

С. В. Князь,
 д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
 Національний університет "Львівська політехніка"
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7236-1759>
 Р. Р. Русин-Гриник,
 PhD, доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
 Національний університет "Львівська політехніка"
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2895-6437>
 М. М. Вукричак,
 аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
 Національний університет "Львівська політехніка"
 ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-3117-4437>
 О. І. Демчук,
 аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
 Національний університет "Львівська політехніка"
 ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-0203-9955>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.10.42

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРАНСФЕРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

S. Kniaz,
 Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship
 and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University
 R. Rusyn-Hrynyk,
 PhD, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship
 and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University
 M. Vykrykach,
 Postgraduate student of the Department of Entrepreneurship
 and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University
 O. Demchuk,
 Postgraduate student of the Department of Entrepreneurship
 and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University

PRINCIPLES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE TRANSFER POTENTIAL OF COMMERCIAL ENTERPRISES

На сьогодні, практично усі суб'єкти підприємницької діяльності мають трансферні відносини. Велика кількість вхідних і вихідних потоків інформації, фінансових і матеріальних ресурсів і виробництво готової продукції постають предметом задоволення економічних інтересів будь якої організації. Формування ефективної системи управління знаннями та навичками дозволяє торговельним підприємствам легко передавати найкращі практики та інновації власним підрозділам і бізнес-партнерам, що працюють на різних ринках. На основі емпіричних даних доведено, що торговельні підприємства, які пропонують нові технології та інноваційні рішення, завойовують авторитет надійних та стійких ринкових гравців. Однак ігнорування цих принципів може призвести до втрати позицій на ринку та програшу в конкурентній боротьбі. Отже, формування та розвиток трансферного потенціалу торговельними підприємствами є сукупністю процесів, які дозволяють торговельним підприємствам бути успішними та ефективними в конкурентній боротьбі. Від ретельності сповідування виділених принципів залежить не лише успішність окремих реалізовуваних підприємствами проектів, але й загальна конкурентоспроможність підприємств та їхня стійкість на ринку.

Today, almost all business entities have transfer relations. A large number of incoming and outgoing flows of information, financial and material resources and the production of finished products become the subject of satisfying the economic interests of any organization. Accordingly, the enterprise faces the emergence of a fairly large number of transfer systems, which enable legitimate, safe, economically beneficial interaction of business entities. The formation of an effective knowledge and skills management system allows trading

enterprises to easily transfer best practices and innovations to their own divisions and business partners operating in different markets. That is, the creation of a favorable environment for cooperation and communications allows for effective transfer of knowledge and information. It is well-founded that the formation of a culture of innovation and creation of space for creativity contributes to the development of new ideas and technologies. It is argued that the creation of network connections and partnerships, the regular involvement of new personnel from different countries, the provision of training and advanced training, the collection and analysis of data help to develop the transfer potential of enterprises. Based on empirical data, it has been proven that trading enterprises that offer new technologies and innovative solutions gain the authority of reliable and sustainable market players. Examples of successful adherence to the selected principles allow us to claim that thanks to them, enterprises achieve success in the market and gain certain competitive advantages. However, ignoring these principles can lead to loss of market position and loss in competition. Therefore, the formation and development of transfer potential by trade enterprises is a set of processes that allow trade enterprises to be successful and effective in competition. Not only the success of individual projects implemented by enterprises, but also the overall competitiveness of enterprises and their stability on the market depends on the careful adherence to the selected principles.

Ключові слова: трансферний потенціал, торговельне підприємство, конкуренція, розвиток, принципи формування.

Key words: transfer potential, trade enterprise, competition, development, principles of formation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогодні, практично усі суб'єкти підприємницької діяльності мають трансферні відносини. Велика кількість вхідних і вихідних потоків інформації, фінансових і матеріальних ресурсів і виробництво готової продукції постають предметом задоволення економічних інтересів будь якої організації. Відповідно до цього підприємство стикається з появою досить великої кількості трансферних систем, за допомогою, яких уможливорюється легітимна, безпечна, економічно вигідна взаємодія суб'єктів господарювання. Однак, як показує досвід, підприємство володіючи цими системами і можливістю доступу до достовірної інформації про умови їхнього використання є необхідною, але не достатньою умовою для успішного розвитку організації. Саме тому вдалий вибір принципу формування та розвитку трансферного потенціалу торговельного підприємства стає актуальним та важливим.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Велика кількість наукових досліджень, які торкаються проблем трансферного потенціалу торгового підприємства друкуються не тільки в Україні, а й у всьому світі. Якщо поглянути на дослідження іноземних науковців [1—7], які приділили велику кількість наукових праць, які торкаються дослідження поняття "трансфер" слід виділити Д. Маурі, Дж. Окслі, Б. Сільверман, А. Інзельт, С. Манчіні, J.L.C. Гонсалес, Дж. Хілтон, Н. Мілосавлевич, О. Шварова, К.-А. Двітя, Я.-А. Алі, Лу. Давей, Л. Коуї, Б. Боузман, В. Меріндоль, Е. Галліє, І. Капдевіла.

А серед вітчизняних науковців [8—15], які досліджують поняття трансфер технологій, трансферний розвиток, реалізація трансферного потенціалу та інших суміжних тем, можна віднести: Є. Беспалий, А. Грищенко, К. Іванова, П. Мельник-Мельников, Т. Пятчаніна, А. Огородник, М. Мазур, О. Кам'янська, О. Смоляр, Ю. Зятдінов, А. Воронін, О. Примаков, І. Варламов, О. Дума, О. Розгон.

Однак, на сьогодні, в науковій літературі в достатній мірі не проаналізовано та обґрунтовано вибір принципів формування та розвитку трансферного потенціалу підприємства.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою написання статті є визначення та теоретичні обґрунтування принципів формування, розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Формування та розвиток трансферного потенціалу є етапами розвитку торговельних підприємств. Від якості протікання цих етапів залежить ефективність функціонування підприємств, їхня адаптивність до ринкових змін, конкурентоспроможність. Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що при формуванні та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств доцільно керуватись низкою принципів, зокрема таких, як: 1. Спрямованість на потреби клієнта. 2. Налагодження співпраці з партнерами. 3. Розвиток внутрішніх ресурсів. 4. Збереження та накопичення знань. 5. Постійне оновлення продукту та послуг. 6. Формування інноваційного середовища. 7. Ефективне управління проектами. 8. Створення відкритого середовища для співпраці із бізнес-партнерами.

Принцип "спрямованість на потреби клієнта" є одним з основних принципів успішного функціонування торговельного підприємства. Його сутність полягає в тому, що підприємство повинно бути спрямоване на задоволення потреб та очікувань клієнтів. Цей принцип дозволяє підприємству розуміти, які товари та послуги потрібні його клієнтам, що дозволяє створити асортимент продукції, який буде оптимальним для максимального задоволення потреб клієнтів. Реалізація принципу "спрямованість на потреби клієнта" передбачає систематичне вивчення потреб клієнтів (споживачів), здійснення регулярного аналізу ринку, збір та аналіз статистичних даних, що дозволяє підприємству створити оптимальний асортимент продукції

та послуг, що відповідає потребам ринку. Окрім цього, сповідування даного принципу дозволяє підприємству розуміти важливість якості та сервісу, що надається клієнтам. Реалізація даного принципу забезпечує постійне вдосконалення процесів обслуговування та покращення якості продукції, що дозволяє зберегти та приваблювати нових клієнтів. Дотримуючись принципу "спрямованість на потреби клієнта" можливим є ефективне конкурування на ринку та забезпечення стабільного розвитку.

Серед принципів формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств виділено також "налагодження співпраці з партнерами". Його сутність полягає у тому створенні умов для ефективнішого спілкування з партнерами та покращанні партнерських відносин зі стейкхолдерами (постачальниками, клієнтами, конкурентами, державними органами тощо). Сповідування цього принципу дає змогу збільшити обсяг продажів, знизити витрати на закупівлю та збільшити ефективність діяльності підприємства. Налагодження партнерських відносин з постачальниками дозволяє торговельним підприємствам отримувати якісні товари за кращими цінами, що може позитивно вплинути на конкурентоспроможність. Залучення клієнтів до процесу розробки нових продуктів дозволяє підприємствам створювати товари, які потребують ринку, та забезпечити їх ефективний продаж. Співпраця з конкурентами може стимулювати інноваційний розвиток та забезпечити додаткові переваги на ринку.

Ігнорування принципу "налагодження співпраці з партнерами" може призвести до недостатньої уваги до партнерів та їх потреб. Наприклад, компанія Nestle, яка активно працює на ринку кавових напоїв, зіткнулася з проблемою у зв'язку зі звинуваченнями у дитячій праці у Колумбії. Це призвело до суттєвого зниження репутації компанії та збитків у бізнесі. Якщо компанія не буде дотримуватися принципу налагодження співпраці з партнерами, це може призвести до небажаних наслідків, таких як зниження якості продукції, збитки в бізнесі, а також негативний вплив на репутацію компанії та її стосунки з партнерами.

Щодо принципу "розвиток внутрішніх ресурсів", то він є одним із ключових у формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств. Суть цього принципу полягає в максимальному використанні внутрішніх можливостей підприємства для досягнення успіху на ринку. Розвиток внутрішніх ресурсів забезпечує підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення виробничих процесів, модернізацію обладнання та технологій, підвищення рівня інноваційності та якості продукції.

Ігнорування принципу "розвиток внутрішніх ресурсів" може призвести до недостатньої уваги до потреб підприємства, знизити його конкурентоспроможність та залежність від зовнішніх постачальників і партнерів. Це може призвести до збитків та зниження фінансових показників, а також до зменшення задоволеності клієнтів та репутації бренду. Наприклад: КБ "Ощадбанк" (Україна) довгий час не інвестував у розвиток внутрішніх ресурсів та не підвищував якість своїх послуг, що призвело до втрати клієнтів та зниження прибутку; Olympic Catering — грецька компанія, яка користується кетеринговими послугами. Компанія зосередилася на залученні зовнішніх постачальників, не розвиваючи власні виробничі ресурси, що призвело до збільшення витрат на їхні послуги. Це зменшило конкурентоспроможність компанії та знизило її здатність про-

тистояти іншим гравцям на ринку. Також, через низький рівень внутрішніх ресурсів, компанія не змогла забезпечити якісний рівень кетерингових послуг, що призвело до зниження задоволеності клієнтів і негативного впливу на репутацію бренду; Olympic Airways — грецька авіакомпанія, яка проігнорувала необхідність інвестувати в розвиток своїх власних ресурсів. Це призвело до значних фінансових витрат і негативно вплинуло на її ефективність та конкурентоспроможність. У результаті компанія отримала великі фінансові втрати і була змушена припинити свою діяльність у 2009 році.

Отже, принцип "розвиток внутрішніх ресурсів" є елементом успішної стратегії розвитку торговельних підприємств, який дозволяє підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток підприємства в майбутньому.

Ще одним принципом формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств є принцип "збереження та накопичення знань". Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що — цей принцип передбачає створення на підприємстві сприятливого середовища для нагромадження та збереження знань, що сприяє їх подальшому розвитку для досягнення стратегічних цілей та розвитку підприємства. Цей принцип передбачає, що торговельні підприємства повинні створити ефективну систему нагромадження та передачі знань між співробітниками, розвивати навички та можливості працівників, працювати з даними та інформацією, щоб забезпечити успішність підприємства на довгострокову перспективу.

На основі емпіричних даних є підстави стверджувати, що у сучасному бізнесі, компанії які стикаються із зростаючою кількістю аналітичних даних та різноманітною інформацією не мають іншої альтернативи як перманентно працювати над збереженням, обробкою та раціональним використанням знань. Це необхідно для прийняття оптимальних рішень, розробки нових продуктів та послуг, підвищення якості роботи та забезпечення конкурентних переваг.

Серед принципів формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств виокремлено також принцип "постійне оновлення продукту та послуги". Сутність цього принципу полягає у необхідності постійного вдосконалення продукту або послуги, які пропонуються клієнтам. Це може включити в себе розробку нових функцій, додаткових можливостей, покращення якості та підвищення ефективності продукту чи послуги. Постійне оновлення продукту та послуг дозволяє підприємству підтримувати конкурентну перевагу на ринку, забезпечувати задоволення потреб клієнтів, а також залучати нових клієнтів. Крім того, цей принцип дозволяє торговельним підприємствам зменшувати витрати на підтримку старого продукту або послуги та збільшити загальну прибутковість.

У той же час компанії, які ігнорують цей принцип, можуть стати менш конкурентоспроможними на ринку та втратити своїх клієнтів. Наприклад, компанія Kodak не змогла адаптуватися до цифрової ери. Вона не оновлювала свої продукти, що призвело до занепаду її бізнесу. Інший приклад — компанія Sony, яка не змогла досягти ринку смартфонів та не змогла випустити конкурентоспроможні продукти. Це призвело до падіння її популярності та втрати ринкової частки.

Принципом формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств є також "формування інноваційного середовища".

Сповідування цього принципу вимагає наявності у підприємства культурних інновацій та підтримки співробітників у їхніх креативних пошуках. Формування інноваційного середовища забезпечує відкритість підприємства до змін, постійний пошук нових ідей та прагнення до їх впровадження.

Успішні торговельні підприємства, що сповідають принцип "формування інноваційного середовища", активно вибирають різноманітні технології та інструменти для підтримки інноваційних ідей своїх співробітників. Наприклад, Google відома своєю політикою "20% часу", яка дозволяє працівникам витрачати до 20% свого часу на творчі ініціативи. Українська ІТ-компанія SoftServe надає співробітникам можливість виконувати свої проекти та дослідження в рамках внутрішнього "гаражу" та міжнародної програми "Innovation Lab". Південнокорейська компанія Samsung зосереджується на розробці нових технологій та виробництві високоякісних продуктів. У 2019 році Samsung випустив перший варіант смартфона Galaxy Fold, який став революційним у світі мобільних технологій. Крім того, Samsung вивчає нові технології, такі як штучний інтелект, машинне навчання та розпізнавання голосу, щоб розширити свої можливості та підвищити якість своїх продуктів. Ще одним прикладом є компанія LG яка активно займається дослідженнями та розробкою нових технологій у галузі електроніки та домашніх пристроїв. LG працює над розробкою інноваційних технологій, таких як звукові технології, розумні телевізори, розумні домашні системи, енергоефективні технології та інші. Компанія LG також активно співпрацює з університетами та науковими інститутами на предмет дослідження та впровадження нових технологій. Ці компанії демонструють успіх у формуванні інноваційного середовища, зосереджуючись на дослідженні та розробці нових технологій та продуктів.

Черговим принципом формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств є "ефективне управління проектами". Сутність цього принципу полягає у застосуванні систематичного підходу до планування, організації, виконання та контролю проектів з метою досягнення їх максимальної ефективності. Успішне виконання проектів забезпечує використання певних методів та інструментів управління, зокрема, створення плану проекту, виділення ресурсів, планування робочих процесів, контроль виконання робіт та підсумування результатів. За умови ефективного управління проектами торговельного підприємства досягається підвищення продуктивності та покращення якості виконаної роботи, зменшення витрат та термінів її виконання. Із застосуванням принципу "ефективне управління проектами" стає можливим реалізувати складні та масштабні проекти, які можуть бути неможливі без систематичного та наукового підходу до їх виконання. Наприклад, корпорація Boeing успішно виконує проекти з розробки та виробництва літаків на основі системного та наукового підходу до управління проектами. Успіх компанії в значній мірі залежить від своєчасності та раціональності виконання проектних робіт. До інших компаній, які успішно сповідають принцип "ефективне уп-

равління проектами" є компанії Siemens, 3M, та General Electric.

Принципом формування та розвитку трансферного потенціалу торговельних підприємств є також "створення відкритого середовища для співпраці із бізнес-партнерами". Цей принцип передбачає, що ефективне управління бізнесом можливе лише за умови створення відкритого середовища, де кожен учасник бізнесу має можливість обмінюватися ідеями та досвідом з іншими учасниками. Таке середовище дозволяє створити взаємовигідні партнерські відносини та забезпечити ефективне використання ресурсів. Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що створення відкритого середовища співпраці включає в себе низку практик, таких як відкрите спілкування між працівниками, обмін знаннями та досвідом, заохочення до реалізації новаторських ідей та ініціатив, створення комунікаційних майданчиків для спілкування з партнерами та клієнтами. Таке середовище підвищує ефективність діяльності торговельних підприємств та їхню конкурентоспроможність.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Формування ефективної системи управління знаннями та навичками дозволяє торговельним підприємствам легко передавати найкращі практики та інновації власним підрозділам і бізнес-партнерам, що працюють на різних ринках. Тобто, створення сприятливого середовища для співпраці та комунікацій дозволяє забезпечити ефективний трансфер знань та інформації. Обґрунтовано, що формування культури інновацій та створення простору для творчості сприяє розвитку нових ідей та технологій. Аргументовано, що створення мережових зв'язків та партнерств, регулярне залучення нового персоналу з різних країн, забезпечення навчання та підвищення кваліфікації, збір та аналіз даних допомагають розвивати трансферний потенціал підприємств. На основі емпіричних даних доведено, що торговельні підприємства, які пропонують нові технології та інноваційні рішення, завоюють авторитет надійних та стійких ринкових гравців. Приклади успішного сповідування виділених принципів дозволяють стверджувати, що завдяки їм підприємства досягають успіху на ринку та отримують певні конкурентні переваги. Однак ігнорування цих принципів може призвести до втрати позицій на ринку та програшу в конкурентній боротьбі. Отже, формування та розвиток трансферного потенціалу торговельними підприємствами є сукупністю процесів, які дозволяють торговельним підприємствам бути успішними та ефективними в конкурентній боротьбі. Від ретельності сповідування виділених принципів залежить не лише успішність окремих реалізовуваних підприємствами проектів, але й загальна конкурентоспроможність підприємств та їхня стійкість на ринку.

Література:

1. Mowery, D.C., Oxley, J.E., Silverman, B.S., 1996. Strategic alliances and interfirm knowledge transfer. *Strategic Management Journal* 17, 77—91. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171108>.
2. Annam?ria Inzelt, Jan Hilton (1999). *Technology Transfer: From Invention to Innovation* <https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-015-9145-4>.

3. Мілосавлевич, Н., Шварова, О. та Койї, Трансфер технологій у Республіці Молдова 2019—2020, Балтар Сальгадо, Е., Родрігес Мартінес, М., Моска, Дж. та Баско, А.), Офіс публікацій Європейського Союзу, Люксембург, 2021, doi:10.2760/30427, JRC 126057.

4. Barry Bozeman (2000). Technology transfer and public policy: a review of research and theory. Research Policy, Volume 29, Issues 4—5, Pages 627—655, [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00093-1](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00093-1).

5. Dwitya K. Amry, Ali J. Ahmad, Dawei Lu. (2021). The new inclusive role of university technology transfer: Setting an agenda for further research. International Journal of Innovation Studies, Volume 5, Issue 1, Pages 9–22, <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2021.02.001>.

6. Merindol, V., Gallie, E. & Capdevila, I. (2018). Technology-transfer offices and academic open labs as different types of organizational intermediaries in science-society relationships. Gestion 2000, 35, 125—144. <https://doi.org/10.3917/g2000.352.0125>.

7. Mancini, S., Gonzalez, J.L.C. (2021). Role of Technology Transfer, Innovation Strategy and Network: A Conceptual Model of Innovation Network to Facilitate the Internationalization Process of SMEs. Technology and Investment 12, 82—128. <https://doi.org/10.4236/ti.2021.122006>.

8. Беспалий Є. А. (2022). Вплив кризи на трансфер технологій та інновацій у світовій економіці, Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки, № 4 (67). <http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2274>.

9. Грищенко А.А. Транснаціональний фактор у економічному зростанні транзитивних країн. Монографія К.: Видавництво імені М.П. Драгоманова, 2006 — 314 с.

10. Іванова К.Ю. (2020). Інтереси учасників трансферу технологій та механізм їх забезпечення. Право та інноваційне суспільство, № 2 (15), DOI 10.37772/2309-9275-2020-2(15)-18.

11. Melnyk-Melnykov, P.G., Piatchanina, T.V., Ohorodnyk, A.N., Mazur M.G. (2019). Analysis of foreign tech transfer offices experience for the effective tech transfer system formation in the Ukrainian scientific institutions. Science, technologies, innovation, 62—69. <https://doi.org/10.35668/2520-6524-2019-3-07>.

12. Кам'янська О., Смоляр Л. (2017). Національні системи управління трансфером технологій провідних країн світу. Ефективна економіка, № 4 <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5540>.

13. Ziatdinov Y.K., Voronin A.M., Permiakov O.Y., Varlamov I.D. (2015). Pareto-optimal region of mass-trajectory parameters of transformer aviation system. Modern information technologies in the sphere of security and defence № 2 (23) https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/30193/1/sit_2_23-2015.pdf

14. Дума О. І. Академічний трансфер технологій: механізми реалізації та європейський досвід. Ефективна економіка. 2021. № 11. — URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9589> (дата звернення: 28.02.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.203.

15. Rozghon O., 2022. Technology transfer mechanism and its implementation in the innovation process. Law and innovations 22—30. [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2022-1\(37\)-3](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2022-1(37)-3).

Reference.

1. Mowery, D.C., Oxley, J.E., and Silverman, B.S. (1996), "Strategic alliances and interfirm knowledge transfer", Strategic Management Journal, vol. 17, pp. 77—91.

2. Inzelt, A. фтв Hilton, J. (1999), "Technology Transfer: From Invention to Innovation", NATO Science Partnership Subseries: 4, Springer Dordrecht, vol. XIV, pp. 358.

3. Milosavljevic, N., Svarova, O. and Cowie, B. (2021), Technology Transfer in the Republic of Moldova 2019—2020, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

4. Bozeman, B. (2000), "Technology transfer and public policy: a review of research and theory", Research Policy, Vol. 29, pp. 627—655.

5. Dwitya K. Amry, Ali J. Ahmad, and Dawei Lu. (2021), "The new inclusive role of university technology transfer: Setting an agenda for further research", International Journal of Innovation Studies, Vol. 5, pp. 9—22.

6. Merindol, V., Gallie, E. and Capdevila, I. (2018), "Technology-transfer offices and academic open labs as different types of organizational intermediaries in science-society relationships", Gestion 2000, pp. 125—144.

7. Mancini, S., and Gonzalez, J.L.C. (2021), "Role of Technology Transfer, Innovation Strategy and Network: A Conceptual Model of Innovation Network to Facilitate the Internationalization Process of SMEs", Technology and Investment, vol. 12, pp. 82—128.

8. Bepaliy, E. A. (2022), "The impact of the crisis on the transfer of technologies and innovations in the world economy, Scientific works of the Interregional Academy of Personnel Management", Naukovi pratsi Mizhrehio-nal'noyi Akademiyi upravlinnya personalom. Ekonomichninauky, vol. 4 (67).

9. Hryshchenko, A.A. (2006), Transnatsional'nyy faktor u ekonomichnomu zrostanni tranzytyvnykh krayin [The transnational factor in the economic growth of transitive countries], Vyd. im. M.P. Drahomanova, Kyiv, Ukraine.

10. Ivanova, K.Yu. (2020), "Interests of technology transfer participants and the mechanism of their provision", Pravo ta innovatsiyne suspil'stvo, vol. 2 (15).

11. Melnyk-Melnykov, P., Piatchanina, T., Ohorodnyk, A., and Mazur, M. (2019), "Analysis of foreign tech transfer offices experience for the effective tech transfer system formation in the Ukrainian scientific institutions", Science, technologies, innovation, pp. 62—69.

12. Kamianska, O. and Smolyar, L. (2017), "National technology transfer management systems of the world's leading countries", Effective Economy, vol. 4.

13. Ziatdinov, Y.K., Voronin, A.M., Permiakov, O.Y., and Varlamov, I.D. (2015), "Pareto-optimal region of mass-trajectory parameters of transformer aviation system", Modern information technologies in the sphere of security and defence, vol. 2 (23).

14. Duma, O. I. (2021), "Academic technology transfer: implementation mechanisms and European experience", Efficient economy, vol. 11.

15. Rozghon, O. (2022), "Technology transfer mechanism and its implementation in the innovation process", Law and innovations, vol. 37, pp. 22—30.

Стаття надійшла до редакції 01.05.2023 р.