

## Scientific Trends in Reputation Management and Its Accounting and Analytical Support: A Bibliometric Analysis

Vitalii Shkromyda<sup>1</sup>

**Abstract.** The globalization of the business environment and the growing importance of intangible assets make a company's reputation a strategic resource that affects its competitiveness, financial stability, and attractiveness to investors. However, implementing a systematic approach to reputation management faces several challenges, particularly insufficient accounting and analytical support development. Thus, studying scientific trends in reputation management is crucial for identifying key directions of its development and assessing scholarly interest in the topic. This study aims to conduct a bibliometric analysis of scientific publications in the field of reputation management and its accounting and analytical support. The research examines the dynamics of publication activity over the last decade, evaluates the geographical distribution of scientific studies, and identifies leading authors and subject areas within which this topic is explored. The study is based on a bibliometric analysis using Google Trends, the Scopus database and the VOSviewer tool, enabling research mapping through network connections. The results of the analysis confirm the increasing academic interest in reputation management, particularly in business, management, accounting, social sciences, and information technology. According to a number of scientific publications, the leading countries are the United States, the United Kingdom, China, Australia, and Germany. Four key research clusters have been identified, covering the subject's managerial, financial, informational, and reputational aspects. The findings emphasize the significance of reputation management as an interdisciplinary research area that integrates managerial, financial, and analytical components. Future research should focus on developing theoretical and methodological foundations for accounting and analytical support in reputation management to improve data reliability for decision-making aimed at enhancing a company's corporate reputation.

**Keywords:** reputation management, accounting, analysis, accounting and analytical support, bibliometric analysis.

**Received:** 9 February 2025 | **Revised:** 24 February 2025 | **Accepted:** 25 February 2025 | **Published:** 30 March 2025

### Suggested Citation

Shkromyda, V. (2025). Scientific Trends in Reputation Management and Its Accounting and Analytical Support: A Bibliometric Analysis. *Oblik i finansi*, 1(107), 171-178. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2025-1\(107\)-171-178](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2025-1(107)-171-178)



This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 License (<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits use and distribution in any medium, provided the original work is properly cited and the use is non-commercial.

© 2025 The Author(s).

**Віталій Шкроміда**

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

## Наукові тенденції репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення: бібліометричний аналіз

**Анотація.** Глобалізація бізнес-середовища та зростаюче значення нематеріальних активів роблять репутацію підприємства стратегічним ресурсом, який впливає на його конкурентоспроможність, фінансову стійкість та привабливість для інвесторів. Однак, впровадження системного підходу до управління репутацією стикається з низкою викликів, зокрема недостатнім рівнем обліково-аналітичного забезпечення. Відтак важливим є дослідження наукових тенденцій репутаційного менеджменту, що дозволяє визначити ключові напрями його розвитку та оцінити рівень зацікавленості наукової спільноти. Метою статті є проведення бібліометричного аналізу наукових публікацій у сфері репутаційного менеджменту та його обліково-

<sup>1</sup> Vitalii Shkromyda, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine.

ORCID 0000-0003-1826-8243

E-mail: [vitaliy.shkromyda@pnu.edu.ua](mailto:vitaliy.shkromyda@pnu.edu.ua)

аналітичного забезпечення. Дослідження охоплює аналіз динаміки публікаційної активності за останнє десятиліття, оцінку географічного розподілу наукових досліджень, визначення провідних авторів та предметних галузей, у межах яких здійснюється вивчення цієї тематики. Методологічною основою роботи є бібліометричний аналіз, реалізований за допомогою пошукової системи Google Trends, бази даних Scopus та інструменту VOSviewer, що дозволило здійснити картографування досліджень за допомогою мережеских зв'язків. Результати аналізу засвідчили зростання наукового інтересу до питань репутаційного менеджменту, особливо у сферах бізнесу, менеджменту, бухгалтерського обліку, соціальних наук та інформаційних технологій. Провідними країнами за кількістю наукових публікацій є США, Велика Британія, Китай, Австралія та Німеччина. Виявлено чотири основні наукові кластери, що охоплюють управлінський, фінансовий, інформаційний та репутаційний аспекти проблематики. Отримані результати підкреслюють важливість репутаційного менеджменту як міждисциплінарного напрямку досліджень, що поєднує управлінську, фінансову та аналітичну складові.

**Ключові слова:** репутаційний менеджмент, облік, аналіз, обліково-аналітичне забезпечення, бібліометричний аналіз.

**Постановка проблеми.** Глобалізація бізнес-середовища зумовлює зростання значущості нематеріальних активів підприємств, серед яких особливе місце займає ділова репутація. Репутаційний менеджмент стає ключовим елементом стратегічного управління, оскільки дозволяє забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність, залучати інвесторів, знижувати ризики та підтримувати стійкість компанії в умовах турбулентного ринку.

Попри активний розвиток наукових досліджень у сфері репутаційного менеджменту, існує низка нерозв'язаних проблем, які ускладнюють впровадження системного підходу до оцінки та управління репутацією на підприємствах. У цьому контексті виникає потреба у формуванні ефективного обліково-аналітичного забезпечення цієї сфери, що сприятиме обґрунтованому прийняттю управлінських рішень та підвищенню прозорості корпоративного управління.

Проведення бібліометричного аналізу наукових публікацій у сфері репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення постає важливим завданням з огляду на ідентифікацію основних напрямів дослідження, встановлення рівня зацікавленості наукової спільноти у даній проблематиці та визначення ключової предметної галузі, яка займається її вивченням. Крім того, аналіз бібліографічних даних дозволить виявити провідні країни та авторів, які активно досліджують цю тему, а також сприятиме опису перспектив щодо подальших наукових розвідок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Репутаційний менеджмент як науковий напрям активно досліджується у контексті стратегічного управління, маркетингу та фінансів. Значна увага приділяється питанням формування та підтримки позитивного іміджу компаній, управління репутаційними ризиками, а також впливу репутації на фінансові результати та конкурентоспроможність підприємств. Значний внесок у розвиток репутаційного менеджменту зробили такі вітчизняні науковці, як О.Г. Дерев'яно [4], А.С. Завербний [6], О.З. Микитин [9], Є.Л. Осипова [10], О.В. Терентьєва [12] та інші, які досліджували питання корпоративної

репутації, стратегічного управління та її впливу на стейкхолдерів.

У сфері обліково-аналітичного забезпечення дослідження ведуться у контексті фінансової звітності, формування нефінансових показників та застосування цифрових технологій задля максимального інформаційного забезпечення системи менеджменту на підприємстві. Так, зростаюча увага до вказаних питань простежується у працях В.М. Жука [5], Н.Б. Кащенко [7], С.Ф. Легенчука [8], О.М. Петрука [11], О.В. Фоміної [13], І.Й. Яремка [14] та ін.

Водночас, варто зазначити, що існує певний дисбаланс у розподілі наукової уваги між аспектами управління репутацією та його обліково-аналітичним забезпеченням. Незважаючи на значну кількість досліджень щодо репутаційного менеджменту, питання його обліково-аналітичного забезпечення залишаються менш розробленими.

**Метою статті** є проведення бібліометричного аналізу публікацій у сфері репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення, а також визначення основних наукових кластерів, які формуються в межах цієї тематики.

Досягнення поставленої мети дослідження передбачає аналіз динаміки наукових публікацій, оцінку географічного розподілу наукових досліджень, а також ідентифікацію ключових предметних галузей, в яких здійснюється дослідження репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення.

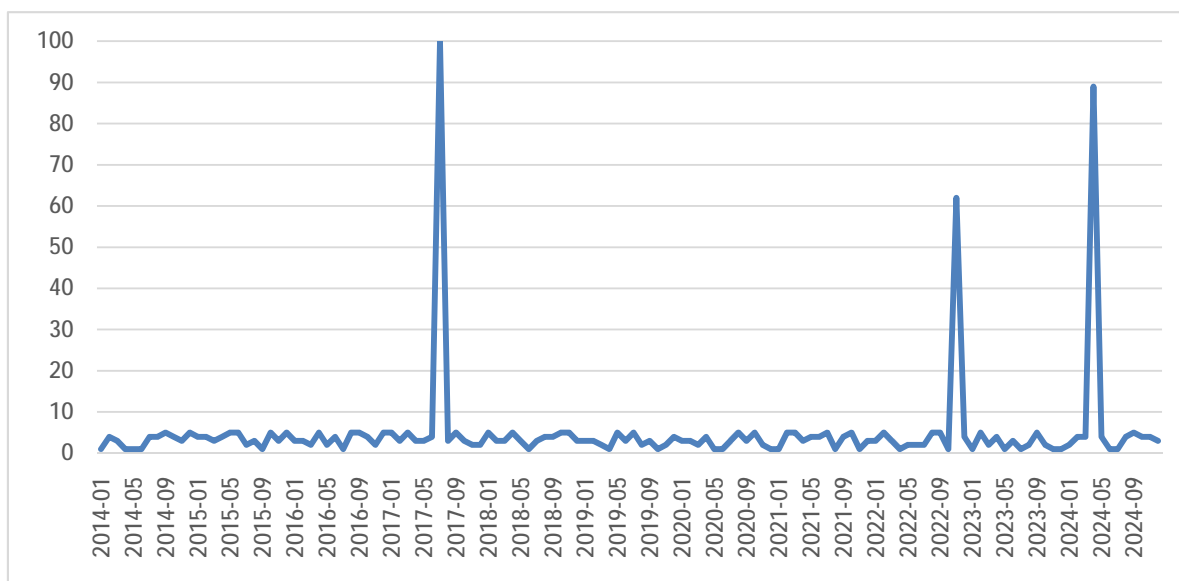
**Методика дослідження.** У дослідженні застосовано бібліометричний аналіз наукових публікацій, індексованих у базі даних Scopus [2], що дозволило оцінити динаміку публікаційної активності, визначити провідні наукові кластери та географічний розподіл досліджень у сфері репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення. Для візуалізації результатів використано програмний інструмент VOSviewer, який забезпечив аналіз бібліографічних зв'язків між публікаціями, включаючи авторську колаборацію та ключові дослідницькі напрями. Додатково проведено аналіз трендів пошукових запитів за допомогою Google Trends [1], що дало змогу оцінити суспільний інтерес до досліджуваної проблематики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасне вивчення поняття «репутаційний менеджмент» або «управління діловою репутацією» охоплює різні наукові напрямки, проте єдиного визначення цього терміну досі не існує [3]. В англійській науковій літературі для опису цього явища використовуються такі терміни, як «reputation management», «business reputation management», «corporate reputation management».

Процес вивчення сутності «репутаційного менеджменту» здійснено у кілька етапів. На початковому етапі було проведено дослідження рівня зацікавленості суспільства у цьому терміні через аналіз частоти запитів «репутаційний менеджмент» українською мовою та «reputation

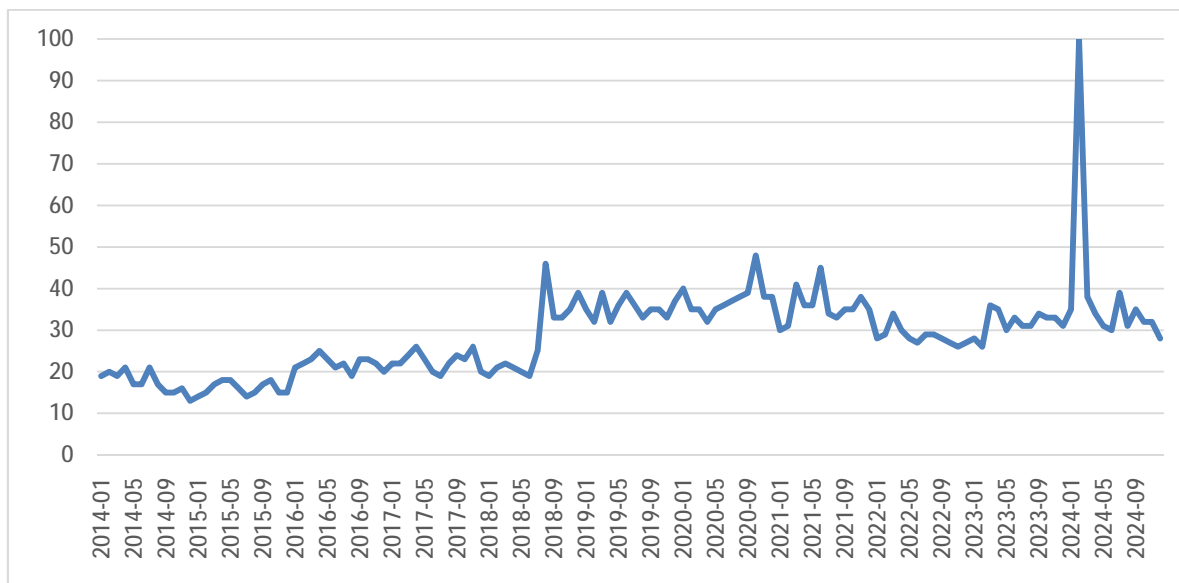
management» англійською, яка є стандартом для міжнародної наукової спільноти.

Для обчислення частоти пошукових запитів було використано інструмент Google Trends [1]. Цей публічний сервіс компанії Google відображає популярність конкретних термінів у пошукових запитах, порівняно із загальним обсягом пошукової активності у різних країнах та мовах світу. Google Trends надає дані починаючи з 2004 року, однак для забезпечення точності та актуальності дослідження було вибрано період з 2014 по 2024 роки. Динаміку пошукових запитів щодо термінів «репутаційний менеджмент» і «reputation management» можна побачити на рис. 1 і 2.



**Рис. 1.** Динаміка частоти запиту «репутаційний менеджмент» в мережі інтернет за період 2014-2024 рр.

Джерело: побудовано автором за допомогою інструменту Google Trends [1].



**Рис. 2.** Динаміка частоти запиту «reputation management» в мережі інтернет за період 2014-2024 рр.

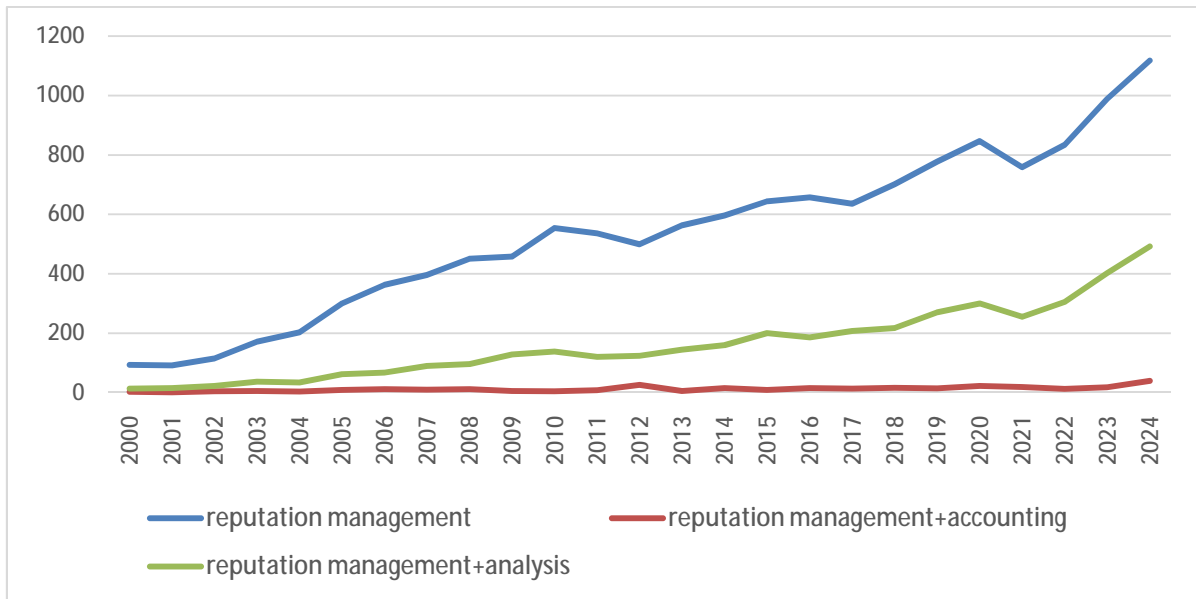
Джерело: побудовано автором за допомогою інструменту Google Trends [1].

З рисунку 1 видно, що рівень пошукової активності за досліджуваним терміном українською мовою залишається стабільним, коливаючись в межах 4-5 відсотків. Проте в певні періоди часу спостерігаються окремі піки запитів.

На рисунку 2 спостерігається динамічна зміна частоти пошуку терміну «reputation management» англійською мовою, яка протягом останнього десятиліття виявляє поступовий зріст. Цей ріст становить у середньому від 20 до 30-40 відсотків у різні роки дослідження. Окрім того, на рисунках 1 і 2 зафіксовано спільний пік запитів цього терміну як

українською, так і англійською мовами, який припадає на початок 2024 року.

На наступному етапі дослідження було здійснено аналіз наукових публікацій, присвячених проблемам репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення. Для оцінки динаміки публікаційної активності були обрані академічні роботи, що індексуються в базі даних Scopus [2] і містять терміни «reputation management», «reputation management+accounting» і «reputation management + analysis».



**Рис. 3.** Динаміка публікаційної активності з дослідження репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення за період 2000-2024 рр.

Джерело: побудовано автором на основі бібліографічної бази даних Scopus [2].

Як бачимо, публікаційна активність у науковій сфері, пов'язаній з репутаційним менеджментом та його обліково-аналітичним забезпеченням за період 2000–2024 років, демонструє загальну тенденцію до зростання. Зокрема, кількість академічних статей із терміном «reputation management» збільшилась із 93 у 2000 році до 1118 у 2024 році, для терміну «reputation management+accounting» цей показник виріс з 2 до 39, а для «reputation management+analysis» – з 13 до 492. Таким чином, за 25 років кількість публікацій за зазначеними термінами збільшилась у 10 і більше

разів. Це свідчить про стабільне зростання наукового інтересу до питань, пов'язаних з репутаційним менеджментом. Водночас можна відзначити поступове збільшення уваги дослідників до аспектів його обліково-аналітичного забезпечення, що розвивається за принципом наслідування.

На основі зібраних даних були визначені основні предметні області, в яких активно досліджуються питання, пов'язані з репутаційним менеджментом та його обліково-аналітичним забезпеченням (табл. 1).

**Таблиця 1.** Ключові предметні галузі бази даних Scopus, в яких досліджують репутаційний менеджмент та його обліково-аналітичне забезпечення

Предметні галузі	Кількість публікацій за визначеними термінами, одиниць		
	«reputation management»	«reputation management + accounting»	«reputation management + analysis»
Бізнес, менеджмент і бухгалтерський облік	4685	186	1489
Інформатика	4207	47	1277
Соціальні науки	3094	63	1032
Інженерія	2706	51	828
Економіка, економетрика та фінанси	1683	108	486

Джерело: побудовано автором на основі бібліографічної бази даних Scopus [2].

З таблиці видно, що предметні області, в яких досліджують репутаційний менеджмент і його обліково-аналітичне забезпечення в бібліографічній базі даних Scopus, можна упорядкувати за наступним порядком: бізнес, менеджмент і бухгалтерський облік; інформатика; соціальні науки; інженерія; економіка, економетрика та фінанси.

Аналіз публікацій за країнами світу показує, що найбільша кількість досліджень у напрямку репутаційного менеджменту та його обліково-аналітичного забезпечення здійснюється науковцями зі США, Китаю, Великобританії, Індії та Австралії (рис. 4). З рисунку видно, що перші три країни суттєво відрізняються від інших за кількістю публікацій.

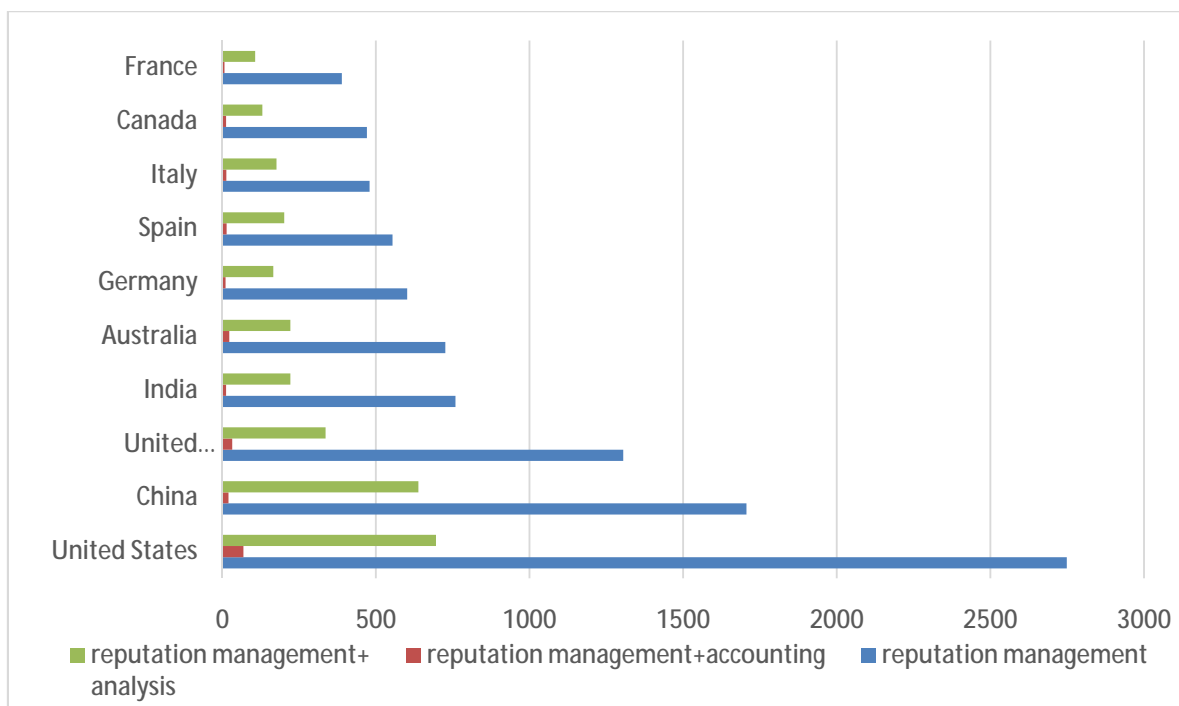


Рис. 4. Ключові країни світу за кількістю публікацій, які розглядають обліково-аналітичне забезпечення репутаційного менеджменту

Джерело: побудовано автором на основі бібліографічної бази даних Scopus [2].

На третьому етапі дослідження було здійснено аналіз публікацій на тему «reputation management», проіндексованих у базі даних Scopus, з подальшою візуалізацією результатів за допомогою програмного інструменту VOSviewer. Це дозволило дослідити бібліографічні зв'язки між обраними публікаціями з огляду на цитування, як по країнах, так і за ключовими словами.

Виконаний бібліометричний аналіз публікацій за кількістю цитувань надав можливість оцінити актуальність обраної теми дослідження по країнах (рис. 5). Крім того, побудована бібліографічна карта демонструє наукову значущість дослідників з різних країн, що підтверджується цитуваннями їх робіт, а також показує щільність зв'язків між ними.

З рисунку 5 видно, що найбільший внесок у дослідження проблем репутаційного менеджменту зробили науковці зі США (111 968 цитувань), Великобританії (37 578 цитувань), Китаю (28 420 цитувань), Австралії (24 425 цитувань), Німеччини

(15 846 цитувань), Канади (15 230 цитувань) та інших країн. Українські науковці мають 295 цитувань на свої публікації.

Загалом було виділено 9 кластерів, що мають 1091 зв'язок і загальну силу зв'язків у 4656 пунктів. Лінії на рисунку демонструють співпрацю між країнами. Найсильніші зв'язки спостерігаються між лідерами за кількістю цитувань публікацій. Україна входить до одного кластера з такими європейськими країнами, як Німеччина, Польща, Австрія, Чехія, Нідерланди, Латвія та Румунія. Це свідчить про тісну співпрацю вітчизняних науковців з колегами цих країн і схожість наукових підходів та поглядів.

За допомогою VOSviewer було виявлено групи публікацій, які досліджують репутаційний менеджмент з різних наукових перспектив (рис. 6). У результаті було виокремлено 4 кластери, що мають 96 049 посилань між ключовими словами з загальною силою зв'язку 263 289 пунктів.



Найбільшим є перший кластер, який містить 415 елементів і складається з основних ключових слів, таких як людина (люди), комунікація, організація та управління, управління персоналом, управління фінансами тощо. Другий за розміром кластер об'єднує 306 ключових слів, серед яких – репутація, репутаційний менеджмент, управління інформацією, безпека мережі, облік процесів, блокчейн тощо. Третій кластер включає 269 елементів і містить ключові слова, як-от управління ризиками, комерція, оцінка ризиків, корпоративна репутація, сталий розвиток тощо. Четвертий кластер є найменшим, з 10 ключовими словами, серед яких – імідж, ідентифікація, бренд та інші. Слід зазначити, що цей кластер візуально розташований на значній відстані від інших, що вказує на нижчу щільність зв'язків порівняно з іншими.

Як бачимо, ключові слова, які найбільш пов'язані з інформаційним забезпеченням репутаційного менеджменту, зосереджені у другому кластері. Відповідно до складу згрупованих ключових слів, слід відзначити, що можливості облікових технологій у напрямку інформаційного забезпечення репутаційного менеджменту є не достатньо дослідженими та потребують подальших наукових ітерацій.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження свідчать, що поняття «репутаційний менеджмент» є предметом активного наукового інтересу, що підтверджується динамікою пошукових запитів та зростанням кількості академічних публікацій у міжнародних наукометричних базах. Аналіз даних Google Trends вказує на стабільну зацікавленість даною тематикою в україномовному інформаційному

просторі та значне зростання уваги до неї в англomовному середовищі.

Бібліометричний аналіз публікацій у базі даних Scopus дозволив виокремити ключові предметні галузі, в яких досліджується репутаційний менеджмент та його обліково-аналітичне забезпечення. Найбільша кількість публікацій припадає на сфери бізнесу, менеджменту, бухгалтерського обліку, інформатики та соціальних наук. Географічний аналіз свідчить, що провідними країнами за рівнем академічного внеску в дослідження репутаційного менеджменту є США, Велика Британія, Китай, Австралія та Німеччина.

Застосування програмного інструменту VOSviewer для візуалізації бібліометричних даних дозволило сформувати бібліографічні карти цитування та виявити ключові дослідницькі напрями. Визначено чотири основні наукові кластери, які охоплюють управлінський, фінансовий, інформаційний та репутаційний аспекти цієї проблематики.

Таким чином, результати дослідження підтверджують важливість репутаційного менеджменту як міждисциплінарного наукового напрямку та його зростаючу роль у сучасному бізнес-середовищі. Перспективою подальших досліджень є розробка теоретико-методичних положень обліково-аналітичного забезпечення репутаційного менеджменту з акцентом на розширення достовірної інформації та покращення її якості задля прийняття ефективних управлінських рішень у напрямку зміцнення корпоративної репутації господарюючого суб'єкта.

#### 4 Список використаних джерел

1. Google Trends. URL: <https://trends.google.com/trends/> (дата звернення: 20.01.2025).
2. Scopus. URL: <https://www.scopus.com/> (дата звернення: 24.01.2025).
3. Shkromyda V., Gnatiuk T., Shkromyda N. Evaluation of Indexes of Dynamism of Corporate Reputation in Conditions of Behavioral Economy. *Corporate Reputation Review*. 2022. № 25. pp. 81-93. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00113-9>
4. Дерев'яно О. Г. Організаційні профілі системи репутаційного менеджменту підприємств харчової промисловості України. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 1. С. 363-372.
5. Жук В. М. Бухгалтерський облік: шляхи вирішення проблем практики і науки: монографія. Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2012. 454 с.
6. Завербний А., Налутка П. Роль репутаційного менеджменту для підприємства під час кризових ситуацій: стратегія інформаційної війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-96>
7. Кашена Н. Б. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною активністю підприємств торгівлі: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2021. 389 с.
8. Легенчук С. Ф. Майбутнє корпоративної звітності: історія, перспективи та проблеми. *Облік і фінанси*. 2020. № 2(88). С. 29-38. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-2\(88\)-29-38](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-2(88)-29-38)
9. Микитин О. Євроінтеграційні аспекти розвитку репутаційного менеджменту в Україні за умов діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-9>
10. Осипова Є., Покотило Б. Брендинг та репутаційний менеджмент як інструмент побудови довіри до бренду. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 230-234. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-37>
11. Петрук О. М., Василішин С. І. Інституціональні фактори обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємств. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2021. № 3(47). С. 47-55. [https://doi.org/10.26642/pbo-2020-3\(47\)-47-55](https://doi.org/10.26642/pbo-2020-3(47)-47-55)
12. Терентьева О. В. Проблеми та напрями осучаснення антикризового репутаційного менеджменту підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6165>

13. Фоміна О. В. Управлінська звітність у системі обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2016. № 21(6). С. 201-205.
14. Яремко І. Й. Обліково-аналітичне забезпечення як інструментарій управління економічним розвитком підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 6. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-09-02>

#### 4 References

1. Google Trends (2025). Retrieved from <https://trends.google.com/trends/>
2. Scopus (2025). Retrieved from <https://www.scopus.com/>
3. Shkromyda, V., Gnatiuk, T. & Shkromyda, N. (2022). Evaluation of Indexes of Dynamism of Corporate Reputation in Conditions of Behavioral Economy. *Corporate Reputation Review*, 25, 81-93. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00113-9>
4. Derevyanko, O. H. (2015). Orhanizatsiyni profili systemy reputatsiynoho menedzhmentu pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti Ukrayiny [Organizational profiles of the reputation management system of food industry enterprises of Ukraine]. *Biznes-Inform*, 1, 363-372.
5. Zhuk, V. M. (2012). Bukhholdersky oblik: shlyakhy vyrishennya problem praktyky i nauky [Accounting: ways to solve problems of practice and science]. Kyiv: NNTs "Instytut ahrarynoyi ekonomiky".
6. Zaverbnyy, A. & Nalutka, P. (2024). Rol reputatsiynoho menedzhmentu dlya pidpryyemstva pid chas kryzovykh sytuatsiy: stratehiya informatsiynoyi viyny [The role of reputation management for an enterprise during crisis situations: an information warfare strategy]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-96>
7. Kashchena, N. B. (2021). Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu aktyvnistyu pidpryyemstv torhivli: teoriya, metodolohiya, praktyka [Accounting and analytical support for managing the economic activity of trade enterprises: theory, methodology, practice]. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka I.S.
8. Lehenchuk, S. F. (2020). Maybutnye korporatyvnoyi zvitnosti: istoriya, perspektyvy ta problem [The future of corporate reporting: history, prospects and problems]. *Oblik i finansi*, 2(88), 29-38. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-2\(88\)-29-38](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-2(88)-29-38)
9. Mykytyn, O. (2021). Yevrointehratsiyni aspekty rozvytku reputatsiynoho menedzhmentu v Ukrayini za umov didzhitalizatsiyi [European integration aspects of the development of reputation management in Ukraine under digitalization conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-9>
10. Osypova, Ye. & Pokotylo, B. (2024). Brendynh ta reputatsiynyy menedzhment yak instrument pobudovy doviry do brendu [Branding and reputation management as a tool for building trust in the brand]. *Ekonomichnyy prostrir*, 191, 230-234. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-37>
11. Petruk, O. M. & Vasylishyn, S. I. (2021). Instytutsionalni faktory oblikovo-analitychnoho zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstv [Institutional factors of accounting and analytical support for managing the economic security of enterprises]. *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhhalterskoho obliku, kontrolyu i analizu*, 3(47), 47-55. [https://doi.org/10.26642/pbo-2020-3\(47\)-47-55](https://doi.org/10.26642/pbo-2020-3(47)-47-55)
12. Terentyeva, O. V. (2018). Problemy ta napryamky osuchasnennya antykryzovoho reputatsiynoho menedzhmentu pidpryyemstv [Problems and directions of modernization of anti-crisis reputation management of enterprises]. *Efektivna ekonomika*, 3, Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6165>
13. Fomina, O. V. (2016). Upravlinska zvitnist u systemi oblikovo-analitychnoho zabezpechennya menedzhmentu pidpryyemstva [Management reporting in the system of accounting and analytical support of enterprise management]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Ekonomika*, 21(6), 201-205.
14. Yaremko, I. Y. (2022). Oblikovo-analitychne zabezpechennya yak instrumentariy upravlinnya ekonomichnym rozvytkom pidpryyemstva [Accounting and analytical support as a tool for managing the economic development of an enterprise]. *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: ekonomika ta upravlinnya*, 6. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-09-02>