

УДК 005.942:[658:005.336.6]

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-12-21>**Пріхно І. М.**

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

Iryna Prikhno

Cherkasy State Technological University

Марченко О. Ю.

доктор філософії (PhD), докторант,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3137-0480>

Oleksandr Marchenko

Cherkasy State Technological University

Бабич І. В.

кандидат хімічних наук, докторант,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7159-6046>

Igor Babych

Cherkasy State Technological University

ЕКОНОМІЧНИЙ КОНСАЛТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ БІЗНЕСУ У ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ З ПРАВОВИМ РЕГУЛЮВАННЯМ, ФІНАНСОВИМИ МЕХАНІЗМАМИ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРАТЕГІЯМИ

ECONOMIC CONSULTING AS A TOOL FOR FORMING A BUSINESS REPUTATION IN CONNECTION WITH LEGAL REGULATION, FINANCIAL MECHANISMS AND ENTREPRENEURIAL STRATEGIES

Анотація. У статті досліджено роль економічного консалтингу як інструменту формування ділової репутації бізнесу у взаємозв'язку з правовим регулюванням, фінансово-інвестиційними механізмами та підприємницькими стратегіями. Узагальнено теоретичні підходи до визначення ділової репутації як стратегічного нематеріального активу, що забезпечує довіру до підприємства, підвищує його ринкову капіталізацію та сприяє залученню інвестицій. Проаналізовано еволюцію наукових уявлень про репутацію – від її трактування як морально-етичної характеристики керівника до розуміння як результату корпоративного управління. З'ясовано, що економічний консалтинг інтегрує правові, фінансові та стратегічні компоненти управління: зменшує регуляторні ризики, забезпечує захист нематеріальних активів, підвищує прозорість фінансової звітності, оптимізує капіталовкладення й формує корпоративну культуру, орієнтовану на довіру та соціальну відповідальність.

Ключові слова: економічний консалтинг, ділова репутація, стратегічне управління, правове регулювання, фінансово-інвестиційні механізми, підприємницькі стратегії, нематеріальні активи, репутаційний капітал.

Abstract. The article explores the role of economic consulting as a modern tool for forming a business reputation in relation to legal regulation, financial and investment mechanisms and entrepreneurial strategies. It is substantiated that in the conditions of digital transformation of the economy and the increasing role of intangible assets in the competitiveness of enterprises, business reputation becomes one of the key determinants of sustainable development. Theoretical approaches to defining the essence of business reputation as a strategic intangible asset that ensures trust in the enterprise, increases its market capitalization and promotes investment attraction are summarized. The evolution of scientific ideas about business reputation is analyzed - from its interpretation as an individual moral and ethical characteristic of the manager to understanding it as a systemic result of corporate governance. It is shown that in the modern paradigm of strategic management, reputation is considered not only as a socio-psychological category, but as a managed resource that has a direct impact on the financial stability, competitiveness and development strategies of the enterprise. It was found that economic consulting performs the function of an integrator between the legal, financial and strategic components of enterprise management. It provides synergy between the regulatory environment, investment processes and strategic planning, contributing to increasing the efficiency of management decisions and adapting the business to changing external conditions. The legal aspect of consulting allows reducing regulatory risks, ensuring compliance with corporate law, protecting intellectual property and preserving the intangible assets of the enterprise. The financial and investment direction of consulting focuses on increasing the transparency of financial reporting, optimizing capital investments and forming an investment attractiveness strategy. In the strategic dimension, consulting activities help enterprises determine long-term goals, form innovative business models and a corporate culture focused on trust, openness and

social responsibility. The result of the complex influence of legal, financial and strategic factors integrated through consulting activities is an increase in the investment attractiveness of the enterprise, its competitive advantages, market value and resilience to crisis phenomena.

Keywords: economic consulting, business reputation, strategic management, legal regulation, financial and investment mechanisms, business strategies, intangible assets, reputational capital.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та посилення конкуренції на світових і національних ринках ділова репутація бізнесу перетворюється на стратегічний нематеріальний актив, від якого безпосередньо залежать довіра споживачів, партнерів, інвесторів та суспільства загалом. Репутаційний капітал підприємства дедалі частіше визначає не лише його публічний імідж, а й здатність залучати інвестиції, забезпечувати фінансову стабільність і підтримувати конкурентоспроможність у динамічному економічному середовищі. У цих умовах особливої актуальності набуває питання використання економічного консалтингу як ефективного інструменту формування, підтримання та управління діловою репутацією бізнесу.

Попри зростання наукового інтересу до проблеми репутаційного менеджменту, залишається недостатньо дослідженим системний взаємозв'язок між економічним консалтингом і ключовими чинниками, що визначають репутаційну стійкість підприємств – правовим регулюванням, фінансово-інвестиційними механізмами та підприємницькими стратегіями. У науковій літературі простежується фрагментарність підходів до аналізу цього зв'язку, тоді як сучасна економічна практика вимагає комплексного бачення ролі консалтингу як інтеграційного механізму, здатного узгоджувати регуляторні, фінансові та стратегічні параметри діяльності бізнесу.

Вирішення цієї наукової проблеми дозволить розширити теоретико-методичну базу управління діловою репутацією, підвищити ефективність стратегічного планування та сприяти зміцненню позицій українських підприємств у глобальному економічному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності та ролі ділової репутації у сучасному бізнес-середовищі відображені у наукових працях багатьох дослідників, які розглядають її як невід'ємний елемент стратегічного управління та нематеріальний актив підприємства. Так, проблемам визначення економічної природи ділової репутації та її оцінки як нематеріального активу присвячені праці Л. Мармуль, Н. Гончаренко, Д. Берницької, Н. Кравчук. Правові аспекти формування та захисту ділової репутації стали предметом наукових розвідок І. Коржевського, Б. Ратушної, О. Орлової та В. Лищенко. Організаційно-управлінські та консалтингові підходи до формування ділової репутації досліджують Г. Базецька, Д. Берницька, Н. Кравчук. Цифрові аспекти управління репутацією досліджуються у роботах О. Шиманської, О. Длугопольського, Т. Длугопольської, Л. Колінець, Д. Фаріона та А. Логуш.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість наукових досліджень, залишається низка аспектів, які потребують подальшого опрацювання. Передусім, недостатньо розкрито системний характер взаємозв'язку між економічним консалтингом і формуванням ділової репутації підприємства. У більшості досліджень консалтинг роз-

глядається окремо – як вид аналітичної або організаційної підтримки, однак не як інтеграційний механізм, що поєднує правове регулювання, фінансово-інвестиційні механізми та стратегічне управління у єдину репутаційну систему.

Мета статті: теоретичне обґрунтування та аналітичне розкриття ролі економічного консалтингу як інструменту формування ділової репутації бізнесу у взаємозв'язку з правовим регулюванням, фінансово-інвестиційними механізмами та підприємницькими стратегіями.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах глобалізації, інформаційної відкритості та зростання конкуренції ділова репутація бізнесу перетворюється на один із ключових нематеріальних активів підприємства. Її наявність та рівень безпосередньо впливають на довіру споживачів, партнерів, інвесторів і суспільства загалом. Визначення сутності ділової репутації є необхідним не лише для теоретичного осмислення цього феномену, але й для розроблення практичних механізмів управління нею в системі стратегічного менеджменту.

У сучасному науковому світі та в практичній діяльності підприємств під діловою репутацією бізнесу розуміється нематеріальний актив, який відображає сукупність стійких уявлень про надійність, компетентність і відповідальність компанії на ринку та впливає на її фінансову стійкість, конкурентоспроможність і ринкову вартість. Про це йдеться у наукових працях вчених економістів. Зокрема, Л. Мармуль досліджує різноманітні підходи до оцінки ділової репутації підприємства як нематеріального активу [1].

Н. Гончаренко також зазначає, що ділова репутація є «стратегічним нематеріальним невіддільним від підприємства активом» і визначає цю дефініцію як «сформоване уявлення всіх стейкхолдерів бізнесу, що ґрунтується на ряді ціннісних характеристик: економічних, соціальних, емоційних, щодо різних аспектів діяльності підприємства» [2, с. 74].

Основними складовими ділової репутації бізнесу доцільно вважати такі елементи:

- імідж – як емоційно-психологічну привабливість підприємства для суспільства та партнерів;
- гудвіл – як економічне відображення вартості ділової репутації у структурі нематеріальних активів;
- фінансову стійкість, що забезпечує довіру з боку контрагентів та інвесторів і формує відчуття стабільності співпраці;
- організаційну культуру – внутрішнє джерело становлення позитивної репутації, яке визначає цінності, норми поведінки та стиль управління;
- репутацію керівника, яка є невід'ємною частиною репутаційного капіталу підприємства та відображає якість управлінських рішень;
- соціальну відповідальність бізнесу, що виступає важливою передумовою суспільної довіри й довгострокової стабільності;

– якість продукції та послуг, адже за умов ринкової конкуренції саме вона є визначальним чинником формування позитивної ділової репутації виробника [3, с. 43; 4, с. 82].

У процесі історичного розвитку господарської діяльності поняття ділової репутації бізнесу пройшло кілька етапів становлення, що відображають зміну економічних відносин, соціокультурного середовища та управлінських підходів до ведення бізнесу (рис. 1).

Початковий етап (до XVII ст.) пов'язаний із домінуванням натурального господарства та становленням перших форм товарообміну. Ділова репутація мала переважно особистісний характер і ототожнювалася з чесністю, майстерністю та добрим ім'ям окремого виробника або ремісника. Довіра до людини визначала успіх її діяльності, а ділова репутація сприймалася як моральна категорія, що формувалася через міжособистісні контакти та рекомендації.

Організаційний етап (XVII–XIX ст.) – це період промислової революції, який став вирішальним у трансформації підходів до розуміння ділової репутації. З поширенням мануфактурного виробництва та зростанням масштабів господарської кооперації ділова репутація почала набувати колективного змісту – її носієм ставала не окрема особа, а група або виробнича спільнота. З'явилася потреба у взаємній довірі між партнерами, уніфікації стандартів якості, формуванні корпоративних принципів співпраці.

Етап інституціоналізації (кінець XIX – 70-ті рр. XX ст.) характеризується подальшим розвитком індустріального виробництва, появою великих корпорацій і розширенням ринків товарів та послуг, внаслідок чого ділова репутація набула статусу важливого інституційного елемента діяльності підприємств, що сприяло формуванню системного підходу до управління діловою репутацією. Репутація стає невід'ємною складовою бізнес-моделі підприємства, від якої залежить лояльність споживачів і партнерів. У цей час з'являються перші спроби систематизувати підходи до управління репутаційним капіталом: облік витрат на іміджеві заходи, формування корпоративної культури, стандартизація відносин між роботодавцем і персоналом.

Інтеграційно-глобалізаційний етап (80-ті рр. XX ст. – до тепер) характеризується глибокою інтеграцією економічних, технологічних і соціальних процесів. В умовах глобалізації та інформатизації ділова репутація перетворюється на стратегічний нематеріальний актив, який безпосередньо впливає на ринкову вартість підприємства. Вона охоплює не лише якість продукції, а й етичні стандарти, соціальну відповідальність, екологічну свідомість та прозорість бізнес-процесів. Зростає роль системного підходу до оцінювання, аналізу й управління репутацією. З переходом до інтеграційно-глобалізаційного етапу виникла потреба у професійному аналітичному супроводі

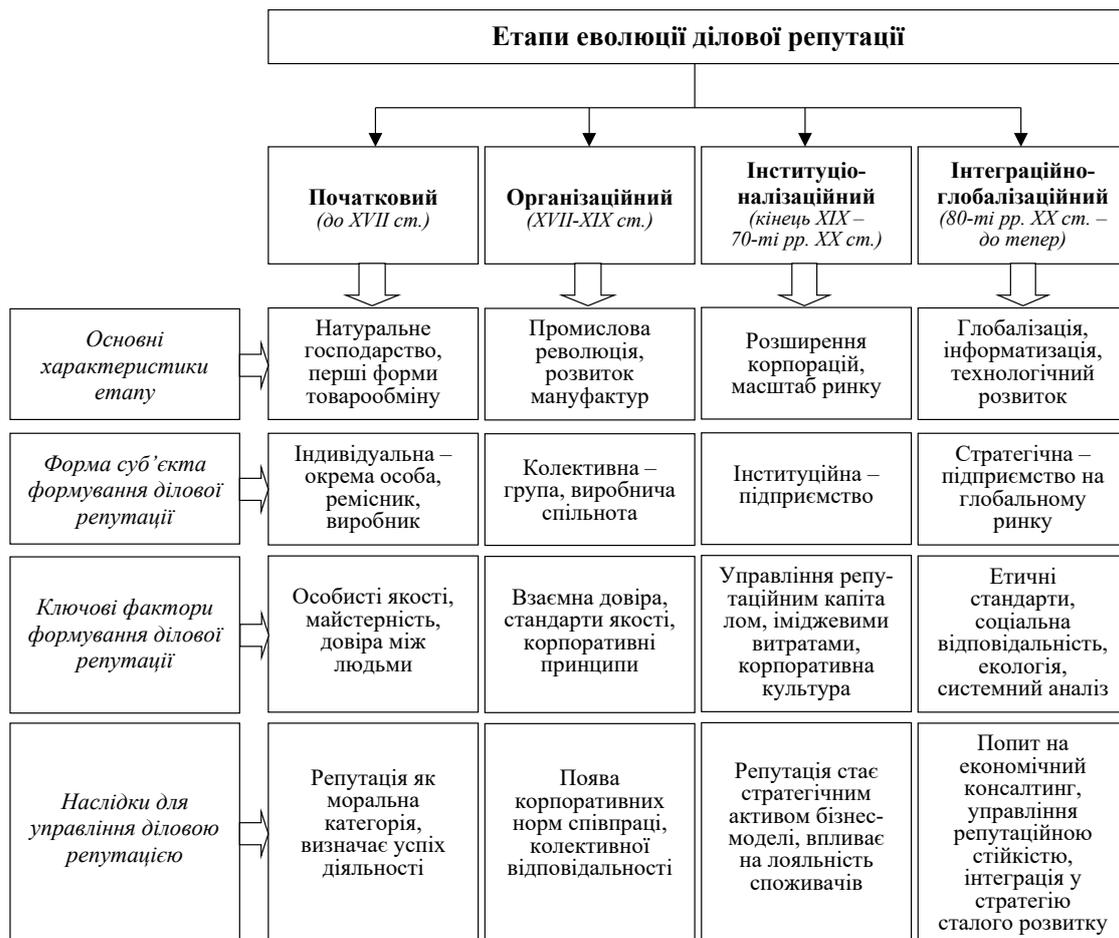


Рисунок 1 – Етапи еволюції ділової репутації

Джерело: власна розробка авторів на основі [1, с. 72]

та експертному забезпеченні управлінських рішень. Саме на цьому етапі формується економічний консалтинг як специфічний інструмент, що поєднує аналітико-прогностичну, фінансово-інвестиційну, правову та стратегічну функції управління репутаційним потенціалом бізнесу.

Як відзначає Г. Базецька, економічний консалтинг – «це система надання інформаційних послуг стосовно ефективного розвитку суб'єкту господарювання». На її думку, «одну з найважливіших ролей в бізнес-консалтингу відіграє процес надання консультацій щодо напрямків подальшого розвитку на основі результатів, отриманих у процесі економічного аналізу. Саме економічний аналіз, шляхом проведення досліджень практично в усіх галузях господарської діяльності підприємства, починаючи з виробництва та закінчуючи персоналом, дає можливість визначити недоліки фінансово-господарської діяльності підприємства та її перспективи» [5, с. 6].

Таким чином, можна зауважити, що економічний консалтинг забезпечує підприємствам:

- експертну оцінку репутаційних ризиків та можливостей їх мінімізації;
- оптимізацію фінансово-інвестиційних механізмів, спрямованих на підвищення репутаційної стійкості;
- розробку корпоративних стратегій сталого розвитку, які інтегрують принципи соціальної відповідальності та етичного ведення бізнесу;
- узгодження управлінських рішень з вимогами правового регулювання, стандартів прозорості та доброчесності.

Таким чином, економічний консалтинг виступає логічним результатом еволюції ділової репутації – від індивідуальної моральної категорії до системного об'єкта стратегічного управління, що потребує професійних інструментів аналізу, планування та моніторингу.

У цьому контексті особливої ваги набуває дослідження взаємозв'язку економічного консалтингу з діловою репутацією бізнесу через призму правового регулювання, фінансових механізмів та підприємницьких стратегій. Такий підхід дає змогу розглянути економічний консалтинг не лише як зовнішній сервіс аналітичного чи організаційного супроводу, а як багатовимірну систему взаємодії інституційних та ринкових чинників, що забезпечує формування й підтримку позитивної ділової репутації підприємства (табл. 1).

Таким чином, можна констатувати, що зміст табл. 1 відображає системну логіку функціонування економічного консалтингу як інтеграційного інструменту, що забезпечує узгодженість між правовим, фінансовим та стратегічним вимірами діяльності підприємства. Детальний аналіз наведених взаємозв'язків свідчить, що консалтингова діяльність виконує не лише аналітичну чи рекомендаційну функцію, але й формує цілісну систему управління діловою репутацією бізнесу.

У правовій площині економічний консалтинг виступає ключовим посередником між законодавчими вимогами та практикою господарювання. Саме через консалтингові механізми бізнес отримує можливість адаптуватися до змін регуляторного середовища, впро-

Таблиця 1 – Системний взаємозв'язок економічного консалтингу з ключовими елементами формування ділової репутації бізнесу

Сфера взаємозв'язку	Сутність взаємодії	Роль економічного консалтингу	Інструменти та механізми впливу	Репутаційні наслідки для бізнесу
1. Правове регулювання	Формування правового поля, що визначає правила ведення бізнесу, стандарти звітності, податкові вимоги, захист прав інвесторів	Консалтинг забезпечує переклад норм законодавства у практичні управлінські рішення, сприяє дотриманню регуляторних вимог	Compliance-аудит; податкове та юридичне консультування; аналіз регуляторних ризиків; розробка політик корпоративної етики	Зміцнення правової надійності; зниження ризику санкцій; підвищення довіри державних і громадських інститутів
2. Фінансові механізми	Забезпечення фінансової стійкості та доступу до капіталу, управління ризиками та ліквідністю	Консалтинг формує ефективну систему фінансового управління і підвищує прозорість для інвесторів	Фінансова діагностика; оптимізація структури капіталу; впровадження МСФЗ; управління ризиками	Зростання інвестиційної привабливості; зниження вартості капіталу; репутація фінансово стабільного партнера
3. Підприємницькі стратегії	Визначення довгострокових напрямів розвитку, позиціонування на ринку, інноваційна та соціальна орієнтація бізнесу	Консалтинг узгоджує стратегічні рішення з репутаційними, соціальними та етичними орієнтирами	Стратегічний консалтинг; розробка ESG- і CSR-програм; репутаційний аудит; комунікаційні стратегії; брендинг та управління змінами	Формування позитивного іміджу; зростання лояльності клієнтів і партнерів; конкурентна перевага на ринку
Системна взаємодія трьох сфер	Взаємопроникнення правових, фінансових та стратегічних аспектів діяльності бізнесу	Консалтинг виконує роль інтегратора – узгоджує регуляторні, фінансові та стратегічні процеси в єдину модель управління	Міждисциплінарні аналітичні команди; моніторинг зовнішнього середовища; антикризове планування; взаємодія з інституціями ринку капіталу	Синергетичний ефект: довіра, стабільність і стійкість репутації; зростання нематеріальної вартості компанії

Джерело: власна розробка авторів на основі [4–9]

ваджувати принципи комплаєнсу, підвищувати рівень правової прозорості та корпоративної етики. Такі процеси знижують ризики штрафних санкцій, правових конфліктів і водночас сприяють формуванню довіри з боку державних інституцій, інвесторів та громадськості. Тобто, у правовому контексті економічний консалтинг виконує роль гаранта правової надійності бізнесу, що безпосередньо підсилює його репутаційний капітал.

У фінансовій сфері консалтингова підтримка спрямована на забезпечення стійкості бізнесу, підвищення прозорості фінансової звітності та оптимізацію структури капіталу. Впровадження фінансової діагностики, аналіз інвестиційних ризиків, розробка моделей управління ліквідністю та фінансового планування формують довіру з боку інвесторів і кредиторів. Економічний консалтинг, зокрема через аудит фінансових потоків та застосування міжнародних стандартів звітності (МСФЗ), сприяє зростанню інвестиційної привабливості підприємства. Як наслідок, підприємство набуває статусу фінансово стабільного та надійного партнера, що є фундаментом позитивного репутаційного іміджу на ринку.

Підприємницькі стратегії, у свою чергу, визначають напрямок довгострокового розвитку бізнесу, його позиціонування та конкурентну поведінку. Економічний консалтинг на цьому рівні забезпечує стратегічне узгодження цілей підприємства з принципами сталого розвитку, соціальної відповідальності та корпоративної репутації. Це проявляється через впровадження ESG-підходів, розробку програм корпоративної соціальної відповідальності, управління брендом та побудову комунікаційних стратегій. Консалтинг формує методологічну основу для поєднання інноваційності, етичності та репутаційної стійкості підприємства. Таким чином, він виступає каталізатором стратегічної трансформації, що посилює довіру клієнтів, партнерів і суспільства.

Важливим є також міждисциплінарний характер взаємодії цих трьох сфер – правової, фінансової та стратегічної. У сучасних умовах економічний консалтинг не обмежується окремими аспектами управління, а функціонує як інтегратор системи корпоративного розвитку. Завдяки синергії правових, фінансових і стратегічних інструментів формується нова якість управління, яка орієнтована на прозо-

рість, стійкість та репутаційну відповідальність. Вважаємо, що використання міждисциплінарних аналітичних команд, антикризового планування, моніторингу зовнішнього середовища та взаємодії з інституціями ринку капіталу сприятиме комплексному управлінню ризиками та збереженню репутаційної стабільності бізнесу.

Отже, узагальнюючи результати виконаного дослідження, можна зробити висновок, що економічний консалтинг є системоутворюючим елементом формування ділової репутації підприємства. Його діяльність інтегрує правове регулювання, фінансові механізми та підприємницькі стратегії в єдину модель ефективного управління. Завдяки цьому забезпечується синергетичний ефект – зміцнення довіри, підвищення легітимності, зростання інвестиційної привабливості та формування стійкої репутації бізнесу як відповідального учасника економічного простору.

Висновки. Результати дослідження підтверджують, що економічний консалтинг є невід’ємною складовою сучасного механізму формування ділової репутації бізнесу. Його ключова роль полягає у забезпеченні взаємоузгодженості між правовими, фінансовими та стратегічними аспектами діяльності підприємства. Консалтинг трансформує нормативно-правові вимоги у практичні рішення, оптимізує фінансові процеси, формує ефективні підприємницькі стратегії та сприяє підвищенню репутаційної стійкості підприємства.

Зауважимо, що правова надійність, фінансова прозорість і стратегічна відповідальність є трьома взаємопов’язаними детермінантами позитивної ділової репутації, які реалізуються саме через механізми консалтингового супроводу. Економічний консалтинг виконує інтеграційну функцію, забезпечуючи синергію між законодавчими нормами, інвестиційними потоками та стратегічними цілями бізнесу.

Таким чином, він виступає не лише інструментом аналітичної підтримки управлінських рішень, а й є ключовим чинником формування довіри, підвищення легітимності, зміцнення соціального іміджу та зростання нематеріальної вартості підприємства. Отже, розвиток системи економічного консалтингу є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності бізнесу та його стійкої ділової репутації у глобальному середовищі.

Бібліографічний список:

1. Мармуль Л.О. Методи оцінки ділової репутації як нематеріального активу підприємства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. Харків : ХНТУСГ, 2010. Вип. 98. С. 19–25.
2. Гончаренко Н.В. Сутність поняття ділової репутації в управлінні підприємством. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету Серія «Економіка і менеджмент»*. 2021. № 49. С. 70–76.
3. Берницька Д.І., Кравчук Н.О. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. *Інноваційна економіка*. 2011. С. 41–45. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/2421>
4. Коржевський І.І. Ділова репутація – виникнення, критерії оцінки, підстави вивчення, можливості та інструменти перевірки. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. №1 (65). С. 76–83.
5. Базецька Г.І. Економічний консалтинг : навч. посібник. Харків : Нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова, 2021. 167 с.
6. Орлова О.С. Правове регулювання господарської діяльності в умовах цифровізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право»*. 2023. Вип. 77. Ч. 1. С. 195–201.
7. Ратушна Б.П. Ділова репутація юридичних осіб за цивільним законодавством України. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. 2023. № 12. С. 273–276.
8. Лищенко В.К. Правове регулювання консалтингової діяльності : дис. ... д-ра філософії. Київ, 2023. 228 с.
9. Шиманська О., Длугопольський О., Длугопольська Т., Колінець Л., Фаріон Д., Логун А. Управління діловою репутацією компанії через соціальні мережі. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2024. № 1(51). С. 73–85. DOI: <https://doi.org/10.55643/ser.1.51.2024.548>

References:

1. Marmul L.O. (2010) Metody otsinky dilovoi reputatsii yak nematerialnoho aktyvu pidpriemstva [Methods for assessing business reputation as an intangible asset of an enterprise]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva* [Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture], (98), 19–25.
2. Honcharenko N.V. (2021) Sutnist poniattia dilovoi reputatsii v upravlinni pidpriemstvom [The essence of the concept of business reputation in enterprise management]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia "Ekonomika i menedzhment"* [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series "Economics and Management"], (49), 70–76.
3. Bernytska D.I., & Kravchuk N.O. (2011) Dilova reputatsiia yak stratehichnyi chynnnyk rozvytku pidpriemstva [Business reputation as a strategic factor of enterprise development]. *Innovatsiina ekonomika* [Innovative Economy], (1), 41–45. Available at: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/2421>
4. Korzhevskiy I.I. (2022) Dilova reputatsiia – vynykennia, kryterii otsinky, pidstavy vyvchennia, mozhyvosti ta instrumenty perevirky [Business reputation – emergence, evaluation criteria, grounds for study, opportunities and verification tools]. *Vcheni zapysky Universytetu "KROK"* [Scientific Notes of "KROK" University], 1(65), 76–83.
5. Bazetska H.I. (2021) Ekonomichnyi konsaltnykh [Economic Consulting]. Kharkiv: National University of Municipal Economy named after O.M. Beketov. 167 p.
6. Orlova O.S. (2023) Pravove rehuliuвання hospodarskoi diialnosti v umovakh tsyfrovizatsii [Legal regulation of economic activity in the context of digitalization]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia "Pravo"* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series "Law"], 77(1), 195–201.
7. Ratushna B.P. (2023) Dilova reputatsiia yurydychnykh osib za tsyvilnym zakonodavstvom Ukrainy [Business reputation of legal entities under the civil legislation of Ukraine]. *Analitichno-porivniialne pravoznavstvo* [Analytical and Comparative Jurisprudence], (12), 273–276.
8. Lysheniuk V.K. (2023) Pravove rehuliuвання konsaltnhovoї diialnosti [Legal regulation of consulting activities]. PhD thesis. Kyiv. 228 p.
9. Shymanska O., Dlugopolskyi O., Dlugopolska T., Kolinets L., Farion D., & Logush A. (2024) Upravlinnia dilovoiu reputatsiieiu kompanii cherez sotsialni merezhi [Management of a company's business reputation through social networks]. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*, 1(51), 73–85. DOI: <https://doi.org/10.55643/ser.1.51.2024.548>

Стаття надійшла: 12.10.2025

Стаття прийнята: 03.11.2025

Стаття опублікована: 28.11.2025