

Т.О.КОБЕЛЄВА

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ АНТИМОНОПОЛЬНИМИ КОМПЛІЄНС-РИЗИКАМИ

В статті доведено, що антимонопольний комплаєнс у даний час трактується, як система внутрішньо-корпоративного попередження порушень антимонопольного законодавства. Тому антимонопольний комплаєнс визначається, як система внутрішнього забезпечення відповідності вимогам антимонопольного законодавства (антимонопольний комплаєнс) - сукупність правових і організаційних заходів, передбачених внутрішнім актом (актами) господарюючого суб'єкта або іншої особи з числа осіб, що входять в одну групу осіб з таким суб'єктом господарювання, якщо такі внутрішні акти поширюються на такого господарюючого суб'єкта і спрямованих на дотримання ним вимог антимонопольного законодавства та попередження його порушення.

Обґрунтовано, що кількісна оцінка будь-якого виду діяльності і ризиків може бути досить складною задачею, тому до процесу управління ризиками важливо залучити фахівців у конкретній сфері діяльності з досвідом роботи в сфері управління ризиками і оцінкою ризиків, а також спеціалістів в антимонопольній сфері. Визначено найбільш характерні етапи оцінки ризиків підприємства і побудови системи управління ними в структурі антимонопольного комплаєнса.

Репутація підприємства стала реальним ринковим фактором, інвестори почали оцінювати ділові якості підприємств в цілому, їх підхід до рішень складних проблем, креативність, чесність, участь у вирішенні соціальних проблем суспільства. На перший план поступово виходять так звані «нематеріальні якості» - імідж товару і репутація, тому жодне підприємство не може ігнорувати такі фактори, як ділові взаємовідносини і громадську думку. Сильна позитивна репутація підприємства сприяє підвищенню його конкурентоспроможності, залучає до співпраці інвесторів, постачальників, споживачів, підтримує високу ринкову вартість акцій. Кожне послаблення репутації підприємства приносить суттєві матеріальні та іміджеві збитки промислового підприємству.

Ключові слова: комплаєнс, антимонопольний комплаєнс, комплаєнс-ризик, монопольне законодавство, причини комплаєнс-ризиків, стратегії управління, промислові підприємства

Т.А.КОБЕЛЕВА

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНЫМИ КОМПЛІЄНС-РИСКАМИ

В статье доказано, что антимонопольный комплаєнс в настоящее время определяется как система внутреннего корпоративного предупреждения нарушений антимонопольного законодательства. Поэтому антимонопольный комплаєнс предполагает наличие системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства (антимонопольный комплаєнс) - совокупность правовых и организационных мероприятий, предусмотренных внутренним актом (актами) хозяйствующего субъекта или другого лица из числа лиц, входящих в одну группу лиц с таким субъектом ведения хозяйства, если такие внутренние акты распространяются на такого хозяйствующего субъекта (предприятие или организацию) и направленных на соблюдение им требований антимонопольного законодательства и предупреждения его нарушения.

Обосновано, что количественная оценка любого вида деятельности и рисков может быть достаточно сложной задачей, поэтому к процессу управления рисками важно привлечь специалистов в конкретной сфере деятельности с опытом работы в сфере управления рисками и оценке рисков, а также специалистов в антимонопольной сфере. Определены наиболее характерные этапы оценки рисков предприятия и построения системы управления ими в структуре антимонопольного комплаєнса.

Репутация предприятия стала реальным рыночным фактором, инвесторы начали оценивать деловые качества предприятий в целом, их подход к решениям сложных проблем, креативность, честность, участие в решении социальных проблем общества. На первый план постепенно выходят так называемые «нематериальные качества» - имидж товара и репутация, поэтому ни одно предприятие не может игнорировать такие факторы, как деловые взаимоотношения и общественное мнение. Сильная положительная репутация предприятия способствует повышению его конкурентоспособности, привлекает к сотрудничеству инвесторов, поставщиков, потребителей, поддерживает высокую рыночную стоимость акций. Каждое ослабление репутации предприятия приносит существенные материальные и имиджевые убытки промышленному предприятию.

Ключевые слова: комплаєнс, антимонопольный комплаєнс, комплаєнс-риск, монопольное законодательство, причины комплаєнс-рисков, стратегии управления, промышленные предприятия

T.O.KOBELIEVA

THE FORMATION OF ANTIMONOPOLY COMPLIANCE-RISK MANAGEMENT STRATEGIES

The article proves that antitrust compliance is currently interpreted as a system of intra-corporate antitrust violation. Therefore, antitrust compliance is defined as a system of internal compliance with the requirements of antitrust law (antitrust compliance) - a set of legal and organizational measures provided for by the internal act (s) of a business entity or other person from among persons belonging to one group of persons with such sub ' an economic act, if such internal acts extend to such an economic entity, and aimed at complying with it the requirements of antitrust law and preventing its violation .

It is substantiated that quantifying any type of activity and risk can be quite a challenge, so it is important to involve risk specialists in a specific area of expertise with experience in risk management and risk assessment, as well as experts in the antitrust field. The most characteristic stages of enterprise risk assessment and construction of a system for managing them in the structure of antitrust compliance are identified.

The company's reputation became a real market factor, investors began to evaluate the business qualities of enterprises as a whole, their approach to solving complex problems, creativity, honesty, participation in solving social problems of society. So-called "intangible qualities" are gradually coming to the fore - the image of the product and reputation, so no business can ignore such factors as business relationships and public opinion. A strong positive reputation of the company promotes its competitiveness, attracts investors, suppliers, consumers, supports the high market value of the shares. Every weakening of the company's reputation brings significant material and image losses to the industrial enterprise.

Keywords: compliance, antitrust compliance, compliance risk, monopoly legislation, causes of compliance risks, management strategies, industrial enterprises

Вступ. В останній час у всьому світі спостерігається різке збільшення кількості правових вимог, у тому числі вимог у сфері комплаєнс, що стосуються діяльності промислових підприємств.

Дане явище відображає стрімкий розвиток корпоративних цінностей, які лежать в основі регулювання та управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства, а також зростання етичних очікувань суспільства в цілому. Проблема підвищення ефективності діяльності українських підприємств нерозривно пов'язана з дією такого, порівняльного нового для нашої країни інституту, як антимонопольний комплаєнс, що в загальному представляє систему інструментів і механізмів зниження ймовірності порушення антимонопольного законодавства на рівні підприємств (господарюючих суб'єктів).

Термінологічне поняття "комплаєнс" не вживається ізольовано, а має пряме відношення до інших понятійних категорій, в результаті чого використовуються словосполучення: "антимонопольний комплаєнс", "антикорупційний комплаєнс", "репутаційний комплаєнс", "налоговий комплаєнс", «комплаєнс персоналу» і т.п. Впровадження даної термінології здійснюється на рівні правових актів відповідних органів виконавчої влади України та конкретних відомств, а також на локальному рівні відповідних фінансових та бізнес-структур.

У зв'язку з цим слід зазначити, що кожний з спеціальних видів комплаєнс має певні особливості при його практичній реалізації, формуванні завдань та їх виконанні, визначенні ефективності та оцінювання рівня комплаєнс-ризиків. Наприклад, антимонопольні комплаєнс-ризиків характеризують можливість (ймовірність) порушення антимонопольного законодавства країни. Економічна сутність даних порушень може бути охарактеризована відповідними діями підприємства-порушника.

Аналіз стану питання. Антимонопольний комплаєнс у даній час трактується як система внутрішньо-корпоративного попередження порушень антимонопольного законодавства [1]. Тому антимонопольний комплаєнс визначається як система внутрішнього забезпечення відповідності вимогам антимонопольного законодавства (антимонопольний комплаєнс) - сукупність правових і організаційних заходів, передбачених внутрішнім актом (актами) господарюючого суб'єкта або іншої особи з числа осіб, що входять в одну групу осіб з таким суб'єктом господарювання, якщо такі внутрішні акти поширюються на такого господарюючого суб'єкта, і спрямованих на дотримання ним вимог антимонопольного законодавства та попередження його порушення. Подальший розвиток поняття антимонопольного комплаєнса отримує вже в нормативних документах, що регламентують його функціонування (як системи) безпосередньо на підприємствах. Виникнення самого антимонопольного комплаєнса (у всякому разі для підприємств), яке випливає з нормативних документів і наукової літератури безпосередньо пов'язане з тими втратами, яке

підприємство несе (або може понести) внаслідок порушення антимонопольного законодавства. На наш погляд, це тільки одна сторона питання, необхідно розглянути економічні аспекти впровадження антимонопольного комплаєнса, тобто розглянути більш детально ризики антимонопольного комплаєнса.

На нашу думку, важливим мотивом для дотримання антимонопольного законодавства є бажання здійснювати виробничо-комерційну діяльність відповідно до етичних принципів та визнання цих зусиль. Незважаючи на те, що санкції за порушення вимог законодавства можуть бути значними, серйозну шкоду репутації підприємству завдає негативний суспільний резонанс, викликаний фактом порушення нею вимог закону.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню сутності та економічного змісту комплаєнс-функції, зокрема антимонопольного комплаєнсу, присвячено наукові праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Серед них слід виділити наукові дослідження Глізнуци М.Ю. [2], Кравчук А.В. [3], Перерви П.Г. [4, 6, 11], Марчук Л.С. [5], Косенко А.В. [7, 13], Старостіної А.В. [14], Косенко О.П. [18], Верес Шомоші М. [22], Коціські Д. [23, 25] та ін.

Разом з тим, результати наукових досліджень, отримані вказаними дослідниками, в основному висвітлюють загальні питання комплаєнс-функції. У певній мірі поза увагою вчених залишилися питання антимонопольного комплаєнсу та комплаєнс-ризиків, які пов'язані з цим спеціальним видом комплаєнсу.

Мета роботи. Метою даного дослідження є попередження виникнення та максимальна мінімізація антимонопольних ризиків, що, в свою чергу, веде до зниження пов'язаних з цим відповідних антимонопольних санкцій.

Результати дослідження. У зв'язку з цим слід зазначити, що кожний з спеціальних видів комплаєнс має певні особливості при його практичній реалізації, формуванні завдань та їх виконанні, визначенні ефективності та оцінювання рівня комплаєнс-ризиків. Наприклад, антимонопольні комплаєнс-ризиків характеризують можливість (ймовірність) порушення антимонопольного законодавства країни. Економічна сутність даних порушень може бути охарактеризована наступними діями підприємства-порушника.

1. Граничні конкурентні угоди (картелі, вертикальні і інші), узгоджені дії, координація економічної діяльності: оборотний або фіксований штраф, адміністративна та кримінальна (за картель) відповідальність посадових осіб.

2. Зловживання домінуючим становищем: оборотний штраф.

3. Недобросовісна конкуренція: оборотний або фіксований штраф.

4. Обмеження конкуренції, відповідні акти і дії державних органів.

5. Обмеження конкуренції при проведенні тендерних процедур та державних закупівель:

визнання угоди недійсною.

6. Економічна концентрація без узгодження з антимонопольним комітетом України (АМКУ): фіксований штраф, визнання угоди недійсною.

Антимонопольні комплаєнс-ризикі мають ряд специфічних відмінностей, які є надзвичайно важливими для ефективного використання комплаєнс-функції в практичній діяльності підприємств та організацій. Серед яких відзначимо наступні [1].

1. Велика ступінь невизначеності цього виду комплаєнс-ризиків, що пояснюється наступними положеннями: відсутність деталізованих методик аналізу окремих видів правопорушень; можливість АМКУ застосовувати різні підходи при визначенні ринків (у тому числі по географічним кордонам, по продуктам); можливість АМКУ в перекваліфікації порушень; різні підходи до кваліфікації порушень (у

т.ч. між центральним апаратом АМКУ і його територіальними управліннями); відсутність статистики щодо реалізації антимонопольних ризиків.

2. Безпосередній зв'язок антимонопольних ризиків з управлінськими рішеннями.

3. Високий розмір фінансових санкцій (оборотні штрафи розміром - до 15% від виручки від реалізації продукції, виготовленої з порушеннями антимонопольного законодавства).

4. Персональні ризикі підприємства та його керівництва (адміністративна та кримінальна відповідальність).

Наявність антимонопольних комплаєнс-ризиків зобов'язує підприємство певним чином реагувати на них. Схема реагування підприємства на появу антимонопольних ризиків представлена на рис.1.

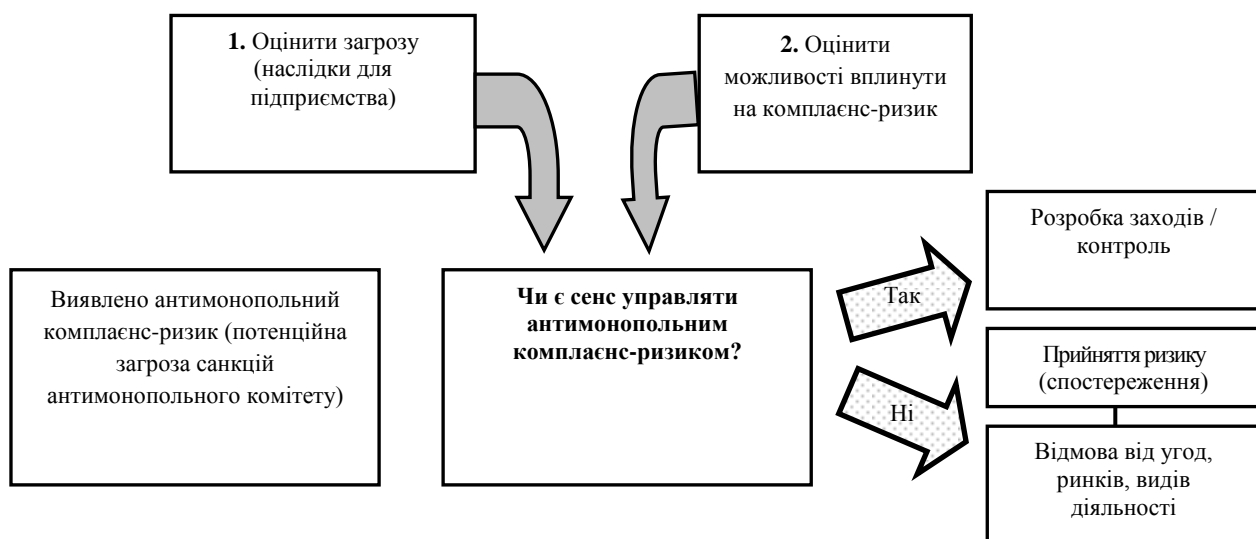


Рисунок 1 - Реагування підприємства на появу антимонопольних ризиків

Джерело: авторська розробка з використанням [1]

Основні стратегії управління антимонопольними та дії підприємства при їх виконанні, представлені в комплаєнс-ризиками на промисловому підприємстві табл. 1.

Таблиця 1 - Стратегії управління антимонопольними комплаєнс-ризиками

Стратегія	Дії підприємства по виконанню стратегії
Уникнення ризику	1. Відмова від видів діяльності, проектів, операцій, інших дій. 2. Перепозиціонування бізнесу. 3. Відмова від окремих сегментів ринків.
Прийняття ризику	1. Моніторинг антимонопольного комплаєнс-ризиків. 2. Зменшення активності (відмова) активних дій щодо попередження / зниження впливу антимонопольного ризику.
Передача ризику	1. Страхування відповідальності топ-менеджменту. 2. Включення відповідних пунктів до контрактів. 3. Порука і гарантії.
Контроль і попередження ризику (інструменти внутрішнього комплаєнс-контролю в складі антимонопольної комплаєнс-програми)	Адміністративні інструменти впливу: - вдосконалення внутрішніх контролів; - розробка заходів з управління ризиками; - визначення відповідальності керівників і співробітників підрозділів за прийняття рішень, що перевищують допустимі межі і / або встановлені ліміти; - встановлення порядку взаємодії підрозділів при управлінні антимонопольними ризиками; - створення матеріальних і фінансових резервів; - розробка і реалізація превентивних заходів, спрямованих на зниження ймовірності та / або наслідків ризику; - встановлення лімітів та допустимих значень показників ризику

Джерело: складеноавтором з використанням [1]

Виникнення антимонопольних ризиків є наслідком певних помилок і недоліків у роботі підприємства, серед яких слід виділити наступні.

1. Недостатній аналіз / розуміння процесу ціноутворення компанії (економічний аналіз) і маржинальність продуктів / послуг для різних ринків / клієнтів.

2. Недостатнє розуміння і сегментування ринків присутності компанії.

3. Різні підходи до надання знижок клієнтам.

4. Недостатнє опрацювання розкриття суттєвої інформації та виступів / заяв вищого керівництва.

5. Обмін інформацією з конкурентами.

6. «Небезпечні» формулювання в договорах і внутрішніх документах компанії. Недостатня формалізація та документування рішень, пов'язаних із взаємодією з контрагентами (наприклад, відмова від співробітництва, надання знижок / бонусів, вибір постачальників і т.п.).

7. Відсутність процедури антимонопольної експертизи і нерозуміння антимонопольних ризиків.

Антимонопольна комплаєнс-програма містить превентивні заходи щодо запобігання правопорушенням, а також заходи реагування при їх виявленні. Приклади заходів реагування на антимонопольні комплаєнс-ризика представлені в табл. 2.

Оцінка антимонопольних комплаєнс-ризиків може відрізнятися в залежності від зовнішніх і внутрішніх факторів, таких як:

а) макросередовище, яке має можливості впливати на ринок і робити його більш сприйнятливим до комплаєнс-порушень;

б) характер і ефективність вже наявних у компанії засобів контролю.

До типових антимонопольних ризиків, які доцільно враховувати, відносяться:

- можливі корупційні угоди між конкуруючими підприємствами, зокрема цінова змова, узгоджений розподіл ринків, нечесне проведення торгів, маніпулювання обсягами пропозиції і угодами щодо зменшення виробництва;

- інші антиконкурентні угоди;

- встановлення ціни перепродажу в країнах, де це заборонено;

- обмін інформацією, що впливає на комерційну діяльність / конкуренцію, яка може привести до висновку картельних угод;

- дії по виключенню конкуренції з боку кампаній, що володіють значною ринковою владою (наприклад, зловживання домінуючим становищем та інші заборонені односторонні дії).

Таблиця 2 - Приклади заходів реагування на антимонопольні комплаєнс-ризика

Ризик	Наслідки (санкції АМКУ)	Джерела	Можливі заходи реагування
Угода з конкурентами	Оборотні штрафи. Адміністративна та кримінальна відповідальність співробітників. Можлива перекваліфікація в більш серйозні порушення	Неналежне розкриття інформації. Недостатнє опрацювання розкриття суттєвої інформації та виступів / заяв вищого керівництва. Обмін інформацією з конкурентами.	Моніторинг та антимонопольна експертиза зовнішніх комунікацій. Заборона на розкриття окремих видів інформації без антимонопольної експертизи. Моніторинг публічних заяв конкурентів. Класифікація неприпустимих видів обміну інформацією з конкурентами.
Нав'язування невідгукних умов контрагентам	Оборотні штрафи. Адміністративна та кримінальна відповідальність співробітників	Різні підходи до надання знижок клієнтам. Недостатня формалізація взаємодії з контрагентами. «Небезпечна» термінологія у внутрішніх документах / договорах. Недостатній аналіз процесу ціноутворення і маржинальність для різних ринків / клієнтів	Розробка пам'ятки для співробітників про неприпустимість обміну інформацією з конкурентами. Доведення інформації і навчання співробітників процедурам обміну інформацією. Розробка типових умов і застережень для договорів з окремими групами контрагентів. Застосування принципів конкурентного ціноутворення; антимонопольна експертиза і аналіз маржинальність. Проведення антимонопольної експертизи договорів; застосування єдиних підходів до ціноутворення і надання знижок клієнтам. Застосування єдиних правил формалізації і типових формулювань при взаємодії з контрагентами

Джерело: складено автором з використанням [1]

В області антимонопольного регулювання визначається відмінність між управлінням комплаєнс-ризиками порушень, визначених законодавчо і «сірими зонами», щодо яких підприємство може на законних підставах отримувати консультації з антимонопольних питань щодо практичної здійсненості/відповідності вимогам закону розглянутих варіантів здійснення комерційної діяльності (наприклад, можливого

звернення щодо стягнення коштів за майно в результаті здійснення певних торгових умов, або згідно зі статтею про спільну діяльність).

Кількісна оцінка будь-якого із вказаних раніше видів діяльності і ризиків може бути досить складною задачею, тому до процесу управління ризиками важливо залучити фахівців у конкретній сфері діяльності з досвідом роботи в сфері управління ризиками і оцінкою ризиків, а також спеціалістів в

антимонопольній сфері. Найбільш характерні етапи оцінки ризиків підприємства і побудови системи

управління ними в структурі антимонопольного комплаєнса представлені на рис. 2.

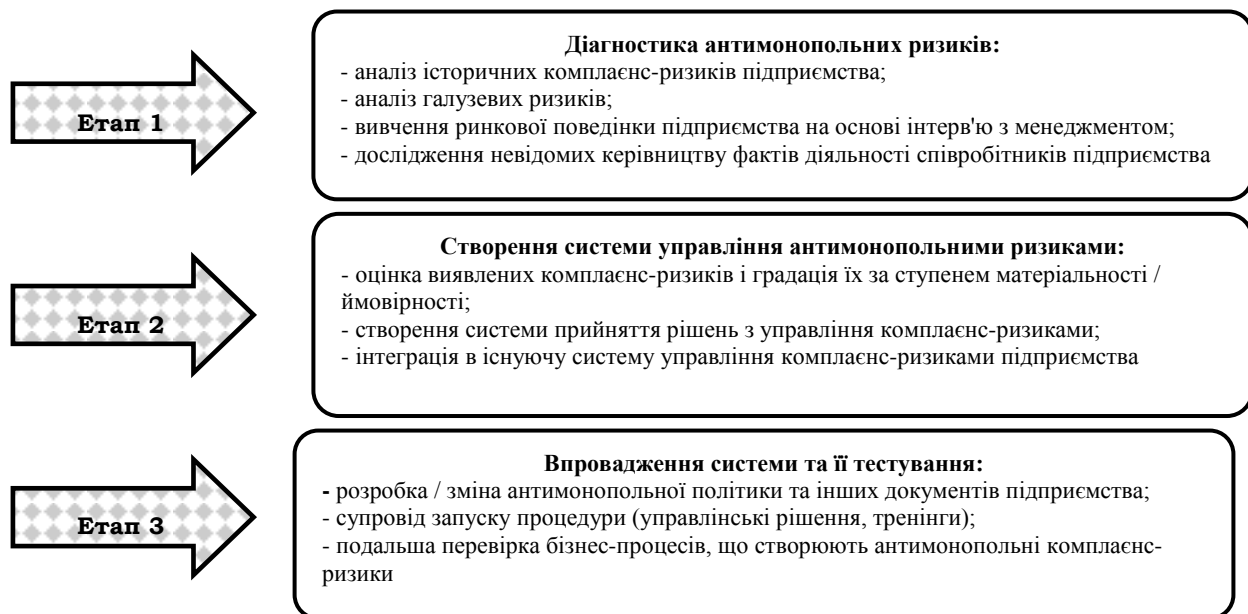


Рисунок 2 - Етапи оцінки антимонопольних ризиків промислового підприємства і побудови системи управління ними в структурі антимонопольного комплаєнса

Джерело: складено автором

Всіма визнається той факт, що оцінка і віднесення ризику до певної категорії залежно від ймовірності його виникнення і його впливу при заповненні журналу обліку ризиків є складною задачею. Показники, які є важливими для одного підприємства, можуть не визнаватися такими в іншому, тому ефективною, універсальною на всі випадки методики оцінювання комплаєнс-ризиків не існує. Відповідно до загальних принципів управління промисловим підприємством «критичним» може бути названий той рівень, коли генеральний директор або рада директорів повинні бути інформовані про можливий розмір штрафів або нарахувань, які необхідно сплатити в разі наявності ризиків виникнення комплаєнс-проблеми. А також, при оцінюванні та документуванні антимонопольних комплаєнс-ризиків підприємства необхідно врахувати можливість оприлюднення цих документів і дослідити питання про необхідність їх захисту за допомогою розповсюдження на них норм про адвокатську таємницю.

Коректна імплементація системи антимонопольного комплаєнса обіцяє бізнесу не менше вигод, ніж антимонопольній службі. І тут слід пам'ятати про специфічні особливості антимонопольного регулювання, які можуть впливати на комплаєнс-системи, формуючи вимоги до окремих їх елементів.

На наш погляд, єдиним методом, здатним забезпечити підприємство від антимонопольних порушень, є побудова системи комплаєнса, яка передбачає впровадження антимонопольних вимог у повсякденне життя підприємства, всіх її структурних підрозділів без винятку. Метою такої системи є підвищення антимонопольної культури, зміна самого

ставлення до антимонопольних обмежень - вони повинні сприйматися не як щось всячне ззовні, а як зрозумілі, природні, розумні і обгрунтовані вимоги. Тільки в цьому випадку комплаєнс виступатиме гарантом максимального контролю менеджменту над ситуацією.

Висновки. Репутація підприємства стала реальним ринковим фактором, інвестори почали оцінювати ділові якості підприємств в цілому, їх підхід до рішень складних проблем, креативність, чесність, участь у вирішенні соціальних проблем суспільства. На перший план поступово виходять так звані «нематеріальні якості» - імідж товару і репутація, тому жодне підприємство не може ігнорувати такі фактори, як ділові взаємовідносини і громадську думку. Сильна позитивна репутація підприємства сприяє підвищенню його конкурентоспроможності, залучає до співпраці інвесторів, постачальників, споживачів, підтримує високу ринкову вартість акцій.

Список літератури

1. Antitrust Compliance in Consumer Sector Companies [Electronic resource] - Access mode: <https://docplayer.ru/71859046-Antimonopolnyy-komplaens-v-kompaniyah-consumer-sector-3-fevralya-2016-goda.html>
2. Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2015. - № 4. - С. 11-19.
3. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. - Харків : НТУ «ХПІ», 2018. - № 15 (1291). - С. 137-143.*
4. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. - Харків : НТУ «ХПІ», 2017. - № 45 (1266). - С.51-55.*
5. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. - Харків : НТУ «ХПІ», 2018. - № 15 (1291). - С. 53-63.*
6. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства:

управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32.

7. Косенко А.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінних, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

8. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.

9. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.

10. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

11. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність і задачі / П.Г.Перерва // *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр.- Сер.: Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.

12. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.

13. Косенко А.В., Маслак М.В., Перерва П.Г., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

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

15. Перерва П.Г. Практичний маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 2. Маркетинг на промисловому підприємстві.- М.: НПО «Реклама, інформація, маркетинг», 1991.- 80 с.

16. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.

17. Перерва П.Г. Практичний маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.

18. Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Перерва П.Г., Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.

19. Косенко А.В., Маслак М.В., Перерва П.Г., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

20. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.

21. Kocziszky Gy., Pererva P.G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov : Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

22. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprise's program // *Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі*: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.–Кременчук, 2017. – С. 164-167.

23. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

24. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, // *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.

25. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobieliava T.O.

Reputational compliance // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптimum-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.

26. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 1. Термины и определения / Справочник менеджера промышленного предприятия.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

27. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П. Г., КОБЕЛЄВА Т.О. // Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"* : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.

References (transliterated)

1. Antitrust Compliance in Consumer Sector Companies [Electronic resource] .- Access mode: <https://docplayer.ru/71859046-Antimonopolnyy-komplaens-v-kompaniyah-consumer-sector-3-fevralya-2016-goda.html>

2. Gliznutsa M.Yu., Pererva P.G., Benchmarkinh yak metod otsinyuvannya intelektualnoho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menezhment innovatsiy*. - 2015. - № 4. - S. 11-19.

3. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.

4. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoi ta investytsiynoi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.

5. Marchuk L.S., Pererva P.G. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

6. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*. – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313).- S.27-32.

7. Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Pererva P.G., Maslak M.V. Systemnyy pidkhid do doslidzhennya tsinovyykh, marketynhovyykh, investytsiynykh ta innovatsiynykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovyoi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.

8. Kobyelyeva T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.

9. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.

10. Kobyelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.

11. Pererva P.G. Komplaens-prohramma promyshlennoho predpryyatya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zб. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.- No. 24 (1246).- P. 153-158.

12. Kobyelyeva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannu integralnogo pokaznyka komplayens-bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Development of recommendations for the formation of an integral index of compliance of safety of an industrial enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 46-52.
13. Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Pererva P.G., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkomindustriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
14. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: *Znannya*, 2009. – 1070 s.
15. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 2. Marketing at an industrial enterprise.- M. : *NGO "Advertising, Information, Marketing"*, 1991.- 80 p.
16. Tkachova NP, Break P.G. Development of methods of analysis of the actual state of competitive advantages of the enterprise // *Economics of development*. - 2011. - № 4 (60). - pp. 116
17. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 6. Management of sales of industrial products in the marketing system.- M. : *NGO "Advertising, information, marketing"*, 1991.- 93 p.
18. Kosenko O.P., Tkachova N.P., Pererva P.G., Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovooho potentsialu innovatsynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
19. Kosenko A.V., Maslak M.V., Pererva P.G., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoyi ta innovatsynoyi polityka na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing and innovation policy at enterprises of the tourism industry] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 114-120.
20. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 48 (1220). – S.41-44.
21. Kocziszky Gy., Pererva P.G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
22. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprises program // *Stratehichni perspektyvy rozvytku ekonomichnykh subyektiv v nestabilnomu ekonomichnomu seredovyshchi*: zb. tez nauk. robit 2-yi Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf. z mizhnar. uchastyu, 28-30 lystopada 2017 r.[Strategic prospects for the development of economic actors in an unstable economic environment: Sb. thesis of sciences. Works of the 2nd Allukr. science-practice internet conf. from international Participation, November 28-30, 2017] / Kremench. nat univ im. Mikhail Ostrogradsky. -Kremenchuk, 2017. -p. 164-167.
23. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU "KhPI", 2012. - 668 p.
24. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises // *Menedzhment rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system u noviy ekonomitsi : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., m. Poltava, 19 zhovtnya 2017 r.*[Management of the development of socio-economic systems in the new economy: materials International. science-practice Internet conf., Poltava, October 19, 2017].- Poltava: BULLS, 2017. -p.389-391.
25. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobieliava T.O.Reputational Compliance // *Doslidzhennya ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optimum-2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / red.: O. V. Manoylenko, YE. M. Strokov* [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., December 6-8, 2017 / ed.: O. V. Manoylenko, E. M. Strokov]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – С. 140-143.
26. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 1. Terms and definitions / Directory of the manager of an industrial enterprise.- M. : *NGO "Advertising, information, marketing"*, 1991.- 96 p.
27. Tovozhnyansky V.L., Pererva P.G. Kobieliava T.O. // Bankrot-stvo, sanatsiya ta restrukturyzatsiya pidpryyemstva yak ekonomichni katehoriyi antykrizovoho upravlinnya [Bankruptcy, rehabilitation and restructuring of the enterprise as economic categories of anti-crisis management] / *Visnyk NTU "KhPI" zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist' vyrobnytstva* [Bulletin Nat. tech. Univ "KPI": coll. of sciences. Theme. vol. : Technical progress and production efficiency]. - Kharkiv: NTU "KPI", 2015. - № 59 (1168). Pp. 148-152.

Надійшла (received) 24.03.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кобелева Тетяна Олександрівна (Kobeleva Tatyana Aleksandrovna, Kobieliava Tetiana Oleksandrivna) - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6618-0380; тел. (097) 468-56-45, e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com