

10. European Commission. (2023). Commission Delegated Regulation (EU) 2023/2772 (European Sustainability Reporting Standards). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/PIN/?uri=CELEX%3A32023R2772>

11. European Commission. (n.d.). Corporate sustainability reporting. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

12. Taskforce on Nature-related Financial Disclosures. (2023). Recommendations of the Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (Version v1.0). https://tnfd.global/wp-content/uploads/2023/08/Recommendations_of_the_Taskforce_on_Nature-related_Financial_Disclosures_September_2023.pdf

13. Reuters. (2024, March 7). The new frontier of nature-related financial disclosures: What the finance industry needs to know. <https://www.reuters.com/legal/legalindustry/new-frontier-nature-related-financial-disclosures-what-finance-industry-needs-2024-03-07/>

14. MarketsandMarkets. (2023, March 20). ESG Reporting Software Market worth \$1.5 billion by 2027, growing at a CAGR of 15.9% (Press release). <https://www.globenewswire.com/news-release/2023/03/20/2630439/0/en/ESG-Reporting-Software-Market-worth-1-5-billion-by-2027-growing-at-a-CAGR-of-15-9-Report-by-MarketsandMarkets.html>

15. Reuters. (2025, February 26). EU proposes cutting back sustainability laws for companies. <https://www.reuters.com/sustainability/eu-proposes-cutting-back-sustainability-laws-companies-2025-02-26/>

16. Reuters. (2025, December 16). EU Parliament approves deal to weaken corporate sustainability laws. <https://www.reuters.com/sustainability/climate-energy/eu-parliament-approves-deal-weaken-corporate-sustainability-laws-2025-12-16/>

ОЦІНКА ВПЛИВУ РЕПУТАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Кобелів Валерій Миколайович

канд. екон. наук, доцент,

*заступник директора інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Харків, Україна*

У доповіді здійснено комплексний аналіз впливу репутаційної економіки на ефективність підприємницької діяльності в умовах цифрової трансформації та глобальної конкуренції. Розкрито сутність репутаційного капіталу як стратегічного нематеріального активу, що визначає рівень довіри до підприємця та компанії. Показано взаємозв'язок між репутаційним капіталом і ключовими показниками ефективності підприємництва (KPI, ROI, SAC, LTV), що дозволяє інтегрувати репутаційні індикатори у систему стратегічного управління. Зроблено висновок, що розвиток репутаційної економіки сприяє підвищенню конкурентоспроможності, довгостроковій стійкості бізнесу та його інтеграції у глобальні процеси сталого розвитку.

Ключові слова: *репутаційна економіка; підприємництво; відгуки; ефективність бізнесу; сталий розвиток*

The report presents a comprehensive analysis of the impact of the reputation economy on the efficiency of entrepreneurial activity in the context of digital transformation and global competition. The essence of reputational capital is revealed as a strategic intangible asset that determines the level of trust in an entrepreneur and a company. The relationship between

reputational capital and key performance indicators of entrepreneurship (KPI, ROI, CAC, LTV) is demonstrated, which enables the integration of reputational indicators into the system of strategic management. It is concluded that the development of the reputation economy contributes to enhancing competitiveness, ensuring long-term business sustainability, and integrating enterprises into global processes of sustainable development.

Keywords: reputation economy; entrepreneurship; reviews; business efficiency; sustainable development

У сучасних умовах цифровізації, платформізації та глобальної конкуренції репутація перетворюється з нематеріального активу на ключовий елемент економічної вартості.

Репутаційна економіка у сфері підприємництва — це система соціально-економічних відносин, у якій ключовим активом виступає довіра та репутаційний капітал компанії чи підприємця. Вона ґрунтується на цифрових механізмах оцінки (відгуки, рейтинги, сертифікації, блокчейн-ідентифікація), що визначають конкурентоспроможність суб'єктів господарювання та впливають на їхні фінансові результати. У такій моделі саме репутація стає вирішальним чинником доступу до ресурсів, клієнтів і партнерств, а її підтримка та розвиток - стратегічним завданням бізнесу [1, 2].

Репутаційна економіка у підприємстві визначає нові правила взаємодії між компаніями та клієнтами. Вона ґрунтується на нематеріальних активах, таких як довіра та репутаційний капітал, які стають ключовими чинниками конкурентоспроможності. Для системного розуміння її сутності доцільно виділити основні характеристики, що формують цю модель (табл.1).

Таблиця 1

Ключові характеристики репутаційної економіки

Характеристика	Зміст у підприємстві	Значення для бізнесу
<i>Цифрова довіра</i>	Формується через відгуки, рейтинги, сертифікації та прозорі комунікації	Забезпечує стабільність відносин і знижує трансакційні витрати
<i>Репутаційний капітал</i>	Нематеріальний актив, що визначає рівень довіри до компанії	Впливає на залучення клієнтів, партнерів та інвесторів
<i>Вимірюваність</i>	Відображається у рейтингах, індексах задоволеності, показниках лояльності	Дозволяє інтегрувати у KPI та фінансові метрики
<i>Вплив на ефективність</i>	Знижує витрати на залучення клієнтів (CAC), підвищує ROI та LTV	Підвищує конкурентоспроможність і довгострокову прибутковість
<i>Соціальний доказ</i>	Відгуки та рекомендації клієнтів виступають маркетинговим інструментом	Сприяють органічному зростанню та формуванню лояльності
<i>Інституційна база</i>	Потребує правового регулювання цифрових платформ та захисту даних	Забезпечує прозорість і відповідальність учасників ринку
<i>Ризики</i>	Репутаційні атаки, маніпуляції з рейтингами, регуляторні прогалини	Можуть знизити довіру та підірвати стабільність бізнесу

<i>Стратегічна роль</i>	Репутація стає ключовим нематеріальним активом	Визначає довгострокову стійкість і інтеграцію у глобальні ринки
-------------------------	--	---

Джерело: авторська розробка

Представлені характеристики (табл.1) демонструють, що репутаційна економіка формує нову парадигму підприємництва, де довіра та нематеріальні активи стають основою ефективності. Вона забезпечує не лише фінансові результати, але й довгострокову стійкість бізнесу, інтегруючи підприємства у глобальні процеси сталого розвитку [2].

У сучасному підприємстві дедалі більше уваги приділяється нематеріальним активам, серед яких особливе місце займає репутаційний капітал [3]. Для кращого розуміння його ролі доцільно порівняти традиційну ринкову модель із репутаційною економікою, що дозволяє побачити відмінності у ресурсах, механізмах оцінки та стратегічних пріоритетах бізнесу.

Таблиця 2

Порівняння характеристик репутаційної та класичної економіки

Критерій	Репутаційна економіка	Класична ринкова модель
<i>Основний ресурс</i>	Довіра та репутаційний капітал	Капітал, матеріальні ресурси
<i>Механізм оцінки</i>	Відгуки, рейтинги, цифрова ідентифікація	Фінансові показники, бухгалтерська звітність
<i>Фактор конкурентоспроможності</i>	Прозорість, лояльність клієнтів, соціальний доказ	Ціна, якість продукції, обсяг виробництва
<i>Інституційна база</i>	Цифрові платформи, етичні стандарти, регулювання даних	Традиційне законодавство, контрактні відносини
<i>Ризики</i>	Репутаційні атаки, маніпуляції з рейтингами, регуляторні прогалини	Фінансові ризики, коливання ринку, дефіцит ресурсів
<i>Стратегічний актив</i>	Нематеріальна цінність бренду та довіри	Матеріальні активи та фінансові інвестиції

Джерело: авторська розробка

Порівняння (табл.2) показує, що класична модель орієнтується на матеріальні ресурси та фінансові показники, тоді як репутаційна економіка робить акцент на довірі, прозорості та нематеріальних активах. Це свідчить про трансформацію підприємництва у напрямі, де репутація стає ключовим чинником довгострокової конкурентоспроможності та стійкого розвитку.

Підприємства, що діють у відкритому інформаційному середовищі, змушені враховувати не лише фінансові показники, а й **репутаційні індикатори**, які впливають на доступ до ресурсів, партнерств, клієнтських баз та інвестицій. В умовах шерингової, платформної та мережевої економіки **репутація стає валютою**, що визначає конкурентоспроможність бізнесу.

Оцінка впливу репутаційної економіки на підприємництво передбачає аналіз таких аспектів, як:

– **механізми формування цифрової довіри** (відгуки, рейтинги, блокчейн-ідентифікація);

– **інституційні умови та ризики** (репутаційні атаки, маніпуляції, регуляторні прогалини);

– **взаємозв'язок між репутаційним капіталом і ключовими показниками ефективності** (KPI, ROI, SAC, LTV).

Доповідь спрямована на теоретичне узагальнення та практичну оцінку того, як **репутаційні механізми впливають на поведінку підприємців, структуру ринків і динаміку бізнесу** в умовах нової економічної парадигми.

У сучасних умовах розвитку репутаційної економіки ключовим чинником ефективності підприємництва стає формування цифрової довіри. Вона виступає основою для взаємодії між учасниками ринку, знижує транзакційні витрати та забезпечує стабільність ділових відносин. Цифрова довіра створюється через комплекс механізмів, серед яких особливе значення мають відгуки користувачів, рейтингові системи та інструменти блокчейн-ідентифікації.

Відгуки виконують роль соціального доказу, що підтверджує якість товарів чи послуг. Їхня достовірність залежить від прозорості процесу збору та перевірки, а також від наявності механізмів модерації, які запобігають маніпуляціям. Вони формують інформаційне середовище, у якому потенційні клієнти отримують можливість оцінити досвід інших користувачів і прийняти більш обґрунтоване рішення.

Рейтинги є узагальненим показником репутації, що дозволяє швидко оцінити рівень надійності підприємця чи компанії. Вони забезпечують порівняльність різних учасників ринку та створюють умови для конкуренції на основі довіри. Важливим аспектом є динамічність рейтингових систем, які повинні враховувати актуальність оцінок і запобігати викривленню результатів через штучне підвищення показників.

Блокчейн-ідентифікація відкриває новий рівень гарантій у сфері цифрової довіри. Використання децентралізованих ідентифікаторів та верифікованих цифрових атестатів дозволяє забезпечити прозорість і незмінність даних, водночас зберігаючи приватність користувачів. Це створює можливість для формування портативної репутації, яка може бути використана на різних платформах без необхідності повторної перевірки.

Механізми формування цифрової довіри є системним елементом репутаційної економіки. Вони не лише підвищують ефективність підприємництва, але й сприяють розвитку сталих бізнес-моделей, заснованих на прозорості, відповідальності та взаємній вигоді. У перспективі їхнє вдосконалення стане одним із ключових напрямів інтеграції українського підприємництва у глобальні економічні процеси.

У контексті оцінки впливу репутаційної економіки на ефективність підприємництва важливо окремо розглянути інституційні умови та ризики, що визначають стабільність і надійність функціонування цифрових платформ та бізнес-моделей. Інституційні умови формуються на перетині правових норм, етичних стандартів та технологічних практик. Вони включають наявність

законодавчої бази для регулювання діяльності цифрових платформ, механізми захисту прав споживачів, а також інструменти забезпечення прозорості та відповідальності учасників ринку. В українському контексті ці умови перебувають у процесі становлення: держава поступово адаптує законодавство до європейських стандартів, проте низка аспектів, пов'язаних із цифровою ідентифікацією, захистом даних та регулюванням онлайн-репутації, залишаються недостатньо врегульованими.

Ризики у сфері репутаційної економіки мають багатовимірний характер. По-перше, це репутаційні атаки, які можуть здійснюватися через масове поширення негативних відгуків, створення фейкових акаунтів або використання бот-мереж для дискредитації підприємця чи компанії. Такі атаки здатні суттєво знизити довіру до бізнесу та призвести до втрати клієнтів. По-друге, існує ризик маніпуляцій із рейтингами та відгуками. Недобросовісні конкуренти або самі підприємці можуть штучно підвищувати власні показники чи занижувати оцінки конкурентів. Це створює викривлену картину ринку, підриває довіру користувачів і зменшує ефективність репутаційних механізмів як інструменту сталого розвитку. По-третє, слід враховувати регуляторні прогалини, які виникають через відсутність чітких правил щодо відповідальності за поширення неправдивої інформації, використання персональних даних у процесі формування репутації та захисту прав учасників цифрових платформ. Недостатня врегульованість цих питань створює правову невизначеність, що може бути використана для зловживань і ускладнює інтеграцію українського підприємництва у глобальні економічні процеси.

Можемо стверджувати, що інституційні умови та ризики у сфері репутаційної економіки визначають баланс між можливостями для розвитку підприємництва та загрозами для його стабільності. Подолання цих викликів потребує комплексного підходу: удосконалення законодавчої бази, впровадження технологічних рішень для верифікації інформації та формування культури відповідального використання цифрових інструментів довіри.

У сучасній економіці репутаційний капітал розглядається як стратегічний актив, що безпосередньо впливає на ключові показники ефективності підприємництва. Його формування та підтримка визначають здатність компанії залучати клієнтів, утримувати їх та забезпечувати стабільне зростання. Взаємозв'язок між репутаційним капіталом і КРІ проявляється у тому, що позитивна репутація підвищує рівень довіри до бренду, збільшує конверсію продажів та сприяє досягненню цільових показників продуктивності. КРІ, які відображають якість взаємодії з клієнтами, рівень задоволеності та повторні покупки, напрямку залежать від того, наскільки компанія сприймається як надійний і відповідальний учасник ринку.

Репутаційний капітал має суттєвий вплив на показник ROI (Return on Investment). Інвестиції у формування позитивного іміджу, прозорі комунікації та якісне обслуговування забезпечують довгострокове повернення вкладених

ресурсів. Висока репутація знижує ризики невдачі маркетингових кампаній, підвищує ефективність інвестицій у рекламу та сприяє зростанню вартості бренду. Важливим є зв'язок між репутацією та показником САС (Customer Acquisition Cost). Підприємства з високим рівнем довіри витрачають менше коштів на залучення нових клієнтів, оскільки позитивні відгуки, рекомендації та рейтинги виконують роль безкоштовного маркетингового інструменту. Зниження САС є прямим наслідком накопиченого репутаційного капіталу, який працює як «соціальний доказ» для потенційних споживачів. Не менш значущим є вплив репутації на показник LTV (Lifetime Value). Споживачі, які довіряють бренду, залишаються з ним довше, здійснюють повторні покупки та формують стабільний грошовий потік. Високий рівень репутаційного капіталу підвищує лояльність, зменшує ймовірність відтоку клієнтів і забезпечує довгострокову прибутковість. Репутаційний капітал виступає інтеграційним чинником, що поєднує фінансові та нефінансові показники ефективності. Він знижує витрати на залучення клієнтів, підвищує рентабельність інвестицій, сприяє досягненню стратегічних КРІ та забезпечує зростання довгострокової цінності клієнтської бази. У результаті підприємництво, яке системно інвестує у розвиток репутації, отримує конкурентну перевагу та стійкі позиції на ринку.

Репутаційна економіка трансформує класичні уявлення про підприємницьку ефективність, зміщуючи акцент із матеріальних активів та фінансових показників на **нематеріальні ресурси — довіру та соціальний капітал**. Якщо у традиційній економіці конкурентні переваги визначаються виробничими потужностями, ціною та якістю продукції, то в умовах репутаційної економіки ключовим чинником стає **рівень довіри користувачів і прозорість бізнес-практик**. Це означає, що підприємці отримують нові можливості для розвитку через цифрові платформи, рейтингові системи та механізми соціальної взаємодії. Репутаційна економіка не замінює традиційну, а **накладається на неї як додатковий рівень оцінки та контролю**, створюючи нову парадигму підприємництва. У короткостроковій перспективі вона забезпечує швидке зростання через довіру та лояльність клієнтів, а у довгостроковій — формує стійкі конкурентні позиції завдяки прозорості, відповідальності та соціальній взаємодії.

Список літератури:

1. Репутаційна економіка: головні факти про епоху, в якій ми живемо. Аналітична публікація, 2021. [Електронний ресурс]. URL: https://reputationcapital.blog/2021/03/reputatsiina-ekonomika-holovni-fakty-pro-epokhu-v-iakii-my-zhyvemo/?lang=uk&utm_source=copilot.com
2. Краус К.М., Краус Н.М. Анатомія шерингу у прожекторі репутаційної економіки // XIV Міжнародний бізнес-форум «Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: виклики воєнного часу», 23 березня 2023, Київ: ДТЕУ. С. 140-142.
3. Тovaжнянський В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства. Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. 703 с.