркетингу. Вони запитували, навіщо потрібний на підприємстві відділ маркетингу, якщо є відділ збуту, навіщо взагалі використовувати іноземне слово «маркетинг». П'ятірку я отримав, але зрозумів, що впровадження найкращих прогресивних ідей потребує наявності бійцівських якостей. І переконався в значенні суб'єктивного чинника в історії. Відтоді відношення до маркетингу в економіці стало більш лояльним.

У 1989 році проф. І.А. Рабінович заснував Одеську школу міжнародного маркетингу «Інтмар». Завдяки особистим контактам запрошував до Одеси провідних учених із США та інших країн світу, які виступали з лекціями, проводили ділові ігри та семінари з маркетингу.

У 1990 році з ініціативи професора І.А. Рабіновича в Одеському інституті народного господарства була відкрита нова спеціальність «Маркетинг».

У 1991 році в Одеському інституті народного господарства з'явилась кафедра маркетингу.

У 1993 році Ілля Абрамович підготував підручник «Маркетинг в коммерческой деятельности». Наголосимо, що на той час це був перший в Україні підручник. На жаль у 1994 році Ілля Абрамович Рабінович пішов з життя. Він був глибоко порядним, скромним, ввічливим у спілкуванні, спокійним, виваженим у висновках, доброзичливим, всебічно освіченим, готовим завжди прийти на допомогу.



Професор Ф. Котлер, професор М.А. Окландер

У 90-х роках ХХ ст. в Україні відбулася «маркетингова революція». Великий внесок в її перемогу зробив американський фахівець, професор Філіпп Котлер. У 1990 році вийшов його підручник «Основи маркетингу». По суті, цей підручник став джерелом української школи маркетингу і повинен вважатися її родоначальником. Про це свідчать структура і зміст практично всіх українських підручників «Маркетинг».

Щоб бути ефективним маркетинг повинен змінитися. Основною тенденцією повинно стати поєднання маркетингової діяльності і цифрових технологій. Моделью маркетингу ХХІ ст. став цифровий маркетинг. Діджиталізація маркетингу знизить кількість безадресних звернень і збільшить кількість персоніфікованих звернень до цільової аудиторії.

Наукові традиції, закладені професором І.А. Рабіновичем, продовжує нове покоління одеських маркетингологів.

Кафедра маркетингу Одеського національного політехнічного університету за рівнем здобутків є однією з провідних кафедр маркетингу в Україні.

**Перемоги студентів спеціальності «Маркетинг»
Одеського національного політехнічного університету
у Всеукраїнських конкурсах та олімпіадах**

Кудіна Алевтина Володимирівна — І місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2015 р.*)

Баранова Юлія Олександрівна — II місце у Всеукраїнській студентській олімпіаді за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2015 р.*)

Юрасова Олена Сергіївна — I місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2016 р.*)

Шенгелія Яна Юрїївн — III місце у Всеукраїнській студентській олімпіаді за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2016 р.*)

Шенгелія Яна Юрїївна — III місце у XI Всеукраїнському конкурсі наукових студентських робіт за спеціальністю «Маркетинг» «Молодь опановує маркетинг» ім. Ігоря Ткаченка (*ГО «Українська асоціація маркетингу» у 2016 р.*)

Білаш Максим Миколайович — I місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2017 р.*)

Квахненко Катерина Віталіївна — III місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2017 р.*)

Юрасова Олена Сергіївна — I місце у Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів за спеціальністю «Маркетинг» (*Міністерство освіти і науки України, 2017 р.*)

Конак Євгенія Іванівна — III місце у Всеукраїнській студентській олімпіаді з дисципліни «Інвестування» (*Міністерство освіти і науки України, 2017 р.*)

Мельник Анатолій Володимирович — III місце у XII Всеукраїнському конкурсі наукових студентських робіт за спеціальністю «Маркетинг» «Молодь опановує маркетинг» ім. Ігоря Ткаченка (*ГО «Українська асоціація маркетингу» у 2017 р.*)

Гладенко Руслан Миколайович, Денисенко Наталія Віталіївна, Криворучко Катерина Ігорівна, Соловей Аліна Сергіївна, Почтарь Світлана Владиславівн — III місце на Українському студентському фестивалі реклами, Проект «Рекламний Полігон», (*Спілька рекламистів України, 2017 р.*)

Іщенко Юлія Сергіївна, Ліганенко Ксенія Віталіївна, Гладенко Руслан Миколайович — II місце у XI Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» (*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2017 р.*)

Михайло Окландер

Головний редактор журналу «Маркетинг і цифрові технології»