

Отже, за результатами проведеного аналізу можна стверджувати, що існують значні перспективи розвитку ресторанного ринку та закладів громадського харчування, про що свідчить постійна поява нових учасників ринку та постійно зростаючий попит серед місцевого населення.

П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф. (НТУ «ХПИ», Харьков)

Т.А. Кобелева, канд. экон. наук, доц. (НТУ «ХПИ», Харьков)

КОМПЛАЕНС-ФУНКЦИЯ В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО, ГОСТИНИЧНОГО И ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Возникновение комплаенса в мире связано с глобализацией и интернационализацией мировой финансовой системы. Если учесть международный и трансграничный характер многих финансовых операций, поэтому можно сказать, что уровень нефинансовых рисков значительно вырос за последние десять лет.

Идеология «комплаенс» призывает соответствовать внутренним политикам и процедурам компании и реализуется путем создания условий, в которых лица, представляющие организацию, будут действовать в соответствии с высокими профессиональными и этическими стандартами.

На сегодняшний день в западных странах комплаенс присутствует в финансовых организациях, производственных предприятиях, в медицине, торговле и прочих отраслях. В подавляющем большинстве компаний существуют и соблюдаются следующие документы: кодекс корпоративной этики; политика сообщений о нарушениях этических стандартов; политика «Китайской стены» (для разграничения информационного поля в деятельности организации с целью предотвращения конфликтов интересов и создания условий для честной конкуренции); политика принятия и дарения подарков, приглашений на мероприятия; политика по противодействию отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; политика о взаимодействии с регулирующими органами; политика о конфиденциальности информации. Вместе с тем, наибольшую актуальность комплаенс функция имеет в сфере ресторанно-гостиничного и туристического бизнеса. Борьба с коррупцией – это сложная и многоуровневая работа, охватывающая комплекс мероприятий по предупреждению, выявлению, пресечению коррупции и устранению ее последствий. Одним из проявлений этой работы является антикоррупционная (криминологическая) экспертиза нормативных правовых актов в целях

предотвращения появления, выявления и устранения положений, которые могут способствовать созданию условий для коррупции.

Комплаенс (англ. compliance – согласие, соответствие; происходит от глагола to comply – исполнять) – в переводе с английского означает действие в соответствии с запросом или указанием; повиновение (англ. compliance is an action in accordance with a request or command, obedience). «Комплаенс» представляет собой соответствие конкретных действий предприятия (организации) в целом, отдельного коллектива или работника любого ранга каким-либо внутренним или внешним требованиям (законам, стандартам, нормам, положениям и т.п.). Под соответствием подразумевается часть системы управления/контроля в организации, связанная с рисками несоответствия, несоблюдения требований законодательства, нормативных документов, правил и стандартов надзорных органов, отраслевых ассоциаций и саморегулируемых организаций, кодексов поведения и т.д. Такие риски несоответствия в конечном итоге могут проявляться в форме применения юридических санкций или санкций регулирующих органов, финансовых или репутационных потерь как результат несоответствия законам, общепринятым правилам и стандартам.

Соответствие законам, правилам и стандартам в сфере комплаенса обычно касается таких вопросов, как соблюдение надлежащих стандартов поведения на рынке, управление конфликтами интересов, справедливое отношение к клиентам и обеспечение добросовестного подхода при консультировании клиентов. К сфере комплаенса относятся также специфические области, такие как: противодействие легализации доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма; разработка документов и процедур, обеспечивающих соответствие деятельности компании действующему законодательству; защита информационных потоков, противодействие мошенничеству и коррупции, установление этических норм поведения сотрудников и т.д.

Комплаенс-функция на предприятиях услуг должна быть независимой. Концепция независимости включает четыре взаимосвязанных элемента, каждый из которых подробнее рассмотрен ниже. Во-первых, комплаенс-функция должна иметь официальный статус. Во-вторых, должен быть назначен руководитель комплаенса с общей ответственностью за координацию управления комплаенс-риском в банке. В-третьих, персонал комплаенс-функции, и в особенности руководитель комплаенса, не должен оказываться в ситуации, когда возможен конфликт интересов между их обязанностями по управлению комплаенс-рисками и любыми другими возложенными на них обязанностями. В-четвертых, персонал

комплаенс-функции должен иметь доступ к информации и персоналу, необходимый для исполнения своих обязанностей.

Концепция независимости не означает, что комплаенс-функция не может тесно работать с руководством и служащими различных подразделений. В действительности рабочие отношения сотрудничества между комплаенс-функцией и подразделениями должны помочь выявить комплаенс-риски и управлять ими на раннем этапе. Различные описанные ниже элементы следует считать страховочными мерами, помогающими обеспечить эффективность комплаенс-функции, несмотря на тесные рабочие отношения между комплаенс-функцией и подразделениями. Способ реализации страховочных мер зависит в некоторой степени от конкретных обязанностей отдельных служащих комплаенс-функции.

Необходимо обеспечить высокий официальный статус комплаенс-функции и руководителя службы комплаенса. Комплаенс-функция должна иметь официальный статус на предприятии, чтобы получить соответствующее положение, полномочия и независимость. Это может быть предусмотрено в политике предприятия по комплаенсу или ином официальном документе. Содержание этого документа должно быть доведено до сведения всего персонала предприятия.

Независимость комплаенс-функции, подразумевающая наличие официального статуса в организации, наличие руководителя комплаенса с общей ответственностью за координацию управления комплаенс-рисками, исключение возможности конфликта интересов персонала комплаенс-функции между их обязанностями по управлению комплаенс-рисками и иными возложенными на них обязанностями, наличие необходимого доступа к информации и персоналу для исполнения своих обязанностей. Статус руководителя комплаенса должен быть достаточно высоким. Он должен быть либо членом исполнительных органов, либо подчиняться единоличному исполнительному органу или члену правления, не связанного с управлением бизнес-подразделениями.

Независимость руководителя комплаенс-функции и любых других служащих, на которых возложены обязанности по комплаенсу, может пострадать, если они оказываются в ситуации реального или потенциального конфликта между своими обязанностями по комплаенсу и другими своими обязанностями.

Список использованных источников

1. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П. Г. Перерва // Вестник Нац. Техн. у-та «ХПИ» (економічні науки). – Х. : НГУ «ХПИ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153–158.
2. Товажнянский В. Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В. Л. Товажнянский, П. Г. Перерва, Т. А. Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: колл. монография. – СПб. : Астерион, 2010. – Т. 2, п. 6.2. – С. 254–264.
3. Экономическая оценка инновационного потенциала : монография / [А. П. Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак и др.] ; под ред. проф. П. Г. Перервы и проф. Д. Коциски. – Харьков–Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц. техн. ун-т, 2009. – 170 с.
4. Перерва П. Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, А. В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НГУ «ХП», 2012. – № 51 (957). – С. 68–73.
5. 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.
6. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми : «Університетська книга», 2008. – 615 с.
7. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, І. В. Гладенко, А. В. Косенко, М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. у-ту «ХП». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НГУ «ХП», 2008. – № 18. – С. 105–110.
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 підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167–174.
9. Экономика и управление инновационной деятельностью : учебник / под ред. проф. П. Г. Перервы, проф. Г. К. Вороновского,

проф. С. А. Меховича, проф. Н.И. Погорелова. – Харьков : НГУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

10. Перерва П. Г. Развитие методов вартісної оцінки нематеріальних активів та об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, М. М. Ткачов // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія : економічна. – Донецьк : ДНГУ, 2014. – № 4. – С. 57–66.

11. 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 : НГУ «ХПІ», 2015. – № 59 (1168). – С. 148–152.

12. Перерва П. Г. Исследование рынка промышленной продукции / П. Г. Перерва. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 96 с.

13. Перерва П. Г. Маркетинг на промышленном предприятии / П. Г. Перерва. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 80 с.

14. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НГУ «ХПІ», 2013. – № 22 (995). – С. 89–95.

15. Перерва П. Г. Практический маркетинг / П. Г. Перерва // Справочник менеджера промышленного предприятия. Вып. 1. Термины и определения. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 96 с.

16. Перерва П. Г. Управление ассортиментом продукции / П. Г. Перерва. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 80 с.

17. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга / П. Г. Перерва. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 93 с.

18. Перерва П. Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2015. – № 815. – С. 118–125.