

Неля Г. Нагайчук, Ігор В. Пономаренко, Алевтина В. Кудіна

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНСТИТУТУ РЕПУТАЦІЇ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ ПРОЗОРОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Стаття присвячена комплексному дослідженню трансформації інституту ділової репутації в умовах імплементації європейських стандартів прозорості та зростання вимог до соціальної відповідальності бізнесу. У контексті євроінтеграційного курсу України репутація перестає бути суто символічною або комунікаційною категорією та набуває статусу стратегічного нематеріального активу, що визначає конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість і легітимність суб'єктів господарювання. У статті обґрунтовується, що впровадження таких регуляторних інструментів ЄС, як CSRD, ESRS, ESG-вимоги та механізми належної обачності (due diligence), формує нову інституційну архітектуру, у межах якої репутація стає доказовою, вимірюваною та підзвітною категорією. Це зумовлює необхідність переходу українських підприємств від традиційних моделей репутаційного менеджменту, орієнтованих на іміджеві комунікації, до системних практик прозорості, відповідальності та незалежного аудиту нефінансових показників.

У роботі здійснено аналіз сучасних наукових підходів до трактування ділової репутації, що охоплюють економічні, управлінські, соціологічні, маркетингові та психологічні концепції. Показано, що еволюція наукового дискурсу від первинного розуміння репутації як узагальненої оцінки до її інтерпретації як стратегічного нематеріального ресурсу відображає зміни у глобальному економічному середовищі та зростання ролі стейкхолдерського підходу.

Результати дослідження демонструють, що в умовах посилення регуляторного тиску та зростання суспільних очікувань ділова репутація трансформується у вимірюваний інституціоналізований ресурс, який відіграє ключову роль у забезпеченні стійкості, легітимності та конкурентних переваг підприємств. Зроблено висновок, що формування сучасної моделі управління репутацією в Україні потребує розроблення адаптованих методик оцінювання репутаційного капіталу, удосконалення нормативно-правової бази та впровадження системних практик прозорості відповідно до вимог ЄС.

Ключові слова: маркетинг; ділова репутація; клієнти, прозорість бізнесу; соціальна відповідальність; європейські стандарти; нефінансова звітність; сталий розвиток, репутаційна стійкість.