

УДК [338.23:336.74]:[334.722:005.336.6]

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/36.29>**Пріхно І.М.**

доктор економічних наук,  
професор кафедри економіки та управління  
Черкаський державний технологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2922-5548>

**Рябоконе Н.П.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та управління  
Черкаський державний технологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9627-9063>

**Мартінович В.Г.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та управління  
Черкаський державний технологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5210-3026>

## МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ БІЗНЕСУ: ПРАВОВІ, ІНВЕСТИЦІЙНІ, ФІНАНСОВІ ТА ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНІ ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

*У статті розкрито сутність монетарної політики як детермінанти формування ділової репутації бізнесу в умовах європейської інтеграції. Узагальнено підходи науковців до трактування поняття «монетарна політика» та визначено її роль у забезпеченні макроекономічної стабільності й інституційної довіри. Показано, що в Україні термін «грошово-кредитна політика» відповідає міжнародному поняттю «monetary policy», однак потребує переосмислення в контексті репутаційного капіталу. Обґрунтовано, що ділова репутація формується під впливом монетарної стабільності, рівня ставок, кредитної доступності, валютних коливань та інвестиційних очікувань. Виокремлено правові, фінансові, інвестиційні та інноваційно-логістичні механізми впливу монетарної політики, доведено її значення для підвищення репутаційного потенціалу бізнесу та інтеграції України в європейський економічний простір. Розроблено інтегральний індекс ділової репутації бізнесу, що дозволяє кількісно оцінити взаємозв'язок між параметрами монетарної політики та репутаційним потенціалом підприємств.*

**Ключові слова:** монетарна політика, грошово-кредитна політика, ділова репутація бізнесу, фінансові показники, правові норми, інвестиційна привабливість, логістична стійкість, інноваційна спроможність, інтегральний індекс ділової репутації бізнесу.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасних глобалізаційних процесів та європейської інтеграції особливої ваги набуває дослідження взаємозв'язку між монетарною політикою та формуванням ділової репутації бізнесу. Традиційно монетарна політика розглядається як макроекономічний інструмент, спрямований на регулювання грошово-кредитних відносин, забезпечення цінової стабільності та підтримку економічного зростання. Проте в останні десятиліття зростає усвідомлення того, що її вплив виходить за межі макроекономічних параметрів і безпосередньо стосується мікрорівня – стратегій та іміджу окремих підприємств. Рішення центральних банків, пов'язані зі ставкою рефінансування, політикою валютних інтервенцій, регулюванням ліквідності та контролем інфляційних очікувань, формують не лише доступність кредитних ресурсів і рівень фінансової стійкості підприємств, але й їхню репутаційну спроможність на ринку.

Ділова репутація, як особливий нематеріальний актив, стає ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, його здатності залучати інвестиції, будувати сталі відносини з постачальниками та клієнтами, а також отримувати підтримку регуляторних органів. У сучасних умовах інтеграції

до європейського економічного простору цей аспект набуває особливої актуальності: іноземні інвестори, міжнародні фінансові інституції та європейські партнери оцінюють підприємства не лише за показниками фінансової звітності, а й за рівнем дотримання принципів прозорості, правових норм, інноваційності та логістичної стійкості.

Таким чином, проблема полягає у відсутності комплексного дослідження того, яким чином монетарна політика, реалізована на рівні держави та центрального банку, впливає на ділову репутацію суб'єктів господарювання, враховуючи правові засади ведення бізнесу, інвестиційні стратегії, фінансові механізми, логістичні процеси та інноваційний розвиток. Особливої уваги потребує аналіз взаємодії цих факторів у країнах, що перебувають у процесі європейської інтеграції, зокрема в Україні, де монетарна стабільність і довіра до бізнесу є критичними для залучення зовнішніх ресурсів і забезпечення сталого розвитку.

Отже, постановка проблеми зводиться до необхідності інтегративного дослідження впливу монетарної політики на репутаційний капітал бізнесу. Це вимагає поєднання інструментарію фінансової науки, монетарної економіки, права, логістики, підприємництва та

інноваційного менеджменту, що дозволить сформувати комплексне уявлення та виробити практичні рекомендації як для державної економічної політики, так і для корпоративного сектору.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика монетарної політики та її впливу на макроекономічну стабільність, інвестиційну динаміку і фінансову довіру тривалий час є предметом уваги зарубіжних і вітчизняних науковців. Класичні підходи до її визначення сформували П. Дорман, Дж.М. Кейнс, М. Кінг, В. Нордгаус, П. Самуельсон, Н. Хергер. В українській економічній науці грошово-кредитну політику (синонім терміна «монетарна політика») досліджували В. Стельмах, К. Базилевич, В. Базилевич, Л. Баластрик, Л. Бондаренко, М. Бурда, В. Стельмах, Т. Кубах.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень, питання впливу монетарної політики на ділову репутацію бізнесу як складову інституційної довіри, інвестиційної привабливості та інноваційної активності залишаються недостатньо дослідженими. Недостатньо визначено правові, інвестиційні та інноваційно-логістичні виміри цього впливу, що формують основу ділової репутації підприємств у контексті європейської інтеграції. Не сформовано також інтегрального підходу до оцінки впливу монетарних індикаторів (ставка рефінансування, грошова маса, рівень інфляції, валютна стабільність) на формування довіри до бізнесу, що обмежує можливості побудови ефективної системи стратегічного управління репутаційними активами підприємства.

**Мета статті:** обґрунтувати роль монетарної політики як ключового детермінанта формування ділової репутації бізнесу в умовах європейської інтеграції, а також визначити правові, фінансові, інвестиційні та інноваційно-логістичні механізми її впливу на репутаційний капітал підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У світовій науковій традиції поняття монетарної політики розглядається як ключовий інструмент державного регулювання економіки. Г. Джонсон визначає її як контроль центрального банку над пропозицією грошей задля досягнення цілей загальної економічної політики [1, с. 133]. Н. Хергер трактує монетарну політику як сукупність дій уряду та центрального банку, спрямованих на вплив на макроекономічні результати (обсяг виробництва, зайнятість, інфляція та інше) через маніпуляцію відсотковими ставками, умовами кредитування та валютним курсом [2]. П. Дорман акцентує на її контрциклічному характері, вказуючи, що головною метою є стабілізація економічного розвитку шляхом коригування відсоткових ставок залежно від фаз ділового циклу: зниження відсоткових ставок, коли економіка «знесилоється», та їх підвищення, коли вона дуже швидко зростає [3]. У працях П. Самуельсона та В. Нордгауса монетарна політика визначається як частина макроекономічної політики, за допомогою якої уряд регулює грошовий обіг та банківську систему, впливаючи на взаємозв'язок між грошима, виробництвом та інфляцією [4].

В Україні, на відміну від західної традиції, у нормативно-правовій базі усталився термін «грошово-кредитна політика». Згідно із Законом України «Про

Національний банк України», вона визначається як комплекс заходів у сфері грошового обігу та кредиту, спрямованих на забезпечення цінової стабільності шляхом використання відповідних інструментів [5].

Вітчизняні науковці пропонують різні підходи до розуміння грошово-кредитної політики. Так, В. Стельмах акцентує увагу на багатофункціональності монетарної політики, яка одночасно спрямована на стримування інфляції, забезпечення стабільності грошової одиниці, зростання економіки та зайнятості населення [6]. К. Базилевич, В. Базилевич, Л. Баластрик під грошово-кредитною політикою розуміють «сукупність форм і засобів державного впливу на пропозицію грошей з метою забезпечення рівноваги між пропозицією грошей і попитом на них» [7]. Т. Кубах, Є. Ковальова визначають грошово-кредитну політику як «одну з головних складових економічної політики, за допомогою якої центральний банк може впливати на пропозицію та попит грошей в економіці, для досягнення поставлених цілей – забезпечення цінової стабільності, підтримка зайнятості населення через економічне зростання» [1, с. 134]. М. Бурда трактує її як один із альтернативних напрямів урядової політики, орієнтований на регулювання процентних ставок та валютних курсів [8]. Л. Бондаренко підкреслює її сутність як «сукупність заходів у сфері грошового обігу і кредитних відносин, які проводить держава», але не деталізує інструменти і цілі грошово-кредитної політики [9].

Аналіз наведених визначень дозволяє виділити три основні напрями трактування сутності монетарної політики:

– інструментальний – акцент на засобах регулювання грошової маси, відсоткових ставок та кредитних умов (Н. Хергер, П. Самуельсон, В. Нордгаус, К. Базилевич, В. Базилевич, Л. Баластрик);

– цільовий – визначення її через основні макроекономічні завдання, зокрема забезпечення стабільності валюти, стримування інфляції, стимулювання зростання (В. Стельмах, П. Дорман, Т. Кубах, Є. Ковальова);

– системний – розуміння монетарної політики як комплексного та альтернативного напрямку державної політики у взаємозв'язку з фінансовими ринками та реальною економікою (Г. Джонсон, М. Бурда).

Хочемо відзначити, що ми переконані в тому, що в Україні є доцільним та необхідним використання терміна «монетарна політика», оскільки ця дефініція відповідає міжнародній науковій та інституційній практиці, застосовується у документах Міжнародного валютного фонду, Єдиного центрального банку та інших установ і організацій, а також точніше відображає сучасний комплекс інструментів регулювання, що виходять за межі суто «грошових» і «кредитних» механізмів. Крім того, у контексті європейської інтеграції та гармонізації законодавства з ЄС, цей термін забезпечує термінологічну сумісність, зменшує ризик розбіжностей і полегшує інтеграцію у спільний економічний простір. В українській економічній науці він також поступово стає стандартом, що підсилює його методологічну й практичну доцільність.

Так, відповідно до підходу Міжнародного валютного фонду (МВФ), монетарна політика – це діяльність центрального банку, спрямована на управління грошовою масою та процентними ставками з метою досяг-

нення макроекономічних цілей, головними серед яких є стримування інфляції та підтримка економічного зростання. Особливу увагу МВФ приділяє ролі монетарної політики у запобіганні фінансовим кризам, підтримці платіжного балансу та інтеграції національних економік у глобальну фінансову систему [10].

У свою чергу, Європейський центральний банк (ЄЦБ) визначає монетарну політику як систему заходів, спрямованих насамперед на забезпечення цінової стабільності в зоні євро. Основною метою монетарної політики є утримання темпів інфляції на рівні нижче, але близько до 2 % у середньостроковій перспективі. Водночас у рамках так званої «подвійної стратегії» ЄЦБ враховує й інші завдання – підтримку фінансової стабільності, стимулювання інвестицій та сприяння стійкому економічному розвитку [11].

Таким чином, монетарна (грошово-кредитна) політика може бути охарактеризована як стратегічний інструмент державного управління, який поєднує інструменти регулювання грошового ринку та цілі макроекономічного розвитку, створюючи умови для фінансової стабільності й підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах європейської інтеграції.

Отже, під монетарною політикою будемо розуміти систему заходів, що здійснюється центральним банком держави з метою регулювання грошової маси, процентних ставок, кредитної активності банків та загальної ліквідності економіки.

Основними інструментами монетарної політики є облікова ставка, операції на відкритому ринку, норми резервування, валютні інтервенції [12]. Головна мета монетарної політики полягає у забезпеченні стабільності цін, підтримці фінансової стабільності та створенні сприятливих умов для економічного зростання.

Щодо ділової репутації, то у науковій статті В. Красношакки й С. Богдан зазначається, що ділова репутація підприємства формується під впливом кількох ключових елементів:

- іміджу, який визначає емоційну привабливість підприємства для зовнішнього середовища;
- гудвілу, що відображає економічну складову репутаційного капіталу;
- організаційної культури, яка виступає внутрішнім чинником становлення позитивного образу підприємства;
- соціальної відповідальності бізнесу, що забезпечує довіру з боку суспільства;
- якості продукції та послуг, адже задоволення потреб і відповідність очікуванням споживачів є необхідною умовою формування сприятливої репутації [13, с. 213].

О. Селезньова, А. Стренковська, О. Євдокімова вважають, що «ділова репутація – це розгорнутий комплекс оціночних уявлень цільових аудиторій про суб'єкт господарювання, сформований на основі об'єктивних параметрів підприємства, що мають значення для цільових аудиторій» [14, с. 116].

Отже, у нашому дослідженні під діловою репутацією підприємства будемо розуміти «нематеріальний актив, що відображає рівень довіри до підприємства з боку різних стейкхолдерів: інвесторів, клієнтів, партнерів, регуляторних органів та суспільства загалом». Репутація формується на основі фінансових результа-

тів, правової доброчесності, ефективності управління, інноваційності та здатності підприємства підтримувати стабільність бізнес-процесів у різних умовах. Вона безпосередньо впливає на доступ до капіталу, інвестиційні рішення партнерів, конкурентоспроможність на ринку та довгострокову стійкість підприємства.

Таким чином, монетарна політика визначає загальні економічні умови, у яких функціонують підприємства, формуючи ставки кредитування, ліквідність, валютну стабільність та інфляційні очікування. Водночас ділова репутація підприємства відображає здатність підприємства адаптуватися до цих умов, підтримувати фінансову стабільність, виконувати правові та етичні зобов'язання, ефективно управляти ланцюгами постачання та впроваджувати інновації. Тобто, монетарне середовище створює контекст для функціонування бізнесу, а ділова репутація – це сигнал того, наскільки підприємство здатне ефективно діяти та залишатися надійним партнером у цих умовах. Така взаємозалежність підкреслює необхідність інтегративного підходу до аналізу впливу монетарної політики на формування нематеріальних активів підприємств, зокрема їхньої ділової репутації.

Доцільно зауважити, що незважаючи на значну кількість наукових досліджень, що аналізують окремі аспекти монетарної політики або фінансової стабільності підприємств, у межах комплексного інтегративного підходу все ще існує низка проблем, що потребують системного вирішення.

По-перше, існує дефіцит комплексних інтегративних підходів. Монетарна політика здебільшого розглядається з позиції макроекономіки та фінансів, тоді як правові аспекти ведення бізнесу, інноваційні стратегії, логістична стійкість і репутаційний менеджмент залишаються поза увагою. Це не дозволяє повною мірою оцінити реальний механізм впливу монетарних рішень на поведінку підприємств та їхній імідж у середовищі європейської інтеграції.

По-друге, недостатньо досліджено специфіку країн, що перебувають у процесі інтеграції до ЄС, зокрема України. Існує потреба у визначенні того, як особливості національної монетарної політики, поєднані з зовнішніми викликами (валютна нестабільність, воєнні ризики, інфляційний тиск), впливають на формування довіри до українських підприємств з боку іноземних інвесторів та партнерів.

По-третє, бракує емпіричних досліджень, що встановлюють кількісні залежності між параметрами монетарної політики та оцінкою ділової репутації підприємств. Репутація часто залишається категорією якісною, важковимірюваною, що ускладнює її інтеграцію в економічні моделі.

По-четверте, майже не досліджено, як монетарні шоки відображаються на логістичних стратегіях та інноваційних проектах підприємств, і яким чином це впливає на їхній репутаційний профіль у міжнародному бізнес-середовищі.

Виявлені проблеми підкреслюють складність взаємодії монетарного середовища та нематеріальних активів підприємств, зокрема їхньої ділової репутації. Для системного аналізу цього впливу доцільно виділити основні канали, через які монетарна політика трансформується у поведінку підприємств та сприй-

няття їхніх стейкхолдерів. Такі канали дозволяють не лише виявити прямі економічні наслідки змін у ставках, ліквідності чи валютних курсах, але й оцінити непрямі ефекти через довіру інвесторів, правову адаптивність, логістичну стійкість і інноваційну активність компаній (табл. 1).

Доцільно відзначити, що фінансовий канал відображає зміну облікової ставки центрального банку, що безпосередньо впливає на вартість позикового капіталу та дисконтні ставки. У результаті підвищення чи зниження відсоткових ставок визначається доступність кредитних ресурсів для підприємств, їхня платоспроможність та ринкова оцінка активів. Це, у свою чергу, формує довіру з боку інвесторів і кредиторів, що прямо корелює з репутаційними характеристиками бізнесу.

Ціновий канал проявляється через зміну маржинальності та конкурентних умов під впливом монетарних шоків. Зростання витрат або інфляційний тиск примушує підприємства коригувати цінову політику, що може сприйматися споживачами як негативний сигнал щодо етичності чи стабільності компанії. У цьому контексті репутація стає чутливою до балансування між необхідністю збереження прибутковості та суспільними очікуваннями.

Канал очікувань і довіри ґрунтується на сприйнятті ринку політики центрального банку. Якщо дії монетарної влади виглядають непослідовними або не передбачуваними, це підриває довіру до макроекономічних прогнозів і ускладнює бізнес-планування. У такому середовищі інвестори схильні оцінювати компанію не лише за фінансовими показниками, а й за прозорістю корпоративного управління та здатністю формувати довгострокові стратегії.

Особливе значення має правовий та регуляторний канал, адже монетарні умови визначають необхідність запровадження макропруденційних заходів, валютних обмежень чи додаткових регуляторних норм. Підприємства, що демонструють здатність швидко адаптуватися до змін у правовому полі та дотримуватися вимог європейського законодавства, зміцнюють свою репутацію як прозорих і надійних учасників ринку.

Додатково доцільно виокремити логістичний канал, у межах якого валютні коливання та доступність капіталу визначають рівень інвестицій у ланцюги постачання. Відтермінування модернізацій або диверсифікація постачальників безпосередньо впливають на стабільність поставок. Репутаційна цінність тут асоціюється зі здатністю підприємства гарантувати безперервність постачання навіть у кризових умовах.

Нарешті, інвестиційний канал демонструє залежність між умовами монетарної політики та здатністю підприємств залучати довгостроковий капітал. Висока вартість ресурсів або зростання макроекономічних ризиків знижують привабливість підприємства для інвесторів, тоді як прозорість і репутаційна стійкість здатні компенсувати ці ризики. Саме тому рівень інвестиційної привабливості розглядається як важливий складник нематеріального капіталу підприємства.

Таким чином, вивчення каналів впливу монетарної політики (див. табл. 1) дозволяє систематизувати різні шляхи, через які зміни ставок, ліквідності, валютних курсів та макроекономічних очікувань впливають на фінансові, правові, інвестиційні, логістичні та інноваційні аспекти діяльності підприємств. Проте для практичної оцінки цих ефектів та кількісного вимірювання впливу монетарного середовища на репутацію підприємства необхідно перейти від якісного аналізу до формалізованих моделей. Одним із таких підходів є розрахунок інтегрального індексу ділової репутації (IR), що дозволяє агрегувати показники фінансового стану, дотримання правових норм, інвестиційної привабливості, логістичної стійкості та інноваційної спроможності підприємства з урахуванням впливу монетарних факторів. Використання індексу IR створює можливість не лише порівнювати репутаційні позиції різних підприємств, а й оцінювати чутливість їхнього нематеріального капіталу до змін у макроекономічному та фінансовому середовищі.

Дослідивши наукові праці вітчизняних вчених-економістів, зокрема наукові статті С. Судомир [17, с. 426] й О. Гребешкової, О. Шиманської [18, с. 44], пропонуємо розглядати ділову репутацію (R) як функцію від кількох ключових змінних:

**Таблиця 1 – Канали впливу монетарної політики на формування ділової репутації бізнесу**

Канал впливу	Механізм дії	Наслідки для бізнесу	Вплив на репутацію
Фінансовий	Зміни облікової ставки → вартість кредитів та дисконтних ставок	Вартість позикового капіталу, оцінка активів, платоспроможність	Вища (нижча) довіра інвесторів і кредиторів до підприємства
Ціновий	Монетарні шоки → інфляція, зміни витрат, попиту	Необхідність змінювати цінову політику, маржинальність	Сприйняття споживачами рівня якості товарів (послуг), етичності бізнесу
Очікувань і довіри	Довіра до центрального банку → формування макроекономічних очікувань	Ускладнене бізнес-планування, підвищення ризиків	Оцінка інвесторами прозорості і стратегічності підприємства
Правовий та регуляторний	Монетарні умови → макропруденційні заходи, валютні обмеження, нові регуляції	Необхідність швидкої адаптації до нормативних змін	Дотримання законодавства = сигнал прозорості та надійності
Логістичний	Валютні коливання і вартість капіталу → інвестиції у ланцюги постачання	Відтермінування модернізацій, диверсифікація постачальників	Вплив стійкості і безперервності постачань на імідж підприємства
Інвестиційний	Вартість капіталу та ризики → рішення інвесторів про фінансування	Залучення (або втрата) довгострокових інвесторів	Рівень інвестиційної привабливості як складова репутації

Джерело: власна розробка авторів на основі [15; 16]

$$R = f(FP, LC, IA, LR, IC, MP), \quad (1)$$

де *FP* – фінансові показники (financial performance);  
*LC* – дотримання правових норм (legal compliance);  
*IA* – інвестиційна привабливість (investment attractiveness);  
*LR* – логістична стійкість (logistics resilience);  
*IC* – інноваційна спроможність (innovation capacity);  
*MP* – чинники монетарної політики (monetary policy factors): процентні ставки, валютний курс, інфляційні очікування, рівень ліквідності.

Вважаємо, що така модель є узагальненою і відображає багатовимірність ділової репутації як економічної категорії. Вона підкреслює, що репутація формується не лише внутрішніми факторами діяльності підприємства, а й зовнішніми умовами монетарного середовища.

У структурованій табл. 2 представлено ключові характеристики індикаторів вимірювання чинників формування ділової репутації бізнесу для запропонованої моделі (1), які можна використовувати для кількісної чи якісної оцінки ділової репутації бізнесу.

На основі визначених для кожного блоку індикаторів вимірювання факторів формування ділової репутації бізнесу можна розрахувати інтегральний індекс ділової репутації бізнесу (*IR*):

$$IR = (\omega_{FP} \cdot S_{FP} + \omega_{LC} \cdot S_{LC} + \omega_{IA} \cdot S_{IA} + \omega_{LR} \cdot S_{LR} + \omega_{IC} \cdot S_{IC}) \cdot m_{MP} \quad (2)$$

де  $\omega_{FP}, \omega_{LC}, \omega_{IA}, \omega_{LR}, \omega_{IC}$  – вагові коефіцієнти кожного блоку запропонованої моделі розрахунку ділової репутації бізнесу. Пропонуємо вагу кожного блоку

визначити таким чином:  $\omega_{FP} = 0,25, \omega_{LC} = 0,15, \omega_{IA} = 0,20, \omega_{LR} = 0,15, \omega_{IC} = 0,15$ . Сума вагових коефіцієнтів дорівнює 1:  $\omega_{FP} + \omega_{LC} + \omega_{IA} + \omega_{LR} + \omega_{IC} = 1$ . Зауважимо, що вага блоків може змінюватися, адаптуючи значення вагових коефіцієнтів під конкретне дослідження;

$S_{FP}, S_{LC}, S_{IA}, S_{LR}, S_{IC}$  – нормалізований бал кожного блоку запропонованої моделі розрахунку ділової репутації бізнесу, який визначається як середнє арифметичне або середнє арифметичне зважене значення індикаторів кожного блоку;

$m_{MP}$  – множник монетарної політики, що відображає сприятливість/несприятливість монетарного середовища. Значення множника монетарної політики визначається через індекс монетарних умов або через експертну шкалу і набуває значень від 0,8 до 1,2:

при сприятливих умовах (низькі ставки, висока ліквідність, стабільний курс) –  $m_{MP} = 1,03-1,2$ ;

при нейтральних або стандартних умовах –  $m_{MP} = 0,98-1,02$ ;

при несприятливих умовах (жорстка політика, висока волатильність, висока інфляція) –  $m_{MP} = 0,80-0,97$ .

Вважаємо, що запропонована модель інтегрального індексу ділової репутації бізнесу (*IR*) має концептуальне значення для системного аналізу впливу монетарної політики на ділову репутацію бізнесу. Її ключовою перевагою є інтеграція п'яти блоків репутаційних детермінант – фінансових показників (*FP*), правових норм (*LC*), інвестиційної привабливості (*IA*), логістичної стійкості (*LR*) та інноваційної спроможності (*IC*). Такий підхід забезпечує інтегративність оцінки, дозво-

**Таблиця 2 – Індикатори вимірювання чинників формування ділової репутації бізнесу**

Блок	Зміст	Ключові індикатори	Джерела даних
<i>FP</i> – фінансові показники	Відображають фінансову стійкість та здатність до зростання	- рентабельність активів (ROA), капіталу (ROE), продажів (ROS); - коефіцієнти ліквідності та покриття боргів; - динаміка чистого прибутку та виручки; - рівень боргового навантаження	Фінансова звітність підприємств, аудит
<i>LC</i> – дотримання правових норм	Юридична безпека, прозорість, відповідність стандартам	- кількість судових спорів і штрафних санкцій; - відповідність нормам корпоративного управління; - наявність антикорупційних політик; - аудит на відповідність законодавству ЄС (compliance)	Судові реєстри, офіційні звіти підприємств, регуляторні органи
<i>IA</i> – інвестиційна привабливість	Спроможність залучати капітал на вигідних умовах	- обсяги залучених інвестицій (внутрішніх і зовнішніх); - кредитні рейтинги; - вартість капіталу (WACC); - частка довгострокових інвесторів	Звіти інвестиційних фондів, кредитні рейтингові агентства, біржова інформація
<i>LR</i> – логістична стійкість	Здатність забезпечувати безперервність постачання та адаптацію до ризиків	- час циклу постачання (lead time); - частота зривів у ланцюгах поставок; - диверсифікація постачальників та ринків; - витрати на логістику у відсотках від обороту; - рівень цифровізації логістики	Логістичні звіти підприємств, опитування клієнтів та постачальників
<i>IC</i> – інноваційна спроможність	Здатність створювати нові продукти, технології, рішення	- обсяг інвестицій у дослідження і розробки; - кількість зареєстрованих патентів; - частка інноваційної продукції в загальному обсязі; - реалізація принципів сталого розвитку; - впровадження «зелених» технологій; - індекс цифрової трансформації	Дані патентних відомств, статистика досліджень і розробок, корпоративні звіти
<i>MP</i> – чинники монетарної політики	Зовнішні макроекономічні умови, що формують середовище для бізнесу	- облікова ставка НБУ/ЄЦБ; - середні процентні ставки за кредитами; - динаміка валютного курсу; - рівень інфляції та інфляційних очікувань; - індекс монетарних умов	Офіційні звіти НБУ, ЄЦБ, Державної служби статистики, МВФ

Джерело: власна розробка авторів

ляючи врахувати як економіко-фінансові, так і правові та організаційні чинники формування ділової репутації бізнесу.

Важливою рисою моделі є використання вагових коефіцієнтів, які дозволяють гнучко адаптувати її до специфіки галузі чи ринку. Вважаємо, що встановлені пропорції ( $\omega_{FP} = 0,25$ ,  $\omega_{LC} = 0,15$ ,  $\omega_{LA} = 0,20$ ,  $\omega_{LR} = 0,15$ ,  $\omega_{IC} = 0,15$ ) відображають пріоритетність фінансового блоку у формуванні репутації, однак їхня корекція може врахувати контекстні особливості (наприклад, у високотехнологічних секторах вагомим стає інноваційний блок, тоді як у транспортно-логістичних – логістичний блок).

Принциповим елементом індексу ділової репутації є множник монетарної політики ( $m_{MP}$ ), який надає можливість врахувати не лише внутрішні показники підприємства, а й зовнішнє макроекономічне середовище. Це дозволяє інтегрувати до оцінки ділової репутації бізнесу чинники кредитної вартості, інфляційних очікувань, валютної стабільності та ліквідності. Відтак, ІР є чутливим до змін монетарних умов, що підсилює його діагностичний та прогностичний потенціал у процесі стратегічного управління.

Таким чином, дана модель не лише формалізує складну багатофакторну природу ділової репутації, але й відкриває можливість кількісного аналізу її залежності від макрофінансової динаміки. Це створює

основу для розробки прикладних інструментів репутаційного менеджменту у контексті європейської інтеграції, де важливим є поєднання внутрішньої стійкості бізнесу з його здатністю адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

**Висновки.** Отже, монетарна політика є важливим інструментом не лише макроекономічного регулювання, а й джерелом формування репутаційної довіри до бізнесу, що виявляється через стабільність фінансового середовища, прогнозованість ринкових умов і зменшення інституційної невизначеності. Ділова репутація виступає нематеріальним активом, який акумулює суспільну оцінку діяльності підприємства, його інноваційність, соціальну відповідальність і якість управління.

Серед ключових каналів впливу монетарної політики на ділову репутацію бізнесу слід виділити кредитний, процентний, валютний, а також інноваційно-логістичний, який опосередковує фінансову доступність і швидкість бізнес-процесів. Європейський досвід показує, що ефективна монетарна політика забезпечує високий рівень довіри до центрального банку, що прямо корелює з підвищенням ділової репутації підприємств. Розроблена модель розрахунку інтегрального індексу ділової репутації бізнесу може стати інструментом стратегічного прогнозування економічного розвитку регіонів.

#### Список використаних джерел:

1. Кубах Т.Г., Ковальова Є.М. Трансмісійний механізм грошово-кредитної політики: теоретична складова. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. 2021. № 4. С. 131–141.
2. Herger N. *Understanding Central Banks*. Springer Cham, 2019. 200 p.
3. Dorman P. *Macroeconomics. A fresh start*. Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co., 2014. 106 p.
4. Samuelson P.A., & Nordhaus W.D. *Economics*. 19th ed. New York : McGraw-Hill, 2009. 744 p.
5. Про національний банк України : Закон України від 20.05.1999 р. № 679–XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>
6. Стельмах В.С. Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін : монографія. Київ : Центр наукових досліджень НБУ, 2009. 404 с.
7. Базилевич В., Базилевич К., Баластрик Л. *Макроекономіка : підручник*. Київ : Знання, 2008. 743 с.
8. Бурда М. *Макроекономіка: Європейський контекст : підручник*. Київ : Основи, 1998. 682 с.
9. Бондаренко Л.А. Нетрадиційні заходи грошово-кредитної політики центральних банків в умовах кризи. *Банківська справа*. 2015. Вип. 2 (112). С. 58–61.
10. European Central Bank : Official website. URL: <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>
11. International Monetary Fund : Official website. URL: <https://www.imf.org/en/home>
12. Григоришин Н.О. Сучасні тенденції та інструменти монетарної політики в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. № 3. Т. 31 (70). С. 52–58.
13. Красношарпа В.В., Богдан С.С. Ділова репутація як один з найважливіших стратегічних активів підприємства. *Сучасні проблеми економіки та підприємництва*. 2012. Вип. 9. С. 210–215.
14. Селезньова О.О., Стренковська А.Ю., Євдокімова О.М. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 115–119.
15. Монетарні важелі стимулювання розвитку економіки України: глобальні виміри та національні інтереси : монографія / за ред. О.В. Дзюблюка. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2021. 300 с.
16. Фіскальна та монетарна політика економічного розвитку України : монографія / за заг. ред. П.О. Нікіфорова, І.Я. Ткачук. Чернівці : Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2020. 256 с.
17. Судомир С.М. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 4. С. 424–429.
18. Гребешкова О.М., Шиманська О.В. Ділова репутація як стратегічний актив компанії. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2007. Вип. 1–2. С. 493–502.

#### References:

1. Kubakh T.H., Kovalova Ye.M. (2021) Transmissiyni mekhanizm hroshovo-kredytnoi polityky: teoretychna skladova [Transmission mechanism of monetary policy: theoretical component]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Sumy State University. Series: Economics]. No. 4. P. 131–141.
2. Herger N. (2019) *Understanding Central Banks*. Cham: Springer. 200 p.
3. Dorman P. (2014) *Macroeconomics. A fresh start*. Berlin: Springer-Verlag. 106 p.

4. Samuelson P.A., & Nordhaus W.D. (2009) *Economics*. 19th ed. New York: McGraw-Hill. 744 p.
5. Verkhovna Rada Ukraine (1999) *Pro Natsionalnyi bank Ukrainy* [On the National Bank of Ukraine]. Law No. 679-XIV of 20 May 1999. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>
6. Stelmakh V.S. (2009) *Monetarna polityka Natsionalnoho banku Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy zmin* [Monetary policy of the National Bank of Ukraine: current state and prospects for change]. Kyiv : Tsentru naukovykh doslidzhen NBU. 404 p.
7. Bazylevych V., Bazylevych K., Balastryk L. (2008) *Makroekonomika* [Macroeconomics]. Kyiv : Znannia. 743 p.
8. Burda M. (1998) *Makroekonomika: Yevropeyskyi kontekst* [Macroeconomics: European context]. Kyiv : Osnovy. 682 p.
9. Bondarenko L.A. (2015) *Netradytsiini zakhody hroshovo-kredytnoi polityky tsentralnykh bankiv v umovakh kryzy* [Unconventional measures of monetary policy of central banks in crisis conditions]. *Bankivska sprava* [Banking]. No. 2 (112). P. 58–61.
10. European Central Bank. Official website. Available at: <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>
11. International Monetary Fund. Official website. Available at: <https://www.imf.org/en/home>
12. Hryhoryshyn N.O. (2020) *Suchasni tendentsii ta instrumenty monetarnoi polityky v Ukraini* [Modern trends and instruments of monetary policy in Ukraine]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky TNU. Series: Economics and Management]. Vol. 31 (70), No. 3. P. 52–58.
13. Krasnoshapka V.V., Bohdan S.S. (2012) *Dilova reputatsiia yak odyn z naivazhlyvishykh stratehichnykh aktyviv pidpriemstva* [Business reputation as one of the most important strategic assets of an enterprise]. *Suchasni problemy ekonomiky ta pidpriemnytstvo* [Modern Problems of Economy and Entrepreneurship]. No. 9. P. 210–215.
14. Selezniova O.O., Strenkovska A.Yu., Yevdokimova O.M. (2019) *Dilova reputatsiia yak vyznachalniy faktor formuvannia brendu pidpriemstva* [Business reputation as a key factor in brand formation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and World Economy]. Vol. 25, Pt. 2. P. 115–119.
15. Dziubliuk O.V. (ed.) (2021) *Monetarni vazheli stymuliuвання rozvytku ekonomiky Ukrainy: hlobalni vymiry ta natsionalni interesy* [Monetary levers of stimulating the development of Ukraine's economy: global dimensions and national interests]. Ternopil : Osadtsa Yu.V. 300 p.
16. Nikiforov P.O., Tkachuk I.Ya. (eds.) (2020) *Fiskalna ta monetarna polityka ekonomichnoho rozvytku Ukrainy* [Fiscal and monetary policy of Ukraine's economic development]. Chernivtsi : Chernivetskyi natsionalnyi universytet im. Yu. Fedkovycha. 256 p.
17. Sudomyr S.M. (2017) *Dilova reputatsiia yak stratehichnyi chynnyk rozvytku pidpriemstva* [Business reputation as a strategic factor of enterprise development]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchaieva. Seriya: Ekonomichni nauky* [Bulletin of Kharkiv National Agrarian University. Series: Economic Sciences]. No. 4. P. 424–429.
18. Hrebeshkova O.M., Szymanska O.V. (2007) *Dilova reputatsiia yak stratehichnyi aktyv kompanii* [Business reputation as a strategic asset of a company]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiologhiia, pravo)* [Development Strategy of Ukraine (Economy, Sociology, Law)]. No. 1–2. P. 493–502.

**Prikhno Iryna, Riabokon Nataliia, Martinovych Victor**  
Cherkasy State Technological University

## MONETARY POLICY AS A DETERMINANT OF FORMING BUSINESS REPUTATION: LEGAL, INVESTMENT, FINANCIAL AND INNOVATION-LOGISTICS DIMENSIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

*The article examines the theoretical and applied foundations of monetary policy as a key determinant in shaping the business reputation of enterprises within the framework of European integration processes. The conceptual approaches of foreign and domestic scholars to the interpretation of the term «monetary policy» are systematized, with emphasis on its evolution from a purely macroeconomic instrument to a broader socio-economic regulator that ensures stability, predictability, and trust in the business environment. It is revealed that in the practice of the European Central Bank (ECB) and the International Monetary Fund (IMF), monetary policy is primarily aimed at maintaining price stability, ensuring the flexibility of financial markets, and reinforcing institutional confidence among economic agents. The study emphasizes that in Ukraine the term “money-and-credit policy” is legally used and corresponds in content to the internationally accepted concept of “monetary policy,” although current integration and globalization trends require a conceptual renewal of its objectives in the context of reputational capital formation and sustainable development. It is substantiated that business reputation represents a complex intangible asset that reflects the perception of reliability, transparency, and stability of a company by investors, consumers, and partners. Its formation is influenced by monetary stability, interest rate dynamics, credit accessibility, exchange rate volatility, and the level of investment expectations. The article proposes to consider monetary policy as a system of measures by central banks aimed at regulating the money supply, interest rates, and liquidity of the economy to strengthen trust, transparency, and the positive business image of economic entities. The legal, financial, investment, and innovation-logistics channels of this influence are identified and characterized. It is proven that a stable and predictable monetary policy forms favorable institutional and macroeconomic conditions for increasing the reputational potential of enterprises, stimulating innovation, and enhancing competitiveness in the European economic space. The obtained results have practical significance for the improvement of state monetary regulation mechanisms, strategic management of business reputation, and ensuring the sustainable integration of Ukraine into the European economic and financial system.*

**Keywords:** *monetary policy, business reputation, financial indicators, legal regulations, investment attractiveness, logistical sustainability, innovation capacity, integral index of business reputation.*

**JEL classification:** E52, L14, C43, G32, K22