

2. Национальный Статистический комитет Республики Беларусь : сайт. URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 03.04.2020).
3. Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь : сайт. URL: <https://www.mintrans.gov.by/> (дата обращения: 03.04.2020).
4. Транспортный весник : сайт. URL: <https://transport-gazeta.by> (дата обращения: 03.04.2020).

УДК 316.624:[159.9:331.101.3]

**Кобелєва Т. О., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна**

КОМПЛАЄНС-БЕЗПЕКА – ВИМОГА ЧАСУ

В системі забезпечення національної безпеки будь-якої країни економічна безпека є основою її сталого, безкризового соціально-економічного розвитку. Визначаючи сутність терміну «економічна безпека» можна виходити з різних підходів. По-перше, рівень економічної безпеки можливо визначити як здатність української економіки в цілому та її галузей (регіонів) окремо забезпечувати сталий розвиток і відповідний захист економічних інтересів індивідів, господарюючих суб'єктів, регіонів і країни. По-друге, економічна безпека країни може розглядатися з позиції забезпечення захисту найбільш важливих сфер діяльності усіх жителів країни, суспільства і держави в економічній сфері від наявних комплаєнс-загроз різного рівня (рис.1).

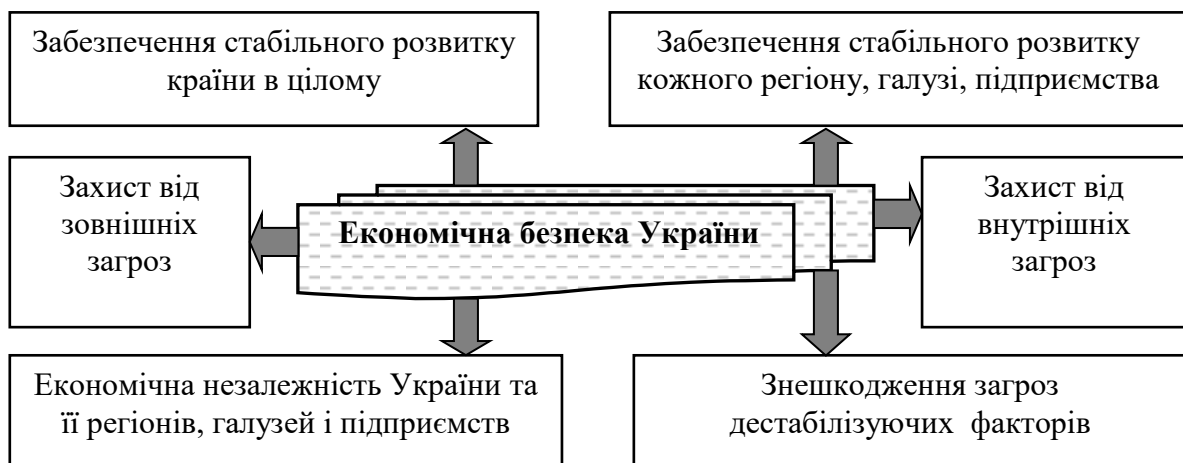


Рисунок 1 – Основні складові економічної безпеки України

Досягнення необхідного рівня економічної безпеки на кожному окремому рівні ієрархічної структури є надзвичайно важливим для промислового підприємства і нагально потребує в достатній мірі обґрунтованого та адекватного науково-методичного забезпечення. На нашу думку, необхідною умовою економічної безпеки на мего-, макро-, мезо та макрорівнях є забезпечення економічної безпеки саме на рівні підприємства, теоретико-

методичне значення якої визначається забезпеченням умов для його ефективного функціонування та стратегічного розвитку в умовах впливу загроз різноманітного характеру. Тому досягнення запланованих показників виробничо-комерційної діяльності кожного підприємства та забезпечення необхідного рівня його економічної безпеки багато в чому буде залежати від роботи по виявленню, оцінюванню і усуненню (мінімізації) ризиків та загроз, які виходять як із зовнішнього, так і із внутрішнього середовища промислового підприємства.

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.

Тому питання економічної безпеки в їх діяльності є надзвичайно важливими. Більшість топ-менеджерів прагнуть до забезпечення сталого розвитку свого підприємства з найменшим рівнем ризику волатильності (невизначеності, непередбачуваного коливання показників бізнес-діяльності), що істотно впливає на основні показники стратегічного розвитку, тобто різких непередбачуваних коливань вартості як самого підприємства, так і його активів. Сьогоднішні реалії господарювання такі, що забезпечення безпеки підприємства, в першу чергу його економічної безпеки, неможливо без впровадження в практику його діяльності системи комплаєнс.

Комплаєнс (англ. «compliance» – згода, відповідність, походить від «to comply» – виконувати) – в перекладі з англійської означає дію згідно із запитом або вказівкою; покірність. Комплаєнс відтворює відповідність конкретних дій підприємства, окремого колективу чи працівника будь-якого рангу внутрішнім або зовнішнім вимогам (законам, стандартам, нормам, положенням і т. п.).

Але далеко не завжди при формуванні враховуються показники корупції, шахрайства, відмивання грошей, порушення корпоративної етики, антимонопольного, податкового законодавства і т.п. В останні 20...25 років в світовій економіці все це є предметом комплаєнс-досліджень. Виходячи з цих посилок, пропонуємо ввести в економічну термінологію дефініцію «комплаєнс-безпека підприємства». Новий термін потребує свого теоретико-методологічного обґрунтування та визначення як економічної категорії. Сутність терміну «комплаєнс-безпека» виходить з визначення як самого терміну «комплаєнс», так і поняття «економічна безпека».

Тому пропонується визначати поняття *комплаєнс-безпеки промислового підприємства* як міра (ступінь, показник) захищеності життєво важливих інтересів промислового підприємства від зовнішніх та внутрішніх порушень законів, нормативних правових актів, стандартів, установчих та внутрішніх документів підприємства шляхом визначення, оцінювання та максимального зменшення (усунення) комплаєнс-ризиків. Такого роду визначення дозволяє, по-перше, показати динамічність комплаєнс-безпеки в просторі і часі; по-друге, визначати важливість як внутрішніх, так і зовнішніх чинників впливу на розмір комплаєнс-безпеки; по-третє, показати тісну взаємодію на правовій основі державної і корпоративної систем забезпечення економічної безпеки; по-четверте, визначати в якості основного інструменту комплаєнс-безпеки промислового підприємства наявність та рівень комплаєнс-ризиків. Дослідження методологічної сутності комплаєнс-безпеки передбачає визначення функцій, політик та принципів цього напрямку економічної роботи на промисловому підприємстві. Ефективність використання цього напрямку економічної роботи на підприємствах в сучасних умовах очевидна.

Сьогодні комплаєнс є важливою ланкою системи управління процесами забезпечення економічної безпеки промислового підприємства, дотримання підприємством та його співробітників законності та правил корпоративної етики. Сьогодні обов'язок створювати в організаційній структурі управління відповідні комплаєнс-підрозділи передбачається тільки в фінансових установах, зокрема в банківській сфері. На інші види підприємств та організацій ці вимоги сьогодні не поширюються.

Список літератури

1. The Basel Committee – overview // BIS. URL: <https://www.bis.org/bcbs/> (дата звернення: 10.04.2020).
2. Перерва П. Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т. А. *Комплаєнс программа промышленного предприятия*. Харьков-Мишкольц : Планета-принт, 2019. 689 с.
3. Pererva P. G., Kocziszky G., Szakaly D., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.
4. Перерва П. Г. *Комплаєнс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи*. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Серія: Економічні науки. 2017. № 24 (1246). С. 153–158.
5. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В. Л., Перерва П. Г., Кобелева Т. О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2015. № 59 (1168). С. 148–152.
6. Ткачова Н. П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116–120.
7. Перерва П. Г. *Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга)*. Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
8. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. *Маркетинг инновационного процесса : учеб. пособие*. Киев : ВИРА-Р, 1998. 267 с.

9. Перерва П. Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии : учеб.пособие. Харьков : Основа, 1993. 288 с.

10. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. Киев : Наук. думка, 1989. 176 с.

УДК 338.23

Ковшова І. О., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом

Мріх О. А., магістр

Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ, Україна

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Оцінку ефективності маркетингових стратегій стимулювання збуту продукції підприємств можна здійснювати двома способами з використанням двох груп ключових показників. Першим способом оцінка здійснюється за такими двома групами показників: I група – показники (індикатори) визначення частки ринку підприємств; II група – показники (індикатори) визначення ефективності збутових витрат підприємств. Другим способом оцінка здійснюється за такими двома групами індикаторів: I група – індикатори ринкових часток підприємств; II група – індикатори ефективності збутових витрат підприємств [1]. Зазначені групи показників формують систему оцінки ефективності маркетингових стратегій стимулювання збуту продукції підприємств, а також дозволяють розрахувати її ефективність.

Загальний процес оцінки ефективності маркетингової стратегії стимулювання збуту продукції підприємства можна умовно розподілити на чотири етапи [2]: провести діагностику ринкового середовища функціонування підприємства; виявити можливості та загрози маркетингового середовища; оцінити вплив партнерів та контактних аудиторій на економіко-організаційну результативність підприємства; оцінити ефективність маркетингової стратегії стимулювання збуту продукції підприємства (рис. 1).

При цьому слід враховувати, що ефективність формування маркетингової стратегії стимулювання збуту продукції підприємства визначається такими групами чинників: економічні чинники (ціни, податкові ставки, умови кредитування, процентні ставки НБУ, стан економічного розквіту чи занепаду, фонд зарплати, тощо); політичні чинники (рівень стабільності в країні, характер правової бази, наявність військових конфліктів, тощо); ринкові чинники (наявність конкурентів, ступінь монополізації ринку, еластичність попиту на продукцію, тощо); інноваційні чинники (науково-технічний прогрес, швидкість технологічних змін, оновлення асортименту та якості продукції, технологій, тощо); соціально-культурні чинники (культурний вплив, соціальні цінності, корпоративна відповідальність, модні тренди, тощо) [3, с. 173].

Відповідно, система аналітичного забезпечення збуту стає важливим елементом, який уможливорює проведення об'єктивного аналізу кон'юнктури