

08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / С. В. Капітула. – Кривий Ріг, 2009. – 20 с.

5. *Чаговець Л. О.* Моделі оцінки та аналізу економічної безпеки підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» / Л. О. Чаговець. – Харків, 2010. – 20 с.

6. *Тамбовцев В. Л.* Экономическая безопасность хозяйственных систем : структура проблемы / В. Л. Тамбовцев // Вестник МГУ. – Сер. 6 : Экономика. – 1995. – С. 3-9.

7. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е. А. Олейникова. – М. : Экономика, 2000. – 271 с.

8. *Кузенко Т. Б.* Планування економічної безпеки підприємств в умовах ринкової економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» / Т. Б. Кузенко. – К., 2004. – 18 с.

9. *Тимофєєва Т. О.* Розробка механізму щодо забезпечення економічної безпеки залізничного транспорту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Т. О. Тимофєєва. – Харків, 2009. – 20 с.

10. *Свірідова О. В.* Забезпечення економічної безпеки експортної діяльності промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. В. Свірідова. – Луганськ, 2009. – 20 с.

11. *Дубицький Д. П.* Оцінка економічної безпеки підприємства при зовнішньоекономічній діяльності (на прикладі гірничодобувних підприємств) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Д. П. Дубицький. – Кривий Ріг, 2010. – 20 с.

12. *Іванова Н. С.* Оцінка ефективності системи економічної безпеки агропромислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Н. С. Іванова, 2011. – 20 с.

13. *Яременко О. Ф.* Механізм управління економічною безпекою машинобудівного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. Ф. Яременко. – Хмельницький, 2009. – 20 с.

14. *Близнюк А. О.* Ідентифікація загроз економічній безпеці підприємства / А. О. Близнюк // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 3. – Т. 3. – С. 43-49.

УДК 65.012.8 (477)

І. В. Больботенко

здобувач,

Університет економіки та права «КРОК»

Репутація як ключовий чинник впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності

У статті розглянуто поняття «репутація» як ключовий чинник впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності. Сформульовано ознаки втрати репутації за групами впливу зацікавлених сторін і показано вплив цього чинника на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиту.

Ключові слова: економічна безпека, інтерфейсна складова економічної безпеки, репутація, загрози втрати репутації.

И. В. Больботенко
соискатель,
Университет экономики и права «КРОК»

Репутация как ключевой фактор влияния на интерфейсную составляющую экономической безопасности субъектов аудиторской деятельности

В статье рассмотрено понятие «репутация» как ключевой фактор влияния на интерфейсную составляющую экономической безопасности субъектов аудиторской деятельности. Сформулированы признаки потери репутации по группам влияния заинтересованных сторон и показано влияние этого фактора на интерфейсную составляющую экономической безопасности субъектов аудита.

Ключевые слова: экономическая безопасность, интерфейсная составляющая экономической безопасности, репутация, угрозы потери репутации.

I. Bolbotenko
Lecturer, Department of Accounting, Analysis and Audit,
«KROK» University

Reputation as a key factor of influence on the interface component of economic security auditing entities

The article deals with the concept of «reputation» as a key factor of influence on the interface component of economic security auditing entities. The criteria for loss of reputation effects by groups of stakeholders was formulated and the impact of this factor on the interface component of economic security audit entities was shown.

Keywords: economic security, interface component of economic security, reputation, threat of loss of reputation.

Постановка проблеми

В умовах нестабільного та непередбачуваного конкурентного середовища належна ділова репутация підприємства стає важливим засобом зміцнення його ринкових позицій, оскільки забезпечує додаткові конкурентні переваги, полегшує доступ до бізнес-ресурсів і сприяє захищеності економічних інтересів підприємства від негативних проявів зовнішнього середовища. За наявності значної кількості дестабілізуючих чинників формування позитивної репутации стає необхідною умовою для забезпечення тривалого та стійкого розвитку будь-якого суб'єкта господарювання. Особливого значення репутация як чинник, що сприяє зміцненню економічної безпеки, набуває у сфері надання аудиторських послуг, адже, окрім надання користувачам безпосереднього звіту про результати перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку, аудиторі додають до нього й дещо нематеріальне, а саме – свою репутацию. Значення репутации для функціонування та розвитку аудиторських компаній не можна переоцінити. Історії відомі факти, коли втрата ділової репутации призводила до вкрай небезпечних, іноді фатальних наслідків для суб'єктів аудиту. Так, через скандал, пов'язаний з

обвинуваченням компанії Arthur Andersen у співучасті у фальсифікації звітності збанкрутілого енергетичного гіганта Enron, Arthur Andersen почала масово втрачати клієнтів. Унаслідок втрати репутації у 2002 р. одна з найбільш відомих аудиторських компаній, що входила до «Великої п'ятірки» аудиторських компаній світу, припинила своє існування на ринку аудиторських послуг [1]. Отже, належний рівень ділової репутації є вихідною умовою для забезпечення ефективного функціонування суб'єктів аудиту. Тому виникає потреба у вивченні сутнісних і змістовних характеристик репутації як засобу взаємодії між суб'єктом аудиту та зацікавленими сторонами, з'ясуванні впливу цього чинника на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідники проблематики економічної безпеки суб'єктів господарювання, зокрема, Т. Г. Васильців [2], Д. В. Зеркалов [3], О. І. Захаров [4], В. Л. Ортинський [5], виділяють декілька функціональних складових економічної безпеки – фінансову, кадрову, інвестиційну, інноваційну, силову, інформаційну, техніко-технологічну, політико-правову, інтерфейсну. Продовжують тривати дискусії щодо необхідної кількості складових, їх місця та ролі в системі економічної безпеки суб'єктів господарювання. Найменш дослідженою та розглянутою в наукових джерелах виступає інтерфейсна складова економічної безпеки. На думку колективу авторів під керівництвом В. Л. Ортинського [5, с. 81], інтерфейсна складова характеризує надійність взаємодії з економічними контрагентами. Розглядаючи інтерфейсну складову в контексті економічної безпеки машинобудівних підприємств, Л. В. Ваганова [6, с. 82], подає більш розширене визначення: «Інтерфейсна складова включає в себе сукупність відносин з постачальниками та збутовими посередниками, інвесторами, споживачами, державними органами влади та кредитними установами». Дослідники В. Г. Алькема, М. М. Третьяк [7] вважають, що інтерфейсна складова суб'єкта господарювання – це комплекс його відносин і зв'язків між іншими суб'єктами, що характеризують ступінь захищеності в процесі взаємодії з економічними контрагентами. При цьому науковці наголошують на тому, що природа інтерфейсної складової полягає в надійності постачальницько-збутової діяльності, і розглядають цю складову під кутом сучасної концепції ланцюга поставок з позиції суб'єктів ланцюга та зв'язків між його економічними агентами.

Розглядові теоретичної сутності поняття «репутація» присвячено праці таких науковців, як Г. Даулінг [8], С. В. Горін [9], В. М. Жуковська [10], О. Кершис [11], О. В. Шиманська [12], Д. І. Берницька [13]. Поширеним є визначення ділової репутації як цілісного уявлення про підприємство, що складається з оцінки результатів його діяльності різними зацікавленими особами (стейкхолдерами), які в тій чи іншій мірі впливають або на яких впливає життєдіяльність компанії [10, с. 273].

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

Аналіз наукових джерел свідчить, що основна увага вчених при розгляді інтерфейсної складової економічної безпеки спрямована на вивчення проблем взаємодії з економічними контрагентами через призму постачальницько-збутової діяльності, насамперед, на виявлення загроз можливих небажаних змін в умовах взаємодії через втрату контрагентів.

На сьогодні не встановлено чинники, які впливають на рівень інтерфейсної складової економічної безпеки. На нашу думку, до таких ключових чинників відноситься репутація. Вивчення впливу репутації на інтерфейсну складову еко-

номічної безпеки суб'єктів аудиту є важливим з позиції ідентифікації та оцінки витрат, пов'язаних із втратою репутації.

Формулювання цілей статті

Метою статті є з'ясування сутності та змісту поняття «репутація» як ключового чинника інтерфейсної складової економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності.

Для досягнення поставленої мети вирішували такі завдання:

- розгляд поняття «інтерфейсна складова економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності»;
- з'ясування сутності та змісту репутації як чинника впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності;
- формулювання ознаки втрати репутації за групами впливу зацікавлених сторін на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиту.

Виклад основного матеріалу дослідження

Економічна безпека суб'єкта аудиторської діяльності – це здатність суб'єкта аудиту протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам шляхом взаємоузгодження та збалансування його економічних інтересів з інтересами зацікавлених сторін. Виділяючи інтерфейсну складову економічної безпеки, слід урахувувати специфіку здійснення незалежного аудиту. У процесі функціонування аудиторської компанії відбувається поєднання підприємницької, фінансової та професійної діяльності, для якої характерна наявність не тільки класичних зв'язків взаємодії між суб'єктом аудиту та замовниками аудиторських послуг, постачальниками, державними органами, а й розширена мережа взаємозв'язків із професійними організаціями та користувачами фінансової звітності. Тому природа інтерфейсної складової визначається характером взаємодії суб'єкта аудиту з усіма зацікавленими сторонами, а не тільки з безпосередніми економічними контрагентами.

Як комплексне поняття інтерфейсна складова економічної безпеки включає суб'єктні компоненти та компоненти зв'язків [7]. Вважаємо, що не менш важливою компонентою інтерфейсної складової виступає характер взаємодії між суб'єктами, оскільки рівень цієї складової економічної безпеки визначається не стільки наявністю взаємозв'язку, скільки якісною його характеристикою, формалізованою в поняття «надійність», «стабільність» тощо.

Сформульована автором характеристика інтерфейсної складової економічної безпеки суб'єктів аудиту схематично представлена на рис.

Кожна із зазначених цільових груп вступає у взаємодію із суб'єктом аудиту, виходячи зі своєї локальної мети та утворюючи різноманітні за своєю природою зв'язки. Характер цієї взаємодії визначає рівень інтерфейсної складової економічної безпеки. На думку автора, якісними вимірниками інтерфейсної складової виступають параметри надійності, прозорості, неупередженості, солідарної відповідальності та професійної етичності взаємодії суб'єкта аудиту з усіма зацікавленими сторонами.

Застосувавши прийоми причинно-наслідкового аналізу, можемо зазначити, що окреслені параметри взаємодії тісно пов'язані з поняттям «репутація». Замовники звертаються до послуг аудиторської компанії тільки за умови належного рівня її ділової репутації. Оскільки саме належна ділова репутація аудиторської компанії формує довіру користувачів бухгалтерської звітності до показників діяльності замовника, що підвищує його власну репутацію в очах третіх осіб. Як наслідок, надійність взаємодії суб'єкта аудиту та замовника зміцнюється та стає каталізатором для залучення потенційних замовників. Отже, належна ре-



Рис. Характеристика інтерфейсної складової економічної безпеки суб'єктів аудиту

Джерело: розроблено автором на підставі [7]

путація сприяє зміцненню та підвищенню рівня економічної безпеки суб'єктів аудиту.

Репутація як чинник впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки полягає у відсутності негативних інформаційних повідомлень про діяльність суб'єктів аудиту, у результаті чого у свідомості зацікавлених цільових груп формується стійка думка про аудиторську компанію як надійного партнера та гаранта достовірності інформації для широкого кола користувачів бухгалтерської звітності.

Авторське розуміння сутності та змісту репутації як ключового чинника впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності полягає в наступному:

- репутація формується із плином часу та шляхом запланованих послідовних дій із забезпечення бездоганної якості наданих аудиторських послуг;
- репутація як своєрідний кредит довіри слугує джерелом додаткових переваг у діяльності аудиторської фірми та дає змогу не зазнавати великих втрат у несприятливих умовах функціонування суб'єкта аудиту;
- односпрямована швидкість зміни репутації проявляється в тому, що позитивна репутація формується протягом доволі тривалого періоду часу, проте може бути дуже швидко втрачена. З іншого боку, негативна репутація утворюється досить швидко, але її корекція вимагає значного періоду часу;
- репутація, як і будь-який нематеріальний актив безпосереднього використання, може бути використана співробітниками компанії у своїх корисливих цілях, незважаючи на завдану при цьому шкоду;

- превентивні заходи з метою недопущення втрати репутації значно ефективніші та дешевші за витратами, ніж захисні дії в момент настання кризової ситуації.

Загрози втрати репутації виникають унаслідок дії об'єктивних і суб'єктивних чинників, що обумовлюють формування негативної думки про суб'єкт аудиту у зовнішніх контрагентів, зокрема, замовників і споживачів аудиторських послуг, користувачів фінансової звітності, органів суспільного нагляду, громадськості. Хоча ці чинники утворюються в зовнішньому середовищі суб'єкта аудиторської діяльності, проте породжують реальні загрози економічній безпеці. Дестабілізуючими факторами, що становлять загрозу втрати репутації, виступають як деструктивні дії співробітників аудиторської компанії, так і недружні заходи з боку конкурентів, спрямовані на поширення неправдивої інформації через засоби прямого та непрямого впливу зацікавлених сторін на суб'єкт аудиту.

Рівень репутації залежить від різноманітних груп впливу (стейкхолдерів), зацікавлених у діяльності підприємства. Використовуючи комплексну класифікацію зацікавлених сторін, запроповану Г. Даулінгом [8, с. 9], охарактеризуємо основні групи стейкхолдерів, що мають найбільший вплив на репутацію суб'єкта аудиту, за такими групами: нормативною (Н), функціональною (Ф), дифузною (Д) і споживчою (С).

До нормативної групи належать Уряд країни, державні регуляторні органи у сфері аудиту, Комітет з міжнародної практики аудиту Міжнародної федерації бухгалтерів, Аудиторська палата України, Спілка аудиторів України, професійні організації бухгалтерів і аудиторів. Учасники цієї групи формують нормативно-правові засади діяльності суб'єктів аудиту, оцінюють цю діяльність і встановлюють обмеження щодо її здійснення. Негативна оцінка репутації аудиторської компанії в очах цієї групи зацікавлених сторін може створювати загрози перешкоджання діяльності суб'єкта аудиту засобами дисциплінарної, цивільної та фінансової відповідальності.

До функціональної групи включаються співробітники аудиторської компанії, партнери, постачальники. Професійними діями співробітників і партнерів аудиторської компанії безпосередньо формується належний рівень репутації. Порушення норм професійної етики аудиторами може стати «міною уповільненої дії», що знищить аудиторську компанію. Тому формування відчуття причетності персоналу до справ компанії та відповідальності за свої дії, з одного боку, і наявність корпоративної відповідальності перед співробітниками, з іншого боку, повинні бути ключовими положеннями для забезпечення належного рівня репутації. Реакція постачальників матеріальних цінностей і послуг на зниження репутації аудиторської компанії загрожує розривом господарських відносин.

Дифузна група складається із засобів масової інформації, науково-освітніх закладів, контактних аудиторій, груп особливих інтересів. Особливість цієї групи зацікавлених сторін полягає в тому, що вона активізується в момент втрати репутації аудиторською компанією. З огляду на це, в якості превентивних заходів безпеки необхідно перетворити цю цільову групу на безперервний канал транслявання необхідної інформації про аудиторську компанію в зовнішнє середовище.

До споживчої групи належать безпосередні замовники аудиторських послуг і користувачі бухгалтерської звітності. Вплив замовників на репутацію аудиторської компанії характеризується взаємною спрямованістю. Солідний клієнт обирає аудиторську компанію з високою репутацією, щоб підвищити власну репутацію в очах третіх осіб. У свою чергу, обслуговування солідних клієнтів підвищує

рівень репутації аудиторської компанії. Довіра користувачів бухгалтерської звітності до результатів аудиту також напряму залежить від репутації аудиторської компанії. Використовуючи аудиторський висновок для власних інформаційних потреб, користувачі прагнуть впевненості в достовірності та неупередженості підтвердженої аудитором інформації. Негативна оцінка репутації цією цільовою групою загрожує втратою довіри до аудиторської компанії та в кінцевому підсумку може призвести до вкрай негативних наслідків.

Нині для оцінки рівня репутації використовують кількісні та якісні методи, яким властиві певні переваги та недоліки. Науковці визнають, що серед застосовуваних методів немає єдиного правильного та універсального [12, с. 90]. Розповсюдженим способом оцінки рівня репутації підприємства виступає рейтинговий метод. Найбільш авторитетним глобальним дослідженням корпоративної репутації у світі виступає проект Reputation Institute (RI), який для вивчення репутації використовує оригінальну методика Rep Trak™. Згідно з цією методикою дослідження репутації базується на вимірі 27 критеріїв, чотири з яких мають відношення до емоційних складових сприйняття (повага, симпатія, довіра та захоплення) і 23 раціональні індикатори, які згруповані за сімома факторами: *результативність*, *продукти/послуги*, *інновації*, *умови праці*, *корпоративне управління*, *соціальна відповідальність*, *лідерство* [14]. Використовуючи зазначені фактори репутації, шляхом логічного узагальнення та аналізу окреслимо ознаки втрати репутації за групами впливу зацікавлених сторін: *нормативною (Н)*, *функціональною (Ф)*, *дифузною (Д)* і *споживчою (С)*, на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиту. Сформульована автором якісна характеристика вагомості втрати репутації за групами впливу представлена в табл.

Виходячи з того, що репутація є колективною думкою про аудиторську компанію, що формується з часом у свідомості цільових груп впливу на підставі оцінки економічного, корпоративного, соціального та інших аспектів її діяльності, захист репутації повинен здійснюватися, насамперед, шляхом превентивних заходів. При цьому основна увага має бути спрямована на дослідження й аналіз сприйняття стейкхолдерами діяльності аудиторської компанії та оцінку відповідності дій співробітників її стратегічним цілям.

У разі настання кризової ситуації для подолання загрози втрати репутації слід вжити таких заходів. По-перше, негайно відреагувати на негативні події та проблемні питання й вчасно надати повну та правдиву інформацію медіа. Приховування чи надання часткової інформації може лише погіршити ситуацію та загрожує ще більшою втратою репутації. По-друге, сплатити всі відшкодування потерпілим сторонам. По-третє, ретельно підійти до вибору працівника, який буде спілкуватися з медіа. Це повинна бути особа з чималим досвідом і високою посадою, слова якої мають викликати довіру. По-четверте, проаналізувати причини виникнення кризової ситуації та осмислити набутий досвід її подолання.

Висновки

Таким чином, з'ясовано сутність і зміст репутації як ключового чинника впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності. Репутація як чинник впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки полягає у відсутності негативних інформаційних повідомлень про діяльність суб'єктів аудиту, в результаті чого у свідомості зацікавлених цільових груп формується стійка думка про аудиторську компанію як надійного партнера та гаранта достовірності інформації для широкого кола користувачів бухгалтерської звітності.

Таблиця

Основні ознаки втрати репутації за групами впливу зацікавлених сторін на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиту

Параметр оцінки репутації	Ознака втрати репутації	Вагомість для груп впливу			
		Н	Ф	Д	С
Послуги	Низька якість аудиторських послуг	+	+	+	+
	Відсутність системи внутрішнього контролю якості аудиторських послуг	+	+	-	+
	Вартість аудиторських послуг вища, ніж у конкурентів	-	+	-	+
	Наявність скарг до Аудиторської палати України	+	+	+	+
Рівень корпоративного управління	Несвоєчасність подання звітності та неповне розкриття інформації перед регулюючими органами, відсутність оприлюдненої інформації, передбаченої чинним законодавством	+	-	-	+
	Наявність значної кількості негативної, неперевіреної інформації в ЗМІ	-	+	+	+
	Відсутність доступної інформації для різних груп стейкхолдерів	+	+	+	+
	Непрозорість аудиторської компанії	+	+	+	+
	Відсутність корпоративного сайту/сторінки аудиторської компанії в соціальних мережах	+	+	+	+
Результативність діяльності	Зменшення загального обсягу наданих аудиторських послуг	+	+	-	-
	Зменшення середнього доходу на одного співробітника	-	+	-	-
	Наявність штрафних санкцій за порушення професійних норм ведення бізнесу	+	+	+	+
	Наявність факту ініціювання справи про банкрутство	+	+	+	+
Інновації	Відсутність нових технологій аудиту	+	+	-	+
	Відсутність нових видів аудиторських послуг	-	+	-	+
Соціальна відповідальність	Відсутність фактів спонсорювання культурних, освітніх і спортивних заходів	-	+	+	-
	Відсутність участі в благодійних програмах	-	+	+	-
	Відсутність програм сприяння формуванню атмосфери довіри та прозорості у вітчизняному бізнес-середовищі	+	+	+	+
Умови праці	Оплата праці нижча, ніж у конкурентів	-	+	-	+
	Нерівні умови праці для окремих категорій співробітників	-	+	+	-
	Наявність штрафів за порушення норм охорони праці	+	+	+	-
	Відсутність програм підвищення кваліфікації та розвитку персоналу	+	+	-	+
Лідерство	Відсутність відповідального менеджменту	-	+	+	+
	Неетична та безвідповідальна поведінка керівника	-	+	+	+
	Відсутність чіткого бачення майбутнього компанії	-	+	+	+

Джерело: авторська розробка

Хоча загрози втрати репутації утворюються за межами суб'єкта аудиту, передумови їх виникнення безпосередньо пов'язані з результатами діяльності аудиторської компанії, якістю наданих аудиторських послуг, активною громадською позицією та участю в діяльності професійних організацій. Зниження репутації може призвести до вагомих економічних втрат, зменшення ринкової вартості бізнесу та навіть повної ліквідації суб'єкта аудиторської діяльності.

Рівень репутації визначається впливом цільових груп, зацікавлених у діяльності суб'єкта аудиту. Сформульовані дестимулюючі ознаки репутації дають змогу окреслити параметри оцінки репутації за їх вагомістю для нормативної, функціональної, дифузної та споживчої груп зацікавлених сторін.

У подальшому важливо дослідити вплив параметрів оцінки репутації на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єкта аудиту, виходячи з кількісної характеристики дестимулюючих ознак репутації, та здійснити їх ранжування за величиною потенційної шкоди економічним інтересам суб'єкта аудиторської діяльності.

Література

1. «Большая четвёрка» (аудит) [Електронний ресурс] // Матеріал из Википедии – свободной энциклопедии. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki>
2. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України : стратегія та механізми зміцнення : [монографія] / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.
3. Зеркалов Д. В. Экономическая безопасность [Електронний ресурс] : Монография. – Электрон. данные / Д. В. Зеркалов. – К. : Основа, 2011. – 587 с.
4. Захаров О. І. Комплексність економічної безпеки підприємства та впливи зовнішнього середовища / О. І. Захаров. – Ефективність управління в процесі реформування : макрота мікроекономічні аспекти : Колективна монографія / За наук. ред. проф. Радіонової І. Ф. – К. : Університет економіки та права «КРОК», 2012. – 364 с.
5. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Л. Оргинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко та ін. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
6. Ваганова Л. В. Оцінка інтерфейсної складової економічної безпеки машинобудівних підприємств / Л. В. Ваганова // Економіка розвитку. – 2013. - № 2 (66). – С. 81–85.
7. Алькема В. Г. Інтерфейсна складова економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності / В. Г. Алькема, М. М. Третьяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ugi.edu.ua/assets/files/SCIENTIFIC_STUDIES_1_V.pdf
8. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг ; [пер. с англ.]. – М. : Инфра-М, 2004. – 368 с.
9. Горин С. В. Деловая репутация организации / С. В. Горин. – М. : Феникс, 2006. – 256 с.
10. Жуковська В. М. Методологічні засади виміру репутаційної активності роздрібних торговельних мереж / В. М. Жуковська, Г. О. Бондар // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – С. 273-277.
11. Кершиш О. Курс на корпоративну репутацію / О. Кершиш [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.businessclass.kiev.ua/magazine/337.html>
12. Шиманська О. В. Методи оцінки ділової репутації підприємства / О. В. Шиманська // Економіка підприємства : теорія і практика : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. ; 12 жовтня 2012 р. – К. : КНЕУ, 2012. – С. 88–91.
13. Берницька Д. І. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства / Д. І. Берницька, Н. О. Кравчук // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 3. – С. 41–45.
14. Аудит репутації [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Reputation Capital Ukraine. – Режим доступу : <http://www.reputationcapital.org>