

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НАУКОВИХ ЗНАТЬ

Професор Ілляшенко С.М.,
Сумський державний університет, Україна;
Вища економіко-гуманітарна школа, Польща

В сучасному світі економічне зростання окремих організацій, галузей і національних економік у цілому базується на генеруванні та використанні інформації та знань. Здатність продукувати і використовувати (комерціалізувати) актуальні наукові, професійні та технічні знання стала одним з основних факторів конкурентоспроможності на світових ринках. При цьому базовими є саме наукові знання, які є основою технічних і професійних знань, вони також узагальнюють і систематизують технічні і професійні емпіричні напрацювання.

Одними із інструментів просування наукових знань, а також визначення найбільш перспективних напрямів їх продукування є наукові видання, зокрема, наукові журнали. З урахуванням цього каф. маркетингу та управління інноваційною діяльністю (МУІД) Сумського державного університету (СумДУ) у 2010 р. було започатковано видання друкованої і електронної [1] версії наукового журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій». Узагальнення досвіду його видання дозволило зробити ряд висновків.

1. Журнал достатньо добре зарекомендував себе як інструмент просування знань на національному і міжнародному рівнях. Цьому сприяла політика забезпечення присутності журналу у міжнародних і національних базах реферування та індексування, а також у електронних бібліотеках багатьох університетів: США, Канади, ФРН, Великобританії, Швейцарії, Польщі, Франції, Нідерландів, Бельгії, Естонії, Австралії, Китаю, Індонезії, Гонконгу, Аргентини, Колумбії, Південної Кореї, Тайваню та ін. Інструменти Google Analytics свідчать, що серед читачів журналу є представники переважної більшості країн чотирьох континентів світу.

2. Журнал завдяки ефективній редакційній політиці дозволив налагодити зв'язки з науковцями багатьох країн світу: авторами статей (країни Європи, Азії, Африки, Північної Америки); членами редколегії (з Великобританії, Литви, Польщі, Нової Зеландії, Канади, Болгарії, Угорщини, тощо); читачами (див. п. 1).

3. Побудова редакційної політики відповідно до міжнародних стандартів («сліпе» подвійне рецензування, дотримання наукової доброчесності та етики, безумовне дотримання термінів розгляду і публікації матеріалів тощо) дозволила залучити до складу редакційної

колегії та рецензентів авторитетних науковців, що сприяє підвищенню рівня публікацій і зростанню авторитету журналу у цілому. Разом з тим зростає авторитет наукових шкіл і окремих науковців каф. МУІД СумДУ. Про авторитетність журналу також свідчить зростання частки статей іноземних науковців.

4. Про рівень публікацій журналу свідчить високі показники цитування (за даними Google Scholar): загалом близько 2 тис. цитувань, h-індекс – 17, 10-індекс – 53. Невпинно зростають річні показники цитувань (приблизно на третину щорічно).

5. Вхідження журналу до авторитетної бази індексування Emerging Sources Citation Index (Web of Science) і його індексування протягом двох останніх років у Web of Science різко підвищило інтерес авторів до журналу. Це дозволило відбирати за результатами рецензування найкращі статті, більш чітко окреслити актуальні напрями досліджень за тематикою розділів журналу. В свою чергу, це надало можливість ознайомитися з новітніми науковими розробками, порівнювати з ними і коригувати відповідним чином власні дослідження.

6. Наявність повноформатного сайту журналу дозволяє застосовувати інструмент Web-аналітики [2] для: аналізу ефективності його комунікативної політики; визначення найбільш ефективних напрямів її коригування (редакційної політики в цілому); просування наукових розробок авторів на самі віддалені ринки; визначення зацікавленості читачів матеріалами статей, що публікуються (за кількістю їх переглядів чи скачувань, їх цитуваннями).

7. Політика відкритості контенту та ліберальна мовна політика (сайт ведеться на українській, англійській та російській мовах) забезпечує доступ зацікавлених осіб до усіх матеріалів журналу з можливістю їх переглядати, копіювати, друкувати тощо. Дружній інтерфейс забезпечує просту навігацію користувачів на сайті, спрощує користування його матеріалами. Сайт містить багато корисної для авторів інформації, що спрощує оформлення і подачу статей.

Викладене свідчить, що науковий журнал є ефективним інструментом міжнародного маркетингу знань. За його допомогою вирішуються дві основних задачі міжнародного маркетингу знань: просування знань на національний і міжнародний ринки; визначення актуальних напрямів продукування знань світового рівня відповідно до тематичної спрямованості журналу.

1. Офіційний сайт наукового журналу "Маркетинг і менеджмент інновацій" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>.

2. Ильяшенко С.Н. Сайт журнала как инструмент маркетинга знаний / С.Н. Ильяшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2014. – № 1. – С. 15-26.

Ілляшенко С.М. Науковий журнал як інструмент міжнародного маркетингу наукових знань / С.М. Ілляшенко // *International Economic Relations and Sustainable Development* (Міжнародні економічні відносини та сталий розвиток) : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 5-6 травня 2017 року / за заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми: Сумський державний університет. – ISSN 2311-133X, 2017. – С. 82-83.