

формування програм наукових досліджень та визначення їх практичної спрямованості. Все це потребує подальшого аналізу та розробки пропозицій щодо переходу виконання наукових досліджень на практичний результат.

**Висновки.** Великий науковий потенціал університетів, особливо у галузі фармації, свідчить про необхідність серйозних змін у системі планування, виконання досліджень та комерціалізації розробок. Для цього потрібно використовувати різноманітні методи та форми управління інвестиційно-інноваційним процесом наукових досліджень та розробок з пріоритетом на практичний результат та ефективність. Необхідний перехід із некомерційної на комерційну форму передачу результатів наукових досліджень. Значне місце при цьому займає маркетингове забезпечення процесу комерціалізації результатів наукових досліджень та системне застосування різних форм організаційно-правового супроводу діяльності, включаючи новітні підрозділи, відповідну інфраструктуру та створені вузом спеціалізовані фірми. Комерціалізація являється безперервним процесом від початку до завершення створення нового продукту, що постійно повторюється. Вона має ринкову природу, залежить від кон'юнктури ринку, характеризується маркетинговим змістом, її потрібно розглядати як спеціалізовану та самостійну сферу маркетингової діяльності суб'єктів ринку інновацій.

**Ключові слова.** Фармацевтична галузь, комерціалізація, маркетингова діяльність, маркетингові завдання, наукові дослідження та розробки, вищі навчальні заклади, інноваційна діяльність.

УДК 378 : 339.138 : 347.778: 615.1

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК ВУЗОВ**

Малый В.В.<sup>1</sup>, Самборский О.С.<sup>2</sup>, Слободянюк Н.Н.<sup>1</sup>, Евтушенко Е.Н.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Национальный фармацевтический университет (г. Харьков), Украина

<sup>2</sup>ГВУУ «Ивано-Франковский национальный медицинский университет» (г. Ивано-Франковск), Украина

**Цель:** обобщение теоретических основ и научно-практических аспектов внедрения научных исследований и разработок в практическую деятельность, анализ современного состояния инновационно-инвестиционной деятельности

в Украине и университетах, выделение задач маркетингового обеспечения процесса коммерциализации для повышения эффективности проведения научных исследований и разработок.

**Материалы и методы:** в исследовании использовались статистические и отчетные данные материалы сайтов университетов, результаты исследований зарубежных и отечественных ученых по вопросам коммерциализации результатов инновационной деятельности, научных разработок вузов и маркетинговой деятельности в процессе коммерциализации инноваций. Достижение цели исследований осуществлялось благодаря использованию таких методов, как анализ и синтез, логический подход, формализация, сравнение, маркетинговый анализ.

**Результаты исследования.** Изменение приоритетов индустриального и постиндустриального укладов экономик на научную основу, существенное повышение роли научных исследований в развитии стран и мира в целом, ставит вопрос все более глубокого сочетания науки и производства, создание целевой среды взаимоотношений участников процесса, направленности работы на конечный результат и эффективность. Передовые страны все более активно используют значительный потенциал университетской науки, создавая соответствующее законодательное поле, поддержку приоритетным исследованиям и поощряя быстрее внедрение результатов в практику. Производственные фирмы активно и последовательно отслеживают появление новых научных знаний еще на этапе проведения фундаментальных исследований и мотивировано стремятся первыми получить положительные результаты в свое распоряжение для практического использования. Анализ показывает, что в Украине, к сожалению, еще не создана мотивированная к результатам инвестиционно-инновационная среда, особенно для университетской науки. Результаты научной работы ведущего Национального фармацевтического университета показывают большие наработки в создании новых лекарственных средств, которые при этом еще не нашли заинтересованности производителей лекарств. Отмечается отсутствие стимулирующего механизма взаимодействия процесса научных разработок и внедрения, а также не использование в полной мере маркетингового обеспечения уже на этапе формирования программ научных исследований и определения их практической направленности. Все это требует дальнейшего анализа и разработки предложений по переходу выполнения научных исследований на практический результат.

**Выводы.** Большой научный потенциал университетов, особенно в области фармации, свидетельствует о необходимости серьезных изменений в системе планирования, выполнения исследований и коммерциализации разработок. Для этого нужно использовать различные методы и формы управления инвестиционно-инновационным процессом научных исследований и разработок с приоритетом на практический результат и эффективность. Необходим переход с некоммерческой на коммерческую форму передачи результатов научных исследований. Значительное место при этом занимает маркетинговое обеспечение процесса коммерциализации результатов научных исследований и системное применение различных форм организационно-правового сопровождения деятельности, включая новейшие подразделения, соответствующую инфраструктуру и созданы вузом специализированные фирмы. Коммерциализация является непрерывным процессом от начала до завершения создания нового продукта, постоянно повторяется. Она имеет рыночную природу, зависит от конъюнктуры рынка, характеризуется маркетинговым содержанием, ее нужно рассматривать как специализированную и самостоятельную сферу маркетинговой деятельности субъектов рынка инноваций.

**Ключевые слова.** Фармацевтическая отрасль, коммерциализация, маркетинговая деятельность, маркетинговые задачи, научные исследования и разработки, высшие учебные учреждения, инновационная деятельность.

УДК 378 : 339.138 : 347.778: 615.1

**THEORETICAL AND SCIENTIFIC-PRACTICAL ASPECTS OF  
MARKETING COMMERCIALIZATION OF HIGHER EDUCATIONAL  
ESTABLISHMENTS SCIENTIFIC DEVELOPMENTS**

V.V. Malyi<sup>1</sup>, O. S. Samborskyi<sup>2</sup>, M. M. Slobodyanyuk<sup>1</sup>, O.M. Ievtushenko<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*National University of Pharmacy, city of Kharkiv, Ukraine.*

<sup>2</sup>*SHEE «Ivano-Frankivsk National Medical University», Ivano-Frankivsk, Ukraine*

**The goal:** to summarize theoretical fundamentals and scientific-practical aspects of implementation of scientific investigations and developments in practice, analysis of up-to-date innovative-investment activity in Ukraine and universities, setting tasks of marketing process of commercialization in order to increase efficiency of scientific investigations and developments conducted.