

сайт. URL: <https://dp.uz.gov.ua/ukr/enterprise> (дата звернення: 19.02.2021).

2. Олексюк О. І. Економіка результативності підприємства: монографія. Київ: КНЕУ, 2008. 262 с.

РОЗВИТОК АНТИКОРУПЦІЙНИХ КОМПЛАСНС-ПРОГРАМ В УКРАЇНІ

Кобелева Тетяна Олександрівна,

д.е.н., доцент

Болюх Ірина Олегівна,

студентка

Лук'янова Ярослава Артемівна,

студентка

Видря Єлизавета Володимирівна,

студентка

Перерва Петро Григорович,

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Проблеми протидії корупції, які виступають предметом обговорення на численних сучасних конференціях, останнім часом помітно стали володіти властивістю монопольного тематичного переваги, обмеженого питаннями превенції корупційних проявів в області державної цивільної та муніципальної служби. Ця теза, не ставить під сумнів важливість розвитку антикорупційних тактик в публічній сфері, можливість обміну досвідом, накопиченим суб'єктами профілактики корупції в самому різному вигляді, форматі, аспекті: регіональному, за сферами корупційної схильності суспільних відносин, щодо законодавчих технологіям, інноваційним заходам. Але всі вони виявляються поліотраслевими по практичного застосування, за спрямованістю реалізації.

Беручи до уваги, що тема антикорупційних комплаєнс систем для вітчизняного правоприменителя є багато в чому дивовижною, а також ту обставину, що в Україні вона не досить розвинена в методичному, організаційному, правовому аспекті, до їх оформлення пропонується зосередитися на висвітленні ключових, першорядних положеннях. Перше положення, укладено в гіпотезах необхідного забезпечення правової політики підприємств, яке не дозволяє проникати ризиків прояви корупції. В першу чергу, це стосується забезпечення прозорості правових і адміністративних процедур, без яких не може обходитися нормальне функціонування компанії, що здійснює велику управлінську, господарську діяльність. Вирішенню цього завдання багато в чому заважає стереотип про те, що правове забезпечення захисту активів підприємства забезпечується типовими контрактами і антикорупційними застереженнями в них, участю в антикорупційних угодах. Упущенням, як видається, тут є відсутність уваги до ризиків легалізації корупції, які стають можливі в результаті недоліків локального нормотворчості

в компаніях. Щоб уникнути голослівності суджень на цей рахунок, досить привести окремі приклади корупціогенності тих положень правових актів компаній, застосування яких веде до втрати активів. З огляду на інтимний характер питань якості антикорупційної комплаєнс-безпеки підприємств, як в успіхах, так і в недоліках, вимушеним є збереження джерел приводяться прикладів. Тим часом, їх освітлення на сторінках збірника матеріалів конференції, підпорядковане цілям превенції типового їх поширення. Отже, найбільш вразливою від корупційного проникнення є сфера розподілу благ і переваг. По відношенню до компаній, нормативні положення встановлюють порядок, процедури і регламенти такого розподілу зосереджені в Положеннях про надання благодійної допомоги, в Положеннях про спонсорську діяльність, в Положеннях про обмін діловими подарунками.

Дуже важливий резерв розвитку антикорупційних комплаєнс систем закладений в задачах організаційно-методичного забезпечення і супроводу антикорупційних політик (практик) комерційних організацій. Тут знову можна вдатися до формули перевірки гіпотези. Остання, виражена в стереотипі про те, що кожна компанія повинна мати індивідуальну антикорупційну комплаєнс систему. Упущення, при аналізі цього стереотипу полягає в тому, що велика кількість і різноманітність корпоративних антикорупційних практик створюють перешкоди розвитку бізнес-відносин. Абсолютно суверенна система антикорупційної захисту компанії породжує надмірність взаємних перевірочних процедур між партнерами, утворює профіцит бюрократизації економічних відносин, веде до витрат оперативного їх розвитку, не дозволяє бути компанії гнучкою в умовах швидкоплинної ділової кон'юнктури. Виключенню таких витрат служить завдання забезпечення співвідношення та гармонізації антикорупційних комплаєнс систем компанії в своєму діловому оточенні, який породжує ефект «снігової кулі». Коротко, цей ефект представлений в такому арифметичному порядку взаємодії. Перша компанія, встановлює антикорупційні бізнес-відносини з другою, яка в свою чергу, поширює суть прийнятих зобов'язань на своє коло партнерів. Резерви досягнення таких цілей укладені: в розробці Кодексів сумлінних галузевих антикорупційних практик; в прийнятті взаємних Положень про обмін діловими подарунками; в створенні галузевих служб (банківський сектор, енергетика, фармацевтика, промисловість, інформаційний сектор); в організації спільних проектів навчання співробітників компаній-партнерів щодо дотримання антикорупційних вимог, обмежень, заборон і обов'язків; у включенні перевірки антикорупційних знань та компетенцій працівників компанії в систему атестації, просування і ротації кадрів. Потенціал резерву розвитку антикорупційних комплаєнс систем може бути не обмежений умовами відповідності національним правовим системам або підходам, їх прийнятності для однієї країни.

Література:

1. Астанин В.В. Резервы развития антикоррупционных комплаєнс систем в России // *Актуальные вопросы формирования антикоррупционных стандартов и их применения: материалы всероссийской научно-практической конференции.* – Казань, 2017. – с.158-161.

2. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobielieva // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков.– Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– С. 140-143.
3. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць.*– Луцьк : ЛНТУ, 2012.– Вип. 9 (34).– Ч. 2.– С. 9–29.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
8. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
9. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
10. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
11. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 96 с.
15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «*Основа*», 1993.- 288с.
16. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
17. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
18. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
19. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Косенко Андрей Васильевич,

к.э.н., профессор

Перерва Петр Григорович,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой менеджмента инновационного

предпринимательства и международных экономических отношений,

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»