

РЕЗОЛЮЦІЯ
III Міжнародної науково-практичної конференції
«Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери,
індустрії гостинності та торгівлі»,
5 листопада 2024 р.

III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі» відбулася 5 листопада 2024 р. на базі Державного біотехнологічного університету.

Конференція спрямована на обговорення актуальних проблем, тенденцій, стратегій розвитку, інструментів та технологій інноваційного підприємництва, товарознавства, маркетингу в агропродовольчій сфері, індустрії гостинності та торгівлі; розширення міжнародних наукових комунікацій та співробітництва між освітою, наукою та бізнесом.

До оргкомітету конференції надійшли 259 доповідей від навчальних закладів, наукових установ і організацій.

У роботі конференції взяли участь представники 59 закладів вищої освіти, наукових установ і організацій із Польщі (м. Варшава, м. Краків, м. Торунь), Туреччині (м. Стамбул), Азербайджану (м. Баку), Латвії (м. Резекне), Грузії (м. Батумі), обласних центрів та міст України (Харків, Київ, Одеса, Львів, Дніпро, Ужгород, Запоріжжя, Чернігів, Хмельницький, Рівне, Полтава, Тернопіль, Суми, Миколаїв, Кривий ріг, Кременчук, Луцьк, Кропивницький, Ірпінь, Тростянець, Умань, Глухів). Серед них:

Польща

м. Варшава

Варшавський університет наук про життя – SGGW

м. Краків

Краківський економічний університет

м. Торунь

Університет Миколи Коперника

Туреччина

м. Стамбул

Стамбульській університет Айдин

Стамбульський технічний університет

Азербайджан

м. Баку

Азербайджанський університет кооперації

Латвія

м. Резекне

Резекненська академія технологій

Грузія

м. Батумі

Батумський державний університет ім. Шота Руставелі

Швейцарія

м. Цюріх

Федеральна вища технічна школа Цюріха

Україна

м. Глухів

Глухівський національний педагогічний університет імені Олександра Довженка

м. Дніпро

Дніпровський державний університет внутрішніх справ

Дніпропетровський державний інститут судових експертиз

Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет»

м. Запоріжжя

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

Запорізький національний університет

ВСП «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького Національного Університету»

м. Ірпінь

Державний податковий університет

м. Київ

Державний торговельно-економічний університет

Національний університет харчових технологій

Інститут продовольчих ресурсів Національної академії аграрних наук України

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Київський національний університет будівництва і архітектури

ГО «Українська Асоціація Маркетингу»

м. Кривий ріг

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кременчуг

Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського

м. Луцьк

Головне управління Держпродспоживслужби у Волинській області

м. Львів

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Національний університет «Львівська політехніка»

Львівський торговельно-економічний університет

м. Миколаїв

Миколаївський національний аграрний університет

м. Одеса

Одеський національний технологічний університет

Одеський державний аграрний університет

ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України»

м. Полтава

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України

Полтавський університет економіки і торгівлі

Виконавчий комітет служби у справах дітей Київської районної ради в м. Полтава

м. Рівне

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Суми

Сумський національний аграрний університет

м. Стрий

ВСП «Стрийський фаховий коледж Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. Гжицького

ТА «Siesta»

м. Тростянець

КЗ ТМР «Музейно-виставковий центр «Тростянецький»

м. Тернопіль

Західноукраїнський національний університет

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

м. Харків

Державний біотехнологічний університет

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Харківський національний університет внутрішніх справ

Харківська державна академія культури

ННІ Українська інженерно-педагогічна академія Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

Харківський державний професійно-педагогічний фаховий коледж ім. В.І. Вернадського

ВСП Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету

Харківська обл., с. Липковатівка

Липковатівський аграрний фаховий коледж

м. Хмельницький

Хмельницький національний університет

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

м. Чернігів

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Національний університет «Чернігівський колегіум» ім. Т.Г. Шевченко

м. Ужгород

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

м. Умань

Уманський національний університет садівництва

Подані на розгляд матеріали свідчать про високий науковий рівень конференції, міцні зв'язки між ЗВО, розширення співпраці між наукою і виробництвом, взаємне збагачення різних за напрямками досліджень провідних наукових шкіл.

Конференція відзначає високий загальний рівень наукових досліджень, які проводяться на сучасному етапі розвитку науки за напрямками:

- інноваційна діяльність у підприємстві;
- інноваційні технології в сільському господарстві;
- інноваційні технології в індустрії готельно-ресторанного бізнесу;
- розвиток аграрного та ресторанного бізнесу;
- соціальне підприємство;
- стале сільське господарство;
- відповідальний маркетинг та етична поведінка (на засадах справедливості, інклюзивності та рівності) на вітчизняних та світових ринках;
- інноваційних підходів для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємств на маркетингових засадах;
- цифровізація маркетингових інструментів з акцентом на AI для забезпечення розвитку бізнесу;
- споживча поведінка та формування лояльності споживачів в умовах нових викликів;
- логістичні процеси та їх вплив на маркетингову стратегію підприємств;
- сучасні тренди брендінгу та пріоритетні тональності маркетингових комунікацій для встановлення зв'язку з аудиторією та передачею цінності бренду;
- особливості сучасних рекламних кампаній та їх вплив на прийняття купівельних рішень;
- цифровізація, інновації та нові технології в туризмі;
- соціально-економічний розвиток, антикризове управління і стратегічний менеджмент у туризмі;
- соціокультурні аспекти та етичні питання в туризмі;
- розвиток нових туристичних напрямків і нішевих сегментів, MICE-туризм і європейський досвід;
- екологічний і сталий розвиток у туризмі;
- інновації в готельній індустрії та ресторанному бізнесі;
- стратегії розвитку та управління фінансово-економічною, маркетинговою діяльністю підприємств гостинності у конкурентних умовах;
- шляхи удосконалення системи надання послуг у закладах гостинності;
- розробка новітніх технологій продуктів;
- розвиток технологій перероблення, біорозкладання, утилізації відходів;
- контроль якості та безпечності харчових продуктів і непродовольчих товарів;
- сучасні технології харчових добавок оздоровчого та профілактичного призначення;

- стратегічні пріоритети у сфері безпеки харчових продуктів;
- інноваційні технології обробки харчових продуктів.

Розвитку цих наукових напрямів та підготовці наукових кадрів сприяє наявність аспірантури та докторантури, робота наукових шкіл, регулярне видання наукових збірників та проведення наукових семінарів фахової спрямованості.

Проведення конференції з обговоренням та узагальненням досліджень дозволило дати комплексну оцінку сучасного стану вирішення проблемних питань.

За результатами обговорення доповідей конференція постановляє:

1. Схвалити основні положення наукових доповідей учасників інтернет-конференції, відзначити їх актуальність, ґрунтовність, наукове та практичне значення, а також високу якість, наукову новизну та глибину досліджень, що проводяться в межах наукових шкіл.

2. Підтримати діяльність науково-педагогічних колективів закладів вищої освіти з розвитку фундаментальної та прикладної науки. Вважати позитивними встановлені зв'язки з обміну інформацією за результатами наукових досліджень споріднених ЗВО та проведення спільних наукових досліджень.

3. В результаті обговорення пропозицій ГО «Українська асоціація маркетингу» щодо гармонізації українських та європейських практик регулювання маркетингу харчових продуктів і напоїв (із фокусом на захист прав дітей від впливу реклами нездорової їжі) підтримати Дорожню карту цього процесу.

4. Сприяти більш тісній взаємодії між наукою, освітою, професійними об'єднаннями, регуляторами ринку (Держпродспоживслужба; Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України тощо) у напрямку забезпечення ключових стейкхолдерів науковими, методичними та навчальними матеріалами для організації їхньої діяльності.

5. Посилити міждисциплінарні дослідження, спрямовані на захист прав споживачів.

6. Вважати за доцільне розширення та поглиблення досліджень за такими напрямами:

- розвиток інноваційного підприємництва в аграрній сфері, індустрії гостинності та торгівлі в сучасних реаліях;
- дослідження сучасних проблем трансформації торгівлі з використанням цифрових технологій;
- розвиток підприємництва, торгівлі, готельно-ресторанного та аграрного бізнесу в умовах воєнного стану;
- вивчення основних підходів до розробки стратегій розвитку агропідприємств;
- вивчення ролі соціального підприємництва у вирішенні суспільних проблем людства;
- дослідження управління змінами в інноваційному підприємстві;
- розвиток сталого сільського господарства;

- розробка ефективних методів просування, орієнтованих на специфіку споживацького попиту на ринку харчових продуктів;
- формування етичних комунікацій, що відповідають умовам цифровізації та соціальним викликам;
- вивчення ролі інклюзивного маркетингу в забезпеченні рівних можливостей та підвищенні соціальної відповідальності бізнесу;
- дослідження чинників, що впливають на поведінку та лояльність клієнтів, зважаючи на нові глобальні та соціальні обставини;
- аналіз можливостей та потенційних загроз, пов'язаних із застосуванням AI у маркетингових процесах;
- дослідження інноваційних підходів для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємств на маркетингових засадах;
- визначення актуальних тенденцій брендінгу, що зміцнюють емоційний зв'язок з аудиторією;
- розробка стратегій, що відповідають умовам і вимогам цифрового ринку;
- вивчення інтеграції логістики у маркетингову стратегію для підвищення ефективності операцій;
- аналіз методів та інструментів рекламних кампаній, що визначають поведінку та рішення споживачів.
- дослідження споживчої поведінки на вітчизняному та світових ринках;
- розвиток маркетингових інструментів просування харчових продуктів в умовах реалізації завдань сталого розвитку та євроінтеграційних процесів;
- розвиток сучасних підходів до відповідальних маркетингових комунікацій в умовах цифровізації та воєнного стану;
- дослідження сучасних трендів брендінгу та пріоритетних тональності маркетингових комунікацій для встановлення зв'язку з аудиторією та передачею цінності бренду;
- удосконалення наукових підходів до формування маркетингових стратегій підприємств з метою забезпечення їх конкурентоспроможності та стабільного розвитку бізнесу;
- дослідження особливостей сучасних рекламних кампаній та їх вплив на прийняття купівельних рішень, особливо молоддю;
- впровадження антикризового управління та адаптація туристичної галузі в умовах глобальних і регіональних криз;
- розвиток інновацій, діджиталізації та цифрових технологій в туризмі;
- екологічний і сталий туризм;
- аналіз передумов та визначення концептуальних засадів екологічного і сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні;
- впровадження соціокультурних аспектів та етики в туризм та напрямів екологічної відповідальності у туризмі;
- обґрунтування впливу інсентив-туризму на розвиток ділового туризму;
- дослідження гастрономічного та етнічного туризму, ніші wellness та оздоровчого туризму, регіонального туризму та місцевих туристичних кластерів;

- вивчення маркетингових стратегій та інструментів просування туризму з метою забезпечення соціально-економічного розвитку через туризм;
- актуалізація стратегій розвитку та функціонування закладів готельно-ресторанного господарства для мінімізації ризиків, підвищення конкурентоспроможності;
- удосконалення бізнес-процесів готельно-ресторанних підприємств;
- дослідження споживних властивостей продовольчих товарів із метою розширення асортименту продовольчої продукції українського ринку та підвищення її якості;
- розвиток сучасних підходів до використання товарознавчих експертиз у митній справі;
- забезпечення контролю якості та безпечності харчових продуктів на всіх етапах виробництва;
- перспективи використання інноваційної технології обробки харчових продуктів.

7. Активізувати роботу з розширення географії учасників наукових конференцій Державного біотехнологічного університету шляхом перегляду переліку ЗВО, наукових установ і підприємств України та ближнього зарубіжжя, яким надсилається інформація про умови проведення конференції.

8. Проводити роботу з активного залучення колег зі споріднених ЗВО, а також представників ділових кіл м. Харкова, інших міст, зарубіжних організацій та фірм.

9. Розширювати міжнародні зв'язки шляхом проведення спільних конференцій та опублікування робіт зарубіжних науковців у фахових українських виданнях і науковців України в зарубіжних виданнях.

10. Підвищити активність ради молодих учених та студентського наукового товариства з організації науково-дослідної роботи та проведення конференцій. Активізувати роботу з апробації на наукових конференціях результатів дисертаційних досліджень аспірантів різних форм навчання, здобувачів наукового ступеня.

11. Покращити зв'язки з виробництвом у напрямі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності й укладання угод про виконання наукових досліджень і розробок на замовлення підприємств.

Оргкомітет конференції