

більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;

- глобалізація і концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація за запитами і потребами клієнтів;
- широке впровадження нових засобів комунікації і інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;
- впровадження нових технологій у ділову стратегію готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

Основні завдання в сфері готельного бізнесу: створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, створення стабільної клієнттури через уміння знайти свого клієнта, пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне відновлення власної політики з обліком ринку, що динамічно розвивається, готельних послуг.

#### **Список літератури:**

1. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) [www.globalcompact.org.ua](http://www.globalcompact.org.ua);
2. Загальна декларація прав людини: Прийнята і проголошена резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 року // Офіційний вісник України від 15.12.2008 - 2008 р.- № 93. - С. 89. – Ст. 3103. [http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995\\_015](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_015);
- 3 ДСТУ ISO 9001:2009 (ISO 9001:2008) Системи управління якістю. Вимоги. Національний стандарт України.

**KOCZISZKY GYORGY**, prof., University of Miskolc

**VERES SOMOSI MARIANN**, prof., Dean University of Miskolc

**KOBIELIEVA T.O**, c.e.s., as. prof., NTU «KhPI»

### **COMPLIANCE AS A FACTOR OF PRESERVING THE REPUTATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

The reputation of an industrial enterprise, like any other firm, is formed on the basis of the experience of interaction with consumers, personnel, owners, representatives of state authorities and other participants in economic relations. Reputation has always been a socially significant concept. However, for a long time, reputational issues were not given enough attention in the overall enterprise management system, which was due to the low impact of this factor on commercial performance, in particular, on profit and profitability.

In addition, the activities of commercial structures were considered in the short term, while the strategic perspective, at best, was only declared because of the tough need to survive "here and now."

It is proposed to use the theory and practice of compliance to strengthen the reputation of an industrial enterprise. Despite the fact that the term "compliance" is clearly absent in Ukrainian legislation, the notion of "compliance" has long been established in the professional environment (primarily in the stock market, but also in banks). In addition, the central bank of Ukraine, without introducing compliance, as a single system, into the business turnover, gradually acquaints the banking community with its elements. Currently, the central bank of Ukraine continues the positive practice of disseminating recommendations based on documents developed by the Basel Committee on Banking Supervision.

The term "compliance" appeared in our country with the emergence on the Ukrainian market of subsidiaries of Western financial structures, for which this function is legally necessary and, therefore, well formed [1-2]. The compliance program is an integral part of the activities of Western industrial corporations, and its main goal is to minimize the legal and reputational risks associated with violations of professional and ethical standards. Despite the fact that the term "compliance" is absent in Ukrainian legislation, the concept of compliance has been used in the professional environment for a long time. For example, the central bank of Ukraine gradually acquaints the banking community with elements of compliance. Currently, the central bank of Ukraine continues the positive practice of disseminating recommendations based on documents developed by the Basel Committee on Banking Supervision.

To describe in detail the essence of the communication mechanism of reputational compliance, it is proposed to apply the organization's reputation system model [1]. We believe that this model graphically describes the mechanisms of interaction between elements of the corporate culture, organizational structure, rules and procedures, regulated internal regulations, professional standards that ensure that they are followed by all employees in order to maintain business reputation. In the proposed model, the system of reputational compliance has three conceptual components [1]:

- the professional component reflects the compliance of industrial workers with the standards of professional activity.
- the communication component reflects the compliance of

internal rules and regulations to all employees and managers of the organization;

- control of the component, reflects the fixation of violations and the identification of compliance, the promotion of the necessary correspondences in the implementation of business processes).

The professional component is methodological in nature and is the basis of the model at all levels of government. The communication component of reputational compliance unites the relationships within the team within the framework of corporate ethics, which is reflected in the styles and traditions, drawn up with the help of the corporate culture code, and the code of professional ethics and honor of the organization. Thus, the implementation of the strategic and operational goals of business sustainability can be carried out on the basis of the control system - information and analytical support for managing business processes, taking into account the movement of financial flows and other resources of the organization. Thanks to the control, the business entity has the ability to monitor and control all business processes.

An effective compliance system does not limit the opportunities for economic growth and, moreover, does not prevent them, on the contrary, gives the enterprise confidence in resolving ambiguous or critical situations. The compliance service protects the company from reputational risks, thereby opening up additional opportunities for its development.

When managing reputational risk in an enterprise, trust issues are key. We believe that the mechanism of reputational compliance should be aimed not so much at preventing reputational risk, but at forming trust relationships within business processes. Trust is built primarily on informational openness. Therefore, transparency is considered as one of the principles of good corporate governance.

#### **References:**

1. Орлова М.Г. Концепция образовательного комплаенса вуза // Обучение и воспитание: методики и практика. – 2015. – № 22. – С. 229-232;
2. Перерва П.Г. Комплаенс-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;
3. Nagy S., Piskóti I., Molnár L., Marien, A. (2012). The relationship between values and general environmental behaviour. *Economics and Management*, No.17(1), pp.272-278;
4. Piskoti I., Nagy S. (2009) A new customer satisfaction management model (methodology and practice). *Economics and managements*, No. 14, pp. 483-490;
5. Романчик Т.В. Оцінка сучасного стану інноваційної діяльності підприємств України / Т.В. Романчик // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2008. – № 55 (1). – С. 52-61;
6. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the

intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- №5.- [Published online].- Access mode: [https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization\\_of\\_marketing\\_activities\\_on\\_the\\_intrapreneurship.pdf](https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf);

**7.** Романчик Т.В. Теорія інновації: дослідження понятійного апарату / Т.В. Романчик // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 138-142;

**8.** Nagy S. (2017) The Impact Of Country Of Origin In Mobile Phone Choice Of Generation Y And Z // JOURNAL OF MANAGEMENT AND TRAINING FOR INDUSTRIES.- №4.- pp.16-29;

**9.** Kocziszky György Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G. Kocziszky, M. Veres 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>;

**10.** 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;

**11.** Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobieliava // 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 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.** Pererva P.G. Technology transfer / P.G. Pererva, György Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.;

**14.** Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy S. (2018) Methodological provisions for conducting empirical research of the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions // Маркетинг і менеджмент інновацій / Marketing and management of innovations.- № 3.- pp.133-141;

**15.** Kocziszky György Compliance risk in the enterprise / G. Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobieliava // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017» : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017р. / ред.: П.Г. Перерва, Є.М. Строков, О.М. Гуцан.– Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57;

**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.** Романчик Т.В. Наукові засади дефініції "економічна безпека" / Т.В. Романчик // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі : зб. тез наук. робіт 1-ї Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф., 21-23 березня 2017 р. – Кременчук : КрНУ, 2017. – С. 206-209;

**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;

**19.** 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;

**20.** Романчик Т.В. Економічна безпека підприємства: функціональні аспекти / Т.В. Романчик // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, 30-31 березня 2017 р. : [в 2 т.]. Т. 2 / ред. В.М. Зайцева. – Запоріжжя : "Просвіта", 2017. – С. 372-374.