

DOI 10.31558/2307-2318.2026.1.21

УДК 330.341.1:332.1:005.35:339.923(4)

JELClassification: F15, R11, D23, M14

Пріхно І.М.

д.е.н., професор, професор кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID 0000-0003-2922-5548
e-mail: i.prihno@chdtu.edu.ua

Нагайчук Н.Г.

к.е.н., доцент, доцент кафедри соціального забезпечення,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID 0000-0002-2014-3151
e-mail: nagaichuk_n@ukr.net

**ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНИЙ РЕСУРС ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ
ТА ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ**

Доведено, що ділова репутация виступає важливим інституційним ресурсом, який забезпечує ефективну інтеграцію економіки України до європейського простору та формує передумови відновлення економіки регіонів у повоєнний період. Обґрунтовано, що процес європейської інтеграції передбачає не лише гармонізацію нормативно-правових засад, але й трансформацію підходів до ведення бізнесу на основі принципів прозорості, доброчесності, підзвітності та соціальної відповідальності. Встановлено, що ділова репутация формується під впливом комплексу факторів, зокрема інформаційної відкритості, якості інституційного середовища, рівня взаємодії економічних суб'єктів та соціальної відповідальності бізнесу.

Систематизовано ключові сфери прояву ділової репутации та визначено їх вплив на процеси євроінтеграції та відновлення економіки регіонів. Запропоновано узгодження складових ділової репутации з відповідними економічними результатами, що дозволяє простежити причинно-наслідкові зв'язки між репутаційними характеристиками бізнесу та показниками розвитку економічної системи.

Розроблено багаторівневу економіко-математичну модель рівня відновлення економіки регіонів, яка враховує інвестиційні, інституційні, партнерські, ринкові, інформаційні та соціальні аспекти впливу ділової репутации. Доведено, що ділова репутация виступає базовим фактором, який трансформується у конкретні економічні результати через систему функціональних залежностей. Обґрунтовано, що підвищення рівня ділової репутации сприяє зростанню довіри, активізації інвестиційної діяльності, зниженню ризиків та забезпеченню соціально-економічної стабільності регіонів.

Ключові слова: ділова репутация, євроінтеграція, регіональна економіка, відновлення економіки регіонів, інституційне середовище, довіра, інвестиції, модель.

Табл. 2, Літ. 14.

Prykhno Iryna

Doctor of economic sciences, Professor,
Cherkasy State Technological University
ORCID 0000-0003-2922-5548
e-mail: i.prikhno@chdtu.edu.ua

Nagaichuk Nelia

Candidate of economic sciences, Associate Professor,
Cherkasy State Technological University
ORCID 0000-0002-2014-3151
e-mail: nagaichuk_n@ukr.net

BUSINESS REPUTATION AS AN INSTITUTIONAL RESOURCE OF EUROPEAN INTEGRATION AND ECONOMIC REGIONAL RECONSTRUCTION

It is proven that business reputation is an important institutional resource that ensures the effective integration of the Ukrainian economy into the European space and forms the prerequisites for the restoration of the regional economy in the post-war period. It is substantiated that the process of European integration involves not only the harmonization of regulatory and legal principles, but also the transformation of approaches to doing business based on the principles of transparency, integrity, accountability and social responsibility. It is established that business reputation is formed under the influence of a complex of factors, in particular information openness, the quality of the institutional environment, the level of interaction of economic entities and the social responsibility of business.

The key areas of manifestation of business reputation are systematized and their impact on the processes of European integration and economic restoration of regions is determined. The coordination of the components of business reputation with the corresponding economic results is proposed, which allows to trace the cause-and-effect relationships between the reputational characteristics of business and indicators of the development of the economic system.

A multi-level economic and mathematical model of the level of economic recovery of regions has been developed, which takes into account the investment, institutional, partnership, market, informational and social aspects of the impact of business reputation. It is proven that business reputation is a basic factor that is transformed into specific economic results through a system of functional dependencies. It is substantiated that an increase in the level of business reputation contributes to the growth of trust, the activation of investment activity, the reduction of risks and the provision of socio-economic stability of regions.

Keywords: business reputation, European integration, regional economy, economic recovery of regions, institutional environment, trust, investments, model.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку України характеризується одночасним впливом двох взаємопов'язаних процесів – європейської інтеграції та післявоєнного відновлення економіки регіонів. Ці процеси формують нові вимоги до функціонування економічної системи, зокрема щодо якості інституційного середовища, рівня довіри між економічними суб'єктами та здатності бізнесу діяти відповідно до європейських стандартів.

У таких умовах особливого значення набувають не лише матеріальні ресурси, але й нематеріальні фактори розвитку, серед яких ключову роль відіграє ділова репутація. Саме вона виступає основою формування довіри, забезпечує ефективність економічної взаємодії та визначає можливості залучення інвестицій у регіони.

Водночас слід зазначити, що процес формування ділової репутації в Україні

ускладнюється наявністю системних дисбалансів у функціонуванні інституційного середовища, недостатнім рівнем прозорості економічних процесів та неоднорідністю довіри до різних суб'єктів економічних відносин. Це стримує інтеграцію у європейській економічний простір та уповільнює процеси відновлення регіонів.

Отже, актуальним є дослідження ділової репутації як інституційного ресурсу, здатного забезпечити узгодження економічних інтересів, підвищення інвестиційної привабливості та формування стійких передумов для відновлення економіки регіонів України. Особливої уваги потребує розробка інструментарію оцінки її впливу на соціально-економічні процеси, зокрема через побудову відповідних економіко-математичних моделей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ділової репутації як економічної категорії та її впливу на розвиток економічних систем є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, у працях М. Самофалової акцентується увага на необхідності адаптації економічної системи України до умов європейської інтеграції, що передбачає підвищення якості інституційного середовища та ефективності економічного управління [1]. Українські дослідники З. Живко, М. Живко та А. Шегинська розглядають ділову репутацію як важливий індикатор економічної безпеки бізнесу, підкреслюючи її роль у формуванні довіри та зниженні ризиків господарської діяльності [2]. Значна увага приділяється також дослідженню соціальної відповідальності бізнесу як складової репутації, що знайшло відображення у працях Д. Букреєвої, К. Денисенко та інших авторів [8-10].

У міжнародних дослідженнях підкреслюється роль довіри та якості державного управління як ключових факторів економічного розвитку. Зокрема, у звітах OECD наголошується, що ефективне функціонування інституцій та підвищення рівня довіри є необхідними умовами відновлення економічних систем та забезпечення їх стійкості [5; 12].

Разом із тим, незважаючи на значну кількість наукових праць, недостатньо дослідженим залишається питання комплексного врахування ділової репутації як інституційного ресурсу у процесах євроінтеграції та відновлення економіки регіонів. Зокрема, потребує подальшого розвитку підхід до формалізації її впливу через систему взаємопов'язаних економічних показників, що зумовлює необхідність розробки відповідних моделей.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування ролі ділової репутації як інституційного ресурсу євроінтеграції та відновлення економіки регіонів України, а також розробка економіко-математичної моделі оцінки впливу ділової репутації на рівень регіонального відновлення.

Виклад основного матеріалу. Європейська інтеграція України є складним і багатовимірним процесом, що передбачає не лише гармонізацію нормативно-правової бази, але й трансформацію підходів до ведення бізнесу відповідно до європейських стандартів. Йдеться насамперед про впровадження принципів прозорості, підзвітності, доброчесності та відповідального корпоративного управління, які є базовими для функціонування економік країн Європейського Союзу. Як зазначає М. Самофалова, сучасний етап євроінтеграції України в умовах війни пов'язаний із необхідністю адаптації економічної системи та реалізації комплексних реформ [1]. У цьому контексті ділова репутація набуває особливого значення, оскільки виступає індикатором відповідності суб'єктів господарювання європейським вимогам та сигналізує про їхню надійність для партнерів й інвесторів.

Сучасні дослідження підтверджують, що формування ділової репутації безпосередньо пов'язане з адаптацією бізнесу до європейських стандартів корпоративної поведінки. Зокрема, у працях вітчизняних дослідників підкреслюється,

що репутація формується під впливом прозорості діяльності, дотримання етичних норм та ефективної комунікації із зацікавленими сторонами. Так, у дослідженні українських науковців наголошується, що важливими інструментами формування ділової репутації є прозорість ведення діяльності, корпоративна соціальна відповідальність та ефективне управління комунікаціями [2]. У цьому аспекті вона виступає не лише характеристикою підприємства, а й важливим чинником інтеграції в європейський економічний простір.

Формування позитивної ділової репутації є тривалим і системним процесом, який базується на дотриманні етичних норм, виконанні договірних зобов'язань, відкритості інформації та стабільності господарської діяльності. У цьому контексті репутація виступає нематеріальним активом, що акумулює результати попередньої діяльності підприємства та визначає рівень довіри до нього з боку зовнішнього середовища.

Позитивна ділова репутація забезпечує підприємствам низку стратегічних переваг. Передусім вона сприяє підвищенню конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, оскільки надійність і передбачуваність поведінки суб'єкта господарювання є ключовими критеріями вибору партнерів. Крім того, високий рівень репутаційного капіталу значно полегшує доступ до ринків Європейського Союзу, де особлива увага приділяється дотриманню стандартів якості, корпоративної етики та регуляторних вимог. У цьому контексті доцільно зауважити, що довіра та якість інституційного середовища є визначальними чинниками розвитку міжнародних економічних зв'язків.

Важливим є і вплив ділової репутації на інвестиційну привабливість. У сучасних умовах інвестори дедалі більше орієнтуються не лише на фінансові показники, але й на репутаційні характеристики бізнесу, що дозволяє знизити ризики та підвищити передбачуваність економічної діяльності. Як підкреслюється у дослідженнях, присвячених євроінтеграційним процесам, підвищення стандартів ведення бізнесу позитивно впливає на інвестиційний клімат та сприяє залученню зовнішнього капіталу [1].

Водночас, попри позитивні зрушення, процес формування ділової репутації в Україні супроводжується низкою системних проблем. Зокрема, недостатній рівень довіри між економічними агентами, поширення тіньових практик та недосконалість інституційного середовища залишаються суттєвими стримуючими чинниками. Результати сучасних досліджень свідчать про суперечливий характер довіри в українському суспільстві. Зокрема, фіксується нерівномірний рівень довіри до різних державних інституцій, що вказує на збереження структурних проблем у взаємодії держави, бізнесу та суспільства [3]. Водночас емпіричні дані соціологічних досліджень демонструють, що значна частина ключових державних інституцій характеризується відносно низьким рівнем довіри, що пов'язано з недостатньою прозорістю процедур ухвалення рішень, нестабільністю регуляторного середовища та низькою передбачуваністю економічної політики [4].

У міжнародних аналітичних звітах також підкреслюється, що для України зберігаються суттєві виклики у сфері публічної доброчесності, якості державного управління та ефективності інституцій, що безпосередньо впливає на рівень довіри до держави та бізнесу [5].

Отже, у сучасних умовах ділова репутація виступає не лише характеристикою окремого підприємства, а важливим інституційним ресурсом, який визначає здатність економічної системи інтегруватися до європейського економічного простору та забезпечувати ефективне відновлення регіонів. Її формування і підтримка мають розглядатися як стратегічний напрям економічної політики, спрямований на підвищення довіри, інвестиційної активності та конкурентоспроможності національної економіки.

З огляду на багатовимірний характер ділової репутації як економічної категорії,

доцільним є її розгляд не лише як нематеріального активу окремого підприємства, а як інституційного ресурсу, що впливає на макро- та мезорівневі процеси розвитку. У контексті європейської інтеграції та післявоєнного відновлення економіки регіонів ділова репутація набуває системного значення, оскільки визначає рівень довіри між суб'єктами економічних відносин, ефективність їхньої взаємодії та здатність адаптуватися до нових умов функціонування.

З метою узагальнення ключових напрямів впливу ділової репутації як інституційного ресурсу на процеси євроінтеграції та відновлення регіонів у табл. 1 систематизовано основні сфери її прояву, а також відповідні ефекти.

Таблиця 1 – Роль ділової репутації як інституційного ресурсу у процесах євроінтеграції та відновлення регіонів

Сфера впливу	Прояв ділової репутації	Вплив на євроінтеграцію	Вплив на відновлення регіонів
Інвестиційна діяльність	Довіра інвесторів	Доступ до ринків ЄС	Залучення капіталу
Інституційне середовище	Прозорість і доброчесність	Відповідність нормам ЄС	Зниження ризиків
Взаємодія суб'єктів	Партнерство	Інтеграція у європейські мережі	Узгодження інтересів
Ринкова поведінка	Надійність	Конкурентоспроможність	Стабілізація економіки
Інформаційна відкритість	Доступність даних	Прозорість	Зростання довіри
Соціальна відповідальність	Етичність	Позитивний імідж	Соціальна стабільність

Джерело: побудовано авторами за даними [6-14]

Отже, як видно з табл. 1, ділова репутація охоплює низку взаємопов'язаних сфер, кожна з яких формує окремий вектор впливу. Зокрема, у сфері інвестиційної діяльності вона проявляється через рівень довіри інвесторів, що безпосередньо впливає на доступ до ринків Європейського Союзу та можливості залучення фінансових ресурсів для відновлення регіональної економіки. У межах інституційного середовища репутація відображає ступінь прозорості та доброчесності суб'єктів господарювання, що є необхідною умовою відповідності європейським нормам і водночас сприяє зниженню економічних ризиків.

Важливим є також аспект взаємодії суб'єктів економічних відносин, де ділова репутація виступає основою для формування партнерських зв'язків. Це забезпечує інтеграцію українських підприємств у європейські економічні мережі та сприяє узгодженню інтересів у процесі відновлення регіонів. У сфері ринкової поведінки репутація визначає надійність підприємств, що підвищує їх конкурентоспроможність та сприяє стабілізації економічних процесів.

Окрему роль відіграє інформаційна відкритість, яка забезпечує доступність даних про діяльність суб'єктів господарювання, підвищує прозорість ринку та сприяє зростанню довіри з боку як внутрішніх, так і зовнішніх стейкхолдерів. Водночас соціальна відповідальність бізнесу, що проявляється через дотримання етичних принципів діяльності, формує позитивний імідж підприємств та сприяє забезпеченню соціальної стабільності в регіонах.

Таким чином, ділова репутація виступає інтегруючим інституційним ресурсом, який поєднує економічні, соціальні та управлінські аспекти розвитку, забезпечуючи як ефективну євроінтеграцію, так і стійке відновлення економіки регіонів України.

Зауважимо, що кожна сфера прояву ділової репутації (інвестиційна діяльність,

інституційне середовище, взаємодія суб'єктів, ринкова поведінка, інформаційна відкритість та соціальна відповідальність) формує окремі канали впливу на економічну систему. З метою узагальнення ролі ділової репутації як інституційного ресурсу у процесах євроінтеграції та відновлення економіки регіонів пропонуємо багаторівневу економіко-математичну модель, побудовану на основі структуризації сфер прояву ділової репутації (R).

$$R = \gamma_1 \cdot INV + \gamma_2 \cdot INST + \gamma_3 \cdot PART + \gamma_4 \cdot COMP + \gamma_5 \cdot TRUST + \gamma_6 \cdot STAB, \quad (1)$$

де: R – рівень відновлення економіки регіону;
 INV – рівень залучення інвестицій (капіталу);
 $INST$ – рівень зниження інституційних ризиків;
 $PART$ – узгодженість взаємодії економічних суб'єктів;
 $COMP$ – конкурентоспроможність економіки;
 $TRUST$ – рівень довіри;
 $STAB$ – соціально-економічна стабільність.

Коефіцієнти $\gamma_1 \dots \gamma_6$ відображають граничний внесок кожного фактора у формуванні результативного показника. Їх значення можуть бути інтерпретовані як еластичності або вагові коефіцієнти залежно від способу емпіричної оцінки.

Таким чином, відновлення економіки регіону доцільно розглядати як комплексний процес, що охоплює інвестиційні, інституційні, партнерські, ринкові, інформаційні та соціальні аспекти.

Складові ділової репутації трансформуються у відповідні економічні результати через систему причинно-наслідкових зв'язків. Зокрема, інвестиційна складова репутації визначає рівень залучення капіталу, інституційна – зниження ризиків, партнерська – узгодженість взаємодії, ринкова – конкурентоспроможність, інформаційна – рівень довіри, а соціальна – соціально-економічну стабільність (табл. 2).

Таким чином, ділова репутація виступає первинним фактором, що опосередковано впливає на рівень відновлення регіону через систему функціональних залежностей. Ключовим елементом запропонованої моделі виступає ділова репутація, яка формується як агрегований показник (REP):

$$REP = \delta_1 \cdot REP_{INV} + \delta_2 \cdot REP_{INST} + \delta_3 \cdot REP_{PART} + \delta_4 \cdot REP_{MARC} + \delta_5 \cdot REP_{INF} + \delta_6 \cdot REP_{CSR}, \quad (2)$$

де: REP – інтегральний рівень ділової репутації;
 REP_{INV} – інвестиційна складова репутації (довіра інвесторів);
 REP_{INST} – інституційна репутація (прозорість і доброчесність);
 REP_{PART} – партнерська репутація;
 REP_{MARC} – ринкова репутація (надійність);
 REP_{INF} – інформаційна репутація;
 REP_{CSR} – соціальна репутація.

Коефіцієнти $\delta_1 \dots \delta_6$ визначають вагу кожного компонента у формуванні загальної ділової репутації.

Запропонована формула відображає багатовимірний характер репутації, яка акумулює вплив різних сфер діяльності бізнесу. Зауважимо, що кожна складова ділової репутації, у свою чергу, формується на основі окремих **показників**, які також можна представити у вигляді формул.

Таблиця 2 – Узгодження складових ділової репутації та економічних результатів відновлення регіонів

Складова ділової репутації	Зміст прояву	Економічний результат	Формалізація зв'язку	Економічна інтерпретація
REP_{INV} – інвестиційна репутація	Довіра інвесторів, фінансова надійність	INV – залучення інвестицій	$INV = \beta_1 \cdot REP_{INV}$	Зростання довіри інвесторів стимулює приплив капіталу
REP_{INST} – інституційна репутація	Прозорість, доброчесність, відповідність нормам	$INST$ – зниження інституційних ризиків	$INST = \beta_2 \cdot REP_{INST}$	Підвищення якості інститутів зменшує невизначеність
REP_{PART} – партнерська репутація	Надійність у співпраці, мережеві зв'язки	$PART$ – узгодженість взаємодії	$PART = \beta_3 \cdot REP_{PART}$	Розвиток партнерств сприяє координації економічних дій
REP_{MARC} – ринкова репутація	Якість продукції, стабільність, бренд	$COMP$ – конкурентоспроможність	$COMP = \beta_4 \cdot REP_{MARC}$	Надійність підвищує позиції на ринку
REP_{INF} – інформаційна репутація	Відкритість, доступність даних, прозорість	$TRUST$ – рівень довіри	$TRUST = \beta_5 \cdot INF$	Прозорість формує довіру між суб'єктами
REP_{CSR} – соціальна репутація	Етичність, соціальна відповідальність	$STAB$ – соціально-економічна стабільність	$STAB = \beta_6 \cdot REP_{CSR}$	Соціально відповідальна поведінка забезпечує стабільність

Примітка: $\beta_1 \dots \beta_6$ – вагові коефіцієнти

Джерело: розроблено авторами

Інвестиційна репутація (REP_{INV}):

$$REP_{INV} = \theta_1 \cdot FIN + \theta_2 \cdot RISK + \theta_3 \cdot RETURN, \quad (3)$$

де: FIN – фінансова стійкість;
 $RISK$ – рівень ризиків;
 $RETURN$ – очікувана дохідність;
 $\theta_1 \dots \theta_6$ – вагові коефіцієнти.

Інституційна репутація (REP_{INST}):

$$REP_{INST} = \mu_1 \cdot LAW + \mu_2 \cdot REG + \mu_3 \cdot CTRL, \quad (4)$$

де: LAW – якість правової системи;
 REG – ефективність регулювання;
 $CTRL$ – ефективність контролю;
 $\mu_1 \dots \mu_6$ – вагові коефіцієнти.

Партнерська репутація (REP_{PART}):

$$REP_{PART} = \varphi_1 \cdot COOP + \varphi_2 \cdot NET + \varphi_3 \cdot COM, \quad (5)$$

де: $COOP$ – рівень кооперації;
 NET – участь у мережах;

COM – якість комунікації;
 $\varphi_1 \dots \varphi_6$ – вагові коефіцієнти.

Ринкова репутація (REP_{MARC}):

$$REP_{MARC} = \rho_1 \cdot QUAL + \rho_2 \cdot REL + \rho_3 \cdot BRAND, \quad (6)$$

де: *QUAL* – якість продукції;
REL – надійність;
BRAND – імідж бренду;
 $\rho_1 \dots \rho_6$ – вагові коефіцієнти.

Інформаційна репутація (REP_{INF}):

$$REP_{INF} = \sigma_1 \cdot OPEN + \sigma_2 \cdot DATA + \sigma_3 \cdot TRANS, \quad (7)$$

де: *OPEN* – відкритість;
DATA – доступність даних;
TRANS – прозорість;
 $\sigma_1 \dots \sigma_6$ – вагові коефіцієнти.

Соціальна репутація (REP_{CSR}):

$$REP_{CSR} = \omega_1 \cdot ETH + \omega_2 \cdot SOC + \omega_3 \cdot ECO, \quad (8)$$

де: *ETH* – етичність;
SOC – соціальна орієнтованість;
ECO – екологічна відповідальність;
 $\omega_1 \dots \omega_6$ – вагові коефіцієнти.

Отже, ділова репутація виступає ключовим інституційним ресурсом, який забезпечує трансформацію якісних характеристик економічного середовища у конкретні результати відновлення регіональної економіки. Її вплив реалізується через інвестиційні, інституційні, партнерські, ринкові, інформаційні та соціальні канали, що узгоджується з вимогами європейської інтеграції щодо прозорості, доброчесності та відповідального ведення бізнесу.

Запропонована модель доводить, що підвищення рівня ділової репутації сприяє зростанню довіри, активізації інвестиційної діяльності, зниженню ризиків та забезпеченню соціально-економічної стабільності, що в сукупності формує передумови для ефективного відновлення економіки регіонів України в умовах євроінтеграції. Ця модель демонструє, що **євроінтеграція виступає системним драйвером, ділова репутація – механізмом трансформації, а інвестиції – основним каналом економічного відновлення регіонів.**

Висновки. Виконане дослідження дозволило обґрунтувати, що ділова репутація посідає центральне місце серед інституційних ресурсів, які забезпечують узгодженість процесів європейської інтеграції та відновлення економіки регіонів України. Встановлено, що її значення виходить за межі характеристики окремого суб'єкта господарювання, трансформуючись у фактор системного впливу на функціонування економічного середовища.

Доведено, що ділова репутація формується як інтегрований результат взаємодії низки складових, зокрема інвестиційної, інституційної, партнерської, ринкової, інформаційної та соціальної. Кожна з них генерує відповідний економічний ефект, що проявляється у вигляді підвищення інвестиційної активності, зниження інституційних

ризиків, покращення координації економічних зв'язків, зростання конкурентоспроможності, посилення довіри та забезпечення соціально-економічної стабільності.

Ключовим результатом дослідження є розробка багаторівневої економіко-математичної моделі, яка відображає логіку трансформації ділової репутації у показники відновлення регіональної економіки. Запропонований підхід дозволяє структуровано представити причинно-наслідкові зв'язки між якісними характеристиками економічного середовища та кількісними результатами розвитку. На відміну від фрагментарних підходів, модель забезпечує комплексне врахування основних каналів впливу ділової репутації.

Отримані результати свідчать, що підвищення рівня ділової репутації сприяє посиленню довіри між економічними суб'єктами, активізації інвестиційних процесів, підвищенню ефективності інституційного середовища та формуванню стабільних умов розвитку. У сукупності це створює необхідні передумови для відновлення економіки регіонів у сучасних умовах.

Таким чином, ділова репутація виступає не лише індикатором якості економічної діяльності, а й інструментом забезпечення структурних змін у напрямі європейської інтеграції. Запропонована модель може бути використана як методична основа для оцінки та прогнозування процесів відновлення регіонів, а також для формування ефективної економічної політики.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з практичною апробацією моделі, розробкою системи показників її емпіричної оцінки та адаптацією до особливостей окремих регіонів України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Самофалова М. Євроінтеграція України в умовах війни: проблеми та виклики. *Вісник Університету «Україна» Серія: Економіка, менеджмент, маркетинг*. 2023. № 9 (36). URL: https://economics.com.ua/s211-evrointegraciya-ukrayini-v-umovah-viyni-problemi-ta-vikliki?utm_source=chatgpt.com.
2. Живко З., Живко М., Шегинська А. Проблематика ділової репутації як індикатор економічної безпеки бізнесу. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 4 (76). С. 104-113.
3. Бойко І. Соцдослідження: як українці оцінюють правоохоронні та антикорупційні органи у 2025 році. УНІАН: інформаційне агентство. 31.12.2025. URL: https://www.unian.ua/society/socdoslidzhennya-yak-ukrajinci-ocinyuyut-pravoohoronni-ta-antikorupciyni-organi-u-2025-roci-13241910.html?utm_source=chatgpt.com.
4. Кондов К.В. Динаміка довіри українців до політичних інституцій в умовах війни (2022-2025 рр.). *Український соціум*. 2025. № 94 (3). С. 99-114.
5. Огляд ОЕСР доброчесності та боротьби з корупцією в Україні, OECD Publishing, Paris, 2025. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/uk/publications/reports/2025/05/oecd-integrity-and-anti-corruption-review-of-ukraine_4d9e5ab7/5f7daca7-uk.pdf.
6. Камара Б.М., Замлинський В.А. Роль етики та ділової репутації у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 2. С.499-506.
7. Алькема В.Г. Стратегії формування ділової репутації підприємства в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2025. № 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5619>.
8. Букреева Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах Євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL:

- <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316>.
9. Лучко Г.Й. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4805>.
 10. Тульчинський Р.В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті сталого розвитку. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 1 (27). С. 23-25.
 11. Орлова Н.С. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування ділової репутації підприємства. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 213-228..
 12. OECD. Trust and Public Policy: How Better Governance Can Help Rebuild Public Trust. Paris: OECD Publishing, 2023. 180 p.
 13. Barchiesi M., Fronzetti Colladon A. Corporate social responsibility and corporate reputation: A quantitative analysis. 2021. URL: <https://arxiv.org/abs/2106.01644>.
 14. Ramos-Rodriguez A.R., Fernández-Martínez M.A., et al. Social capital and business cooperation in modern economies. 2024. URL: <https://arxiv.org/abs/2401.17448>.

REFERENCES

1. Samofalova, M. (2023). Eurointegration of Ukraine in wartime: problems and challenges. *Bulletin of the University "Ukraine". Series: Economics, Management, Marketing*, 9 (36). Available at: <https://ekonomics.com.ua/s211-evrointegraciya-ukrayini-v-umovah-viyni-problemi-ta-vikliki>
2. Zhyvko, Z., Zhyvko, M., Shehynska, A. (2024). Problems of business reputation as an indicator of economic security of business. *Scientific Notes of KROK University*, 4 (76), 104–113.
3. Boiko, I. (2025). Sociological research: how Ukrainians assess law enforcement and anti-corruption bodies in 2025. *UNIAN Information Agency*. Available at: <https://www.unian.ua/society/socdoslidzhennya-yak-ukrajinci-ocinyuyut-pravoohoronni-ta-antikorupciyni-organi-u-2025-roci-13241910.html>
4. Kondov, K.V. (2025). Dynamics of Ukrainians' trust in political institutions under wartime conditions (2022–2025). *Ukrainian Society*, 94 (3), 99-114.
5. OECD (2025). OECD Integrity and Anti-Corruption Review of Ukraine. Paris: OECD Publishing. Available at: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/uk/publications/reports/2025/05/oecd-integrity-and-anti-corruption-review-of-ukraine_4d9e5ab7/5f7daca7-uk.pdf.
6. Kamara, B.M., Zamlynskyi, V.A. (2024). The role of ethics and business reputation in ensuring enterprise competitiveness. *Bulletin of Khmelnytskyi National University*, 2, 499-506.
7. Alkema, V.H. (2025). Strategies for forming business reputation in the context of digitalization. *Economy and Society*, 60. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5619>.
8. Bukreieva, D.S., Denysenko, K.V. (2022). Corporate social responsibility in the context of European integration. *Economy and Society*, 40. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316>.
9. Luchko, H.Y. (2024). Corporate social responsibility in Ukraine: current state and development prospects. *Economy and Society*, 58. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4805>.
10. Tulchynskyi, R.V. (2024). Corporate social responsibility in the context of sustainable development. *Scientific Bulletin of Polissia*, 1 (27), 23-25.
11. Orlova, N.S. (2019). Corporate social responsibility as a factor in forming business reputation. *Economic Space*, 141, 213-228.
12. OECD (2023). Trust and Public Policy: How Better Governance Can Help Rebuild Public

Trust. Paris: OECD Publishing.

13. Barchiesi, M., Fronzetti Colladon, A. (2021). Corporate social responsibility and corporate reputation: A quantitative analysis. Available at: <https://arxiv.org/abs/2106.01644>.
14. Ramos-Rodriguez, A.R., Fernández-Martínez, M.A., et al. (2024). Social capital and business cooperation in modern economies. Available at: <https://arxiv.org/abs/2401.17448>.

Стаття надійшла до редакції 06.01.2026

Стаття прийнята до друку після рецензування 23.01.2026