

що в свою чергу негативно відіб'ється на економічному та екологічному становищі держави.

Список використаної літератури:

1. Мартинова О. А. Рекультивація земель/ конспект лекцій / Донецьк, 2010. – 49 с.
2. Сивий М. Географія мінеральних ресурсів України / М. Сивий, І. Паранько, Є. Іванов. – Львів: Простір М, 2013. – 684 с.
3. Іванов Є.А., Біланюк В.І. Проблеми рекультивації і ревіталізації земель, порушених гірничими роботами // Надрокористування в Україні. Перспективи інвестування : матеріали четвертої Міжнародної науково-практичної конференції, Трускавець, 6-10 листопада 2017р.
4. Охорона та раціональне використання природних ресурсів і рекультивація земель: навч. посібн. / за заг. ред. П.П. Надточія, Т.М. Мисливої. – Житомир, 2007. – 420 с.

МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ КОНКУРЕНТНО-СИНЕРГЕТИЧНОГО БЕНЧМАРКІНГУ

Косенко Андрій Васильович, к.е.н., професор

Ткачова Надія Петрівна, к.е.н, доцент

Перерва Петро Григорович, д.е.н, проф., завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

В науковій літературі в цей час змішуються поняття конкурентний аналіз та бенчмаркінг, який розглядається як складова частина конкурентного аналізу. Подібна позиція, на наш погляд, відображає тільки певний етап у розвитку бенчмаркінгу та надмірно спрощує і звужує завдання останнього на сучасному етапі. З часом бенчмаркінг перетворюється на регулярну і різноманітну діяльність спрямовану на вдосконалення різних аспектів бізнесу на основі виявлення та аналізу кращих практик не тільки конкурентів, але й компаній інших галузей. На перше місце в сучасних умовах виходить творча сторона бенчмаркінгу, заснована на регулярному моніторингу кращих ідей і результатів, у тому числі і в середині багатонаціональних компаній, з метою їх адаптації та розвитку власних конкурентних переваг

Попередні наукові дослідження авторів дозволили ввести в науковий оборот нову концепцію бенчмаркінгу – конкурентно-синергетичний

бенчмаркінг [1, 2], використання якого передбачає отримання результатів по одному з наступних чотирьох варіантів:

- пряме зменшення індивідуального рівня конкурентоспроможності конкурента;
- відносне зменшення індивідуального рівня конкурентоспроможності прямого конкурента;
- пряме зменшення загального (галузевого) рівня конкурентоспроможності конкурента;
- відносне зменшення загального (галузевого) рівня конкурентоспроможності конкурента.

Назва цього виду бенчмаркінгу зумовлена тим, що його проведення направлене не тільки на отримання нових або посилення існуючих конкурентних переваг даного підприємства, а і на результативне проведення цього виду бенчмаркінгу, що передбачає наявність синергетичного ефекту.

На наше тверде переконання не кожне машинобудівне підприємство може ефективно використовувати методичні положення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу. Зовсім не досить отримати прогресивну технологію, інноваційні пропозиції в галузі товарної, збутової, управлінської, маркетингової, комунікаційної, інформаційної, цінової політики. Ще необхідно ефективно і в певні терміни розпорядитися цим надбанням. Можна привести безліч прикладів, коли машинобудівне підприємство має значний портфель важливих інноваційних проектів, але жодний з них роками, а то і десятками років не в змозі реалізувати на практиці. Для цього потрібні певні передумови, матеріальні і інтелектуальні можливості, серед яких найбільш важливими, на нашу думку, слід виділити наступні:

- інтелектуальні можливості (наявність науково-технічного персоналу певної кваліфікації);
- матеріально-технічні можливості (наявність відповідного обладнання, приборів, обчислювальної техніки, інформаційних мереж, сировини, напівфабрикатів і т.п.);

- виробничі можливості (наявність відповідної виробничої структури на підприємстві: цеха, відділи, технологічне обладнання, відповідні технології, вільні виробничі потужності і т.п.);
- фінансові можливості (наявність вільних фінансових засобів для практичної реалізації результатів конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу);
- маркетингові (ринкові) можливості (наявність каналів збуту, мережі комунікацій, певного впливу на споживачів і конкурентів і т.п.);
- іміджеві можливості (наявність такого рівня ділової репутації, ринкового авторитету підприємства, що дозволить йому ефективно використати додаткові конкурентні переваги, отримані в результаті проведення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу.

Виходячи з викладених положень пропонується перед тим, як здійснювати процедуру конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу конкурентних переваг, проводити моніторинг потенційних конкурентних переваг і можливостей даного підприємства по практичній реалізації отриманих після проведення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу результатів. Важливе значення також в цьому процесі слід віддати концептуальним положенням комплаєнсу [3-15]. Якраз колмплаєнс-програма промислового підприємства дозволяє суттєво збільшити рівень конкурентоспроможності як самого підприємства, так і його продукції.

Список використаної літератури:

1. *Перерва П.Г.* Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2015. - № 819. - С. 167-174.
2. *Перерва П.Г.* Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П. Г. Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. – 2011. – № 4, т. 1. – С. 55-66.
3. *Ткачов М.М.* Оцінювання збитків правовласників від контрафактної діяльності на ринку автозапчастин [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Максим Михайлович Ткачов; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків, 2016. – 21 с.
4. *Nagy Szabolcs* Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / S.Nagy // Вісник НТУ «ХПІ»" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
5. *Pererva P.G.* Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

6. *Nagy Szabolcs* Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
7. *Sikorska M.* Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, György Kocziszky, P.G.Pererva // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
8. *Kocziszky György* Reputational compliance / György Kocziszky, M.Verés Somosi, T.O.Kobieliéva // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
9. *Перерва П.Г.* Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, В.Л.Товажнянський // 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.
10. *Перерва П.Г., Nagi S., Кобелева Т.О.* Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ «ХПІ». 2018. №15.
11. *Kocziszky György* Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G.Kocziszky, M.Verés Somosi, P.G.Pererva // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі.– Кременчук, 2017. – С. 164-167. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>
12. *Nagy Szabolcs* Estimation of economic efficiency of power engineering / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.
13. *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.
14. *Kocziszky György* Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Verés Somosi, T.O.Kobieliéva // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: Є.М.Строков, О.М.Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.
15. *Nagy Szabolcs* Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Куракова Ольга Олегівна, студентка
 Пруднікова Вікторія Романівна, студентка
 Піпа Станіслав Владиславович, аспірант
 Науковий керівник: Гришко Наталя Євгенівна, к.е.н., доцент
 Кременчуцький національний університет імені Михайла
 Остроградського