

Т. О.Кобелева, к.е.н, доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ КОМПЛАЄНСУ

Проблемам управління конкурентоспроможністю продукції присвячено багато наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних економістів. Але, не дивлячись на те, що ці проблеми досить глибоко вивчені, їх вирішення вимагає значних зусиль по багатьом напрямкам роботи. Одним з цих напрямів є розробка і виробництво нової конкурентоздатної продукції, а також її просування на ринок на основі маркетингової стратегії.

Метою наукової доповіді є розробка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок більш ефективного управління маркетинговою діяльністю і врахування антикорупційної складової діяльності.

З точки зору вдосконалення маркетингової діяльності і підвищення конкурентоспроможності, підприємствам необхідно регулярно здійснювати оцінку ефективності маркетингу. Як показав аналіз, у маркетингологів немає єдності з цього питання. Так, ряд учених вважають, що ефективність маркетингової політики по відношенню до конкретного підприємства (галузі, групи галузей) складається з результатів вдосконалення виробничо-збутової діяльності по наступним основним напрямкам: оптимальне використання потенціалу ринку, у тому числі для нового продукту; підвищення достовірності прогнозних оцінок; знаходження сегменту ринку даного товару; підвищення точності аналізу збалансованості ринку та ін.

Інші вчені пропонують оцінювати ефективність маркетингу по наступним напрямкам: покупка, маркетингові інтеграції, адекватність інформації, стратегічна орієнтація, оперативна ефективність. При цьому вони не визначають систему показників оцінки цих напрямків і алгоритм розрахунку ефективності, що не дозволяє вважати цей підхід в повній мірі доцільним.

В доповіді пропонується визначати ефективність маркетингових заходів з

використанням теорії та практики комплаєнсу. Комплаєнс (англ. compliance – згода, відповідність; походить від глаголу to comply – виконувати) – у перекладі з англійської означає дію відповідно до запиту або інструкції; повиновение (англ. compliance is an action in accordance with a request or command, obedience). Комплаєнс представляє собою відповідність конкретних дій підприємства (організації) в цілому, окремого колективу або працівника будь-якого рангу будь-яким внутрішнім або зовнішнім вимогам (законам, стандартам, нормам, положенням тощо). Необхідно раз відзначити, що забезпечення контролю, прозорості та дотримання законності в діяльності компанії є запорукою власної безпеки. При цьому створювані зараз у великих кількостях служби економічної та інформаційної безпеки, як і служби забезпечення комплексної безпеки бізнес-структур та антикорупційних заходів, є лише надбудовою. Фундаментом забезпечення безпеки бізнесу повинно служити правильно побудоване корпоративне управління компанії, що містить інтегровану систему внутрішнього контролю та управління ризиками.

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні принципів засад функціонування механізму управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Практичне значення дослідження підкреслено пропозицією декількох варіантів побудови систем управління маркетингом на підприємстві важкого машинобудування з урахуванням особливостей економічного середовища його функціонування. Врахування комплаєнс заходів в оцінюванні маркетингової діяльності буде сприяти підвищенню лояльності споживачів як до самого підприємства, так і до його продукції

Список використаних джерел

1. *Kocziszky, György* Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veres Somosi, T.O.Kobielieva // 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.: П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.
2. *Товажнянський, В.Л.* Антикризисний моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л. Товажнянський // Економіка розвитку. – Х. : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С.46-50. 23.
3. *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.

4. *Перерва, П.Г.* Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
5. *Ткачова, Н.П.* Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55- 66.
6. *Перерва, П.Г.* Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський*, та ін., за ред. О.А.Старостіної. – К. : Знання, 2009. – С.461-518.
7. *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: 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. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>
8. *Перерва, П.Г.* 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.
9. *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. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
10. *Перерва, П.Г.* Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
11. *Kocziszky, György* Reputational compliance / *György Kocziszky, M.Verés Somosi, Т.О.Кобієлієва* // 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.
12. *Nagy, Szabolcs* Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / *S.Nagy* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
13. *Перерва, П.Г.* Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / *П.Г.Перерва, С.Нарі, Szabolcs Nagy, Т.О.Кобелева* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
14. *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.
15. *Pererva, P.G.* Technology transfer / *P. G. Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Verés - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.*
16. *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.
17. *Перерва, П.Г.* Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання / *П.Г.Перерва, О.В.Жегус.* — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/statiya/Pererva.pdf
18. *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.