

УДК 334.72:378.1:65.014.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.39>**Зінченко О.А.**доктор економічних наук, професор
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5414-7839>

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ОСВІТИ І БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ КОМПАНІЇ

У статті розглянуто європейський досвід стратегічного партнерства освіти і бізнесу як важливий чинник формування ділової репутації інноваційних компаній. Наведено визначення ділової репутації інноваційної компанії як сукупності довіри, визнання та стійких позитивних асоціацій, що формуються завдяки участі у розвитку суспільства, підтримці науки й освіти, відповідальній інноваційній діяльності. Висвітлено приклади європейських практик: програми Knowledge Transfer Partnerships у Великій Британії, діяльність бізнес-інкубаторів при Технічному університеті Мюнхена, інвестиційно-освітні проекти в країнах Скандинавії, а також моделі державно-приватного партнерства у Франції та Нідерландах. Ці кейси доводять, що співпраця з освітніми установами дозволяє бізнесу одночасно розвивати кадровий потенціал та зміцнювати власну ділову репутацію. Автори аналізують можливості впровадження зазначених практик в Україні. Наголошується, що, попри потенціал, існують проблеми: недостатнє фінансування освітніх і наукових проектів, слабка інтеграція бізнесу в освітній процес, відсутність сталої культури партнерства. Пропонуються шляхи подолання цих бар'єрів через державну підтримку державно-приватного партнерства, розвиток корпоративних стипендіальних програм, створення інноваційних кластерів за участю університетів та залучення міжнародного досвіду.

Ключові слова: інноваційна компанія, ділова репутація, стратегічне партнерство, корпоративна культура, стартапи.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та прискореного розвитку інноваційних технологій партнерство освіти і бізнесу стає одним із ключових чинників сталого розвитку компаній та підвищення їх конкурентоспроможності. Європейський досвід демонструє, що тісна співпраця між університетами та корпоративним сектором сприяє формуванню ефективних моделей підготовки кадрів, розвитку інноваційних екосистем і створенню позитивного іміджу компаній на ринку. У країнах ЄС взаємодія бізнесу та освіти підтримується на державному рівні й інтегрована у стратегії «розумного зростання», що визначає орієнтири для розвитку економіки знань.

Європейська практика свідчить, що бізнес, який активно співпрацює з університетами, отримує не лише висококваліфікованих фахівців, а й доступ до інноваційних розробок та наукових досліджень. Це дозволяє компаніям швидше адаптуватися до глобальних викликів, впроваджувати нові технології та формувати репутацію відкритих до інновацій організацій.

Для інноваційних компаній ділова репутація є одним із найцінніших активів, який безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість, довіру партнерів і лояльність клієнтів. Участь бізнесу в освітніх проектах, створення корпоративних навчальних центрів, підтримка програм дуальної освіти та інкубація стартапів формують соціально відповідний імідж, що особливо високо цінується у міжнародному бізнес-середовищі. Саме така співпраця стає доказом корпоративної культури інноваційності та довгострокового стратегічного мислення.

Для України, яка інтегрується в європейський освітній і економічний простір, актуальність вивчення

цього досвіду важко переоцінити. У сучасних умовах післявоєнного відновлення та трансформації економіки країна потребує ефективних моделей підготовки кадрів і розвитку інноваційних бізнесів. Використання європейських практик партнерства освіти та бізнесу дозволить українським компаніям підвищити власну конкурентоспроможність, посилити репутаційні позиції на міжнародному ринку й забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У міжнародній науковій літературі ключову увагу приділено ролі дуальної освіти та взаємодії університетів і бізнесу в інноваційному розвитку. Так, В. Церцвадзе проаналізував 15 європейських програм дуального вищої освіти, що діють у Австрії, Німеччині, Іспанії та Сербії, доводячи їхню ефективність у формуванні професійних компетенцій та сприянні працевлаштуванню випускників [1].

Ф. Мора досліджував ефект дуальної професійної освіти на успішність студентів у Каталонії: результати демонструють значне покращення оцінок та рівня завершення навчання завдяки інтеграції в робоче середовище [2].

У дослідженні, проведеному Д. Міріческу, було виявлено ключові елементи співпраці університетів і бізнесу: обмін інформацією, тривалі партнерства та зростання інноваційної активності. Автор зазначає, що така взаємодія стимулює творчість, підприємство й адаптацію освітнього процесу до потреб ринку праці [3].

В українському контексті, О. Раєвнева у статті «Порівняльний аналіз та узагальнення досвіду між ЗВО та бізнес-середовищем» описує форми державно-приватного партнерства в освіті, підкреслюючи роль

системного розподілу ризиків і вигод між університетами й бізнес-структурами [4].

І. Бакушевич розробила віртуальну модель мережевої екосистеми університет – бізнес для регіонального інноваційного розвитку, долучивши ідеї інноваційних лабораторій як платформи гармонізації освітнього й бізнес-секторів [5].

У статті С. Тарасенко та М. Демченко охарактеризовано вплив стану розвитку вищої освіти і партнерства із бізнесом на інноваційний розвиток країни, класифіковано форми співробітництва та окреслено перспективи [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, у дослідницькому дискурсі – як міжнародному, так і українському – існує чітка синхронність: стратегічне партнерство освіти та бізнесу цінується не лише як засіб підготовки кадрів, але й як потужний механізм інноваційного розвитку, формування репутації компаній та їхнього сталого становлення на конкурентному ринку. Однак як можна використовувати європейський досвід такої співпраці заради формування іміджу інноваційної компанії ще залишається поза увагою більшості представників наукової спільноти.

Мета статті полягає у дослідженні європейського досвіду стратегічного партнерства освіти та бізнесу й обґрунтуванні його ролі у формуванні ділової репутації інноваційних компаній, а також у визначенні можливостей застосування цих практик в українському бізнес-середовищі.

Вклад основного матеріалу дослідження. Ділова репутація інноваційної компанії – це комплексне відображення суспільної оцінки надійності, інноваційного потенціалу та соціальної відповідальності компанії, яке формується на основі її взаємодії з партнерами, клієнтами, освітніми та науковими інституціями. Вона поєднує довіру до компанії як до провайдера нових технологічних рішень, сприйняття її етичності й відповідальності у бізнес-практиках, а також оцінку внеску у розвиток людського капіталу та освітньо-наукових екосистем. Ключовими аспектами формування ділової репутації інноваційної компанії є:

- інноваційність: репутація залежить від здатності компанії систематично впроваджувати нові технології та продукти, підтримувати стартапи та наукові дослідження;

- соціальна відповідальність: позитивна оцінка компанії базується на її внеску у розвиток освіти, підтримку талантів, формування стійких партнерств;

- довіра та надійність: репутація відображає те, наскільки бізнес вважається надійним партнером у співпраці з університетами, інвесторами та споживачами;

- міжнародна конкурентоспроможність: у глобальному середовищі важливою складовою є визнання компанії як відповідального й привабливого гравця для іноземних партнерів та інвесторів.

Отже, ділова репутація інноваційної компанії – це не лише відображення її ринкових результатів, а й показник соціального та інтелектуального капіталу, який вона створює через партнерство з освітнім середовищем. Вона стає важливим нематеріальним активом, що визначає довгострокову стабільність та привабливість компанії на міжнародному ринку.

Ділова репутація інноваційної компанії сьогодні виступає не лише показником її фінансової стійкості чи технологічної спроможності, а й відображенням того, наскільки вона здатна інтегруватися в інтелектуальне та соціальне середовище. У сучасній економіці знань репутація формується через активну взаємодію з університетами, науковими центрами, бізнес-школами, адже саме ці інституції є джерелом людського капіталу, нових ідей та стартап-екосистем.

Європейський досвід яскраво демонструє, що компанії, які вибудовують довгострокові партнерства з освітніми закладами, отримують не лише кадрову та інноваційну підтримку, але й зміцнюють власний імідж соціально відповідальних і відкритих до майбутнього організацій. Такі практики, як університетські інкубатори стартапів, програми дуальної освіти, knowledge transfer partnerships чи участь у міжнародних освітніх альянсах, стають потужним репутаційним ресурсом для бізнесу.

Тож, розглянемо детальніше європейські практики формування ділової репутації інноваційних компаній через співпрацю з освітнім середовищем, які можуть стати цінними орієнтирами і для українського бізнесу.

Наприклад, UnternehmerTUM при Технічному університеті Мюнхена (TUM) – один із провідних європейських стартап-хабів. Підтримуючи понад 5 000 учасників щороку, ця платформа працює в тісній співпраці з промисловими партнерами, як-от Airbus і BMW, що сприяє демонстрації технологічної далекоглядності компаній і підкріплює репутацію інноваційної, орієнтованої на розвиток організації [7].

У Великій Британії Sheffield Hallam University реалізує КТР – проекти, які об'єднують компанії і академічні інституції в сфері інновацій. Завдяки цим проектам були створені продукти, як-от рішення із переробки тепла чи AI-платформа GAI Translate. Це створює імідж компаній як відкритих до інновацій, науково обґрунтованих та надійних партнерів [8].

Derby International Business School за підтримки Rolls-Royce запровадила програму, де студенти працюють над реальними задачами компанії під менторством фахівців. Це не лише зближує бізнес з освітнім середовищем, а й зміцнює репутацію компанії як соціально відповідальної та інноваційно налаштованої [9].

Також потужний досвід формують європейські університетські альянси та ініціативи [10]:

European Universities Alliances – понад 570 ВНЗ у 65 альянсах працюють задля підвищення якості викладання, освіти та інновацій. Такі тривалі партнерства підсилюють імідж компаній, залучених до освітніх проектів, як стратегічних учасників трансформаційних процесів;

Alliances for Innovation від Erasmus+ сприяють посиленню інноваційного потенціалу через освітню кооперацію, посилюючи зв'язок бізнесу з освітнім середовищем;

European Institute of Innovation and Technology (EIT) створює інноваційні освітні програми, прискорювачі бізнесу і проекти, що об'єднують студентів, компанії і дослідників. Ця модель формує репутацію бізнесу як активного учасника освітньо-інноваційного середовища.

Міжнародні бізнес-шкільні мережі також є успішним прикладом взаємодії. Наприклад, CEMS (Global

Alliance in Management Education) об'єднує бізнес-школи світу з компаніями для реалізації проєктів, стажувань, програм дуальної освіти. Участь компаній у SEMS підкреслює їхній глобальний характер, якість управлінської підготовки та відкритість до партнерства [11].

Ці практики ілюструють, що стратегічне партнерство з освітніми інституціями не лише сприяє інноваційному розвитку компаній, але й суттєво зміцнює їхню ділову репутацію – як соціально відповідальних, технологічно компетентних та відкритих до майбутнього.

Впровадження європейських практик формування ділової репутації інноваційних компаній в Україні потребує адаптації до національних умов, але вже сьогодні можна виокремити напрями, які є цілком реалістичними. Одним із них є створення університетських стартап-інкубаторів та акселераторів. Європейські приклади, зокрема UnternehmerTUM при Технічному університеті Мюнхена, доводять, що тісна співпраця університетів і бізнесу у сфері підтримки підприємництва забезпечує не лише появу нових технологічних рішень, але й сприяє формуванню іміджу компаній як стратегічних інвесторів у молоді таланти та інновації [9]. Для українських умов подібна модель може бути реалізована на базі провідних університетів у партнерстві з IT-компаніями, банками чи міжнародними фондами, що дозволить поєднати освітню й бізнесову екосистему.

Іншим важливим напрямом є розвиток дуальної освіти та практико-орієнтованого навчання. Довід Німеччини та Великої Британії засвідчує ефективність моделей, які інтегрують студентів у реальні бізнес-процеси ще під час навчання. Для України подібні практики могли б стати способом створення кадрового резерву та підвищення престижу компаній-роботодавців. Компанії, що беруть на себе роль наставників і партнерів освітніх програм, формують позитивну ділову репутацію як соціально відповідальні та орієнтовані на розвиток майбутніх професіоналів.

Не менш значущим є залучення бізнесу до розробки спільних освітніх програм та міжнародних альянсів. Участь компаній у магістерських програмах подвійних дипломів, у партнерстві з європейськими бізнес-школами, створює додатковий іміджевий капітал і зміцнює їхні позиції на глобальному ринку. Подібна практика для України означала б інтеграцію у міжнародний освітній простір та розширення можливостей для власного бізнесу.

Важливим чинником репутаційного зростання є також фінансування прикладних наукових досліджень і створення спільних лабораторій при університетах. Європейські компанії, що активно долучаються до програм Horizon Europe чи подібних дослідницьких ініціатив, вибудовують репутацію технологічних лідерів. В Україні подібні кроки стали б сигналом того, що компанія не лише орієнтується на прибуток, а й інвестує у розвиток національної науки та інновацій.

Нарешті, варто відзначити практику соціальної відповідальності бізнесу, яка у Європі реалізується через корпоративні гранти та стипендії для студентів. В українських реаліях створення стипендіальних

програм від приватних компаній або підтримка освітніх хабів у регіонах могла б значно підсилити репутацію компаній як соціально орієнтованих і водночас інноваційних.

Отже, європейські практики співпраці бізнесу та освіти можуть бути впроваджені в Україні через розвиток стартап-інкубаторів, дуальної освіти, міжнародних освітніх програм, фінансування наукових досліджень та підтримку студентів. Ці напрями формують довгостроковий імідж компаній як відповідальних партнерів, драйверів інновацій та конкурентоспроможних гравців на міжнародному ринку.

У процесі впровадження європейських практик формування ділової репутації інноваційних компаній в Україні виникає низка проблем, які потребують системного вирішення. Насамперед мова йде про недостатній рівень фінансування освітньої та науково-дослідної сфер, що значно обмежує можливості створення сучасних університетських стартап-інкубаторів, акселераторів чи спільних лабораторій. Бізнес також не завжди готовий інвестувати у довгострокові проєкти через високий рівень економічної нестабільності та ризикованість українського ринку. Це знижує ефективність партнерства між університетами та компаніями й обмежує їхню інноваційну спроможність.

Ще однією проблемою є невідповідність освітніх програм реальним потребам бізнесу [12]. Значна частина навчальних курсів зберігає академічно-теоретичний характер і лише частково інтегрує сучасні бізнес-практики. У результаті випускники не завжди володіють компетенціями, затребуваними роботодавцями, а бізнес не бачить прямої користі від співпраці з освітнім середовищем. Цю проблему загострює й недостатня довіра між компаніями та університетами: бізнес очікує швидких результатів, тоді як освітні заклади мислять у довгостроковій перспективі.

Крім того, вагомою перешкодою залишається обмежена інтеграція України у міжнародні освітні та наукові мережі. Участь у програмах Horizon Europe чи Erasmus+ часто ускладнена бюрократичними процедурами та слабкою інституційною підтримкою, а це позбавляє українські університети й компанії можливостей для широкого партнерства. Не менш актуальною проблемою є й відтік талановитих студентів та молодих фахівців за кордон, де вони мають кращі умови для навчання та професійного розвитку.

Подолання цих перешкод можливе за умови узгоджених дій держави, бізнесу й університетів. Зокрема, розвиток державно-приватного партнерства може створити стимули для інвестицій у науково-освітні проєкти шляхом податкових пільг, грантів та механізмів співфінансування. Важливим напрямом є модернізація освітніх програм, їхня адаптація до потреб бізнес-середовища та впровадження дуальних форм навчання. Формування культури довіри потребує створення майданчиків для регулярного діалогу університетів та бізнесу, демонстрації успішних прикладів співпраці. Поглиблення міжнародної інтеграції можливе через активне залучення українських університетів і компаній до європейських альянсів, а збереження талантів в Україні – завдяки корпоративним стипендіям, стажуванням та кар'єрним програмам від бізнесу.

Таким чином, проблеми впровадження європейських практик в Україні мають комплексний характер, однак їх подолання відкриє перспективи для формування сучасної моделі партнерства освіти й бізнесу. Це стане не лише основою для інноваційного розвитку економіки, але й ключовим чинником зміцнення ділової репутації українських компаній на європейському та глобальному ринках.

Висновки. Європейський досвід стратегічного партнерства освіти та бізнесу переконливо доводить, що взаємодія цих двох сфер є ключовим чинником формування ділової репутації інноваційних компаній. Репутація сучасної компанії вже не обмежується лише якістю її продукту чи фінансовими результатами – вона формується також через соціальну відповідальність, відкритість до співпраці та здатність інвестувати в розвиток людського капіталу. Саме університети та науково-освітні центри забезпечують компанії інтелектуальними ресурсами, інноваційними ідеями та кадрами, здатними реалізувати стратегії сталого розвитку.

Для України цей досвід є надзвичайно актуальним. Умови післявоєнного відновлення економіки, посилена інтеграція у європейський простір та необхідність підвищення глобальної конкурентоспроможності вимагають від бізнесу активного залучення до освітнього середовища. Спільні програми дуальної освіти, стартап-інкубатори, освітні гранти та дослідницькі партнерства можуть стати дієвим інструментом зміцнення ділової репутації українських інноваційних компаній.

Таким чином, формування позитивної репутації бізнесу в умовах глобалізованої економіки неможливе без тісної інтеграції з освітньою сферою. Європейські практики демонструють, що саме стратегічне партнерство з університетами є довгостроковою інвестицією у стабільність, довіру й конкурентні переваги компанії. Для України цей шлях може стати основою для створення нової моделі взаємодії бізнесу й освіти, яка забезпечить не лише економічний розвиток, але й міжнародне визнання інноваційних компаній як відповідальних і надійних партнерів.

Список використаних джерел:

1. Tsertsvadze V., Khurtsia L., Bakradze N., Turkia G. European Best Practices in Dual Higher Education (DHE). *Journal of Politics and Democratization*. 2024. Vol. 5. Is. 6. URL: <https://journal.gipa.ge/2024/01/23/european-best-practices-in-dual-higher-education-dhe/>
2. Mora T., Escardíbul J. O., Pineda-Herrero P. The effect of dual vocational education and training on grades and graduation in Catalonia, Spain. *Educational Review*, 2022. Vol. 76(4). P. 894–914. DOI: <https://doi.org/10.1080/00131911.2022.2076656>
3. Miricescu I. D., Heinisch M., Heinisch L. Collaborations between universities and the business environment in Romania. *MATEC Web of Conferences*. 2021. Vol. 343. 07001. DOI: <https://doi.org/10.1051/mateconf/202134307001> MSE 2021
4. Раєвська О.В., Аксьонова І.В., Остапенко В.М. Порівняльний аналіз та узагальнення досвіду партнерства між ЗВО та бізнес-середовищем. *Проблеми економіки*, 2018. № 4 (38). С. 30-42. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-30-42>
5. Бакушевич І. Розвиток мережевої взаємодії бізнесу, освіти і науки відповідно до нового Закону про вищу освіту в Україні. *Будуємо нову Україну: Збірка матеріалів конференції*, 2015. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/12146>
6. Тарасенко С.І., Демченко М.Є. Партнерство бізнесу та вищих навчальних закладів: форми та вплив на інноваційний розвиток. *Economy and Society*, 2017. Вип. 13. С. 302-308. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/49.pdf?utm_source=chatgpt.com
7. Partington M. *Europe's start-up ecosystem is maturing – and universities are at the heart of it*. *Financial Times*, 2024, June 10. URL: <https://www.ft.com/content/224b4972-a321-4742-a2da-39ffcabb92>
8. Stirling University. Knowledge Transfer Partnerships (KTP). University of Stirling, 2023. URL: <https://www.stir.ac.uk/about/business/innovation-research-and-development/knowledge-transfer-partnerships-ktp>
9. Technical University of Munich (TUM). *TUM Incubator*. TUM Entrepreneurship, 2024. URL: <https://www.tum.de/en/innovation/entrepreneurship/for-founders-start-ups/tum-incubator>
10. Wikipedia. *Knowledge Transfer Partnerships*. In *Wikipedia*. 2023. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Knowledge_Transfer_Partnerships
11. Laursen K., Salter A. Knowledge collaboration, firm productivity and innovation: Evidence from the UK. *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 157. P. 113479. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113479>
12. Зінченко О.А., Мешко Н. П., Мішустіна Т. С. «Зелений» брендинг в контексті іміджу соціально-відповідальної компанії. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*, 2023. №11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-11-9434>

References:

1. Tsertsvadze V., Khurtsia L., Bakradze N., Turkia G. (2024). European Best Practices in Dual Higher Education (DHE). *Journal of Politics and Democratization*, vol. 5, iss. 6. Available at: <https://journal.gipa.ge/2024/01/23/european-best-practices-in-dual-higher-education-dhe/>
2. Mora T., Escardíbul J. O., Pineda-Herrero P. (2022). The effect of dual vocational education and training on grades and graduation in Catalonia, Spain. *Educational Review*, vol. 76(4), pp. 894–914. DOI: <https://doi.org/10.1080/00131911.2022.2076656>
3. Miricescu I. D., Heinisch M., Heinisch L. (2021). Collaborations between universities and the business environment in Romania. *MATEC Web of Conferences*, no. 343, 07001 DOI: <https://doi.org/10.1051/mateconf/202134307001> MSE 2021
4. Raevneva O.V., Aksonova I.V., Ostapenko V.M. (2018). Porivnialnyi analiz ta uzagalnennia dosvidu partnerstva mizh ZVO ta biznes-seredovyshchem [Comparative analysis and generalization of the experience of partnership between higher education institutions and the business environment]. *Problems of economy*, vol. 4 (38), pp. 30-42. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-30-42>
5. Bakushevych, I. (2015). Rozvytok merezhevoi vzaemodii biznesu, osvity i nauky vidpovidno do novoho Zakonu pro vyshchu osvitu v Ukraini [Development of network interaction of business, education and science in accordance with the new Law on Higher Education in Ukraine]. *Building a new Ukraine: Collection of conference materials*. Available at: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/12146>
6. Tarasenko, S.I., & Demchenko, M.E. (2017). Partnerstvo biznesu ta vyshchychkh navchalnykh zakladiv: formy ta vplyv na innovatsiyni rozvytok [Partnership between business and higher education institutions: forms and impact on innovative development].

Economy and Society, no. 13, pp. 302-308. Available at: chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://economyand-society.in.ua/journals/13_ukr/49.pdf?utm_source=chatgpt.com

7. Partington M. (2024). *Europe's start-up ecosystem is maturing – and universities are at the heart of it*. *Financial Times*. Available at: <https://www.ft.com/content/224b4972-a321-4742-a2da-39ffcfabbd92>

8. Stirling University (2023). Knowledge Transfer Partnerships (KTP). University of Stirling. Available at: <https://www.stir.ac.uk/about/business/innovation-research-and-development/knowledge-transfer-partnerships-ktp>

9. Technical University of Munich (TUM). (2024). *TUM Incubator*. TUM Entrepreneurship. Available at: <https://www.tum.de/en/innovation/entrepreneurship/for-founders-start-ups/tum-incubator>

10. Wikipedia. *Knowledge Transfer Partnerships*. In *Wikipedia*. 2023. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Knowledge_Transfer_Partnerships

11. Laursen K., Salter A. (2023). Knowledge collaboration, firm productivity and innovation: Evidence from the UK. *Journal of Business Research*, no. 157, 113479. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113479>

12. Zinchenko O.A., Meshko N.P., Mishustina T.S. (2023). «Zelenyi» brendynh v konteksti imidzhu sotsialno-vidpovidalnoi kompanii [«Green» branding in the context of the image of a socially responsible company]. *International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences»*, no. 11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-11-9434>

Zinchenko Olha

Oles Honchar Dnipro National University

EUROPEAN EXPERIENCE OF STRATEGIC PARTNERSHIP BETWEEN EDUCATION AND BUSINESS AS A FACTOR IN FORMING THE BUSINESS REPUTATION OF AN INNOVATIVE COMPANY

The article examines the European experience of strategic partnerships between education and business as a crucial factor in shaping the corporate reputation of innovative companies. In the contemporary knowledge-based economy and under conditions of global competition, reputation has become one of the most valuable intangible assets of enterprises. It is no longer sufficient for companies to demonstrate only strong financial performance or product quality; their reputation is also determined by their contribution to social development, their support for education and research, and their ability to implement responsible innovation strategies. In this context, cooperation with higher education institutions becomes a key instrument for building trust, strengthening competitiveness, and enhancing long-term reputational capital. The relevance of the research is defined by the growing role of educational-business alliances in developing human capital, transferring knowledge, and fostering innovation-driven ecosystems. European practices demonstrate the effectiveness of dual education, corporate scholarship programs, business incubators, start-up accelerators, and university-based research centers. These initiatives not only ensure the preparation of specialists capable of operating in rapidly changing markets but also reinforce companies' reputational advantages through their visible social engagement and investments in intellectual development. The article provides a definition of corporate reputation in the context of innovative enterprises as a set of stable, positive perceptions formed through consistent contributions to education, science, and societal progress. Empirical examples include the UK's Knowledge Transfer Partnerships, the Technical University of Munich's business incubator, Scandinavian investment-education projects, and models of public-private partnerships implemented in France and the Netherlands. These cases illustrate how systematic collaboration with universities enables companies to simultaneously nurture talent, foster innovation, and strengthen their public image. The author also analyzes the possibilities of adapting these European practices to the Ukrainian context. Despite considerable potential, challenges remain, such as insufficient funding for research and education, limited business involvement in the academic process, and the lack of a strong culture of partnership. Overcoming these barriers requires state support for public-private cooperation, corporate investment in education, development of innovation clusters, and active integration of international experience. The purpose of the article is to substantiate the importance of European partnership models between education and business for shaping the corporate reputation of innovative companies and to identify opportunities for their adaptation in Ukraine. The conclusion emphasizes that strategic collaboration between universities and businesses not only ensures the training of professionals for an innovation-driven economy but also represents a decisive factor in building sustainable corporate reputation in the global environment.

Keywords: *innovative company, business reputation, strategic partnership, corporate culture, startups*

JEL classification: I23, L26, M14, O32