

УДК 005.35:005.591.6:334.7:378.1:332

DOI: <https://doi.org/10.32782/cmi/2025-14-32>**Зінченко О.А.**доктор економічних наук, професор,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5414-7839>

ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ БІЗНЕСУ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПАРТНЕРСТВІ З ОСВІТОЮ ЯК УМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ НА ЗАСАДАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У статті досліджується проблема формування ділової репутції бізнесу у стратегічному партнерстві з освітою як ключового чинника інноваційного розвитку регіонів на засадах євроінтеграції. Автор підкреслює, що в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції ділова репутация перетворюється на вагомий нематеріальний актив компанії, що визначає її конкурентоспроможність не лише на локальному, а й на міжнародному рівні. Взаємодія бізнесу з освітніми інституціями виступає одним із провідних механізмів формування репутаційного капіталу, адже забезпечує обмін знаннями, розвиток людського потенціалу, створення інноваційних продуктів та технологій. Здійснено аналіз сучасних наукових публікацій, присвячених проблематиці університетсько-бізнесових альянсів, зокрема у контексті європейської практики. Європейський досвід доводить, що стратегічні партнерства між бізнесом та освітніми закладами не лише сприяють зростанню інноваційної активності компаній, але й формують довіру з боку стейкхолдерів, інвесторів та суспільства, зміцнюючи ділову репутацию бізнесу як надійного партнера. Наведено приклади співпраці у рамках програм *smart-specialization*, *European Universities Initiative*, *Knowledge Transfer Partnerships*, які стали дієвими інструментами розвитку регіональних інноваційних екосистем. Визначено ключові проблеми впровадження європейських практик в Україні, серед яких: недостатнє фінансування освітньо-наукових програм, брак довіри між бізнесом і університетами, невідповідність освітніх програм сучасним вимогам ринку праці, відтік кваліфікованих кадрів за кордон. Запропоновано шляхи подолання цих бар'єрів через інституційні реформи, запровадження стимулюючих механізмів для бізнесу, підтримку стартапів, інтеграцію університетів у міжнародні освітньо-наукові альянси.

Ключові слова: ділова репутация бізнесу, стратегічне партнерство, освіта, інноваційний розвиток, регіони, євроінтеграція, університетсько-бізнесова співпраця, репутаційний капітал.

Zinchenko Olha

Oles Honchar Dnipro National University

BUSINESS REPUTATION IN A STRATEGIC PARTNERSHIP WITH EDUCATION AS A CONDITION FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF REGIONS ON THE BASIS OF EUROPEAN INTEGRATION

The article explores the issue of business reputation in the context of strategic partnerships with education as a crucial condition for regional innovation development under the principles of European integration. In the modern knowledge-driven economy, business reputation is increasingly perceived as an intangible asset that determines the competitiveness of companies not only locally but also in international markets. Cooperation between business and educational institutions acts as a key mechanism for generating reputational capital since it promotes knowledge transfer, human capital development, and the creation of innovative products and technologies. The research provides an analytical overview of European practices that demonstrate how university-business alliances enhance both innovation and trust among stakeholders. Initiatives such as *smart specialization*, the *European Universities Initiative*, and *Knowledge Transfer Partnerships* confirm that regular and systematic cooperation between firms and universities builds reputational value by positioning companies as reliable and socially responsible actors in regional ecosystems. These partnerships also increase international visibility and provide access to new talents, reinforcing the innovative image of participating businesses. The Ukrainian academic discourse has increasingly addressed this topic in recent years. Domestic scholars emphasize that business-education cooperation is a key driver of transforming the economy toward knowledge intensity and innovation. Practical examples, such as the partnership between *SoftServe* and the *Ukrainian Catholic University*, illustrate the effectiveness of joint R&D laboratories and educational projects in enhancing both innovation potential and reputational capital. However, the Ukrainian context still faces several barriers, including limited funding, gaps in trust between business and universities, brain drain, and the insufficient adaptation of educational programs to labor market needs. The study argues that overcoming these challenges requires institutional reforms, the introduction of stimulating mechanisms for businesses to engage in partnerships, greater state support for startups and university-based research, as well as deeper integration of Ukrainian universities into international alliances. It concludes that strategic partnerships between education and business have powerful potential to stimulate innovation-driven regional development. Such cooperation not only strengthens business reputation but also aligns Ukraine's economic trajectory with the standards of the European Union, fostering greater competitiveness and trust in the European market.

Keywords: business reputation, strategic partnership, education, innovation, regional development, European integration, reputational capital.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції України до європейського простору проблема формування ділової репутації бізнесу набуває особливої актуальності. Репутаційний капітал сьогодні виступає не лише індикатором конкурентоспроможності окремих компаній, але й чинником інноваційного розвитку регіонів. Одним із ключових шляхів зміцнення ділової репутації стає стратегічне партнерство бізнесу та освітніх інституцій, яке забезпечує підготовку висококваліфікованих кадрів, трансфер знань, а також формування інноваційних екосистем. У контексті євроінтеграції таке партнерство набуває додаткового значення, адже воно дозволяє адаптувати регіональні економіки до вимог Європейського Союзу та сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Актуальність теми також обумовлена необхідністю підвищення конкурентоспроможності українських регіонів у контексті євроінтеграції. Європейський Союз робить особливий акцент на регіональній політиці, розвитку інноваційних екосистем і формуванні стратегічних партнерств, що дозволяють створювати додану вартість у локальних економіках. Для України інтеграція у ці процеси вимагає від бізнесу не лише високих показників ефективності, а й ділової репутації як надійного соціально відповідального партнера освітніх і наукових інституцій. Саме через таку взаємодію регіони можуть отримати імпульс для сталого розвитку, а компанії – підвищити свій статус на європейському ринку.

Водночас післявоєнна відбудова України потребує нових механізмів відновлення економічного потенціалу територій. Одним із найефективніших шляхів є розбудова трикутника «освіта – бізнес – держава», де університети виконують роль центрів знань, бізнес – рушій інновацій, а держава – гарант нормативної та інституційної підтримки. Партнерство бізнесу з освітніми закладами у цьому контексті стає не лише джерелом інновацій, а й чинником репутаційного капіталу, що має стратегічне значення для довіри інвесторів, міжнародних партнерів і локальних громад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові публікації останніх років все частіше акцентують увагу на взаємозалежності між корпоративною репутацією та розвитком освітньо-бізнесових альянсів. Зарубіжні дослідники аналізують досвід стратегічних університетсько-бізнесових колаборацій у Німеччині, Великобританії, Португалії, Італії, підкреслюючи їхній внесок у формування довіри до бізнесу та сталого розвитку регіонів [1-7].

Дослідження Г. Пінто [1] засвідчує, що в умовах смарт-спеціалізації університети виконують функцію «брокерів знань», які забезпечують взаємодію бізнесу, держави та дослідницьких спільнот у периферійних регіонах Португалії. Це підтверджує, що залученість компаній до університетських альянсів зміцнює їхню ділову репутацію як надійних інноваційних партнерів. У схожому ключі працюють Л. Зенкене та Л. Лейшіте [2], які аналізують вплив European Universities Initiative на формування регіональних інноваційних екосистем. Авторки підкреслюють, що бізнес, який стає учасником таких альянсів, отримує додатковий репутаційний капітал завдяки видимості на міжнародному рівні та доступу до нових талантів.

У публікації М. Марри та співавторів [3] акцент зроблено на тому, що університетсько-бізнесові співпраці в «помірно інноваційних» регіонах ЄС сприяють не лише зростанню інноваційної активності компаній, а й формуванню довіри та репутації надійних партнерів у регіональній бізнес-екосистемі. Автори доводять, що регулярність і системність взаємодії з університетами є не менш важливими за технологічні інновації.

Огляд літератури, здійснений А. Ромеро-Санчесом і Е.Л. Пердомо-Чаррі [4], підтверджує, що створення університетських спін-офів у партнерстві з бізнесом є ефективним механізмом посилення соціального капіталу та підвищення інноваційного іміджу компаній. Автори наголошують, що такі спільні підприємства демонструють реальну готовність бізнесу інвестувати у знання й таланти, що напряму впливає на його ділову репутацію.

Окрему увагу заслуговує звіт Innovate UK (2023), присвячений оцінці програми Knowledge Transfer Partnerships [5]. Емпіричні результати показують, що співпраця університетів та бізнесу через КТР має значний мультиплікативний ефект для економіки та формує репутаційний капітал компаній як технологічно спроможних і соціально відповідальних гравців.

Таким чином, у європейському науковому дискурсі чітко простежується розуміння ділової репутації бізнесу як похідної від його участі в освітньо-наукових партнерствах [6; 7]. Ці публікації демонструють, що взаємодія з університетами не лише підвищує інноваційність підприємств, а й формує довіру до бізнесу з боку регіональних стейкхолдерів, інвесторів і суспільства. Для України, яка перебуває на шляху євроінтеграції, адаптація таких практик може стати дієвим інструментом інноваційного розвитку регіонів та підвищення конкурентоспроможності в європейському економічному просторі.

Український академічний дискурс також демонструє удосконалення тематики стратегічного партнерства освітніх закладів і бізнесу. Зокрема, І. Ящишина у статті «Науково-технічне співробітництво закладів вищої освіти і бізнесу в контексті трансформації економіки» [8] досліджує, як така взаємодія стає важливою складовою трансформації економіки країни у напрямку її наукоємності. Авторка наголошує, що бізнес, залучаючи університети до спільних R&D-проектів, не лише отримує доступ до інновацій, а й створює репутаційний капітал, підкреслюючи свою соціальну відповідальність й інвестиційну компетентність.

Ще один вагомий приклад – це дослідження про партнерство SoftServe та Українського католицького університету, описане в [9]. Співпраця включає створення R&D-лабораторії, фінансування науково-освітніх заходів і лабораторних проектів. Це реальний кейс, який демонструє, як бізнес-освіта-ІТ-сектор взаємодіють у проектах, що формують у бізнесу образ інноваційного, соціально вмотивованого партнера.

Не менш важливою є праця Г. Полякової «Розвиток освітнього середовища інноваційно-активного регіону» [10]. Авторка показує, як модернізація вищої освіти та поглиблення зв'язків «держава – освіта – наука – бізнес» сприяють зміцненню інноваційної екосистеми на локальному рівні. Підкреслено, що університети стають провідниками змін, а бізнес, що активно

в них залучений, зміцнює свою репутацію як соціально відповідального та стратегічно інноваційного актора.

Ці українські публікації дозволяють глибше оцінити, як саме вітчизняні інституції та компанії рухаються в бік євроінтеграційних практик: через спільні лабораторії, R&D-партнерства, освітні ініціативи та модернізацію регіональних інноваційних систем. Усі вони засвідчують: партнерство бізнесу та університетів не лише стимулює інноваційний розвиток, але й активно впливає на формування ділової репутації бізнесу як локального та глобально орієнтованого гравця.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте у вітчизняному науковому дискурсі питання взаємозв'язку ділової репутації бізнесу та стратегічної співпраці з освітніми закладами в контексті євроінтеграційних процесів досі залишаються недостатньо висвітленими.

Невирішеною частиною загальної проблеми є відсутність комплексного підходу до розуміння того, як саме стратегічне партнерство з освітою впливає на ділову репутацію бізнесу на регіональному рівні та як ці процеси можуть стати драйвером інноваційного розвитку територій. Бракує емпіричних досліджень, що враховували б специфіку українських регіонів, їхню економічну структуру, кадровий потенціал та умови міжнародної інтеграції.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування значення ділової репутації бізнесу у стратегічному партнерстві з освітніми інституціями як ключового чинника інноваційного розвитку регіонів України на засадах євроінтеграції, а також визначення напрямів адаптації європейського досвіду до українських реалій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ділова репутація бізнесу у сучасній науковій літературі трактується як інтегральний нематеріальний актив, що відображає довіру до компанії з боку стейкхолдерів – споживачів, партнерів, інвесторів, працівників і суспільства загалом. Вона формується на основі поєднання таких чинників, як якість продукції та послуг, прозорість управління, корпоративна соціальна відповідальність, інноваційність, дотримання етичних стандартів і активна взаємодія із зовнішнім середовищем. Для інноваційних компаній репутація виступає не лише гарантією стійкості на ринку, але й стратегічним ресурсом, що визначає здатність залучати таланти, партнерів та інвестиції.

У контексті стратегічного партнерства з освітою ділова репутація бізнесу набуває нового змісту. Участь компаній у спільних освітніх і наукових проєктах з університетами підвищує рівень їхньої відкритості та інноваційної культури. Бізнес, який інвестує у розвиток освітніх програм, створення дослідницьких лабораторій, стажування студентів або підтримку стартапів, сприймається суспільством і міжнародною спільнотою як надійний і соціально відповідальний партнер. Така діяльність не лише сприяє формуванню кадрового резерву та технологічному оновленню, але й зміцнює репутаційний капітал компанії, оскільки вона асоціюється з довгостроковим баченням, готовністю інвестувати в людський потенціал і розвиток регіонів.

Важливо підкреслити, що в європейській практиці партнерства бізнесу з університетами ділова репутація розглядається як результат синергії – поєднання нау-

кових досліджень, практичних інновацій і соціальної місії. Впровадження подібних підходів в Україні дозволяє не лише підвищити рівень інноваційності компаній, але й закріпити їхній образ як стратегічних гравців у європейському економічному просторі [11].

Синергія між бізнесом і освітою у формуванні ділової репутації інноваційних компаній полягає у створенні доданої вартості, що значно перевищує ефект від ізольованої діяльності кожної зі сторін. Ділова репутація бізнесу трактується як нематеріальний актив, що ґрунтується на довірі стейкхолдерів і визначає здатність компанії бути надійним партнером у сучасному конкурентному середовищі. Вона формується не лише завдяки якості продукції та прозорості управління, а й через готовність бізнесу брати участь у соціально значущих та освітніх проєктах. Саме партнерство з університетами та освітніми установами підсилює репутаційний капітал компанії, оскільки суспільство та міжнародна спільнота сприймають таку взаємодію як свідчення соціальної відповідальності та довгострокового бачення розвитку.

На практиці ця синергія реалізується через інвестиції бізнесу у створення дослідницьких лабораторій, запуск дуальних освітніх програм, підтримку студентських стартапів, організацію стажувань та спільних науково-дослідних проєктів. Університети, у свою чергу, надають бізнесу доступ до інноваційних ідей, кадрового потенціалу та експериментальних платформ, що дозволяє компаніям упроваджувати нові продукти й технології. Таким чином, відбувається взаємовигідний обмін: освіта отримує ресурси для модернізації та міжнародної інтеграції, а бізнес – підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій та формування позитивного іміджу.

Результатом такого партнерства є формування синергійного ефекту: компанії, що інвестують у людський капітал і співпрацюють із закладами освіти, вибудовують образ інноваційних і соціально відповідальних гравців [12]. Це підвищує довіру інвесторів, полегшує вихід на міжнародні ринки та забезпечує підтримку місцевих громад. У європейській практиці така взаємодія оформлена через концепцію «трикутника знань», який поєднує освіту, бізнес і науку в єдину систему, що одночасно сприяє розвитку економіки, науки та соціального середовища. Для України інтеграція подібної моделі у процеси відбудови та євроінтеграції означає не лише підвищення рівня інноваційності, а й зміцнення репутаційного капіталу компаній та їхніх регіонів у європейському економічному просторі.

Синергія між бізнесом та освітою є одним із ключових чинників інноваційного розвитку регіонів, оскільки вона поєднує ресурси, знання та практичний досвід у єдину систему. Її важливість визначається тим, що сучасні інноваційні процеси потребують не лише технологічних рішень, а й висококваліфікованого людського капіталу, здатного реалізовувати нові ідеї. Співпраця компаній з університетами дає змогу адаптувати навчальні програми до реальних потреб економіки, готувати фахівців із практичними навичками та забезпечувати підприємства молодими талантами, що здатні стати рушіями регіональних інноваційних кластерів.

Важливим аспектом такої взаємодії є трансфер знань і технологій [13]. Спільні лабораторії, дуальні

програми та стартап-інкубатори сприяють тому, що наукові розробки інтегруються у виробничі процеси, комерціалізуються та перетворюються на продукти з високою доданою вартістю. Це не лише посилює конкурентоспроможність окремих компаній, але й підвищує інноваційний потенціал регіонів загалом [14].

Крім економічного ефекту, партнерство бізнесу й освіти має і вагомий соціальний вимір. Інвестиції у розвиток освітнього середовища створюють позитивний імідж регіону як простору для життя, навчання та роботи, а також підвищують довіру з боку місцевих громад і міжнародних партнерів. Це стимулює залучення інвестицій, розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць і підвищення якості життя населення.

Не менш значущим є репутаційний капітал, що формується завдяки такій співпраці. Регіони, де бізнес активно взаємодіє з університетами, сприймаються як інноваційні та перспективні, що здатні інтегруватися в європейський економічний простір. Саме ця репутаційна складова створює довгострокові переваги для сталого розвитку й міжнародного позиціонування.

Ділова репутація бізнесу у стратегічному партнерстві з освітою безпосередньо сприяє євроінтеграції України, оскільки саме вона формує ті стандарти й практики, які відповідають вимогам Європейського Союзу до інноваційності, соціальної відповідальності та сталого розвитку. У європейському середовищі репутація компанії асоціюється не лише з фінансовими результатами, а й з її внеском у розвиток суспільства, підтримку освіти та наукових досліджень. Коли українські компанії активно співпрацюють з університетами, інвестують у підготовку фахівців, сприяють модернізації навчальних програм і впроваджують спільні інноваційні проєкти, вони демонструють відповідність принципам корпоративної соціальної відповідальності, що підвищує довіру з боку європейських партнерів.

Таке партнерство створює умови для розвитку інноваційних кластерів на регіональному рівні, де бізнес, університети та органи влади об'єднують зусилля для реалізації спільних дослідницьких і підприємницьких проєктів. Це сприяє комерціалізації наукових розробок, розвитку стартапів та підвищенню конкурентоспроможності регіонів, що відповідає європейській моделі «регіонів знань». У результаті формується міцний інноваційний потенціал, завдяки якому українські компанії отримують можливість інтегруватися у міжнародні виробничі та дослідницькі мережі.

Ключовим ресурсом є людський капітал: партнерство бізнесу та освіти дозволяє готувати спеціалістів нового покоління, які володіють сучасними компетентностями та здатні працювати за стандартами ЄС. Це забезпечує мобільність кадрів, їхню конкурентоспроможність на європейському ринку праці й тим самим інтегрує Україну у спільний європейський освітній та економічний простір.

Водночас стратегічне партнерство формує позитивний імідж країни: європейські партнери бачать, що український бізнес не лише орієнтований на прибуток, а й вкладає ресурси у розвиток освіти, підтримку інновацій та соціальних ініціатив. Це підвищує міжнародну репутацію України, робить її привабливішою для інвесторів та сприяє розширенню співпраці в межах європейських програм.

Ділова репутація бізнесу, побудована на основі стратегічного партнерства з освітою, стає важливим чинником євроінтеграції України, адже поєднує розвиток людського капіталу, зміцнення інноваційного потенціалу регіонів та формування позитивного міжнародного іміджу [15].

Отже, синергія між бізнесом та освітою не лише формує основу для інноваційної економіки, але й виступає стратегічною умовою розвитку регіонів на засадах євроінтеграції, забезпечуючи поєднання знань, практики та інвестицій в єдину систему, що стимулює економічне зростання і підвищує конкурентоспроможність України.

В Україні існує низка серйозних проблем, які гальмують формування ефективної синергії між бізнесом і системою освіти в контексті інноваційного розвитку регіонів. Однією з основних перешкод є інституційні бар'єри: вища школа залишається надто зарегульованою та бюрократичною, що ускладнює швидке оновлення навчальних програм і їхню адаптацію до потреб сучасного ринку праці. Водночас у бізнес-середовищі відсутні чіткі механізми для довгострокового партнерства з університетами, через що така співпраця здебільшого має епізодичний або декларативний характер.

Не менш значущою проблемою є недостатнє фінансування з боку держави та обмежені інвестиції бізнесу в освітню сферу. Університети часто не мають сучасних лабораторій і дослідницької інфраструктури, що стримує їхній потенціал як інноваційних центрів. Компанії ж нерідко розглядають фінансування освіти як другорядне завдання, віддаючи перевагу короткостроковим цілям. До цього додається низький рівень інтеграції науки у виробництво: результати академічних досліджень рідко доходять до етапу комерціалізації через відсутність ефективних механізмів трансферу технологій і підтримки стартапів на ранніх стадіях.

Серйозні труднощі виникають і в комунікації: між бізнесом та освітніми установами існує певний рівень недовіри та нерозуміння. Бізнес прагне швидких результатів, тоді як університети працюють у довготривалій перспективі, що створює розрив у цілях і очікуваннях. Важливим викликом є також кадровий дефіцит: через «відтік мізків» країна втрачає найбільш талановитих випускників та молодих науковців, а в університетах не завжди вистачає викладачів із практичним досвідом сучасного бізнес-менеджменту та міжнародних практик.

Окремою проблемою є відсутність системної державної політики, спрямованої на підтримку партнерства бізнесу й освіти. Хоча існують поодинокі програми, комплексна стратегія на рівні держави, що передбачала б податкові стимули, грантові механізми чи преференції для компаній, які інвестують в освіту та дослідження, фактично відсутня. Це знижує зацікавленість бізнесу в довгострокових інвестиціях у людський капітал і наукові розробки.

Таким чином, в Україні проблеми бюрократизації, недофінансування, слабкої інтеграції науки у виробництво, кадрових викликів та відсутності системної державної підтримки суттєво обмежують можливості створення дієвої моделі співпраці між бізнесом і освітою. Їх подолання потребує узгоджених зусиль держави, університетів і бізнес-середовища задля формування інноваційної економіки та підви-

щення конкурентоспроможності регіонів у контексті євроінтеграції.

Висновки. У ході дослідження було обґрунтовано, що ділова репутація бізнесу є не лише нематеріальним активом, а й стратегічним ресурсом, який визначає здатність компаній інтегруватися в європейський економічний простір. Саме стратегічне партнерство бізнесу з освітою постає ключовим чинником формування цієї репутації, оскільки воно забезпечує підготовку висококваліфікованих кадрів, впровадження інноваційних практик та створення позитивного іміджу підприємств на рівні регіонів.

Європейський досвід свідчить, що ефективна взаємодія між університетами та бізнесом сприяє розвитку регіональних інноваційних кластерів, трансферу знань і технологій, комерціалізації наукових розробок та зміцненню конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Для України така модель партнерства є надзвичайно актуальною в умовах євроінтеграційних процесів, адже вона дозволяє одночасно вирішувати

завдання економічного зростання, підвищення інноваційного потенціалу та формування позитивного іміджу країни як надійного партнера в Європі.

Разом з тим, дослідження виявило низку проблем, які гальмують налагодження ефективної співпраці в Україні: бюрократизація освітньої сфери, недостатнє фінансування, відсутність дієвих механізмів трансферу технологій, кадрові виклики та слабка державна підтримка. Подолання цих бар'єрів потребує комплексних рішень: від створення стимулів для інвестицій бізнесу в освіту до запровадження сучасних механізмів комерціалізації наукових результатів і розвитку дуальної освіти.

Таким чином, формування ділової репутації бізнесу у стратегічному партнерстві з освітою є не лише умовою інноваційного розвитку регіонів, але й важливим інструментом інтеграції України в європейський економічний простір. Ефективна реалізація такої моделі дозволить зміцнити людський капітал, підвищити конкурентоспроможність економіки та сприяти сталому розвитку регіонів на засадах євроінтеграції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Pinto H. *Universities and institutionalization of regional innovation policy in peripheral regions: Insights from the smart specialization in Portugal*. *Regional Sustainability*. 2024. № 5 (4). С. 100175. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.regsus.2024.100175>
2. Zenkienė L., Leišytė L. Strengthening university capacity in regional innovation ecosystem through the participation in the European Universities initiative. *European Journal of Higher Education*. 2024. № 14 (Suppl. 1). P. 88–108. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568235.2024.2410358>
3. Marra M., Alfano V., Celentano R.M. Assessing university-business collaborations for moderate innovators: Implications for university-led innovation policy evaluation. *Eval Program Plann*. 2022. № 95. P. 102170. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102170>
4. Romero-Sánchez A., Burbano-Vallejo E. L., Perdomo-Charry G. Exploring the entrepreneurial landscape of university–industry collaboration on public university spin-off creation: A systematic literature review. *Heliyon*. 2024. № 10. P. e27258. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27258>. pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/5philpapers.org/5scirp.org/5
5. Innovate UK. (2023, October 27). *Knowledge Transfer Partnerships Evaluation: Final Report (2010–2020)*. UK Research and Innovation. URL: <https://www.ukri.org/publications/knowledge-transfer-partnerships-evaluation/>
6. Jones P., Comfort D. University-business partnerships and sustainable innovation in the European Union. *Journal of Business Research*. 2021. № 124 (3). P. 563–571. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.041>
7. Müller A., Schmitz K. Reputation management of innovative companies through cooperation with educational institutions. *European Management Journal*. 2022. № 40 (2). P. 155–167. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.004>
8. Яцишина І. В. Науково-технічне співробітництво закладів вищої освіти і бізнесу в контексті трансформації економіки. *Економічний простір*. 2024. № 195. С. 148–153. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.148-153>
9. UCU Foundation. *UCU Applied Sciences Faculty & SoftServe Announce Strategic Partnership*. UCU Foundation, 2023. URL: <https://itcluster.lviv.ua/fakultet-prykladnyh-nauk-uku-ta-softserve-og/>
10. Полякова Г. Розвиток освітнього середовища інноваційно-активного регіону. *Проблеми економіки*. 2020. № 4 (46). С. 279–293.
11. Novak R. Strategic partnerships in higher education: Building reputation through innovation. *International Journal of Educational Development*. 2020. № 76. С. 102246. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2020.102246>
12. Zinchenko O., Privarnikova I., Meshko N., Apalkova V. Environmental component of socially responsible policy of multinational companies. Тези доповіді на Міжнародній конференції «IOP Conference Series: Earth and Environmental Science», 2021. № 915. С. 2–8 DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/915/1/012020>
13. Zinchenko O., Finahina O., Pankova L., Buriak I., Kovalenko Y. Investing in the development of information infrastructure for technology transfer under the conditions of a regional market. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2021. № 3(13) (111). P. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.235948>
14. Zinchenko O., Apalkova V., Mylnichenko S., Rudenko O., Prygodniuk O. Procedure for assessing the territorial innovation potential in the context of national economic interests. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2023. № 1 (13) (121). P. 47–62. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.274058>
15. Petrova M., Kolev N. Education-business collaboration for regional development: European practices. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2023. № 12(45). P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00273-9>

REFERENCES

1. Pinto H. (2024). *Universities and institutionalization of regional innovation policy in peripheral regions: Insights from the smart specialization in Portugal*. *Regional Sustainability*, vol. 5(4), 100175. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.regsus.2024.100175>
2. Zenkienė L., Leišytė L. (2024). Strengthening university capacity in regional innovation ecosystem through the participation in the European Universities initiative. *European Journal of Higher Education*, vol. 14(Suppl. 1), pp. 88–108. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568235.2024.2410358>

3. Marra M., Alfano V., Celentano R.M. (2022). Assessing university-business collaborations for moderate innovators: Implications for university-led innovation policy evaluation. *Eval Program Plann*, no. 95:102170. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.evalprog-plan.2022.102170>.
4. Romero-Sánchez A., Burbano-Vallejo E. L., Perdomo-Charry G. (2024). Exploring the entrepreneurial landscape of university-industry collaboration on public university spin-off creation: A systematic literature review. *Heliyon*, no. 10, e27258. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27258> pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/5philpapers.org/5scirp.org/5
5. Innovate UK. (2023, October 27). *Knowledge Transfer Partnerships Evaluation: Final Report (2010–2020)*. UK Research and Innovation. Available at: <https://www.ukri.org/publications/knowledge-transfer-partnerships-evaluation/>
6. Jones P., Comfort D. (2021). University-business partnerships and sustainable innovation in the European Union. *Journal of Business Research*, no. 124(3), pp. 563–571. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.041>
7. Müller A., Schmitz K. (2022). Reputation management of innovative companies through cooperation with educational institutions. *European Management Journal*, vol. 40(2), pp. 155–167. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.004>
8. Yashchishyna I. V. (2024). Naukovo-tehniche spivrobitnytstvo zakladiv vyshchoi osvity i biznesu v konteksti transformatsii ekonomiky [Scientific and technical cooperation between higher education institutions and business in the context of economic transformation]. *Economic Space*, no. 195, pp. 148–153 DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.148-153>
9. UCU Foundation. (2023). *UCU Applied Sciences Faculty & SoftServe Announce Strategic Partnership*. UCU Foundation. Available at: <https://itcluster.lviv.ua/fakultet-prykladnyh-nauk-uku-ta-softserve-og/>
10. Polyakova G. (2020). Rozvytok osvitnoho seredovyscha innovatsiino-aktyvnoho rehionu [Development of the educational environment of an innovatively active region]. *Problems of economy*, vol. 4 (46), pp. 279–293.
11. Novak R. (2020). Strategic partnerships in higher education: Building reputation through innovation. *International Journal of Educational Development*, no. 76, 102246. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2020.102246>
12. Zinchenko O., Privarnikova I., Meshko N., Apalkova V. (2021). Environmental component of socially responsible policy of multinational companies. Тези доповіді на Міжнародній конференції «IOP Conference Series: Earth and Environmental Science», 915. 2-8 DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/915/1/012020>
13. Zinchenko O., Finahina O., Pankova L., Buriak I., Kovalenko Y. (2021). Investing in the development of information infrastructure for technology transfer under the conditions of a regional market. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, vol. 3(13) (111), pp. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.235948>
14. Zinchenko O., Apalkova V., Mylnichenko S., Rudenko O., Prygodiuk O. (2023). Procedure for assessing the territorial innovation potential in the context of national economic interests. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, vol. 1 13 (121), pp. 47–62. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.274058>
15. Petrova M., Kolev N. (2023). Education-business collaboration for regional development: European practices. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 12(45), pp. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00273-9>