

LE MANS UNIVERSITY
FACULTY OF LAW, ECONOMICS AND MANAGEMENT
(Le Mans, France)

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE
**ANTI-CRISIS MANAGEMENT:
STATE, REGION, ENTERPRISE**

November 17th, 2017

Proceedings of the Conference

Part I

**Le Mans
2017**

Organising Committee

Xavier Fairise	Dr. of Economy, Professor, Vice Dean for Economics and Management, Le Mans University, France;
Ahmed Tritah	Dr. of Management and Administration, Associate Professor of Management, Le Mans University, France;
Andrzej Pawlik	Dr. Hab., Profesor, Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation, University named after Jan Kochanowski in Kielce, Poland;
Bogoyavlenska Yuliya	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine;
Galina Ulian	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova;
Natia Gogolauri	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Business Sul Khan-Saba Orbeliani Teaching University, Georgia;
Martina Diesener	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Economics and Management Science, Universitat Leipzig, Germany;
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland;
Shaposhnykov Kostyantyn	Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine;
Yuliana Dragalin	Ph.D, Dr. of Economics, As. Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova

International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part I, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. 172 pages.

Taran-Lala O. M. THE SIMULATION MODEL OF THE FUNCTIONING OF COOPERATION CONSUMER OF UKRAINE AS AN INTEGRAL SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEM ON THE BASIS OF COORDINATION OF ITS INTERESTS AND THE STATE.....	135
Химич О. В. МУЛЬТИПЛІКАТОР ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ	138
Ходаківський В. М. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	140
Цвайг Х. І., Михаліцька Н. Я. ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОЦІНКИ.....	143
Chala V. S., Maschenko S. O., Orlovskiy E. S. USING INTERNATIONAL GREEN CERTIFICATION SYSTEMS AS AN ELEMENT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF RESIDENTIAL BUILDING INDUSTRY	146
Юрій К. К. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	148
Yukhymenko Ya. V. CONCEPTUAL AND THEORETICAL BASIS OF TRANSITION TO THE RESULT-ORIENTED BUDGET	150
ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND BUSINESS CULTURE: AN ANTI-CRISIS ASPECT	
Костирко А. Г., Бобровська Н. В. ДІАГНОСТИЧНА ФУНКЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	154
Krupskyi O. P., Koshevyi M. M. ORGANIZATIONAL CULTURE OF TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES AS MEANS OF ANTICRISIS MANAGEMENT OF THEIR ACTIVITY.....	156
Кучмєєв О. О. ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	159
Лачкова Л. І. САНАЦІЙНИЙ КОНТРОЛІНГ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ.....	162

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND BUSINESS CULTURE: AN ANTI-CRISIS ASPECT

**Костирко А. Г., к.е.н, старший викладач,
Бобровська Н. В., к.е.н., старший викладач,
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна**

ДІАГНОСТИЧНА ФУНКЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Забезпечення сталого розвитку бізнесу зумовлює необхідність його адаптації до процесу сучасної світової глобалізації. Глобалізація характеризує сучасну світову систему, є найбільш впливовою силою, яка визначає розвиток суспільства, і формує єдиний простір у всіх сферах суспільного життя.

У сфері економіки глобалізація має слугувати рушійною силою розвитку вільної і ефективної підприємницької діяльності всіх суб'єктів господарювання. У той час, суб'єкти підприємництва мають будувати свій бізнес опираючись на найкращі міжнародні стандарти, серед яких є відкритість і прозорість. Важливим чинником, який впливає на успішність підприємництва, є обізнаність про компанію. Джерелом такої інформації слугує звітність громадськості стосовно того, що робить компанія на шляху до стійкого розвитку.

За умов конкуренції навіть перед широко відомими компаніями виникає достатньо складна задача: як утримати свої позиції на ринку і зберегти ефективність діяльності. Звичайно керівництвом компаній здійснюється низка заходів щодо збільшення частки на ринку, по зниженню витрат у цілях здійснення цінової конкуренції. Значна кількість фахівців все більше схильються до висновку, що основним чинником успіху більшості компаній є вірність споживачів, іншими словами їх лояльність. Проте таку довіру необхідно сформувати і підтримувати постійно, що має забезпечувати реалізацію намічених стратегій.

Проведення наукового дослідження зумовлено необхідністю пошуку напрямів підвищення економічної ефективності підприємницької діяльності суб'єктів господарювання у поєднанні із соціальними і екологічними інтересами. Інтеграція України до європейського і світового співтовариства вимагає запровадження сучасних практик взаємодії держави, бізнесу і суспільства, які будуть тісно пов'язані з дієвою державною політикою у гео економічному просторі, враховуючи пріоритетні засади апроксимації законодавства до міжнародного і європейського права з метою збереження і відновлення навколишнього середовища, з етикою ведення бізнесу, соціальною відповідальністю бізнесу, фінансових можливостей щодо запровадження екологічних технологій, що засновані на інноваційному підході, екологізації виробництва.

На сьогодні набуває поширення концепція корпоративної соціальної відповідальності, яка є однією з передумов сталого розвитку компанії. Саме добровільна інтеграція соціальних і екологічних питань у господарську діяльність компанії підвищує довіру громадськості і можливість взаємодії. На світовому рівні концептуальний підхід щодо підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу було сформовано за ініціативи ООН, який знайшов відображення у Глобальному договорі. Складовою даної концепції є 10 основоположних принципів у сфері прав людини,

праці, екології та протидії корупції, дотримання яких, у глобальному масштабі, сприятиме створенню стабільної економіки.

З метою формування міжнародних рейтингів компаній використовується індексний метод оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, який досить поширений у міжнародній практиці. Найбільш поширеними індексами є: Індекс Domini Social Investment (DSI 400) (оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств); Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index) (критеріями оцінки виступають економічна основа для розвитку підприємства, соціальна активність, екологічна діяльність); Індекс FTSE4Good (фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства), Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index); метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group) [1; 3; 4].

Практична реалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності знаходить відображення у не фінансових звітах, ініціативи і рекомендації щодо їхнього складання розробляють багато організацій, серед яких : Глобальний договір ООН; Глобальна ініціатива зі звітності (GRI); Рада зі стандартів розкриття інформації про екологічний вплив (CDSB); Міжнародна рада з інтегрованої звітності (IIRC).

Різке зростання вимог до не фінансової звітності привело у 2016 р. до наявності в 64 країнах 383 інструментів. При цьому, 248 з них є обов'язковими, 135 – добровільні звіти, хоча ще у 2006 р. у світі налічувалося 35 обов'язкових і 25 добровільних вимог у розкритті інформації, інструкцій та основ. З позиції клієнтів та інвесторів компанії, які відкрито надають інформацію про соціальні аспекти своєї діяльності, є соціально відповідальними. Витрати компаній на підготовку інтегрованих звітів окупаються лояльністю клієнтів і кредиторів [5]. Крім того, у ході вирішення питань, пов'язаних з екологізацією господарського механізму управління економікою, така звітність допомагає інвесторам оцінити діяльність компанії з позиції впливу на довкілля.

Враховуючи важливість не фінансової звітності у підвищенні рівня соціальної відповідальності бізнесу, а також задоволення інформаційних потреб інвесторів, кредиторів, споживачів, постачальників та інших осіб, зацікавлених у стабільному розвитку компанії, актуальності набуває питання розвитку соціального аудиту. Для зовнішніх користувачів не фінансових звітів соціальний аудит надає впевненість щодо достовірності інформації, яка викладена у них.

За своїм змістовим наповненням соціальний аудит є формою перевірки і аналізу умов соціального середовища компанії та виступає різновидом соціального контролю. Крім того, він є способом оцінки стану соціальних відносин та рівня соціальної відповідальності бізнесу, влади, громадянського суспільства в будь-якій сфері діяльності. Аудит бере початок в бухгалтерській (фінансовій) справі та поступово поширюється на оцінку управлінської, організаційної, політичної, освітньої, екологічної та інших видів діяльності [6]. Результатом такого дослідження є виявлення чинників соціальних ризиків і розробка пропозицій щодо зниження їхнього впливу

Як зазначає В. Коваленко, для компанії, яка складає не фінансовий звіт, доцільним було б залучати аудитора не лише з метою визначення достовірності інформації, а і для ефективності процесу підготовки звітності. Залучення аудитора надає можливість розподілу ризиків. Аудитор надає рекомендації у внутрішньому звіті щодо покращення тих чи інших процесів, який надається керівництву компанії. Це не публічний звіт, а тому аудитор має повну свободу для висвітлення своїх висновків [2].

У підсумок зазначимо, що соціальний аудит відіграє важливу роль у формуванні і підвищенні соціальної відповідальності бізнесу завдяки об'єктивній оцінці діяльності компанії у напрямку соціалізації бізнесу.

Література:

1. Буковинська М.П. Соціальний аудит в оцінці корпоративної соціальної відповідальності / М.П. Буковинська, Р.А. Пономаренко // Наукові праці НУХТ. – 2015. – Том 21, № 4. – С. 31–38.
2. Глива А. Соціальна звітність: досвід Metinvestu та Ernst & Young [Електронний ресурс] / А. Глива. – Режим доступу : <http://open.kmbis.ua/ua/articles/finance/17739/socialna-zvitnist-dosvid-metinvestu-ta-ernst-young>.
3. Євтушенко В.А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В.А. Євтушенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 46 (1019). – С. 53–63.
4. Кирилук Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність: досвід європейських компаній / Н.В. Кирилук // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). – С. 107–111.
5. Любязцева О. Три «П» звітності зі сталого розвитку: проблеми, перспективи, переваги [Електронний ресурс] / О. Л. Любязцева, О. Сущенко. – Режим доступу : <http://eizvestia.com/uk/ekonomika-ukr/full/488-tri-p-zvitnosti-zi-stalogo-rozvitku-problemi-perspektivi-perevagi>.
6. Мазурик О.В. Соціальний аудит як сучасна діагностична технологія: теоретико-методичні засади дослідження, західний досвід, вітчизняні перспективи / О.В. Мазурик // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. – 2015. – № 1148. – С. 107–113.

**Krupskyi O. P., Candidate of Psychological Science,
Associate Professor of Department,
Koshevyi M. M., Candidate of Economic Science,
Associate Professor of Department,
Oles Honchar Dnipro National University
Dnipro, Ukraine**

ORGANIZATIONAL CULTURE OF TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES AS MEANS OF ANTICRISIS MANAGEMENT OF THEIR ACTIVITY

The specificity of organizational culture depends on branch of the enterprises that is researched in [5; 8; 9]. But in modern conditions tourism and hospitality enterprises are the most dynamic in this field. The character feature of the last is efficiency providing and quality increase in the conditions of constantly changing environment.

To achieve competitive advantages of tourism and hospitality enterprise we must forecast changes in outer environment, to manage the internal controlled factors of economic activity and take into account possibility of influence of non-controlled factors. It is possible in terms of strategic management and organizational culture management of enterprise.

Grynko T., Smirnov S. define the next concept “organizational culture of enterprise” – “... dynamic, integral social-administrative construct, which is unique and characterizes an enterprise through the prism of its values, behavioral patterns, methods of managerial decision making, provides competitive benefits in a long-term prospective, adaptation to the conditions of environment and is used as means of enterprise management activity with the aim of strategy realization of and aims achievement of enterprise” [4, с. 149–150]. Thus, in modern functioning conditions the organizational culture of enterprise grows into strategic resource of management that provides development of tourism and hospitality enterprises and their firmness during a crisis.

Izdevniecība «Baltija Publishing»
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA «Izdevniecība «Baltija Publishing»
Parakstīts iespiešanai: 2017. gada 28 decembris
Tirāža 100 eks.