

системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.

11. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

13. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]. Харьков: Фактор, 2007. 640 с.

14. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobielieva // Дослідження та оптимізація економ. процесів «Оптимум-2017»: тр. 13-ї Міжнар. конф. Харків: НТУ «ХП», 2017. С. 140-143.

15. Управління персоналом та економіка праці: навч. посібник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред. М. І. Погорелов [та ін.]; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: НТУ «ХП», 2015. 521 с.

Кобєлєва Т.О.,

доктор екон.наук, доцент

Перерва П.Г.,

доктор екон.наук, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

РОЗВИТОК ПОЛОЖЕНЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМПЛАЄНСА

Антимонопольний комплаєнс це система заходів, прийнятих усередині компанії або групи компаній і спрямованих на інформування, навчання та інструктаж працівників щодо норм антимонопольного права, і прийнятої в компанії або в групі компаній політики дотримання даних норм, а також на контроль і моніторинг дотримання зазначених норм і політик [1, 2, 3, 15]. Таким чином, програми антимонопольного комплаєнса є різновидом організаційних систем внутрішнього контролю, націлених на стандартизацію поведінки персоналу, зокрема, в сфері дотримання норм антимонопольного права.

Антимонопольний комплаєнс, що приймає на практиці різні форми, успішно застосовується в зарубіжній практиці (наприклад, в Італії, Великобританії, Франції, Канаді) [4-8, 16]. Організація системи комплаєнса включає (в різних поєднаннях – в залежності від специфіки бізнес-процесів організації) наступні заходи:

– виявлення ризиків порушення антимонопольного законодавства, оцінку виявлених ризиків;

– вибір і призначення відповідальної особи, створення робочої групи з питань антимонопольного комплаєнсом, навчання зазначених осіб;

- прийняття внутрішніх актів для організації системи комплаєнса, а також супутніх документів (таких як політика компанії щодо дотримання вимог антимонопольного законодавства, торгово-збутова політика, що передбачає відсутність дискримінаційних умов і критеріїв при відборі контрагентів, і т.д.);
- виявлення фокус-груп співробітників в зонах високих / типових ризиків порушень антимонопольного законодавства, впровадження систем навчання і перевірки знань фокус-груп співробітників, забезпечення зворотного зв'язку;
- визначення і впровадження точок контролю антимонопольного комплаєнса, визначення контролерів;
- розробку і впровадження процедур самооцінки системи комплаєнса;
- впровадження системи інформування про потенційні порушення антимонопольного законодавства;
- створення ресурсу для проведення внутрішніх розслідувань порушень антимонопольного законодавства;
- впровадження процедури зовнішнього контролю ефективності системи антимонопольного комплаєнса;
- впровадження антимонопольного комплаєнса в філіях компанії;
- розміщення інформації про програму антимонопольного комплаєнса на сайті підприємства.

Створення антимонопольного комплаєнса набирає популярність в українському бізнес-співтоваристві. Оцінивши специфіку економічних операцій компанії і масштаб бізнесу за допомогою спеціального антимонопольного аудиту, є можливість розробити оптимальний комплекс заходів, які будуть затребувані і ефективні для конкретної компанії і дійсно будуть служити інструментом зниження ризиків, а не додатковою статтею витрат.

Список використаних джерел

1. Антимонопольный комплаєнс в компаниях потребительского сектора. URL: <https://docplayer.ru/71859046>
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промислового підприємства. Харьков-Мишкольц: ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
3. Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промислового підприємства: сутність и задачи. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»*: зб. наук. пр.- Сер.: Економічні науки. Харків: НТУ «ХПІ», 2017. № 24 (1246). С. 153-158.
4. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків: НТУ «ХПІ», 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

5. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: *Феникс*, 2003. 592 с.
6. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
7. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. Харьков: «*Основа*», 1993. 288с.
8. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: *Наукова думка*, 1989. 176с.
9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
10. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков: Фактор, 2009. 480 с.
11. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
13. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]. Харьков: *Фактор*, 2007. 640 с.
14. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobielieva // *Дослідження та оптимізація економ. процесів «Оптимум–2017»*: тр. 13-ї Міжнар. конф. Харків: НТУ «ХПІ», 2017. С. 140-143.
15. Управління персоналом та економіка праці: навч. посібник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред. М. І. Погорелов [та ін.]; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: НТУ «ХПІ», 2015. 521 с.

Козлова Є. Г.,

студентка

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

Криворучко О.М.

доктор екон. наук, проф., завідувач кафедри менеджменту

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В БІЗНЕС-ПРОЦЕСАХ

Для ефективної реалізації бізнес-процесів (БП) основної діяльності підприємства необхідно забезпечити контроль і управління їх станом, в тому числі і управління процесами змін БП. Необхідність у змінах БП, як правило, пов'язана з відхиленням параметрів БП від заданих відповідними регламентами, з виникненням нештатних ситуацій при забезпеченні виконання БП необхідними ресурсами. Підставами для формування і реалізації керуючих впливів на БП є результати оцінки комплексних показників ефективності процесів, які визначаються на основі даних контролю їх стану.