

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки та управління підприємництвом

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допустити до захисту  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис)

д.е.н., проф. Кузнецова І.О.  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2017 року

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

ступінь «Магістр»

з теми: **«ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЯК  
ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТОВ «БУЛЕНАТ»**

Виконав: студент 6 курсу, групи 60  
спеціальності 8.18010014 «Управління  
фінансово-економічною безпекою»

Вакарчук А.М. \_\_\_\_\_

Науковий керівник: Кравченко В.О. \_\_\_\_\_

ОДЕСА - 2017 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЯК ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Сутність іміджу: поняття, функції, складові.....	6
1.2. Критерії та показники економічної безпеки підприємства.....	14
1.3. Імідж як основа економічної безпеки підприємства громадського харчування.....	20
Висновки до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІМІДЖУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ТОВ «Буленат».....	26
2.1. Основні показники діяльності ТОВ «Буленат».....	26
2.2. Аналіз ринку громадського харчування та конкурентної позиції ТОВ «Буленат».....	43
2.3. Аналіз впливу чинників формування іміджу, як загроз економічної безпеки ТОВ «Буленат».....	48
Висновки до другого розділу.....	61
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЯК ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТОВ «БУЛЕНАТ».....	64
3.1. Оцінка стану організації економічної безпеки ТОВ «Буленат».....	64
3.2. Рекомендації щодо формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки ТОВ «Буленат».....	79
3.3. Ефективність заходів формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки ТОВ «Буленат».....	83
Висновки до третього розділу.....	89
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	95
ДОДАТКИ.....	101

## ВСТУП

В сучасних умовах серед компаній ведеться боротьба за кожного окремого споживача. Умови ринкової економіки вимагають нових умов для досягнення успіху. Серед них і імідж компанії. Практика підтверджує, що компанії, які сформулювали для себе лише фінансові цілі, не досягають позитивних результатів, яких досягають компанії з більш широким діапазоном ціннісних установок. Більш широкий діапазон цінностей можна визначити як ідеологію компанії, її корпоративний імідж.

Незалежно від бажань самої компанії імідж це - об'єктивний чинник, що відіграє істотну роль у тому, як її сприймають клієнти. Імідж - це потужний інструмент, опанувавши яким керівник може досягти неймовірних висот. Крім того, формування іміджу компанії діє як найважливіший чинник конкурентних переваг.

Імідж виступає як один з інструментів досягнення стратегічних цілей підприємства, які зачіпають основні сторони його діяльності і орієнтованих на перспективу. Однак позитивна популярність не з'являється сама собою і не існує сама по собі. Вона вимагає від менеджменту підприємства цілеспрямованої систематичної роботи, пов'язаної з перетворенням реального іміджу в позитивний.

В умовах конкурентної ринкової економіки набуває гостроти питання іміджу підприємства, оскільки кожна організація функціонує в економічному просторі, де склалися певні моральні устої, принципи, культура. Саме тому, менеджери повинні формувати свої стосунки з підлеглими, партнерами на засадах поваги, культури, довіри, етики. Такі умови управління підприємством обумовлюють необхідність виділитися із сукупності собі подібних, завоювати певну відомість, покращити репутацію, тобто створити своє «неповторне, особливе обличчя».

У ринкових умовах для компанії життєво важливо враховувати зовнішні та внутрішні загрози, які впливають на формування іміджу. Отже, формування

іміджу є однією з складових економічної безпеки підприємства, що обумовлює актуальність обраної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми створення іміджу знайшли своє відображення у працях Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, А. Елвуда, К. Бове, У. Аренса, І. Альошиної, О. Феофанова, Г. Почепцова, О. Песоцкої, В. Ільїна, Е. Попова, А. Семенова, Е. Маслової, І. Гончарової та ін.

Метою даної магістерської є розробка рекомендацій з формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки ТОВ «Буленат».

Відповідно до визначеної мети були поставлено та вирішено наступні завдання:

- узагальнено точки зору щодо ролі іміджу в системі економічної безпеки підприємства;
- проведено аналіз ринку громадського харчування та конкурентної позиції досліджуваного підприємства;
- проведено аналіз чинників формування іміджу, як загроз економічної безпеки ТОВ «Буленат»;
- обгрунтовано заходи щодо формування позитивного іміджу, як основи економічної безпеки ТОВ «Буленат».

Об'єктом дослідження магістерської роботи є процес формування позитивного іміджу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні і методичні положення та принципи формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки підприємства.

Наукова новизна: удосконалено підхід щодо підвищення рівня фінансово-економічної безпеки за рахунок заходів формування позитивного іміджу.

**Інформаційна база дослідження** представлена науковими публікаціями та монографіями вітчизняних та закордонних вчених, матеріалами періодичних публікацій, наукових конференцій з питань економічної безпеки та іміджу,

методична література кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності, фінансова звітність ТОВ «Буленат», дані анкетування, ресурси Internet.

**До методів дослідження,** які використовувалися під час написання дипломної роботи, належать: фінансовий та економічний аналізи, методи прогнозування, статистичні методи порівняння та групування, соціологічний метод (анкетування), схематичні та графічні методи. Для обробки статистичної інформації, створення таблиць, графіків та діаграм було використано програму Microsoft Office Excel.

**Практичне значення одержаних результатів** обумовлено тим, що результати досліджень, отриманих в магістерській дипломній роботі, можуть бути використані ТОВ «Буленат» з метою удосконалення системи забезпечення економічної безпеки компанії. Отримані напрацювання є актуальними для більшості підприємств громадського харчування України.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення і результати дослідження були оприлюднені та схвалені на підсумковій студентській конференції. Основні положення і результати дослідження викладені в наступних публікаціях; «Позитивний імідж – основа фінансово-економічної безпеки організації». Materials of the XI International scientific and practical conference, «Fundamental and applied science», - 2016. Volume 2. Economic science. Sheffield. Science and education LTD – 96. – с.. 52-53. Імідж як одна з конкурентних переваг та забезпечення економічної безпеки підприємства». Актуальні проблеми менеджменту: матеріали студентської конференції, вересень 2016 р.– Одеса: ОНЕУ, 2016. – 140 с. С. 49-50. Загальний обсяг публікацій – 0,36 д.а.

**Структура й обсяг роботи.** Дипломна магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (64 найменування), двох додатків. Загальний обсяг роботи: сторінок – 102; рисунків – 6; таблиць – 31.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

В ході розгляду теоретичних положень щодо формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки підприємства було узагальнено та визначено:

1. Сильний корпоративний імідж стає необхідною умовою досягнення підприємством стійкого і тривалого ділового успіху. По-перше, сильний імідж в ринковій системі обумовлює придбання певної конкурентної сили. По-друге, сильний імідж зменшує замінюваність товарів, а значить, захищає підприємство від атак конкурентів і зміцнює позиції щодо товарів-замінників. По-третє, сильний імідж полегшує доступ підприємства до фінансових, інформаційних, людських та інших ресурсів.

2. Визначені внутрішні складові іміджу організації: імідж продукту (послуги); створення інтер'єру офісу або робочого простору організації; формування корпоративної культури; розробка іміджу персоналу; розробка іміджу керівного складу.

3. Визначено, що економічна безпека це захищеність підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз, що дає змогу зберегти й ефективно використати матеріальний, фінансовий і інтелектуально-кадровий потенціал. До характерних зовнішніх дестабілізуючих чинників бізнесу громадського харчування, відносять: політичну та економічну нестабільність в державі; недосконалість законодавчої бази; податкову політику; кризові явища в економіці та галузі; конкуренція; зниження купівельної спроможності споживачів; форс-мажорні обставини. До внутрішніх дестабілізуючих чинників, які впливають на безпеку віднесемо: недосконалий менеджмент; низькі ділові та професійні якості персоналу; свідоме чи несвідоме нанесення збитків; витік інформації, в тому числі комерційної таємниці; міжособистісні конфлікти в колективі.

4. За результатами дослідження впливу іміджу на економічну безпеку ТОВ «Буленат» було визначено, що стан комерційної діяльності ТОВ

«Буленат» у цілому стабільний. У 2015 році спостерігається зростання чистого доходу від реалізації на 5,6% порівняно з попереднім періодом, це є результатом підвищення обсягів реалізації. Собівартість реалізованої продукції при цьому збільшувалася більшими темпами за рахунок здороження вартості куплених продуктів. Разом з цим відбувається збільшення прибутку підприємства, так у 2015 році чистий прибуток збільшився майже на 11% порівняно з 2014 роком.

5. Виявлено зменшення загальних та управлінських витрат, що вплинуло на збільшення прибутку. Зросла в плановому році й чисельність персоналу, а також плановий фонд заробітної плати відповідно на 20% та 19,5%. Також збільшилися в 2015 р. оборотні та необоротні активи та скоротилися поточні зобов'язання, що вказує на те, що підприємство більше розраховує на власні кошти.

6. У цілому платоспроможність підприємства оцінюється позитивно: у 2015 році усі коефіцієнти, крім поточної ліквідності знаходяться у межах норм та демонструють тенденцію до зростання. Результати аналізу фінансової стійкості свідчать, що всі показники коефіцієнт фінансової стійкості та коефіцієнт власного капіталу) мають досить високі значення, це говорить про вміле управління виробничими та господарськими факторами, які визначають результати діяльності підприємства.

7. За даними якісного складу персоналу ТОВ «Буленат», зроблено висновок: що з роками чисельність персоналу ТОВ «Буленат» збільшується, однак зростає плінність; визначена тенденція зростання плінності кадрів у 2015 р. – 0,27, що є негативною тенденцією; в 2015 році спостерігається тенденція незначного «старіння», але зміни несуттєві.; щодо кількості працівників, які мають вищу освіту за різними освітніми рівнями, у цілому ситуація є стабільною у 2014 та 2016 рр. їх питома вага 0,67%..

8. Результати аналізу ринку громадського харчування та конкурентної позиції ТОВ «Буленат» було визначено, третє місце посідає ТОВ «Буленат»; ТОВ «Бургер-СЛАВ» має більш низькі ціни у відношенні «ціна-якість» та має

додаткові послуги – «басейн для малюків». Отже ТОВ «Бургер- СЛАВ» має перевагу у кількості споживачів та програє лідерам, оскільки немає додаткових послуг та має проблеми з персоналом, тобто програє за рівнем обслуговування.

9. За результатами аналізу впливу чинників формування іміджу, як загроз економічної безпеки ТОВ «Буленат» визначено, що: основними чинниками іміджу як загроз економічної безпеки є: якість та рівень обслуговування гостей; плинність кадрів; відсутність додаткових послуг.

10. За результатами експрес-оцінки поточного рівня економічної безпеки було розглянуто діяльність ТОВ «Буленат» за різними сферами діяльності: фінансової безпеки, ринкової безпеки, інтерфейсної та інтелектуально-кадрової безпеки. Аналіз показав, що фінансова безпека підприємство має високий рівень самостійності та незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Ефективність фінансової та господарської діяльності ТОВ «Буленат» знаходиться на достатньо високому рівні. Загрози даної інтерфейсної складової економічної безпеки представляють можливі непередбачені зміни умов взаємодії (аж до розриву відносин) з економічними контрагентами: постачальниками, торговельними й збутовими посередниками, інвесторами, споживачами і т.д. Відповідальність за дану складову економічної безпеки несе служба маркетингу. Рівень інтерфейсної безпеки:  $0,75 \leq \text{заг.} < 1$ , отже у ТОВ «Буленат» нормальна безпека; За ступенем відхилення фактичних значень від середнього можна судити про рівень інтелектуально-кадрової складової економічної безпеки. Оскільки розглянути інтегральний показник ТОВ «Буленат»  $\Pi_i = 0,12$ , то він вищий за  $\text{Пср}$ , що свідчить про те, що рівень інтелектуально-кадрової безпеки нижчий за середній.

11. За результатами впровадження заходів формування позитивного іміджу як основи економічної безпеки прогнозується зростання рівня іміджу ТОВ «Буленат». Прогнозується зростання рівня іміджу ТОВ «Буленат», (21 бал) за рахунок впровадження ряду заходів: (організація підвищення кваліфікації



обслуговуючого персоналу, додаткові послуги, організація соціальних заходів). Прогнозний ефект заходів щодо формування позитивного іміджу та запобігання економічним загрозам ТОВ «Буленат» має економічні та соціальні результати.

Економічний ефект: додатковий прибуток від зростання клієнтської бази від організації соціальних заходів для дітей учасників АТО, багатодітних сімей та дітей сирот; збільшення прибутку на 7,075 тис.грн. від організації навчання персоналу (підвищення кваліфікації).

Соціальний ефект: зростання ділового авторитету, зростання іміджу від організації соціальних заходів для дітей учасників АТО, багатодітних сімей та дітей сирот; створення позитивного іміджу, посилення економічна безпека як результат організації підвищення кваліфікації; зростання іміджу компанії, посилення економічної безпеки від введення додаткових послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 759 с.
2. Барінов В. А. Экономика фирмы: стратегическое планирование : учеб. пособие / В. А. Барінов. – М. : КНОРУС, 2005. – 230 с.
3. Белецкая И. И. Конкурентоспособность в ее современной трактовке / И.И.Белецкая // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10. – С. 81-88.
4. Боумен К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумен; пер. с англ.; под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ. – 1997. – 175 с.
5. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів: ВИДАВНИЦТВО, 2012. – 386 с.
6. Благодатин А., Лозонский Л., Райзберг Б. Финансовый словарь. М.: ИНФРА-М, 2009. – 377 с. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. СПб.: Питер, 2000. – 224 с.
7. Балабанова А. В. Маркетинг: підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: «Знання-Прес», 2004. – 645 с.
8. Данчева О. В., Швалб Ю. М. Практична психологія в економіці та бізнесі. К.: Лібра, 2008. – 270 с.
9. Дегтярева О.А. Контроллинг: Учебное пособие. - Одесса: Пальмира, 2008 – 364 с.
10. Дем'яненко Г. Є. Економічна безпека торговельного підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг» / Галина Євгенівна Дем'яненко; [Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського]. – Донецьк, 2003. – 18 с.

11. Джи Б. Имидж фирм. Планирование, формирование, продвижение. / Б. Джи. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 224 с.
12. Дихтль Е. Хермген Х. Практический маркетинг: Учеб. Пособие / Пер. с нем. А.М. Макарова; Под ред. И. С. Минко. – М.: Высш.шк. – 2005.– 234 с.
13. Зайцев Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием : учеб. пособие / Н. Л. Зайцев. – [2-е изд., доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 455 с.
14. Захаров О. І. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності : навч. посібник / О. І. Захаров, П. Я. Пригунов. – К. : КНТ, 2008. – 257 с.
15. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
16. Ильяшенко С.Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценки / С. Н. Ильяшенко // Актуальн проблеми економки. - 2003. С.38-45.
17. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Перекл. З англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
18. Ксьондз С., Яскал І., Мадей І. Концептуальні підходи до кількісного визначення іміджу підприємства// Ефективна економіка.– 2013. – № 3. – С. 26-32.
19. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 416 с.
20. Лозниця В. С. Психологія менеджменту: навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2007.– 248 с.
21. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / [за ред. В. М. Геєця]. – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 240 с.
22. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-

- економічною безпекою підприємства: навч. посібник. – Львів, 2011. – 380 с.
23. Монастирський Г. Л. Теорія організації: навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
24. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с.
25. Палеха Ю. І. Ділова етика: навч. посібник. – К.: Вид'во Європ. ун-ту, 2002. – 180 с.
- 26.. Петруня Ю. Є. Маркетинг: навч. посібник. – К.: Знання, 2007. – 325 с.
27. Підхомний О.М./ Індикатори оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Л.С. Яструбецька // Економічні науки. Зб. наук. праць – Облік і фінанси – 2007 – вип. 23 – С. 234-237
28. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е, Портер ; [пер. с англ.]. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 454 с.
29. Рыночная экономика. Учебник в трех томах. Т.1 Теория рыночной экономики. Часть 1. Микроэкономика. / В.Ф. Максимова – М.: «Соминтэк», 1992. – 168 с.
30. Рудинская Е. В., Яромич С. А. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие. – К.: КНТ, Эльга'Н, 2008. – 416 с.
31. Савчук В.П. Диагностика предприятия: поддержка управленческих решений / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2004 – 175 с.
32. Семенов А. К., Маслова Е. Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 200 с.
33. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво: довідник. – К.: Знання-Прес, 2007. – 440 с.
34. Система стратегічного планування розвитку підприємства: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 [Електронний ресурс] / І.В. Смолін; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2005. - 36 с.

- 35.. Скибінський С. В. Маркетинг: підручник. – Ч. 1. – К.: КНЕУ, 2005. – 568 с.
36. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації.- К.: КНТЕУ, 2003 - 346 с.
37. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора Тищенко О.М.- Х.: „ІНЖЕК”, 2006.- 384 с.
38. Томилова М. Модель іміджа організації // Менеджмент и менеджер. – 2007. – № 9. – С. 26-32.
39. Уолш Кяран Ключевые показатели менеджмента: полное руководство по работе с критическими числами, управляющими вашим бизнесом / Пер. с англ. О.В. Чумаченко. – 4-е изд. – К: Companion Group, 2006. – 400 с.
40. Химич І. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // Економіка та держава. – 2009.- № –с.59-60.
41. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник. – Вид. 2-ге, випр., доп.– К.: Академвидав, 2007. – 576 с.
42. Хрущ Н.А., Л.В.Ваганова. Імідж як індикатор інтелектуально-кадрової безпеки організації / Економічні науки 228 Вісник Хмельницького національного університету 2014, № 5, Т. 1. С.227-230.(для 3.3)
43. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом / І.Б. Швець // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – Донецьк, 2009. – Випуск 36-1. – С. 179–184.
44. Шершньова З. Е. Стратегічне управління. – К.: КНЕУ, 2009. – 409 с.
45. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия //Маркетинг в России и зарубежом. – 2011. – № 3. С. 36-38.

46. Шумкова О.В., Блюмська К.В. Економічна оцінка іміджу підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Шумкова, К.В. Блюмська // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія “Фінанси і кредит”. – 2011. – №1. Режим доступу:

[http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/Vsnau/2011\\_1/46 Shumkova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/46%20Shumkova.pdf)

47. Офіційний сайт Державної служби статистики України. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

48. Оценка финансово-экономической безопасности предприятий. 2012. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gym/gee/2012\\_3/ru/gee.../07K\\_ru.php](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gym/gee/2012_3/ru/gee.../07K_ru.php)

49. Подлужна Н.О. Кількісна оцінка кадрової безпеки організації // Вісник Донецького Національного Університету. Серія Економіка і право. – 2011. – Вип. 2. – С. 160-164.

50. Подлужна Н., Єгорова О. Загрози кадровій безпеці та методи запобігання їм у виробничо-комерційній діяльності підприємств // Економіка. – 2010. – № 5(105). – С. 56-60

51. Пономаренко В.С. Концептуальні основи економічної безпеки: монографія / В.С. пономаренко, С.В. Кавун. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 256 с.

52. Поплавська Ж.В., Ліманський А.М. Безпека як стратегічний вимір // Вісник економіки транспорту і промисловості (збірник науково-практичних статей). – 2011. – Випуск 38. Додаток «Безпека INFESCO». – С. 115-118.

53. Реверчук Н.Й. Кадрова безпека підприємства та методологія управління нею // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2009. – № 1(4). – С. 159-163.

52. [topplus.com.ua/index.php?option=com\\_content&view...id](http://topplus.com.ua/index.php?option=com_content&view...id).

53. [www.rosdiplom.ru/rd/portfolio/diplomi/3.doc](http://www.rosdiplom.ru/rd/portfolio/diplomi/3.doc)

54. Boulding K. National images and international system // Comparative Foreign Policy. Ed. By W. Hanrieder. N.Y., 1971. p. 90–102.

55 Burenina I.V. Strategicheskoe razvitie neftyanogo biznesa Rossii// Al'manah sovremennoi nauki i obrazovaniya. 2007. № 4. S. 36-37. [in Russian].

56 Gaifullina M.M. Integral'nyi podhod k ocenke kadrovogo potenciala predpriyatiya // Vestnik VEGU. 2015. №4. S. 22-33. [in Russian].

57 Hamitova E.F., Gaifullina M.M. Ocenka konkurentosposobnosti molodyh specialistov neftyanykh kompanii // Neftegazovoe delo. 2014. № 12-1. S. 190-196. [in Russian].

58 Gaifullin A.Yu. Podgotovka, privlechenie i uderzhanie kvalificirovannykh kadrov/ Srednesrochnaya kompleksnaya programma social'no-ekonomicheskogo razvitiya severo-vostochnykh raionov Respubliki Bashkortostan na 2011-2015 gody / po red.F.A. Saifullina. M.: Izd-vo «Ekonomika», 2011. S. 150-152. [in Russian].

59 Makova M.M., Makov V.M. Tendencii innovacionnogo razvitiya neftegazovogo kompleksa Rossii // Himicheskaya tehnika. 2010. № 9. S. 30-32. [in Russian].

60. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ernst\\_%26\\_Young](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ernst_%26_Young)

61. Баланс ТОВ «Буленат» за 2014, 2015 рр.

62. Звіт про фінансові результати ТОВ «Буленат» за 2014, 2015 рр.

63. Обзор рынка гражданского харчування України в 2014 році. – Режим доступу:<http://artmodernmarketing.com/news/cement-kharkov>