

УДК 338.45 : 628.27

*П.Г.ПЕРЕРВА, НАГІ САБОЛЬЧ, Т.А.КОБЕЛЕВА***ОЦІНКА ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙНОЇ, ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

У статті обґрунтовано основні групи факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємств. В якості основних факторів виділені результати інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики. Запропоновано методику експертної оцінки кількісної величини даних факторів. На основі експертних оцінок розроблена багатфакторна модель оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства, що враховує дію різних факторів. Розроблено методику дослідження конкурентних переваг підприємств машинобудівного комплексу, а також дослідження рівня конкурентоспроможності підприємств та їх інвестиційної привабливості. Результати дослідження апробовані на ряді машинобудівних підприємств м.Харкова.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, експертні методи, інвестиції, інновації, маркетинг, політика, машинобудівні підприємства

*П.Г.ПЕРЕРВА, НАГІ САБОЛЬЧ, Т.А.КОБЕЛЕВА***ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ, ИНВЕСТИЦИОННОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В статье обоснованы основные группы факторов, определяющие конкурентоспособность предприятий. В качестве основных факторов выделены результаты инновационной, инвестиционной и маркетинговой политики. Предложена методика экспертной оценки количественной величины данных факторов. На основе экспертных оценок разработана многофакторная модель оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия, учитывающая действие различных факторов. Разработана методика исследования конкурентных преимуществ предприятий машиностроительного комплекса, а также исследование уровня конкурентоспособности предприятий и их инвестиционной привлекательности. Результаты исследования апробированы на ряде машиностроительных предприятий г.Харькова.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, экспертные методы, инвестиции, инновации, маркетинг, политика, машиностроительные предприятия

*PG PERERVA, NAGY SZABOLCS, TA KOBELEVA***EVALUATION OF THE IMPACT OF INNOVATIVE, INVESTMENT AND MARKETING POLICY OF THE ENTERPRISE ON THE LEVEL OF COMPETITIVENESS**

The article substantiates the main groups of factors that determine the competitiveness of enterprises. As the main factors, the results of innovation, investment and marketing policy are highlighted. The technique of expert evaluation of the quantitative value of these factors is proposed. On the basis of expert assessments, a multi-factor model for assessing the competitiveness of a machine-building enterprise was developed, taking into account the effect of various factors. The technique of research of competitive advantages of the enterprises of a machine-building complex, and also research of a level of competitiveness of the enterprises and their investment appeal is developed. The results of the research were tested at a number of machine-building enterprises in Kharkov.

**Keywords:** competitiveness, expert methods, investments, innovations, marketing, politics, machine-building enterprises

**Введение.** Маркетинговая политика, наряду с инновационной и инвестиционной, является одной из форм выражения стратегии предприятия в области уровня конкурентоспособности как самого предприятия, так и его продукции. Она определяет цели и условия осуществления маркетинговой деятельности и направлена на обеспечение конкурентоспособности самого предприятия и его продукции. Маркетинговая, инновационная и инвестиционная политика обеспечивает достижение заданных значений целевых показателей развития предприятия с учетом производственно-технического потенциала и всех видов имеющихся ресурсов предприятия. С этих позиций определяется актуальность темы статьи, которая заключается: во-первых, в необходимости теоретического осмысления роли и значения конкуренции в современных рыночных отношениях, способствующей усилению конкурентоспособности как фактора развития экономики Украины; во-вторых, важностью повышения конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса, создающих 20 % ВВП Украины, в связи с усилением конкуренции на

внешних и внутренних рынках, глобализацией экономики и вхождением Украины во Всемирную торговую организацию; в-третьих, недостаточной изученностью факторов повышения конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса и необходимостью теоретического обоснования конкурентных преимуществ этих предприятий, обеспечивающих им лидирующее положение на рынке; в-четвертых, отсутствием научно-методических разработок, имеющих прикладной характер и позволяющих руководителям промышленных предприятий формировать стратегию усиления специфических для этих предприятий конкурентных преимуществ на внутреннем и внешнем рынках [3].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам классификации, анализа и определения характерных признаков и факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности машиностроительных предприятий посвящена

© П.Г.Перерва, Нагі Сабольч, Т.А.Кобелева, 2018

значительная часть работ отечественных и зарубежных ученых. Больше освещения они нашли в трудах О.В. Антиповой, Н.Ю. Псаревой, Н.И. Погорелова, А.И. Яковлева, С.М. Ильяшенко, И.В. Гладенко, А.О. Старостиной, Е.В. Крикавского, Н.П. Гончаровой, В.Л. Товажнянского, Н.П. Ткачевой, С.А. Меховича и др. Хотя отдельно каждая из указанных политик исследована достаточно подробно, однако в экономических научных трудах не рассматривается взаимосогласованность маркетинговой, инновационной и инвестиционной политик, их влияния на уровень конкурентоспособности предприятия и его продукции, что вызывает потребность разработки этого вопроса.

**Постановка задачи.** Целью статьи является разработка методики исследования конкурентных преимуществ предприятий машиностроительного комплекса, а также исследование уровня конкурентоспособности предприятий и их инвестиционной привлекательности.

**Методология.** Теоретико-методологической основой исследования, результаты которого представлены в данной статье, послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблеме маркетинговых исследований и управлению рынком машиностроительной продукции.

**Результаты исследования.** В настоящее время, эффективность инновационной, инвестиционной и маркетинговой политики машиностроительного предприятия определяется наличием отлаженной системы кредитования, инвестирования, налогообложения и функционирующих применительно к инновационной сфере, научных разработок. Необходимо уметь различать такие понятия, как «инновация» и «новшество». Новшества оформляются в виде: изобретений, открытий, патентов, рационализаторских предложений, товарных знаков и документации на новый или усовершенствованный продукт. Инновации — это новшества, доведённые до стадии коммерческого использования и предложения на рынке с целью получения определённого положительного эффекта. Всё многообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков.

Авторами разработана многофакторная модель оценки конкурентоспособности компании машиностроительного сектора, учитывающая наличие у компании конкурентных преимуществ, обеспечивающих ей то или иное положение на рынке. Конкурентные преимущества в работе разделены на четыре группы [1], каждая из которых отражает влияние внешней и внутренней среды, формирующей эти преимущества:

#### I. Рыночный фактор:

- расположение рынков сбыта, расширение границ территории реализации продукции и перспективы увеличения реализации предлагаемого продукта;
- наличие или отсутствие товаров - заменителей;
- уровень послепродажного сервиса продукции;
- уровень и динамика мировых цен.

#### II. Управленческий фактор:

- уровень квалификации персонала (наличие компетентных специалистов и степень использования потенциала человеческих ресурсов компании);
- качество обслуживания клиентов компании;
- использование современных методов маркетинга, рекламы товаров;
- репутация и имидж фирмы.

#### III. Ресурсно - производственный фактор:

- условия доступа к ресурсам;
- качество ресурсов;
- наличие современных технологий на актуальных для компании отрезках жизненного цикла продукции и адекватных им технически средств;
- выдвижение и использование инновационных решений;
- состояние основных производственных фондов.

#### IV. Финансовый фактор:

- уровень финансовой устойчивости компании,
- объем оборотных средств;
- доступ к финансовым ресурсам;
- интенсивность использования капитала.

Предлагаемая модель оценки конкурентоспособности компании, учитывает совокупное влияние представленных выше показателей, формирующих факторы конкурентоспособности. Учитывая, что показатели, включенные в модель, могут иметь различные размерности, не позволяющие объединить их в интегральную оценку без приведения к безразмерным показателям (индексам), в работе использована балльная оценка значимости каждого показателя, позволяющая установить его относительное влияние на формирование конкурентоспособности компании. Для решения поставленной задачи в работе использованы методы экспертных оценок. В качестве экспертов привлекалось более 170 специалистов руководящего и среднего звеньев аппарата управления ОАО «ХТЗ», «Укрэлектромаш», «Электротряжмаш», «Турбоатом» и других машиностроительных предприятий. Группа экспертов рассматривала перечень показателей, характеризующих четыре фактора конкурентных преимуществ, описанных выше. Вопросы анкеты сформулированы так, чтобы эксперты не только подтвердили возможность оценить конкурентоспособность, используя предложенные показатели, но и установили степень их влияния на результирующую оценку конкурентоспособности машиностроительного предприятия. Результаты обработки анкет представлены в табл. 1.

Установлено, что каждый из четырех факторов, формирующих конкурентные преимущества компании, имеет одинаковое воздействие при максимально возможных значениях, которые могут быть достигнуты всеми показателями, формирующими каждый фактор, но различное влияние при достижении показателями наиболее низких значений, табл.1. Данное обстоятельство послужило отправной точкой в построении

многофакторной оценки: если все показатели, включенных в модель, имеющих низкое значение, совокупное влияние оценивается в 100 баллов.

Для построения графической интерпретации многофакторной оценки уровня конкурентоспособности, 4 фактора объединены в два блока. В качестве принципа объединения принят принцип равного совокупного воздействия двух факторов на уровень конкурентоспособности при достижении показателями низких значений. В первый блок вошли рыночные, ресурсно – производственные факторы; во второй - финансовые и управленческие факторы. Особенностью модели, которая предлагается, является рассмотрение влияния каждого показателя и результирующей оценки уровня конкурентоспособности в форме пяти

дискретных состояний [2], характеризующих соответственно весьма благоприятное, благоприятное, умеренное, неблагоприятное, весьма неблагоприятное воздействие показателей на уровень конкурентоспособности, который также может характеризоваться пятью дискретными состояниями: I – весьма благоприятное - высокая степень конкурентоспособности; II- благоприятное - достаточная конкурентоспособность; III- умеренное - средняя степень конкурентоспособности; IV- неблагоприятное - низкий уровень конкурентоспособности; V- весьма неблагоприятное – неконкурентоспособное.

Таблица 1 - Количественная оценка влияния факторов внутренней и внешней среды на конкурентоспособность предприятия

Показатели, определяющие факторы конкурентоспособность предприятия	Количество баллов при достижении показателями		Доля потенциала в общей сумме баллов, (%) (высокое /низкое значение показателей)
	Высоких значений	Низких значений	
<b>1. Рыночный фактор</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>25/26</b>
1.1. Расположение рынков сбыта	15	17	
1.2. уровень послепродажного сервиса продукции	10	15	
1.3. Наличие или отсутствие товаров – заменителей	10	4	
1.4. Уровень и динамика мировых цен	15	16	
<b>2. Управленческий фактор</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>25/26</b>
2.1. Уровень квалификации персонала	15	26	
2.2. Использование методов маркетинга	15	12	
2.3. Репутация и имидж	10	8	
2.4. Уровень послепродажного обслуживания	10	6	
<b>3. Ресурсно – производственный фактор</b>	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>25/24</b>
3.1. Условия доступа к ресурсам	10	11	
3.2. Качество ресурсов	5	6	
3.3. Использование инновационных решений	15	13	
3.4. Наличие современных технологий	15	12	
3.5. Состояние основных производственных фондов	5	6	
<b>4. Финансовый фактор</b>	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>25/24</b>
4.1. Уровень финансовой устойчивости	20	18	
4.2. Объем оборотных средств	10	9	
4.3. Доступ к финансовым ресурсам	10	9	
4.4. Интенсивность использования капитала	10	12	
<b>Итого</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>100/100</b>

Дискретные состояния каждого из показателей устанавливались исходя из возможного диапазона его значений, определенных экспертами. Наибольшее значение показателя рассматривается как дискретное состояние, соответствующее весьма благоприятному влиянию показателя на уровень конкурентоспособности, а, соответственно,

наименьшее значение показателя - весьма неблагоприятному. В табл.2 представлены диапазоны изменения показателей, характеризующих действия различных факторов, влияющих на конкурентоспособность компании.

Таблица 2 - Показатели, характеризующие факторы конкурентных преимуществ компании и диапазоны их изменения.

Наименование показателя	Экономическое содержание показателя	Расчетная формула (оценка)	Диапазон изменения
1	2	3	4
<b>Рыночный фактор</b>			
1.1. Расположение рынков сбыта	Удаленность рынков сбыта, расширение границ рынка сбыта продукции	Экспертная оценка (в баллах)	1-5

Продолжение табл.4

1.2. Уровень послепродажного сервиса продукции	Наличие сервисных подразделений, гарантийного обслуживания	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
1.3. Отсутствие или наличие товаров – заменителей	Нет альтернативных видов продукции	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
1.4. Уровень и динамика мировых цен	Изменение уровня мировых цен относительно предыдущего года	$\frac{Ц_m}{Ц_б}$	0,5-1,5
<b>Управленческий фактор</b>			
2.1. Уровень квалификации персонала	Доля работников ( $K_3$ ) с высшим специальным образованием ( $N_{в.о}$ ) в общем количестве работников( $N$ )	$K_3 = N_{в.о} / N$	0,05-0,4
	Показатель повышения квалификации ( $K_2$ ), где $T_{oi}$ - количество дней обучения $i$ -го специалиста; $T_{ki}$ - количество рабочих дней, отработанных сотрудниками	$K_2 = \sum_1^{no} T_{oi} / \sum_1^N T_{ki}$	0,02-0,2
2.2. Использование современных методов маркетинга (реклама)	Наличие различных форм рекламы, использование передовых методов исследования рынка	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
2.3. Репутация и имидж	Признание фирмы на внутреннем и внешнем рынках, котировка акций на биржах	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
2.4. Уровень послепродажного обслуживания	Наличие сервисных центров, центров гарантийного обслуживания и т.п.	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
<b>Ресурсно - производственный фактор</b>			
3.1. Условия доступа к ресурсам	Возможность увеличения и освоения новых скважин	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
3.2. Качество ресурсов	Качество исходного сырья: наличие механических примесей, воды, соли	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
3.3. Использование инновационных решений	Отношение вложений на инновации ( $V_{и}$ ) к экономической эффективности от внедрения инновации ( $V_{эи}$ )	$T_c = V_{и} / V_{эи}$	0,02-0,2
3.4. Наличие современных технологий	Объем производства продукции с использованием новых технологий ( $V_{т}$ ) к общему объему производства продукции до применения технологии ( $V_{л}$ )	$I_{т} = V_{т} / V_{эи}$	1,5 - 0,5
3.5. Состояние основных производственных фондов (ОПФ)	Физический износ, где $A$ - сумма амортизационных отчислений; $Conф$ – стоимость ОПФ	$A / C_{опф}$	0-0,7
	Моральный износ, где $Conф.ми$ – стоимость ОПФ морально изношенных	$Conф.ми / C_{опф}$	0-0,5
<b>Финансовый фактор</b>			
4.1.Уровень финансовой устойчивости	Показатель финансовой устойчивости, где $K_{occ}$ – коэффициент обеспеченности собственными средствами; $K_{сэс}$ – коэффициент соотношения собственных и заемных средств.	$П_{фy} = (K_{occ} \times K_{сэс}) / 2,$	0,015-0
	Коэффициент переуступки прав требования где $D_{зд}$ – дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты; $D_{зк}$ – дебиторская задолженность, платежи которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты; $K_3$ – кредиторская задолженность	$K_{пт} = (D_{зд} + D_{зк}) / K_3,$	2-0,8
4.2. Достаточность оборотных средств	Доля кредитов под оборотные средства $K_{o.c.}$ в общем объеме кредитных ресурсов ( $Kp.$ )	$K_{o.c.} / Kp.$	0,3-1,0
4.3. Доступ к финансовым ресурсам	Наличие собственных банков, возможность получения кредитов	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
4.4.Интенсивность использования капитала	Рентабельность фирмы, где $P_o$ – общая рентабельность; $P_{ск}$ – рентабельность собственного капитала.	$P_{ф} = (P_o + P_{ск}) / 2,$	0,25-0,1
	Показатель ликвидности, где $K_{мл}$ – коэффициент текущей ликвидности; $K_{ал}$ – коэффициент абсолютной ликвидности.	$П_{л} = K_{мл} \times K_{ал},$	5-0

**Выводы и рекомендации.** На основе экспертных оценок разработана многофакторная модель оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия, учитывающая действие инновационной, инвестиционной и маркетинговой политики предприятия. На основе экспертных оценок для каждого показателя, формирующего фактор, устанавливается весовое значение, отражающее степень его влияния на уровень конкурентоспособности машиностроительного предприятия. Интегральная оценка конкурентоспособности конкретной компании зависит от фактического значения показателей, влияющих на кумулятивные оценки факторов, характеризующих уровень конкурентоспособности компании. В модели установлено пять возможных диапазонов изменения показателей, формирующих факторы. Каждый из пяти диапазонов корреспондирует соответствующему значению уровня конкурентоспособности предприятия, имеющего пять дискретных состояний: весьма благоприятное - высокая степень конкурентоспособности; благоприятное - достаточная конкурентоспособность; умеренное - средняя степень конкурентоспособности; неблагоприятное - низкий уровень конкурентоспособности; весьма неблагоприятное - неконкурентоспособное.

#### Список литературы

1. *Антипова О.В.* Повышение конкурентоспособности предприятия как фактор экономического роста промышленности России // Автореф...кан.экон.наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». М.: Академия труда и социальных отношений, 2007.- 24с.
2. *Псарева Н.Ю.* Холдинговые отношения: теоретический и методический аспекты / *Н.Ю.Псарева.* - М.: Издательский дом «Высшее образование и Наука». 2003. - 287с.
3. Конкурентоспособность как фактор инвестиционной привлекательности машиностроительных предприятий / *П.Г.Перерва* [и др.] // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ": сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 35. – С. 75-80
4. *Перерва П.Г.* Управление инновационной діяльністю // Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, С.В.Крикавський,* та ін., за ред. *О.А.Старостіної.* – К. : Знання, 2009. – 1070 с.
5. *Ілляшенко С.М.* Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія // за ред. С.М. Ілляшенка. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. - 615 с.
6. *Косенко А.П.* Исследование факторов инновационного потенциала на мезоуровне / *А.П. Косенко* // Наукові праці ДонНТУ. – 2005. – Серія економічна. – Вип.100, Ч.2. – С.12-19.
7. *Перерва П.Г.* Анализ финансового состояния предприятия / *П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. пр. Темат. вып. : Технический прогресс та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПИ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
8. *Косенко О.П.* Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / *О.П.Косенко.* - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.
9. *Kociszky G.* Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / *G.Kociszky, M.Veress Somosi, P.G.Pererva* // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: сб. 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 доступа: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9j1-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>
10. *Яковлев А.И.* Анализ современного stanu интеллектуально-инновационной деятельности в Украине / *А.И.Яковлев, О.П.Косенко, М.М.Ткачев* // Вестник НТУ "ХПИ" : сб. науч. пр. Темат. вып. : Технический прогресс і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПИ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 162-174.
11. *Перерва П.Г.* Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. пр. Темат. вып. : Технический прогресс та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПИ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 50-54.
12. *Гладенко И.В.* Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / *И.В.Гладенко, П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.А.Кобелева* // Вестник НТУ «ХПИ». Технический прогресс і ефективність виробництва. – 2009. – № 36-1. – С. 12-22.
13. *Перерва П.Г.* Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / *П.Г.Перерва* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПИ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
14. *Товажнянский В.Л.* Антикризисный мониторинг финансово-экономических показателей работы машиностроительного предприятия / *П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский* // Экономика развития. – Х. : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С.46-50. 23.
15. *Перерва П.Г.* Моделирование стратегической политики маркетингу конкурентоспособности на засадах бечмаркінгу / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Економічні науки : сб. науч. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
16. *Старостіна А.О.* Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, С.В.Крикавський* та ін.; за ред. *А.О.Старостіної.* – К. : Знання, 2009. – С.461-518.
17. *Перерва П.Г.* Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бечмаркінгу / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вестник Нац. ун-та "Львівська політехніка" : сб. науч. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174.
18. *Яковлев А.И.* Комерціалізація інтелектуальної власності: проблеми визначення та правового забезпечення / *А.И.Яковлев, О.П.Косенко, М.М.Ткачев* // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. – С. 309-311.
19. *Ткачова Н.П.* Синергетичний ефект бечмаркінгу конкурентних переваг / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4(1). – С. 55- 66.
20. *Перерва П.Г.* Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вестник Нац. ун-та «Львівська політехніка» : сб. науч. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
21. *Перерва П.Г.* Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перерва П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
22. *Ткачова Н.П.* Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Экономика развития. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
23. *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.

#### Bibliography (transliterated):

1. *Antipova A.V.* Povysheniye konkurentosposobnosti predpriyatiya kak faktor ekonomicheskogo rosta promyshlennosti Rossii // Avtoref ... kan.ekon.nauk po spetsial'nosti 08.00.05 «Ekonomika i upravleniye narodnym khozyaystvom». M. : Akademiya truda i sotsial'nykh otnosheniy, 20A07. 24s.
2. *Psareva N.Y.* Kholdingovyye otnosheniya: teoreticheskiy i metodicheskiy aspekty / *N.Y.Psareva.* - M. : Izdatel'skiy dom «Vyssheye obrazovaniye i Nauka». 2003. - 287s.
3. Konkurentosposobnost' kak faktor INVESTTSIONNOY privlekatel'nosti mashinostroitel'nykh predpriyatiy / *P.G.Pererva* [i dr.]. // Vestnik Nats. tekhn. un-ta "KHPI": sb. nauch. tr. Temat. vyp. : Tekhnicheskii progress i effektivnost' proizvodstva. - Khar'kov: NTU "KHPI", 2009. - № 35. - S. 75-80

4. *Pererva P.G.* Upravleniye innovatsionnoy deyatelnosti // Marketing: teoriya, mirovoy opyt, ukrainskaya praktika: ucheb. / O.A.Starostina, N.P.Goncharova, Ye.V.Krikavskiy i dr., Pod red. O.A.Starostinoy. - M.: Znaniye, 2009. - 1070 s.
5. *Il'yashenko S.M.* Marketing innovatsiy i innovatsii v marketinge: monografiya // pod red. S.M. Il'yashenko. - Sumy: ITD «Universitetskaya kniga», 2008. - 615 s.
6. *Kosenko A.P.* Issledovaniye faktorov innovatsionnogo potentsiala na mezourovne / A.P. Kosenko // Nauchnyye trudy DonNTU. - 2005. - Seriya ekonomicheskaya. - Vip.100, CH.2. - S.12-19.
7. *Pererva P.G.* Analiz finansovogo sostoyaniya predpriyatiya / P.G.Pererva, O.N.Savenkova // Vestnik Nats. tekhn. un-ta "KHPI": sb. nauk. pr. Temat. vyp. Tekhnicheskii progress i effektivnost' proizvodstva. - Khar'kov: NTU "KHPI", 2002. - № 11-2. - S. 118-121.
8. *Kosenko O.P.* Komertsializatsiya intelektual'no-innovatsionnykh tekhnologiy [Monografiya] / O.P.Kosenko. - M.: «Polosataya tipografiya», 2015. - 517 s.
9. *Kocziszky G.* Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G.Kocziszky, M.Veris Somosi, P.G.Pererva // Strategicheskiye perspektivy razvitiya ekonomicheskikh sub'yektov v nestabil'noy ekonomicheskoy srede: sb. tezisov nauk. rabot 2-y Vseukr. nauchno-prakticheskoy. internet-konf. s mezhdunar. uchastiyem, 28-30 noyabrya 2017 / Kremen. nats. un-t im. Mikhaila Ostrogradskogo.- Kremenchug, 2017. - S. 164-167. - Rezhim dostupa: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrOudP/view>
10. *Yakovlev A.I.* Analiz sovremennogo sostoyaniya intelektual'no-innovatsionnoy deyatelnosti v Ukraine / A.I.Yakovlev, O.P.Kosenko, M.M.Tkachov // Vestnik NTU "KHPI": sb. nauk. pr. Temat. vyp. Tekhnicheskii progress i effektivnost' proizvodstva. - Khar'kov: NTU "KHPI". - 2015. - № 25 (1134). - S. 162-174.
11. *Pererva P.G.* Sbalansirovannaya sistema pokazateley v innovatsionno-investitsionnoy politike promyshlennogo predpriyatiya / P.G.Pererva, T.O.Kobeleva, N.P.Tkachova // Vestnik Nats. tekhn. un-ta "KHPI": sb. nauk. pr. Temat. vyp. Tekhnicheskii progress i effektivnost' proizvodstva. - Khar'kov: NTU "KHPI". - 2015. - № 60 (1169). - S. 50-54.
12. *Gladenko I.V.* Monitoring proizvodstvenno-kommercheskoy deyatelnosti promyshlennogo predpriyatiya / I.V.Gladenko, P.G.Pererva, V.L.Tovazhnyanskiy, T.A.Kobeleva // Vestnik NTU «KHPI». Tekhnicheskii progress i effektivnost' proizvodstva. - 2009. - № 36-1. - S. 12-22.
13. *Pererva P.G.* Kompyuternyye programmy promyshlennogo predpriyatiya: sushchnost' i zadachi / P.G.Pererva // Vestnik Nats. tekhn. un-ta "KHPI": sb. nauk. pr. Ser.: Ekonomicheskkiye nauki. - Khar'kov: NTU "KHPI", 2017. - № 24 (1246). - S. 153-158.
14. *Tovazhnyanskiy V.L.* Antikrizisnyy monitoring finansovo-ekonomicheskikh pokazateley raboty mashinostroitelnogo predpriyatiya / P.G.Pererva, V.L.Tovazhnyanskiy // Ekonomika razvitiya. - KH.: KHNEU. - 2010. - №2 (54). - S.46-50. 23.
15. *Pererva P.G.* Modelirovaniye strategicheskoy politiki marketinga konkurentosposobnosti na osnove benchmarkinga / P.G.Pererva, N.P.Tkachova // Ekonomicheskkiye nauki: sb. nauk. trudov. Ser. Ekonomika i menedzhment. - Lutsk: LNTU, 2012. - Vyp. 9 (34), ch. 2. - S. 10-23.
16. *Starostina A.A.* Marketing: teoriya, mirovoy opyt, ukrainskaya praktika: ucheb. / A.O.Starostina, N.P.Goncharova, Y.V.Krikavskiy i dr.; pod red. A.O.Starostinoy. - M.: Znaniye, 2009. - S.461-518.
17. *Pererva P.G.* Povysheniye konkurentosposobnosti mashinostroitel'nykh predpriyatiy na osnove sinergeticheskogo benchmarkinga / P.G.Pererva, T.A.Kobeleva, N.P.Tkachova // Vestnik Nats. un-ta "Lvovskaya politekhnika": sb. nauk. trudov. Ser. Menedzhment i predprinimatel'stvo v Ukraine: etapy stanovleniya i problemy razvitiya. - Lvov Lvovskaya politekhnika, 2015 - № 819. - S. 167-174.
18. *Yakovlev A.I.* Kommertsializatsiya intelektual'noy sobstvennosti: problemy opredeleniya i pravovogo obespecheniya / A.I.Yakovlev, O.P.Kosenko, M.M.Tkachov // Marketing innovatsiy i innovatsii v marketinge: sbornik tezisov dokladov VII Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskoy konferentsii, 26-28 sentyabrya 2013 - Sumy: OOO "DD" Papyrus", 2013. - S. 309-311.
19. *Tkachova N.P.* Sinergeticheskii effekt benchmarkinga konkurentnykh preimushchestv / P.G.Pererva, N.P.Tkachova // Marketing i menedzhment innovatsiy. - 2011. - № 4 (1). - S. 55-66.
20. *Pererva P.G.* Formirovaniye rynka elektrotekhnicheskoy produktsii / P.G.Pererva, T.O.Kobeleva, N.P.Tkachova // Vestnik Nats. un-ta «Lvovskaya politekhnika»: sb. nauk. trudov. Ser.: Problemy ekonomiki i upravleniya. - Lvov Lvovskaya politekhnika, 2015 - № 815. - S. 118-125.
21. *Pererva P.G.* Ekonomika i upravleniye innovatsionnoy deyatelnosti: uchebnik / Pod red. prof. Pererva P.G., prof. Voronovskogo K., prof. Mekhovicha S.A., prof. Pogorelova N.I. - Khar'kov: NTU «KHPI», 2009. - 1203 s.
22. *Tkachova N.P.* Razvitiye metodov analiza fakticheskogo sostoyaniya konkurentnykh preimushchestv predpriyatiya / P.G.Pererva, N.P.Tkachova // Ekonomika razvitiya. - Khar'kov: KHNEU, 2011. - № 4 (60). - S. 116-120.
23. *Pererva P.G.* Prakticheskii marketing / P.G.Pererva. - Vypusk 1. Terminy i opredeleniya / Spravochnik menedzhera promyshlennogo predpriyatiya. - M.: NPO «Reklama, informatsiya, marketing», 1991. - 96 s.

Надійшло (received) 13.03.2018

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petro Grygorovych)** – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgrpererva@gmail.com

**Нагі Сабольч (Наги Сабольч, Nagy Szabolcs)**, професор Мішкольцьського університету, факультет економіки і менеджменту, інститут маркетингу та туризму, тел. + 3646 / 565-111 / 17-30, nagy.szabolcs@unimiskolc.hu

**Кобелева Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobieliyeva Tetiana)** – кандидат економічних наук, доцент кафедри організації виробництва і управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». (097) 468-56-45, e-mail tanja.kobeleva@gmail.com