

## ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Христина ЛЕШКО

*Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського,  
м. Львів, Україна*

**Вступ.** Актуальність застосування та розвитку концепцій корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на українських туристичних підприємствах зумовлено тим, що в нинішніх соціально-економічних умовах зростає відповідальність щодо виконання зобов'язань перед споживачами, суспільством в аспекті використання природних ресурсів, впливу на економічний розвиток територій та викликів сьогодення – «створення безпеки в суспільстві для споживачів, населення Землі та природних компонентів світу».

**Мета** – аналіз особливостей формування КСВ туристичних підприємств.

**Завдання:** розкрити поняття КСВ туристичних підприємств.

**Методи:** теоретичний аналіз та узагальнення, синтез.

**Результати.** У наш час Україна перебуває на стадії становлення КСВ. Основою для розвитку КСВ в Україні насамперед є узагальнення досвіду іноземних підприємств туристичної індустрії. Туристичний бізнес є в постійному діалозі на ринках туристичних послуг та вимагає дотримання бізнес-етики гравців ринку. Впровадження КСВ в туристичний бізнес вказує на небайдужість конкретного підприємства до вимог суспільства та його потреб та є ефективним інструментом конкурентної переваги, що сприятиме подальшому розвитку сфери туризму в Україні забезпечуючи захист прав та інтересів споживачів туристичних послуг, суб'єктів та об'єктів туристичної діяльності, економічного та соціального розвитку суспільства, що відповідає критеріям сталого ведення бізнесу та розвитку.

Корпоративна соціальна відповідальність – керівна бізнес-політика, за якою компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у власну бізнес-місію та здійснюють операції у взаємодії з зацікавленими сторонами на добровільних засадах.

Туристичні оператори «Тревел Профешнл Груп», «TUI Ukraine», «Тез Тур», «Аккорд Тур» впроваджують у свою діяльність принципи КСВ, розуміють потребу займатися соціальними програмами, ведуть активну соціальну роботу на туристичному ринку України. Туристичний оператор «Тревел Профешнл Груп» щорічно у своїх звітах відображає участь у соціальних програмах.

**Висновок.** Формування стратегії КСВ є важливим кроком у сталому розвитку українських туристичних підприємств, новим рівнем розвитку етичної поведінки організацій, органів влади та суспільства.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, стратегія розвитку.

### Список використаних джерел

1. Березіна О. Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» / Березіна О. Ю. // Вісник Житомирського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – Житомир, 2010. – Вип. 3(53), ч. 1. – С. 223–225.
2. Kubareva I. Corporate Social Responsibility of Ukrainian tourist enterprises: identity, strategy and performance / Iryna Kubareva, Olha Maliarchuk, Nataliia Pohuda // Eastern Journal of European Studies. – 2018. – Vol. 9, is. 2. – P. 145–167.
3. Глебова А. О. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності: формування та реалізація / А. О. Глебова, В. М. Маховка, С. А. Шулігін // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – Вип. 22(1). – С. 52–57.