

СУЧАСНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

**Басюк Д.І., д-р екон. наук,
Маршаленко М.П.**

Національний університет харчових технологій

Зростаючі темпи зміни клімату, що відбуваються на нашій планеті, разом з впливом таких змін на навколишнє природне середовище, на людей та їхню економічну діяльність стали очевидними.

Для туризму зміна клімату — це не віддалена подія, а феномен, який вже впливає на галузь та певні її напрямки, зокрема, гірськолижні регіони та пляжний відпочинок. В той же час, сектор туризму сприяє викидам парникових газів (ПГ), особливо через транспорт, що обслуговує туристів.

Клімат є важливим ресурсом для туризму, і особливо для сегментів пляжного відпочинку, еко туризму та зимових видів спорту. Зміна кліматичних та погодних умов у туристичних напрямках та країнах, що генерують тури, можуть суттєво вплинути на комфорт туристів та їхні рішення про подорожі. Зміна структур попиту та туристичних потоків матиме вплив як на туристичний бізнес та приймаючі громади, так і на знищення впливу на суміжні галузі, такі як сільське господарство, ремесла чи будівництво.

У малих острівних державах та країнах, що розвиваються, де туризм є важливою економічною діяльністю, будь-яке суттєве зменшення кількості прибуваючих туристів матиме серйозні наслідки для зайнятості та збільшить бідність.

З 1-ої Міжнародної конференції з питань зміни клімату та туризму, яка була створена ЮНВТО в Джербі (Туніс), у 2003 році було прийнято рішення про збільшення досліджень та наукових праць, спрямованих на вирішення складних зв'язків між сектором туризму та зміною клімату.

В даний час широко визнається нагальна потреба в індустрії туризму, національних урядах та міжнародних організаціях розробляти та впроваджувати стратегії протистояння змінам кліматичних умов та прийняття превентивних заходів для майбутніх наслідків, а також пом'якшення екологічних наслідків туризму, що сприяють зміні клімату. Крім того, такі стратегії повинні також враховувати потреби країн, що розвиваються, в плані подолання бідності та інших Цілей сталого розвитку.

Сучасна українська компанія, в тому числі і підприємств гостинності, що прагне відповідати вимогам європейського ринку, має орієнтуватись в своїй операційній роботі Цілями Сталого Розвитку.

Сьогодні для успішного функціонування підприємствам стає недостатньо орієнтуватися тільки на власні економічні інтереси. Зовнішнє середовище вимагає соціально-відповідального ведення бізнесу. Концепція соціальної відповідальності (КСВ) набирає поширення серед вітчизняних підприємств. Складний характер КСВ вимагає доопрацювання й адаптації її теоретичних та методичних основ до існуючих в наш час умов господарювання. Оскільки діяльність із КСВ здійснюється як на стратегічному, так і тактичному рівнях,

одним із найважливіших завдань у цій сфері є розробка і реалізація стратегії КСВ, зокрема, у готельному та туристичному бізнесі.

Стратегія КСВ «є корпоративним документом, в якому визначаються цінності та стандарти, згідно з якими здійснюється операційна діяльність компанії», а реалізація КСВ передбачає впровадження довготривалої програми дій, націлених на одне з найважливіших для будь-якої організації завдань — підвищення її привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.

Підприємства гостинності мають особливу організаційно-економічну структуру та велику кількість стейкхолдерів, а також здійснюють великий вплив на кожного з них. Для можливості дотримання всіх ЦСР необхідно впроваджувати особливі механізми на кожному підприємстві. Один з найбільш вдалих шляхів — це розробка та впровадження програм з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

КСВ займає важливе місце в сучасній стратегії американських і європейських корпорацій, та стає все більш поширеним явищем в Україні.

КСВ — це відповідальність компанії, перш за все, перед суспільством з соціальної, екологічної та економічної точок зору. Розглянемо одну з програм КСВ в Україні, що впроваджена в готельній мережі Radisson Blu — Responsible Business (Відповідальний Бізнес). Програма складається з трьох складових:

1. Дбай про Планету — Think Planet.
2. Дбай про Людей — Think People.
3. Думай про Суспільство — Think Community.

В рамках першої частини компанія має чітку стратегію по зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Другий розділ відповідає за безпеку та здоров'я як співробітників, так і гостей кожного готелю. Третій розділ містить положення про етично-моральні норми (Код бізнес етикету) та турботу про ті спільноти, які цього потребують.

Отже, запровадивши програму з соціальної відповідальності, яка буде не просто іміджем, а способом ведення бізнесу, підприємство збільшує економічний потенціал міста і держави та зменшує негативний вплив на навколишнє середовище.

Література

1. Електронний архів статей ООН про цілі сталого розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
2. Електронний архів статей ВТО про зміни клімату [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sdt.unwto.org/en/content/climate-change-tourism>