Розметова О.Г., к. н. з держ. упр., доц.
Національний університет харчових технологій,
м. Київ, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасні трансформаційні процеси, як результат глобалізації та інтеграції, вносять значні зміни в умови розвитку суспільства та майбутні пріоритети людства в цілому. Еволюційний розвиток людини практично набув свого «споживчого апогею», коли потреби людини у своєму кількісному та якісному вираженні перейшли межі «розумного споживання» та «гармонійного співіснування» з оточуючим середовищем. Для подальшого виживання людини як «розумного виду» живої природи вкрай необхідна нова філософія суспільного життя.

Цілі та завдання нової життєвої філософії, передбаченої концепцією сталого розвитку, найбільш ефективно можуть бути реалізовані в межах стратегії корпоративної соціальної відповідальності, яка на сьогоднішній день є добровільною ініціативою, проте народженою критичною необхідністю. В загальному розумінні ця стратегія передбачає спрямованість організацій на дотримання етичних норм у сфері соціальної взаємодії та прийняття на себе відповідальності за вплив на навколишнє середовище, партнерів, споживачів, працівників, громади тощо.

Значної актуальності питання щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності набули саме для організацій індустрії гостинності, які функціонують у постійній взаємодії з навколишнім середовищем. Зміни зовнішніх факторів (економічна активність, державна політика, культура, міжнародні відносини, конкуренція, клімат, акціонери, постачальники, технологічна інновація, соціальні відносини) впливають на їх діяльність і обумовлюють необхідність врахування цих змін при розробці стратегії розвитку кожного підприємства.

Корпоративна соціальна відповідальність підприємства індустрії гостинності – є концепцією менеджменту підприємства, інструментом його стратегічної діяльності, в довершеному задумі являє собою системну діяльність з підпорядкуванням економічних

завдань соціальним, є переорієнтацією в управлінні з короткозорої економічної політики організації на програми сталого розвитку [1].

Бути соціально відповідальним для сучасного підприємства індустрії гостинності значить не тільки виконувати відповідні правові зобов'язання, але також виходити за межі відповідності законодавству та вкладати «більше» в людські ресурси, довкілля та відносини зі стейкхолдерами.

Досвіди інвестицій у екологічно відповідальні технології та бізнес практики показують, що компанії, які роблять більше ніж це вимагається законодавством, можуть підвищити свою конкурентоспроможність а отже, підвищити обсяги виробництва. Цікавим та зразковим є досвід мережі готелів Hilton в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, використання інноваційної системи Hilton Lightstay. Це запатентована система, розроблена для розрахунку і аналізу впливу компанії на навколишнє середовище.

Результати першого року досліджень LightStay за 2009 рік показують, що 1300 об'єктів Hilton Worldwide, що використовують систему, зберегли достатньо енергії для живлення 5700 будинків в рік, заощадили достатньо води для заповнення понад 650 басейнів олімпійського розміру і скоротили викиди вуглецю еквівалентно зняттю 34865 автомобілів з дороги. Скорочення споживання води і енергії також дозволило власникам готелів заощадити в 2009 році понад 29 мільйонів доларів на комунальних витратах. LightStay враховує використання енергії та води, а також відходів і викидів вуглецю, пов'язаних з будівельними роботами і послугами, що надаються в готелях Hilton Worldwide. Система вимірює показники по 200 операційним практикам, включаючи ведення господарства, використання паперової продукції, харчових відходів, зберігання хімікатів, якість повітря і транспортування [2].

Таким чином, інтеграція корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах індустрії гостинності допоможе отримати ряд суттєвих переваг, підвищити завдяки цьому конкурентоспроможність компаній, рівень розвитку та соціальної захищеності суспільства, прискорити перехід до нової філософії суспільного життя.

Список бібліографічних посилань

1. Розметова О.Г. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств сфери туризму: Країнознавство: [зб. наук. праць]; вип. 1 / Науковий збірник. Київський міжнародний університет. – К.: КиМУ, 2011. – С. 169–182.
2. <https://cr.hilton.com/>