

Білик Вікторія Вікторівна¹, д.е.н., професор,
завідувач кафедри освітнього і соціокультур-
ного менеджменту та соціальної роботи

Шпильова Віра Олексіївна¹, д.е.н., професор,
професор кафедри освітнього і соціокуль-
турного менеджменту та соціальної роботи

¹Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького

Bilyk Victoria¹, Doctor of Science in Economics, Professor, Head
of the Department of Educational and Socio-Cultural Management
and Social Work, <https://orcid.org/0000-0002-1809-0804>
Shpileva Vira¹, Doctor of Science in Economics, Professor,
Professor of the Department of Educational and Socio-Cultural
Management and Social Work,
<https://orcid.org/0000-0003-3210-5459>

¹Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

**ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА БІЗНЕСУ, ОСВІТИ ТА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ НА ІННОВАЦІЙНИЙ
РОЗВИТОК РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**
**INFLUENCE OF STRATEGIC PARTNERSHIP OF BUSINESS, EDUCATION AND BUSINESS REPUTATION FOR INNOVATIVE
DEVELOPMENT REGIONS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION**

Білик В. В., Шпильова В. О. Вплив стратегічного
партнерства бізнесу, освіти та ділової репутації на
інноваційний розвиток регіонів України в умовах
європейської інтеграції. *Український журнал прикладної
економіки та техніки*. 2025. Том 10. № 4. С. 333 – 335.

Bilyk V., Shpileva V. Influence of strategic partnership of
business, education and business reputation for innovative
development regions of Ukraine in the conditions of
European integration. *Ukrainian Journal of Applied Economics
and Technology*. 2025. Volume 10. № 4, pp. 333 – 335.

Стаття присвячена дослідженню впливу стратегічного партнерства бізнесу та освітнього сектору на ділову репутацію бізнесу в контексті формування регіональних інноваційних систем в умовах європейської інтеграції. Зазначено, що для регіонів України, які прагнуть інтегруватися в європейський економічний простір, репутаційна складова бізнесу відіграє особливу роль у залученні інвестицій, розвитку інноваційної інфраструктури та формуванні партнерських мереж на національному й міжнародному рівнях. Проведено аналіз основних теоретичних підходів і сучасних практик до визначення сутності стратегічного партнерства бізнесу та освіти; визначено ключові проблеми та перспективи розвитку. Особлива увага приділяється впливу євроінтеграційних процесів на трансформацію взаємодії бізнесу й освітніх установ; проблеми асиметрії розвитку регіонів України та необхідності формування диференційованих підходів до стимулювання інноваційної діяльності, комплексного уявлення про роль регіонів як самостійних суб'єктів інноваційної політики, здатних формувати власні стратегії розвитку з урахуванням європейських практик. У статті обґрунтовується доцільність активізації участі бізнесу в розвитку освітнього середовища, підвищення ролі репутаційних механізмів у регіональному управлінні та формування інноваційних екосистем, орієнтованих на довгостроковий розвиток. Зроблено акцент на взаємозв'язку між діловою репутацією бізнесу та інноваційним розвитком регіонів України, обґрунтовано напрями посилення стратегічної взаємодії бізнесу, освіти та регіональних інституцій з метою стимулювання інноваційного розвитку регіонів. Акцентовано, що підприємства з високим рівнем репутаційного капіталу частіше виступають ініціаторами інноваційних проєктів, інвестують у розвиток людського капіталу та беруть участь у формуванні регіональної інноваційної інфраструктури.

Ключові слова: репутація, бізнес, ділова репутація бізнесу, інвестиційна привабливість, стратегічне партнерство, освіта, інноваційний розвиток, регіони, євроінтеграція.

The article examines the impact of strategic partnerships between the business and education sectors, as well as business reputation, on the formation of regional innovation systems under conditions of European integration. It is noted that for the regions of Ukraine seeking to integrate into the European economic space, the reputational component of business plays a particularly important role in attracting investment, developing innovation infrastructure, and forming partnership networks at the national and international levels. The paper analyzes the main theoretical approaches and contemporary practices for defining the essence of strategic partnerships between business and education, and identifies key problems and prospects for their development. Particular attention is paid to the influence of European integration processes on the transformation of interactions between business and educational institutions; the problem of regional development asymmetry in Ukraine; and the need to develop differentiated approaches to stimulating innovation activity, as well as a comprehensive understanding of the role of regions as independent actors in innovation policy capable of shaping their own development strategies in line with European practices. The article substantiates the expediency of intensifying business participation in the development of the educational environment, enhancing the role of reputational mechanisms in regional governance, and forming innovation ecosystems oriented toward long-term development. Emphasis is placed on the relationship between business reputation and the innovative development of Ukraine's regions, and directions for strengthening strategic interaction among business, education, and regional institutions to stimulate regional innovation development are justified. It is highlighted that enterprises with a high level of reputational capital are more often initiators of innovative projects, invest in human capital development, and participate in the formation of regional innovation infrastructure.

Keywords: reputation, business, business reputation, investment attractiveness strategic partnership, education, innovation, regional development, European integration.

Вступ

В умовах глобалізаційних процесів, активної інтеграції України до європейського простору актуальним є дослідження впливу стратегічного партнерства бізнесу, освіти та ділової репутації на інноваційний розвиток регіонів України з урахуванням євроінтеграційних процесів. Такий підхід дає змогу не лише розкрити взаємозв'язок між ключовими суб'єктами регіональної інноваційної системи, а й визначити передумови формування конкурентоспроможних регіонів, здатних адаптуватися до викликів європейського економічного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика публікацій останніх років все більше акцентує увагу на стратегічному партнерстві бізнесу, освіти та ділової репутації розвитку регіонів України з урахуванням євроінтеграційних процесів, що представлена у працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Значна плеяда зарубіжних науковців, зокрема М. Брумерс, М. Марри, Г. Пінто, Л. Зенкене, Л. Лейшіте, присвятили свої праці аналізу процесів співпраці університетів і бізнесу в контексті підтримки помірних інноваторів, зосереджуючись на ролі університетів як ключових агентів інноваційної політики. Автори аналізують, як такі партнерства впливають на інноваційні результати та пропонують підходи до вдосконалення взаємодії університетсько-орієнтованих інноваційних програм і політик [1–4]. Праці Ч. Фомбрун [5], Г. Пінто [3] засновані на ідеях взаємодії бізнесу, держави та дослідницьких спільнот у периферійних регіонах, які розглядають репутацію як ключовий нематеріальний актив конкурентоспроможності компанії на міжнародному ринку. Варто відзначити праці українських науковців Ю.М. Бажало, Т.Г. Дрابعук, В.М. Булгакова [6–8] у контексті взаємодії системи «держава – освіта – наука – бізнес», що підкреслюють тісну кооперацію між владою, освітньо-науковими інституціями й бізнес-сектором. Одними з вагомих

досліджень у сфері впливу освітнього середовища на інноваційно-активний розвиток регіону варто відзначити праці Г. Полякової, Т. Васильцевої та інших, за якими ділова репутація бізнесу розглядається як результат його активної участі в партнерстві [9; 10]. О. Амоша також розглядає аспекти ділової репутації як стратегічний ресурс розвитку підприємств у процесі євроінтеграції [11].

Зазначені науковці у своїх публікаціях підкреслюють, що ефективна взаємодія держави, освіти, науки та бізнесу не зводиться до сукупності окремих зв'язків, а виступає як комплексний, взаємопов'язаний процес.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Попри значну кількість наукових досліджень, присвячених окремим аспектам інноваційного розвитку регіонів, взаємодії бізнесу та освіти або формуванню ділової репутації, питання їх комплексного впливу в умовах європейської інтеграції України залишаються недостатньо систематизованими. Більшість наявних підходів зосереджуються або на інституційних механізмах співпраці, або на економічних результатах інноваційної діяльності, не приділяючи належної уваги репутаційним чинникам як елементу інноваційної екосистеми регіону. Водночас сучасні європейські практики свідчать про необхідність інтеграції економічних, освітніх та соціальних компонентів у межах єдиної стратегії регіонального розвитку. Результати дослідження можуть стати теоретичною основою для вдосконалення регіональної політики, а також практичним орієнтиром для органів влади, освітніх установ і бізнес-структур у процесі формування ефективних моделей партнерської взаємодії.

Формулювання цілей статті

З огляду на зазначену мету статті полягає у комплексному поєднанні трьох взаємопов'язаних складових – стратегічного партнерства бізнесу й освіти, ділової репутації та інноваційного розвитку регіонів у єдиній аналітичній площині. Запропонований підхід дає змогу розглядати інноваційний розвиток регіонів України не лише як результат економічних або технологічних чинників, а як наслідок системної взаємодії інституцій, заснованої на довірі, партнерстві та репутаційному капіталі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасний етап соціально-економічного розвитку України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими євроінтеграційним курсом держави, децентралізацією управління та зростанням ролі регіонів у забезпеченні стійкого економічного зростання. В умовах посилення глобальної конкуренції та прискорення технологічних змін інноваційний розвиток регіонів набуває статусу одного з ключових чинників підвищення національної конкурентоспроможності. В економічній науці стратегічне партнерство між бізнесом і освітнім сектором та наукою розглядається як ключовий елемент формування інноваційно орієнтованої моделі регіонального розвитку.

За таких обставин особливої актуальності набуває пошук ефективних механізмів взаємодії між основними суб'єктами інноваційної екосистеми, зокрема бізнесом та освітньою сферою, наукою, а також формування позитивної ділової репутації підприємницького сектору. Ця взаємодія часто описується через концепцію «Triple Helix» (потрійної спіралі), яка підкреслює їх тісну кооперацію. Так, у своєму дослідженні щодо інноваційної екосистеми України Ю.М. Бажал зазначає, що «взаємодія держави, університетів (освіти й науки) та бізнесу полягає у створенні кооперативних механізмів, за яких усі три суб'єкти виступають як партнери в інноваційному циклі, генерують, обмінюються та комерціалізують знання» [6]. Ця модель описує не лінійні транзакції між окремими ланками, а саме спільну діяльність, яка створює інноваційний екосистемний ефект, підсилюючи потенціал наукових результатів у практичних та економічних застосуваннях.

Т.Г. Драбчук у своїй праці підкреслює, що взаємодія у ланцюгу «освіта – наука – бізнес – суспільство» є складовою інноваційного середовища, яке формує кадровий і науково-технологічний потенціал для підприємств і суспільних структур [7]. Така взаємодія передбачає не лише передачу знань, а й узгодження потреб і можливостей між секторами (освітні програми, наукові розробки, бізнес-проекти), що створює інструментальну базу для вирішення стратегічних завдань розвитку.

Підсумовуючи дослідження науковців, варто зазначити, що така взаємодія виступає як взаємозалежна та багатовимірна система, де державні інституції виконують роль регулятора й координатора; освіта формує людський капітал і забезпечує кадрами науку та бізнес, а наука забезпечує методологічний і змістовний фундамент для освіти й практичних інновацій. Ця система характеризується синергійністю ролей, де кожна інституція впливає на іншу і разом формує психологічну, інноваційну і стратегічну платформу для розвитку суспільства.

Важливо підкреслити, що європейська інтеграція України передбачає не лише гармонізацію законодавства та економічних стандартів, а й адаптацію національних моделей регіонального розвитку до принципів економіки знань, інноваційності та соціальної відповідальності бізнесу. Перехід до економіки знань забезпечує поєднання наукового потенціалу, кадрових ресурсів та виробничих можливостей. Сутність такого партнерства полягає у довгостроковій, взаємовигідній співпраці, спрямованій на створення, поширення та практичне впровадження інновацій. Актуальність такого значення відзеркалено у праці Г. Полякової «Розвиток освітнього середовища інноваційно-активного регіону» [9], у якій авторка аналізує вплив модернізації вищої освіти та поглиблення взаємодії у системі «держава – освіта – наука – бізнес» на посилення інноваційної екосистеми на регіональному рівні.

У цьому контексті стратегічне партнерство розглядається не лише як інструмент кадрового забезпечення бізнесу, а як фактор зміцнення власної ділової репутації, як фактор структурних змін у регіональній економіці, що сприяє підвищенню інноваційної активності, технологічній модернізації та зростанню конкурентоспроможності територій. Стратегічне партнерство між бізнесом і закладами освіти розглядається як важливий інструмент узгодження потреб ринку праці, розвитку людського капіталу та комерціалізації наукових розробок в загальній концепції регіональних інноваційних систем. Комплексне поєднання цих складових розкривається як багаторівнева система відносин, що охоплює спільну розробку освітніх програм, участь бізнесу у формуванні компетентнісних стандартів, реалізацію дуальної освіти, спільні науково-дослідні проекти та комерціалізацію результатів прикладних досліджень. Саме ефективна взаємодія держави, освіти, науки та бізнесу не є просто сумою окремих зв'язків, а виступає як комплексний, взаємопов'язаний процес, що сприяє формуванню інноваційної економіки, трансферу знань у практичну діяльність, підготовці професійних кадрів, розв'язанню суспільних і стратегічних викликів, що дає змогу глибше оцінити напрями руху вітчизняних інституцій і компаній у бік євроінтеграційних практик. Водночас ефективність такої взаємодії значною мірою залежить від рівня довіри між учасниками, що безпосередньо пов'язано з діловою репутацією бізнесу як нематеріальним активом і соціально-економічним ресурсом регіонального розвитку. Особливу увагу доцільно акцентувати на регіональному вимірі такої взаємодії, оскільки саме на рівні регіонів формуються локальні інноваційні екосистеми, здатні забезпечити адаптацію до соціально-економічних викликів.

Для регіонів України, які прагнуть інтегруватися в європейський економічний простір, репутаційна складова бізнесу відіграє особливу роль у залученні інвестицій, розвитку інноваційної інфраструктури та формуванні партнерських мереж на національному й міжнародному рівнях. Ділова репутація перестала бути лише інструментом маркетингової комунікації та дедалі більше трансформується у стратегічний чинник довгострокової конкурентоспроможності підприємств і територій.

У сучасних умовах репутація підприємницьких структур виходить за межі традиційного уявлення про імідж та набуває ознак стратегічного нематеріального активу, що впливає на інвестиційні рішення, рівень довіри з боку партнерів і сприйняття регіону в національному та міжнародному середовищі. Підприємства з високим рівнем репутаційного капіталу частіше виступають ініціаторами інноваційних проєктів, інвестують у розвиток людського капіталу та беруть участь у формуванні регіональної інноваційної інфраструктури. Позитивний імідж підприємницького середовища сприяє підвищенню привабливості регіонів для висококваліфікованих фахівців, науковців і молоді, що є необхідною умовою розвитку інноваційного потенціалу. Підсумовуючи, варто зазначити, що ділова репутація бізнесу – це сукупність стійких уявлень зацікавлених сторін щодо надійності, соціальної відповідальності, інноваційної спроможності та етичності підприємницької діяльності. Позитивна репутація сприяє формуванню сприятливого інституційного середовища, зниженню трансакційних витрат та активізації партнерських зв'язків, зокрема з освітніми та науковими установами.

У контексті європейської інтеграції репутаційна складова бізнесу розглядається як чинник відповідності європейським стандартам корпоративного управління, прозорості та соціальної відповідальності, як багатовимірний процес, що охоплює економічні, інституційні та соціальні зміни. Інтеграційні процеси стимулюють переосмислення ролі регіонів як самостійних суб'єктів інноваційної політики, здатних формувати власні стратегії розвитку з урахуванням європейських практик. У цьому контексті стратегічне партнерство бізнесу та освіти виступає механізмом адаптації регіонів до вимог європейського ринку праці та інноваційного середовища. Водночас ділова репутація бізнесу розглядається як індикатор готовності підприємницького сектору до інтеграції в європейські виробничі та наукові мережі. Саме ефективне поєднання партнерських відносин, репутаційних механізмів і європейських інституційних стандартів здатне зменшити регіональні диспропорції та сприяти більш збалансованому розвитку.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Узагальнення результатів дослідження створює підґрунтя для формування практичних рекомендацій щодо вдосконалення регіональної інноваційної політики в умовах європейської інтеграції.

Зроблено висновок, що партнерство між бізнесом і університетами не лише стимулює інноваційний розвиток, а й суттєво впливає на формування ділової репутації бізнесу як локально й глобально орієнтованого актора, сприяє формуванню сприятливого інституційного середовища та активізації партнерських зв'язків.

Література

1. Brummers M. Corporate Social Responsibility and Brand Trust in European Business. *Journal of Business Ethics*. 2019. Vol. 156(2). P. 345–360. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3902-5>.
2. 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>.
3. Pinto H. Universities and institutionalization of regional innovation policy in peripheral regions: Insights from the smart specialization in Portugal. *Regional Sustainability*. 2024. № 5 (4). C. 100175. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.regus.2024.100175>.
4. 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>.
5. Fombrun C.J. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. New York: Routledge, 2020. 367 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003071495>.
6. Бажал Ю.М. Інноваційний розвиток економіки на основі моделі «потрійної спіралі». *Економіка і прогнозування*. 2017. № 3. С. 124-139.
7. Драбчук Т.І. Сучасні форми взаємодії освіти, науки та бізнесу як основа інноваційного розвитку. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2018. № 4 (78). С. 45-50.
8. Булаков В.М. Державне регулювання розвитку системи «освіта-наука-інновації»: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Одеса, 2016. 412 с.
9. Полякова Г. Розвиток освітнього середовища інноваційно-активного регіону. *Проблеми економіки*. 2020. № 4 (46). С. 279-293.
10. Васильців Т. Репутаційний менеджмент та інвестиційна привабливість регіонів. *Регіональна економіка*. 2021. № 97(1). С. 56-65. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-1-6>.
11. Амоша О. Бізнесова репутація як стратегічний ресурс розвитку підприємств у контексті євроінтеграції. Київ: НАН України, 2020. 212 с.

References

1. Brummers, M. (2019). «Corporate Social Responsibility and Brand Trust in European Business». *Journal of Business Ethics*. Vol. 156(2). pp. 345–360. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3902-5>.
2. 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*. № 95. pp. 102170. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102170>.
3. Pinto, H. (2024). «Universities and institutionalization of regional innovation policy in peripheral regions: Insights from the smart specialization in Portugal». *Regional Sustainability*. № 5 (4). pp. 100175. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.regus.2024.100175>.
4. 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*. № 14 (Suppl. 1). pp. 88-108. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568235.2024.2410358>.
5. Fombrun, C.J. (2020). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Routledge. New York. USA. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003071495>.
6. Bazhal, Yu.M. (2017). «Innovative development of the economy based on the “triple helix” model». *Економіка і прогнозування*. № 3. pp. 124-139.
7. Drabchuk, T.I. (2018). «Modern forms of interaction between education, science and business as the basis of innovative development». *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment*. № 4 (78). pp. 45-50.
8. Bulhakov, V.M. (2016). *Derzhavne rehulivannia rozvytku systemy «osvita-nauka-innovatsii*. [State regulation of the development of the “education-science-innovation” system]. Ph.D. Thesis: 08.00.03. Odessa. Ukraine.
9. Poliakova, H. (2020). «Development of the educational environment of an innovatively active region». *Problemy ekonomiky*. № 4 (46). pp. 279-293.
10. Vasylytsiv, T. (2021). «Reputation management and investment attractiveness of regions». *Rehional'na ekonomika*. № 97(1). pp. 56-65. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-1-6>.
11. Amosha, O. (2020). *Biznesova reputatsiia iak stratehichnyj resurs rozvytku pidpriemstv u konteksti ievrointehratsii*. [Business reputation as a strategic resource for the development of enterprises in the context of European integration]. NAN Ukraine.

Стаття надійшла до редакції / Received 27.11.2025

Прийнята до друку / Accepted 10.12.2025