

Ірина Новікова, Алла Степанова, Оксана Жилінська, Олександр Бедюх

Огляд нетворкінгових платформ для передачі знань та технологій у сучасних дослідницьких університетах

Інноваційний розвиток України можливий завдяки запровадженню ефективного механізму для просування комерційно привабливих наукових ідей і розробок університетів на внутрішні та міжнародні ринки. Надзвичайно складним для дослідницьких університетів є здійснення передачі своїх розробок через недостатньо розвинену інфраструктуру передачі технологій з інформаційною системою для обміну технологічними запитами і пропозиціями. У статті показано набір сучасних інструментів для передачі знань та технологій, які активно використовуються міжнародною науковою спільнотою і сприяють врахуванню їх специфіки у організації інноваційного маркетингу в дослідницьких університетах. Проаналізовано роль соціальних і комунікаційних інструментів, а саме таких медіа та онлайн-платформ як Instagram, Twitter, LinkedIn, чи YouTube, або інших платформ для комунікації та пошуку, включаючи Європейську мережу підприємств, у передачі технологій між світовими дослідницькими університетами і університетами України. Переважання позитивних ознак у використанні інструментів медіа для передачі технологій доводить їх ефективність для українського ринку. За допомогою інструментів медіа було запропоновано розробити сучасну стратегію для комерціалізації результатів інноваційної діяльності дослідницьких університетів. У статті надано рекомендації щодо отримання комерційно привабливих результатів в університетах на основі методів мережевого маркетингу та освіти.

Ключові слова: інновації, передача знань, передача технологій, мас-медіа, дослідницький університет

Класифікація JEL: I23, M38, O33



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Ірина Новікова, Алла Степанова, Оксана Жилинская, Александр Бедюх

Обзор нетворкинговых платформ для передачи знаний и технологий в современных исследовательских университетах

Инновационное развитие Украины возможно благодаря внедрению эффективного механизма для продвижения коммерчески привлекательных научных идей и разработок университетов на внутренние и международные рынки. Чрезвычайно сложным для исследовательских университетов является осуществление передачи своих разработок из-за недостаточно развитой инфраструктуры передачи технологий с информационной системой для обмена технологическими запросами и предложениями. В статье показан набор современных инструментов для передачи знаний и технологий, активно используемых международным сообществом и способствующих учитыванию их специфики в организации инновационного маркетинга в исследовательских университетах. Проанализирована роль социальных и коммуникационных инструментов, а именно таких медиа и онлайн-платформ как Instagram, Twitter, LinkedIn, или YouTube, или других платформ для коммуникации и поиска, включая Европейскую сеть предприятий, в передаче технологий между мировыми исследовательскими университетами и университетами Украины. Преобладание положительных признаков в использовании инструментов медиа для передачи технологий доказывает их эффективность для украинского рынка. При помощи инструментов медиа было предложено разработать современную стратегию для коммерциализации результатов инновационной деятельности исследовательских университетов. В статье представлены рекомендации касательно получения коммерчески привлекательных результатов в университетах на основе методов сетевого маркетинга и образования.

Ключевые слова: инновации, передача знаний, передача технологий, масс-медиа, исследовательский университет

Классификация JEL: I23, M38, O33



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.