

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ В СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 316.4:640
JEL M14

ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Александрова С. А., к. пед. н., доцент

Оболенцева Л. В., к. е. н., доцент

Ковальов П. О., магістрант

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Анотація. Предметом статті виступають напрямки реалізації соціальної відповідальності підприємствами готельного господарства; метою - обґрунтування важливості соціальної відповідальності сучасних підприємств, визначення основних напрямків її реалізації підприємствами готельного господарства; методи дослідження: порівняння, аналізу і синтезу, теоретичного узагальнення – для уточнення економічних категорій, розуміння сутності «соціальної відповідальності»; логічного моделювання – для деталізації і систематизації методів реалізації концепції з розвитку соціальної відповідальності та ін.

Результати роботи. Виявлено основні перешкоди щодо реалізації концепції соціальної відповідальності, насамперед, підприємствами готельного господарства. Зазначено позитивні наслідки від впровадження концепції соціальної відповідальності для бізнесу. Розглянуто методи реалізації концепції з розвитку соціальної відповідальності на підприємствах готельного господарства у розрізі зовнішніх та внутрішніх груп впливу. Представлено широкий спектр заходів у рамках реалізації концепції соціальної відповідальності щодо персоналу. Показано ключові напрямки реалізації відповідальності підприємств готельного господарства перед суспільством.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання висновків та рекомендацій у діяльності готельних підприємств з метою забезпечення їхнього сталого розвитку.

Вітчизняні підприємства готельного господарства мають бути соціально відповідальними, тобто сплачувати своєчасно та у повному обсязі податки, виконувати вимоги законодавства України, надавати якісні послуги, піклуватися про навколишнє середовище, персонал, впроваджувати екологічно безпечні та енергозберігаючі технології, приймати участь у благодійних проектах тощо. Саме такі дії, не дивлячись на певне порушення принципу максимізації прибутку, створюють сприятливі довгострокові перспективи, підвищують імідж, репутацію підприємства та, як наслідок, прихильність споживачів, його фінансові та економічні показники, фінансову стійкість та рівень конкурентоспроможності, сприяють подоланню криз у суспільстві та є необхідною умовою функціонування економіки регіону, країни.

Ключові слова: соціальна відповідальність, методи реалізації соціальної відповідальності, соціальні інновації, готельне господарство, групи впливу, суспільство.

Постановка проблеми. Кінцевою найважливішою метою для суб'єкту господарювання є, безумовно, отримання прибутку, але ця мета не єдина. Роль бізнесу не зводиться лише до заробляння грошей. Так, згідно з визначенням Господарського кодексу України «підприємство функціонує для задоволення суспільних і особистих потреб».

У найскладніших умовах політичної та економічної нестабільності держави значну увагу слід приділяти соціальним завданням підприємства, формуванню та реалізації соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням соціальної відповідальності підприємства, соціальних інновацій присвячені праці багатьох дослідників, серед яких Андрющенко А. І., Бай С. І., Колот А. М., Мазуренко В. П., Набатова О. О., Панченко В. П., Римар І. А., Розметова О. Г., Сивак О. Б. [1 - 8].

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на наявність значної кількості публікацій з означеної тематики, все ще залишається багато не висвітлених питань щодо напрямків реалізації соціальної відповідальності підприємств готельного господарства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування важливості соціальної відповідальності сучасних підприємств, визначення основних напрямків її реалізації підприємствами готельного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні суб'єкти господарювання функціонують в мінливому зовнішньому середовищі. Ефективність їх діяльності значною мірою залежить від взаємодії підприємств з цим навколишнім середовищем, суспільством.

Окрім цього, в умовах інтеграції України до європейського співтовариства, орієнтації на світові стандарти, соціальна відповідальність є обов'язковим елементом цього процесу. Соціальна орієнтація підприємств має стати новою філософією бізнесу нашої країни, шляхом до суспільного добробуту.

Взагалі поняття соціальної відповідальності почали застосовувати у середині минулого століття. Широкого поширення концепція соціально відповідального бізнесу набула ще пізніше – у 90-х роках ХХ століття, коли у великих західних компаній виникла гостра потреба покращувати власну репутацію, тим самим завойовуючи прихильність споживачів.

Велика кількість підприємств сучасного світу дотримуються концепції соціальної відповідальності; їй приділяють особливу увагу уряди розвинених країн, міжнародні організації – Міжнародна організація праці, ООН, Міжнародна організація стандартизації та ін.

Щодо визначення поняття «соціальна відповідальність», то автори надають велику кількість його тлумачень, висвітлюючи її різні аспекти. Єдиного загальноприйнятого визначення немає. Але всі вони пов'язують її з соціальними зобов'язаннями суб'єкту господарської діяльності перед суспільством, державою, персоналом, споживачами, партнерами; з відповідальністю за наслідки дій; з прозорим та етичним веденням бізнесу; з позитивним впливом на суспільство, будь то на внутрішнє чи зовнішнє середовище функціонування підприємства; з досягненням комерційного успіху за умови дотримання моральних цінностей, поваги до кожної особистості, суспільства, бережливого відношення до навколишнього середовища.

Еволюція наукової думки щодо соціальної відповідальності підприємств простежується у відповідних концепціях: базова концепція корпоративної соціальної відповідальності (1950-1970-ті роки); концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (1970-1990-ті роки); концепція корпоративної соціальної діяльності (1980 по теперішній час) [9].

Перша, основополагаюча, концепція базується на відповідальності як «категорії етики та права, як певна залежність від когось або чогось та готовність до виконання морально-духовного обов'язку та правових норм» [3].

Друга зосереджує увагу на феномені соціальної сприйнятливості як «здатності корпоративної реагувати на суспільний вплив і сприймати суспільні потреби» [3].

І третя концепція, яка об'єднала попередні та актуальна у наші часи, сформована на базі корпоративної соціальної діяльності, як «засадничому взаємозв'язку між принципами соціальної діяльності, процесом соціальної сприйнятливості і політикою, що спрямована на вирішення суспільних проблем» [3].

Розглядають чотири основні складові соціальної відповідальності підприємств: обов'язкова складова, що пов'язана з вимогами законодавства; добровільна складова, яка базується на добрій волі власників; очікування суспільства; вимоги суспільства.

Соціальна відповідальність є важливою і вигідною як для суспільства, держави, так і для самого підприємства. Так, для суспільства соціальна відповідальність бізнесу може означати підвищення рівня життя громадян, екологічної безпеки, збереження природних ресурсів тощо.

Держава також цілком зацікавлена в реалізації соціальної функції підприємства, адже остання сприяє співпраці, партнерству державного та приватного секторів у рамках формування та втілення у життя стратегій соціально-економічного розвитку регіону, держави. Особливо це актуально у час, коли бюджет України має бути вкрай економним задля забезпечення виживання й старту розвитку країни.

Сучасні підприємства, особливо великі, вимушені приділяти увагу проблемі соціальної відповідальності, адже для середовища, у якому вони функціонують, характерні загострення конкуренції, боротьба на ринку праці за професіоналів високого рівня, вихід на перші позиції нематеріальних активів (а саме репутації та бренду), підвищення громадської активності; зміни у суспільстві тощо.

Для суб'єкта господарювання, за умови грамотного підходу до корпоративної соціальної відповідальності, це не лише, як часто вважають їх власники, додаткові витрати, а вагомий чинник виживання, сталого розвитку, нарощування конкурентних переваг підприємства. Так, серед позитивних результатів впровадження концепції соціальної відповідальності для бізнесу можна означити: створення сприятливих довгострокових перспектив; забезпечення конкурентних переваг; економія операційних витрат; міцна позитивна репутація, підвищення вартості бренду; підвищення лояльності споживачів; налагодження партнерських відносин з державними органами; залучення та економія на утриманні професіоналів високого рівня; формування потужного кадрового потенці-

алу підприємства; вдосконалення управлінських процесів, підвищення ефективності бізнес-процесів; можливість просуватися на світовий ринок, збільшення частки ринку; ефективне управління ризиками (як наслідок володіння оперативною інформацією про проблеми та кризи) тощо.

Слід зазначити, що концепція соціальної відповідальності, хоча і досить повільно, але набуває поширення серед вітчизняних виробничих підприємств, в рамках охорони праці, охорони навколишнього середовища, збереження ресурсів тощо. Протилежною є ситуація у сфері послуг, зокрема, на підприємствах готельного господарства.

Це можна пояснити, з одного боку, специфікою діяльності, адже вони не несуть ніякої загрози навколишньому середовищу, з другого – наявністю загальних проблем в Україні щодо цього питання. Серед основних перешкод щодо реалізації концепції соціальної відповідальності можна зазначити: відсутність поінформованості суспільства, бізнесу про концепцію соціальної відповідальності взагалі, про її сутність, проекти щодо її популяризації; відсутність програми з формування соціальної відповідальності суб'єктів господарювання на регіональних та державному рівнях; відсутність законодавства щодо організації та регулювання соціальної відповідальності підприємства, державної підтримки; високий ступінь контролю з боку контролюючих органів влади; недостатні фінансові ресурси; нестабільна політична та економічна ситуація в країні; байдужість та громадянська пасивність власників; відсутність мотивації соціальної відповідальності; корупція, низький рівень ділової культури тощо.

Проте, з метою забезпечення підвищення ефективності діяльності як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах, бізнес-стратегія готельних підприємств має бути невіддільно пов'язана із соціальною відповідальністю.

На діяльність підприємств готельного господарства впливає безліч стейкхолдерів. До них можна віднести споживачів, постачальників, працівників, власників, інвесторів, конкурентів, громадськість тощо. Кожна з зацікавлених сторін має певні очікування.

Споживачі, наприклад, прагнуть отримати якісні послуги; працівники – гідні умови праці та заробітну плату, соціальні гарантії тощо; органи місцевого самоврядування – своєчасну і в повному обсязі сплату податків, спонсорство тощо.

Для налагодження партнерських відносин із стейкхолдерами слід розробляти та впроваджувати соціально спрямовані заходи у кореляції з їх очікуваннями.

Взагалі до інструментів реалізації управлінських технологій з розвитку соціальної відповідальності можна, наприклад, віднести: грошові гранти та стипендії; соціальні інвестиції; благодійні внески; корпоративне спонсорство; фонди місцевого товариства; програми перерахунку коштів [6].

Методи реалізації концепції з розвитку соціальної відповідальності на готельних підприємствах можна розглядати у розрізі зовнішніх та внутрішніх груп впливу.

Серед внутрішніх стейкхолдерів особливу увагу слід приділяти персоналу, як виключно важливому, визначальному ресурсу будь-якого підприємства готельної індустрії.

У рамках реалізації концепції соціальної відповідальності щодо персоналу можливий широкий спектр заходів: виконання вимог законодавства (офіційні працевлаштування, заробітна плата, оплата лікарняних тощо); регулярне підвищення заробітної плати, виплата премій; забезпечення кар'єрного та професійного росту працівників; надання можливості гнучкого графіку роботи; створення безпечних умов праці; медичне страхування, оздоровлення працівників; оплата понадурочних годин праці тощо.

Щодо зовнішніх стейкхолдерів, то основними є споживачі. Насамперед, слід дотримуватися державних та світових стандартів із забезпечення високої якості послуг, які надаються готельним підприємством.

Доцільним є впровадження соціальних інновацій. Деякі автори розглядають їх як здійснення змін, що сприяють підвищенню життєвого рівня населення [10], деякі – як такі, що сприяють соціальному захисту працівників підприємства, створенню гідних умов праці, позитивного мікроклімату в колективі [11].

Одним з напрямів соціальних інновацій може бути організація умов для людей з обмеженими можливостями або маломобільних груп населення, які не охоплені повним спектром послуг [7]. У цьому напрямку необхідно користуватися світовим практичним досвідом, організовувати функціонування за принципом «сервіс, доступний для всіх».

Так, наприклад, це може бути створення парк-готелів для літніх людей; спортивно-реабілітаційних готельних комплексів; співпраця з медичними установами у рамках розвитку медичного туризму; створення умов для реабілітації туристів після операцій

та медичних процедур; особливе піклування, створення гідних умов інвалідам, які зупиняються у готелі тощо.

Відповідальність підприємств готельного господарства перед суспільством має реалізовуватися через участь у благоустрої території; створення робочих місць, зокрема для інвалідів; підтримку малого бізнесу; участь у вирішенні соціальних проблем; сприяння розвитку науки, спорту, культури; участь в різноманітних проектах; благодійність, спонсорство тощо.

Безумовно, всі напрямки реалізації концепції соціальної відповідальності, базуються на вимогах законодавства та добрій волі власників, але слід зазначити вагому роль державної підтримки в організації такої діяльності.

Це і постійне удосконалення законодавчої бази, підвищення стандартів, забезпечення поінформованості суспільства про Національну стратегію соціальної відповідальності бізнесу в Україні, і підкреслення важливості соціально-відповідальної поведінки, створення Всеукраїнського інформаційного центру з означених питань, оприлюднення інформації про підприємства – лідери та аутсайтери в цьому напрямку діяльності, проведення обговорень питань соціальної відповідальності бізнесу в рамках конференцій тощо, формування соціально-відповідального суспільства (молоді), створення стимулів - заохочення підприємств-лідерів державними гарантіями, субсидіями, кредитами, пільгами тощо

Висновок. Вітчизняні підприємства готельного господарства мають своєчасно та у повному обсязі сплачувати податки, виконувати вимоги законодавства, надавати якісні послуги, піклуватися про навколишнє середовище, персонал, впроваджувати екологічно безпечні та енергозберігаючі технології, приймати участь у благодійних проектах тощо. Саме такі дії, не дивлячись на певне порушення принципу максимізації прибутку, створюють сприятливі довгострокові перспективи, підвищують імідж, репутацію підприємства та, як наслідок, прихильність споживачів, його фінансові та економічні показники, фінансову стійкість та рівень конкурентоспроможності, сприяють подоланню криз у суспільстві та є необхідною умовою функціонування економіки регіону, країни.

Перелік посилань.

1. Андрущенко А. І. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу [Електронний ресурс] / А. І. Андрущенко, І. М. Рябець. - Режим доступу: <http://dspace.niver.kharkov.ua/handle/123456789/4782>.
2. Бай С. І. Соціальна функція підприємства [Електронний ресурс] / С. І. Бай, І. А. Римар. - Режим доступу: <http://lib.pu.if.ua/file/aktual-problem-2011-7-2.pdf>.
3. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів [Електронний ресурс] / А. М. Колот. - Режим доступу: <http://kneu.edu.ua/userfiles>.
4. Мазуренко В. П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі [Електронний ресурс] / В. П. Мазуренко, О. Ю. Засенко. - Режим доступу: www.econotm.pauka.com.ua/?or=1&z=1199.
5. Набатова О. О. Соціальні інновації: поняття, види, суб'єкти [Електронний ресурс] / О. О. Набатова. - Режим доступу: <http://library.nulau.edu.ua:8088/bitstream/123456789/3901/1>.
6. Панченко В. П. Управлінські технології розвитку соціальної відповідальності машинобудівних підприємств [Електронний ресурс]: автореф. дис. канд. екон. наук / В. П. Панченко, 2014. - Режим доступу: ada.kpi.ua/files/aref_Panchenko.pdf
7. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства [Електронний ресурс] / О. Г. Розметова. - Режим доступу: www.dy.nauka.com.ua/
8. Сивак О. Б. Соціальна відповідальність в підприємницькій діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / О. Б. Сивак - Режим доступу: eztuir.ztu.edu.ua/3224/1/35.pdf
9. Грішнова О. А. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні [Електронний ресурс] / О. А. Грішнова, Г. Ю. Міщук. - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe.
10. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – К.: Лібра, 2002. - 472 с.
11. Сиротинська Н.М. Види інновацій підприємств промисловості досвід [Електронний ресурс] / Н. М. Сиротинська - Режим доступу: ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13976/1/47_314-319_Vis_72

Стаття надійшла: 21.10.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Бабич Д.В.

