

На третю складову ви ніяк самі вплинути не можете. Але перші дві залежать від вас. І якщо участь в конференціях, круглих столах, обговореннях та публічних дискусіях може презентувати професійні якості науковця. То соціальні мережі демонструють цінності і людські якості, що притягує та об'єднує людей за схожими поглядами і цінностями, викликає жваві дискусії та дозволяє відпрацювати навички ораторської майстерності, психології та формуючи соціальний капітал молодого науковця.

Література

1. Володимир У. О. Формування маркетингової стратегії підприємства : магістерська робота [Електронний ресурс] / У. О. Володимир. — Тернопіль, 2017. — Режим доступу : <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17848/1/%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94%D0%98%D0%9C%D0%98%D0%A0%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3.pdf>.

References

1. Volodymyr, U. O. (2017). Formuvannia marketynhovoї stratehii pidpryiemstva: mahisterska robota [Formation of the marketing strategy of the enterprise: master's work]. Retrieved from <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17848/1/%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94%D0%98%D0%9C%D0%98%D0%A0%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3.pdf> (in Ukr.)

JEL: I25

КРИШТАЛЬ Галина

д. е. н., доцент

Міжрегіональна академія управління персоналом, Україна

ORCID: 0000-0003-3420-6253

e-mail: gkryshstal@ukr.net

Galina KRYSH TAL

Doctor of Economics, associate professor
Interregional Academy of Personnel
Management, Ukraine

ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ, ОСВІТИ ТА ВИРОБНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

INTEGRATION OF SCIENCE, EDUCATION AND PRODUCTION IN THE CONTEXT OF STATE DEVELOPMENT

Анотація: Розглянуто перспективи інтеграції науки, освіти та виробництва та зауважено, що важливо внести корективи до освітньої діяльності самих університетів. Відмічено необхідність саме бізнесу визначати свої потреби в інноваціях.

Ключові слова: наука, інтеграція, освіта, бізнес

Abstract: The prospects for the integration of science, education and production were considered and it was noted that it is important to make adjustments to the educational activities of the universities themselves. The need for businesses to determine their needs for innovation was noted.

Keywords: science, integration, education, business

Інтеграція науки, освіти та виробництва є основою інноваційного розвитку будь-якої країни. На сьогоднішній день світова індустрія отримує

нові технології з наукових центрів, а саме з університетів, інститутів та інших вищих навчальних та науково-дослідних інститутів. За даними компанії Thomson Reuters, із десяти найуспішніших наукових центрів у сфері авіакосмічної та оборонної промисловості є сім університетів. В автомобільній індустрії університети займають усі десять позицій, що лідирують, серед постачальників технологій, у біотехнології – чотири позиції, в галузі косметики та здоров'я – шість. Саме вони займають перші десять рядків у списку розробників інформаційних технологій у сфері телекомунікацій, харчової промисловості, створення нових моделей побутової техніки. Дослідники вищих навчальних закладів також повністю домінують серед розробників технологій у нафто- та газовидобутку, фармацевтиці, виробництві медичного обладнання та напівпровідникових матеріалів.

При цьому більшість провідних вишів світу протягом багатьох десятиліть щільно працюють із найбільшими корпораціями. Зазвичай, така співпраця починається з чіткого формулювання наявних технічних проблем, потім вирішуються питання наукового, кадрового та фінансового забезпечення. І робота, спрямована на вирішення конкретного завдання, стимулює виникнення того самого «інноваційного конвеєра», який сьогодні рухає вперед провідні економіки світу.

Актуальність досліджуваної теми наштовхує на більш детальне опрацювання питання інтеграції науки, освіти та виробництва в контексті майбутнього розвитку держави.

Більшість університетів з науковими традиціями ведуть дослідження світового рівня в десятках галузей та безлічі різних напрямків одночасно. Це такі наукові центри, як Каліфорнійський університет у Берклі, Гарвардський університет, Массачусетський технологічний інститут та інші.

Водночас у країнах «наздоганяючого розвитку» – Китаї, Індії, Південній Кореї – науково-освітні університети з'явилися не внаслідок еволюції, як відповідь на запит з боку бізнесу, а були створені директивно шляхом об'єднання державних наукових та освітніх центрів. У таких дослідних центрах наукові дослідження ведуться у кількох суміжних напрямках.

За даними статистичної звітності з 2015 по 2021 роки вузами України виконано понад 70% загальної кількості зареєстрованих НДДКР. Це пов'язано із запровадженням грантового фінансування за результатами конкурсів, коли вищі навчальні заклади отримали найбільшу кількість одобрених заявок за поданими проектами. На фундаментальні дослідження припадає 53,5% всіх робіт, на прикладні – 46,2%. Проектно-технологічні та дослідно-конструкторські роботи становлять поки що лише 3%. Як позитивний факт можна назвати зростання кількості наукових досліджень, виконуваних вузами з допомогою позабюджетних (власних коштів).

Цікавим є і такий аспект: за кількістю публікацій у міжнародних наукових журналах, що мають імпаکت-фактор, за період 2015–2021 років, переважають саме вищі навчальні заклади.

Важливим моментом є залучення дослідників зі світового академічного ринку, спрямування інвестицій на розвиток міжнародного співробітництва у науково-технічній сфері ВНЗ, на програми викладацьких та студентських науково-освітніх обмінів. Окремо слід наголосити, що державна політика щодо підтримки вузівської науки реалізується і через створення дослідницьких університетів [1].

Разом з тим не можна не помітити, що вітчизняні вузи все ще відірвані від реальних потреб регіонів, що виражається в невідповідності рівня фахівців, що випускаються, попиту на локальному ринку праці. Вони також досі далекі від підприємницького сектору. Нам видається, що системним заходом, який міг би стимулювати взаємодію ВНЗ та виробництва у науково-технічній сфері, може бути створення податкових умов, які б давали бізнесу вигоди від співпраці з університетами. І такі приклади у світі є.

Дуже важливо внести корективи до освітньої діяльності самих університетів. З одного боку, це вимоги до професорсько-викладацького складу, щоб у вчених з'явилися реальні можливості та стимули займатися науковими дослідженнями, з іншого – якнайшвидше освоєння вузами нових напрямів широкої підготовки фахівців у галузі управління інноваційними процесами та комерціалізації технологій [2]. Їх потрібно навчати менеджменту інноваційних проектів, маркетингу інновацій та інноваційної продукції, трансферу технологій, патентуванню та іншим формам охорони інтелектуальної власності, формуванню інноваційних мереж у науковій та промисловій спільнотах [3].

Насамкінець хотілося б звернути увагу і на таку проблему, як «криза замовника», коли бізнес не може поставити перед наукою великі проблеми. Держава пропонує стратегію, окреслює напрямки, якими має рухатися інтегрована система національної економіки та науки, а конкретизувати стратегію має бізнес. Але, на жаль, він мовчить. Бізнес повинен чітко позначити свої потреби в інноваціях, сформувавши пул внутрішньогалузевих потреб, що ранжуються за пріоритетністю.

Економічна криза має дати поштовх розвитку країни. Інтеграція науки, освіти та виробництва є однією з найважливіших умов для входження України до найрозвиненіших країн світу. Для цього у нас є всі необхідні ресурси та можливості.

Література

1. Білоус О.Ю. Розвиток наукових парків в Україні в контексті створення регіональних систем трансферу знань / О.Ю. Білоус // Науково-практичний круглий стіл «Проблеми та перспективи наукових парків в Україні», 17 трав. 2017 року, Київ. - С.3-7.
2. Foss N.J., Husted K. and Michailova S. (2010), "Governing knowledge sharing in organizations: Levels of analysis, governance mechanisms, and research directions", Journal

References

1. Bilous O.Yu. The development of science parks in Ukraine in the context of the creation of regional knowledge transfer systems / O.Yu. Bilous // Scientific and practical round table "Problems and prospects of science parks in Ukraine", May 17. 2017, Kyiv. - P.3-7.
2. Foss N.J., Husted K. and Michailova S. (2010), "Governing knowledge sharing in organizations: Levels of analysis, governance mechanisms, and research directions", Journal

of Management Studies, Vol. 47 No. 3, p. 455-482.

3. Jones Evans D. and Klofsten M. (2015), "Universities and local economic development: The case of Linköping", European Planning Studies, No. April, p. 37-41.

of Management Studies, Vol. 47 No. 3, p. 455-482.

3. Jones Evans D. and Klofsten M. (2015), "Universities and local economic development: The case of Linköping", European Planning Studies, No. April, p. 37-41.

JEL A11, L14, L20, M31

ЛЮБАСЮК Ірина

магістрантка ОПП «Бізнес-економіка та аналітика»,

КНЕУ імені Вадима Гетьмана,

м. Київ, Україна,

ORCID 0000-0002-1970-883X

ГРЕБЕШКОВА Олена

канд. екон. наук, доцент,

КНЕУ імені Вадима Гетьмана,

м. Київ, Україна,

ORCID 0000-0002-6896-3941

e-mail: iryana.lyubasyuk@kneu.ua

Lubasiuk Iryna

graduate student, EPP "Business Economics and Entrepreneurship",

KNEU named after Vadym Hetman,

Kyiv, Ukraine,

Hrebeshkova Olena

Ph.D. (Economy Sciences), Associate Professor,

KNEU named after Vadym Hetman, Kyiv,

Ukraine,

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ

Анотація: Визначено роль маркетингових рішень у забезпеченні ефективності сучасного підприємства. Запропоновано систематизацію маркетингових рішень на основі предметних сфер діяльності підприємства (продукти, позиції, відносини, репутація). Охарактеризовано перспективні напрями розвитку методології формування результативних маркетингових рішень на підприємстві.

Ключові слова: ефективність, бізнес, маркетинг, стратегія, управління.

ENSURING BUSINESS EFFICIENCY ON THE BASIS OF MARKETING SOLUTIONS

Abstract: The role of marketing solutions in ensuring the efficiency of a modern enterprise is determined. The systematization of marketing decisions based on the subject areas of the enterprise (products, positions, relations, reputation) is proposed. Prospective directions for the development of the methodology for the formation of effective marketing solutions at the enterprise are characterized.

Keywords: efficiency, business, marketing, strategy, management.

Необхідність адаптації до динамічних ринкових умов сучасної економіки змушує підприємства розробляти та реалізовувати новітні управлінські рішення, зокрема в сфері маркетингу. Маркетингова діяльність відіграє визначальну роль у забезпеченні стратегічного успіху підприємства, оскільки її результати здебільшого визначають ринкову позицію та конкурентних статус підприємства. Відповідно, ефективність діяльності підприємства напряму залежить від прийнятих маркетингових рішень. Маркетингове рішення – це управлінська складова маркетингу, завдяки якій підприємства досягають цілей маркетингу та виконують маркетингові завдання [1, с. 58].