

УДК 338.483.13:392.72:355.4

Павленчик Наталія

*проф., д-р екон. наук, завідувач кафедри
економіки та менеджменту*

Лешко Христина

*викладач кафедри економіки та менеджменту,
Львівський державний університет
фізичної культури
імені Івана Боберського*

АКТУАЛЬНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

В Україні розвиток соціальної відповідальності виник ще в Київській Русі після зародження християнства, як заклик допомагати ближньому своєму. У цей період благодійність була проявом добрودійсності кожної людини, а не суспільства загалом. Від цього періоду до сьогодення формування корпоративної соціальної відповідальності пройшло довгий шлях.

Початок повномасштабної війни спричинив моральний та психологічний шок населенню України, що призвело до моментальної зупинки усього бізнесу. Однак свідоме розуміння того, що без економічної активності неможливе функціонування держави, особливо у такий складний період, зумовило необхідність відновлення та релокації підприємств. Відновлення їх господарської діяльності, необхідність матеріальної та моральної підтримки працівників та населення загалом в умовах війни спричинили певні особливості прояву корпоративної соціальної відповідальності в галузі гостинності.

Від 24 лютого 2022 р. корпоративна соціальна відповідальність підприємств України була зорієнтована на благодійність та волонтерство, водночасосновним її напрямом стає допомога державі

в боротьбі з окупантами. Відповідно, соціальна корпоративна відповідальність диференціювали за такими основними напрямками:

- фінансова допомога;
- гуманітарна допомога;
- допомога вимушено переселеним особам;
- сплата податків наперед;
- задоволення потреб ЗСУ та територіальної оборони;
- IT-підтримка;
- інформаційний спротив;
- формування добровільних формувань територіальної громади.

Центр розвитку КСВ сформував перший Каталог внеску бізнесу в перемогу України, у який входять 314 одиниць малих, середніх та великих компаній, з яких 72 надали фінансову допомогу армії в розмірі близько 3 млрд грн. Окрім того, 107 компаній купували необхідні речі та передавали продукти для армії, передавали автомобілі та техніку, створювали власні фонди для збору коштів. Більшість підприємств зробили значний внесок у різні фонди підтримки ЗСУ.

Гуманітарну допомогу здійснювали 136 компаній, передаючи продукти ЗСУ, територіальній обороні, лікарням, вимушено переселеним особам на суму понад 200 млн грн. Окрім того, на гуманітарну допомогу було перераховано майже 3,5 млрд грн, а також здійснювалося сприяння в евакуації населення, логістиці, передано понад 60 тис. тон палива від АЗС, на територію бойових дій та ліків на суму більше ніж 71 млн грн. Податки наперед сплатили понад 17 компаній на суму понад 3,6 млрд грн, що дало змогу частково наповнити державну казну [1].

Активну участь у забезпеченні виробництва сублімованого харчування для військових взяли підприємства та заклади сфери гостинності, на базах яких активізувалася соціальна кухня для ЗСУ, ТРО, вимушено переміщених осіб, волонтерів та всіх, хто потребує їжу.

Основними гуманітарними ресторанными закладами у різних містах України стали [2]:

- «Vegango_delivery»;
- Київські ресторани мережі «Привет»;
- «Tarantino Family: Murakami», «Буффаліно», «Хачапурі і вино»;
- Львівський холдинг! FEST «Реберня», «П'яна вишня»;

- «Egersund Seafood» у Києві та Львові;
- Мережа кав'ярень «Idealist»;
- «First Line Group» працює в Києві «Любимый дядя», «Жизнь замечательных людей», «Eastman» та Харкові «Наша дача», «Gorcafe 1654»;
- ресторан «Мафіа»;
- «Компот» в Одесі;
- Дніпровський обсмажувальник «Фунт кави»;
- «Veterano Coffee Kyiv»;
- «Mad Heads Coffee Roasters» Ресторан «Pasta Basta» у Чернігові;
- Заклади «California Republic» у Миколаєві;
- Мережа ресторанів кримськотатарської кухні «Musafir»;
- Мережа ресторанів кримськотатарської кухні «Софра»;
- бістро» Golda Music Bistro» на Шота Руставелі (Київ);
- Пекарня «Завертайло» на Подолі (Київ);
- Ресторан і винний бар «Naïve» на Великій Житомирській (Київ);
- Ресторан «Once Upon A Time» на Подолі;
- Rest Emotion: «Тісто, сир і тітка Белла», «Naprosecco», «Charles Baker» та інші.

За даними журналу «Forbs», світ об'єднався в підтримці України. Загальний обсяг фінансової та гуманітарної допомоги від дружніх країн, міжнародних фондів та приватних осіб склав понад \$16 млрд. (основні донори США – \$5,5 млрд, ЄБРР – \$2,2 млрд, МВФ – \$1,4 млрд, ЄС – \$1,3 млрд). Лідери фандрейзингу серед українських інституцій – Національний банк, на спецрахунок якого надійшло пів мільярда доларів, та Мінцифри, яке залучило на свої криптогаманці понад \$71 млн [3].

Отже, у сьогоdnішніх реаліях, а саме в умовах повномасштабної війни, українські підприємства сфери гостинності змушені запроваджувати та використовувати нові підходи до соціальної корпоративної відповідальності, які теж стали специфічними управлінськими інструментами.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, підприємство, ресторан, війна.

Список використаних джерел

1. Сайт mind.– URL: <https://mind.ua/news/20239691-ukrayinskij-biznes-i-vijna-katalog-vnesku-biznesu-v-peremogu-ukrayini-vid-csr-ukraine> (дата звернення: 13.09.2022).
2. Сайт the village.– URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/324773-volonerski-kuhni-viyna-2022> (дата звернення: 13.09.2022).
3. Андрущенко А. І., Рябець І. М. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу.– URL: https://www.researchgate.net/publication/277221776_Socialna_vidpovidalnist_teoretiko-metodologijnij_aspekt_analizu. (дата звернення: 13.09.2022).