

ПЛАТФОРМА 4.
ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ:
ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 378.147:339.13:005.94(477)

Орел А.М., д.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Рабчук С.В., аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну

ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ОСВІТИ ТА БІЗНЕС-МОТИВАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРАХ УКРАЇНИ

Сьогодні маркетингова освіта в Україні стикається з низкою викликів, зумовлених швидким розвитком цифрових технологій, динамічністю ринку праці та зростанням ролі штучного інтелекту в управлінні бізнес-процесами. Традиційні навчальні моделі потребують переосмислення, адже сучасний маркетолог має володіти не лише класичними інструментами маркетингових досліджень, а й навичками роботи багатьох систем, цифрової аналітики, контент-маркетингу і соціальними медіа.

Серед основних викликів можна виділити:

- недостатню інтеграцію практичної складової в навчальний процес;
- повільну адаптацію освітніх програм до технологічних змін;
- розрив між академічною підготовкою та реальними потребами бізнесу.

Перспективи модернізації маркетингової освіти полягають у впровадженні міждисциплінарного підходу, партнерстві з компаніями, розвитку дуальної освіти, оновленні змісту дисциплін із урахуванням міжнародних практик та формуванні soft skills (критичного мислення, креативності, етичного лідерства й комунікаційної компетентності). Це не лише оновлення змісту навчання, а й створення інноваційного освітнього середовища, орієнтованого на потреби сталого економічного розвитку, цифрової трансформації та підготовку конкурентоспроможних фахівців.

Бізнес-мотивація в інноваційних кластерах виступає потужним каталізатором розвитку освітніх ініціатив, адже кластери створюють умови для співпраці університетів, підприємств та місцевих громад. Вони стимулюють впровадження дуальної освіти, розвиток менторства, практико-орієнтованих проєктів, а також сприяють формуванню нової культури підприємництва, орієнтованої на сталий розвиток і соціальну відповідальність. Маркетингова освіта та бізнес-мотивація в інноваційних кластерах є важливою умовою формування нової генерації фахівців, здатних забезпечити економічне зростання України на основі знань, інновацій та партнерства. Це потребує системного оновлення освітніх програм, активної участі бізнесу в освітніх процесах і розвитку культури підприємництва серед молоді. Сучасні соціально-економічні процеси в Україні характеризуються високим рівнем глобалізації, цифрової трансформації та необхідністю післявоєнного відновлення економіки. У цьому контексті актуалізується питання модернізації системи маркетингової освіти, яка має забезпечити підготовку фахівців

нового покоління – здатних працювати в умовах невизначеності, використовувати інноваційні технології та формувати конкурентні бізнес-стратегії. Одночасно формується потреба у розвитку бізнес-мотивації в межах інноваційних кластерів як ефективної форми взаємодії освіти, науки й бізнесу.

Інноваційні кластери є осередками взаємодії між університетами, бізнесом та державними структурами, що стимулюють створення нових технологій, стартапів та соціально-економічних проєктів. Розвиток бізнес-мотивації в таких кластерах дозволяє залучати студентів до реальних кейсів, грантових програм, підприємницьких лабораторій і хакатонів, формуючи практичні навички командної роботи, лідерства, стратегічного мислення та соціальної відповідальності. Ключовим завданням стає створення механізмів інтеграції освіти в інноваційне середовище – через дуальну освіту, систему наставництва, участь у проєктах місцевого розвитку та співпрацю з підприємствами в межах кластерів (аграрних, креативних, ІТ, екотуристичних тощо).

Модернізація маркетингової освіти та бізнес-мотивації в інноваційних кластерах України є стратегічним напрямом підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Її реалізація потребує синергії державної політики, академічного середовища й бізнесу, орієнтованої на розвиток креативного потенціалу, інноваційного мислення та підприємницької культури молоді.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. — Київ: Вільямс, 2022.
2. Сидоренко В. Інноваційні кластери як чинник розвитку економіки знань // Економіка України. — 2024.
3. Риженко Л. Модернізація маркетингової освіти в умовах цифрової трансформації // Вісник КНЕУ. — 2023.