

обладнання зменшує потреби в енергоресурсах на 30-40% [7]. Провідні фірми-виробники виготовляють енергозберігаючі стандартні асинхронні електродвигуни потужністю 0,5-30 кВт і більше. В цих двигунах витрати електроенергії зменшені не менше, чим на 10 % в порівнянні з асинхронними електродвигунами з «нормальним» коефіцієнтом корисної дії.

Результати наших розрахунків показують, що в умовах українського ринку електротехнічної продукції додаткові витрати на створення енергозберігаючих асинхронних електродвигунів окупляться за рахунок економії енергії на протязі 2-3 років в залежності від потужності асинхронних електродвигунів.

1. Література: 1. Ахметшин Э.Р. Исследование состояния российского рынка электродвигателей и перспективы их развития до 2025 года // Молодой ученый. 2017.- № 48.- С. 55-60. 2. Кобелев В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку українського ринку електротехнічних виробів // Науковий журнал "Економіка розвитку". - Харків: ХНЕУ, 2006. - с. 72-75. 3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // Маркетинг і менеджмент інновацій.- 2012.- № 1.- С. 79-88. 6. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p. 7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 8. Товажнянский 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. 9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Развитие методов анализа фактического стану конкурентных переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 1.10. 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. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с. 13. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 14. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019.- 689 с. 15. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов: Феникс, 2003. - 592 с. 16. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163.

ДЬО ДІЛДЖЕНС ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМПЛАЄНС-БЕЗПЕКИ

Канд. екон. наук, доц. Кобелева Т.О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Промислові підприємства здійснюють свою діяльність в складних умовах ризику розвитку підприємств. Вони відіграють важливу роль в економіці кожної країни, виконуючі такі надзвичайно важливі функції, як:

- виробництво різного роду товарів та формування купівельної спроможності у споживачів для їх придбання та споживання;
- розширення соціальної інфраструктури;
- створення робочих місць;
- забезпечення власного зростання і т.п.

Виходячи з цих завдань функціонування промислового підприємства на відміну від інших типів підприємств полягає в перетворенні одного типу матеріальних благ

(сировини, напівфабрикатів, матеріалів та ін.) в інший (готовий продукт). У зв'язку з цим, при дослідженні процесу сталого та безпечного розвитку саме промислових підприємств важливо враховувати специфічні особливості їх функціонування.

В українській економіці дью ділідженс (due diligence) як поняття з'явилося порівняно недавно, що багато в чому пояснюється активізацією процесів боротьби з корупцією на глобальному рівні, посиленням інтеграції української економіки в світовий економічний простір [1, 2, 3].

Найчастіше термін використовується у фінансах і праві. Метод складається з збору та аналізу інформації, прийняття рішення і форми його подачі щодо доцільності вступу в ті чи інші взаємини з контрагентами. За допомогою дью ділідженс оцінюються можливі ризики (наприклад фінансові, юридичні та т.д.) При зборі інформації враховується будь-яка інформація, незалежно від джерел її походження. Вивчення отриманої інформації робиться різними фахівцями окремо, потім робиться зведений аналіз. Рішення приймається експертами дью ділідженс окремо від замовника. Форма подачі буває розгорнутої (з додатком окремих проміжних висновків фахівців, джерел інформації), або у вигляді короткої рекомендації про подальші дії [4, 5].

У більш широкому сенсі поняття due diligence застосовується як протилежність недбалості або зловживання, може використовуватися для юридичної або морально-етичної оцінки діяльності суб'єкта. Всі ці напрямки входять в сферу діяльності комплаєнс-функції.

Професійний дью ділідженс дозволяє аналізувати внутрішню документацію та інші звіти компанії для визначення фінансових тенденцій [6, 7]. В рамках дью ділідженс глибоко досліджуються якість і стійкість доходів шляхом вивчення основних ризиків і попередніх фінансових показників, щоб визначити, чи розумно очікувати продовження діяльності, і зрозуміти, як змінюються обставини і тенденції можуть вплинути на майбутнє підприємства.

Слід зазначити, що процедура дью-ділідженс широко використовуються в різних сферах господарської діяльності промислових підприємств в різних сферах [8], але, на наш погляд, одна з сфер надзвичайно важливої для промислових підприємств в сучасних умовах залишається для дью-ділідженс ще не освоєною. Ми маємо на увазі сферу комплаєнс-діяльності.

Комплаєнс (англ. compliance – відповідність) – це здатність промислового підприємства відповідати нормам та правилам, як зовнішнім, так і внутрішнім, бути відповідальним за ведення бізнесу [9, 10]. Якщо підприємство не контролює зони ризику, то у підсумку воно понесе збитки, не тільки фінансові, а й репутаційні. При цьому потрібно усвідомлювати, що навіть якщо підприємство вирішило повністю відповідати нормам закону та прийняло для цього всі заходи, це не означає, що це воно захищене від виникнення комплаєнс-ризиків.

З ростом шахрайських схем у сфері бізнесу, власникам необхідно здійснювати перевірку контрагентів практично при будь-якій угоді, сума здійснення якої є значущою для компанії. Дью ділідженс може проводитися як по окремому блоку (наприклад, тільки комерційний дью ділідженс), так і в сукупності. Процедура комплаєнс полягає в проведенні незалежної перевірки діяльності компанії на предмет відповідності чинному законодавству [11, 12].

Література: 1. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 2.Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. – 668 p. 3. Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // 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., КОБЕЛЄВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії

антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152. 5. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 6. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с. 9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 10. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 11. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с. 12. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 13. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163. 14. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 15. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л. Мониторинг производственно-комерческой деятельности промышленного предприятия / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.О.Кобелева, И.В.Гладенко // Вестник НТУ "ХПІ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПІ", 2009. – № 36-1. – С. 12-22. 16. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. – 2012. – № 1. – С. 79-88.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА В УКРАЇНСЬКІЙ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Здобувач вищої освіти Кобцева Д. А.
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Креативна економіка – це той сектор світової економіки, що у наш час показує стрімкі темпи зростання. І, хоча, вона виникла недавно, лише на початку ХХІ століття, вона вже є досить вагомою складовою розвинених та успішних країн. Адже завдяки новим винахідницьким ідеям може спостерігатися створення нових робочих місць, і, як наслідок, збільшення надходжень в економіку країни та покращення матеріального стану населення, що також сприятиме покращенню соціальної політики держави. Наша країна багата на творчих та інтелектуально розвинених людей з новітніми та цікавими ідеями, але для їх втілення є необхідним відкритий робочий простір з відповідною інституціональною базою, але, на жаль, вітчизняні інноваційні системи слабкі – їх треба розвивати, і в цьому інтереси підприємств і держави збігаються.

Від підприємців освіти в бразильських фавелах до засновників фестивалів на малайзійських пляжах, креативні підприємці отримують безпрецедентну цінність в економіках. Вони будують нові ринки, винаходять нові технології та вирішують