

### Список використаних джерел :

1. Нечева Н.В., Шикіна О.В. (2022) Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>.
2. Шикіна, О. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародні готельні мережі (2022). *Економіка та суспільство*, (42). URL: <https://cutt.ly/Q8lyFHN>.
3. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Тенденції розвитку Європейського ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Науки: економіка, політологія, історія. 2019. № 5 (268). С. 216-233. URL: <https://cutt.ly/j8loe4h>.
4. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. №12 (210). С. 82- 91.

**Нечепуренко Микита,**  
депутат Дніпровської міської ради

### СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Малі та середні підприємства (тут і далі – МСП) становлять основу більшості економік. У сучасному динамічному та складному бізнес-середовищі, де суспільство вимагає вирішення таких складних викликів, як зміна клімату, безробіття, міграція та демографічні зміни, МСП стикаються з імперативами сталого розвитку та соціальної відповідальності, які виникли як важливі тенденції в бізнесі. Таким чином, багатьом компаніям доводиться змінювати свої системи та процеси, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище, виробляти екологічно чисту продукцію та знайти шляхи покращення добробуту громад, у яких вони працюють.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є усталеною частиною досліджень менеджменту, походження якої можна простежити ще з кінця 19 століття. Перше формалізоване визначення, надане Боуеном у 1953 році, визначає КСВ як зобов'язання бізнесменів впроваджувати такі керівні принципи, які є бажаними з точки зору досягнення цілей фірми та цінностей суспільства. У минулому столітті багато компаній не застосовували політику КСВ, оскільки керівництво середньої ланки вважало її дорогою та важкою для вимірювання. Однак на рубежі 20-го та 21-го століть відбулася радикальна зміна у сприйнятті соціальної відповідальності [1; 3].

Дослідники виявили, що КСВ може призвести до багатьох переваг, включаючи покращення фінансових показників, зниження витрат і підвищення якості, престиж і позитивну корпоративну репутацію серед споживачів, лояльність споживачів і сильнішу відданість співробітників. Загалом переваги КСВ, хоча інколи їх важко оцінити кількісно, зазвичай переважають її витрати та дають позитивну економічну віддачу. Поточні дослідження менеджменту тепер визнають активну роль МСП у стимулюванні розвитку КСВ. Як наслідок, КСВ у малих і середніх підприємствах широко вивчалася, особливо протягом останнього десятиліття. Ці дослідження здебільшого зосереджені на оцінці ефективності КСВ. Однак, було доведено, що КСВ залежить від гуманістичної культури та стратегічного планування. Окрім гуманістичного виміру, доцільно припустити, що існують додаткові виміри культури МСП, які впливають на його діяльність у сфері КСВ. Крім того, реалізація ініціатив КСВ, ймовірно, залежить не лише від наявності планування, а радше від існування загального свідомого та цілеспрямованого підходу до прийняття рішень. Таким чином, механізми того, як культурна орієнтація та формування стратегії пов'язані з КСВ фірми, ще мають бути з'ясовані. Отже, щоб уточнити наше розуміння КСВ у МСП, нещодавні автори підкреслюють необхідність дослідження можливих механізмів посередництва серед рушійних сил КСВ [2].

КСВ за своєю природою є довгостроковою та стратегічною діяльністю, і обидва ці два

фундаментальні аспекти КСВ необхідно добре розуміти, щоб дозволити МСП ефективно розвивати свою діяльність у сфері КСВ. По-перше, важливою особливістю КСВ є те, що її переваги, як правило, матеріалізуються в довгостроковій перспективі, тоді як відповідні фінансові витрати переважно виникають у короткостроковій перспективі. Таким чином, фірми які не бажають інвестувати в майбутні виплати, не будучи впевненими в їх отриманні, навряд чи приймуть практику КСВ. І навпаки, розумно припустити, що схильність фірми до довгострокової орієнтації у її організаційній культурі значною мірою спонукає до впровадження КСВ. Багато науковців виступають за використання досліджень на основі опитувань для вивчення нерозголошених заходів КСВ. Це набуває особливого значення для малих і середніх підприємств, які, як правило, мають інші моделі розкриття інформації і мають коротші горизонти планування порівняно з великими фірмами. У більш загальному плані зв'язок між довгостроковим стратегічним плануванням та КСВ систематично не досліджувався в контексті МСП, що є прогалиною у відповідній науковій літературі. По-друге, запровадження КСВ створює напругу між максимізацією вартості фірми та вирішенням екологічних проблем, що вимагає інтеграції КСВ у формування стратегії фірми [3].

Діяльність з КСВ потребує раціонального та логічного стратегічного плану. Це підкреслює перевагу послідовного, а не ситуативного способу формування стратегії, що дозволяє фірмам, які приймають обдумані стратегії, мати кращі позиції для соціально відповідальних дій. І навпаки, багато малих і середніх підприємств, як правило, розробляють нові стратегії, керуючись вимогами зовнішнього ринку, а не слідуючи обдуманим стратегіям, що створює цікаву стратегічну дилему для малих і середніх підприємств, які прагнуть до КСВ. Проте, як це не дивно, недостатньо досліджень, які вивчали б зв'язок між способом формування стратегії малого та середнього бізнесу та його залученням до КСВ [4]. Крім того, можна припустити, що МСП, орієнтовані на довгострокову перспективу, приймуть продуману стратегію. Це означає, що довгострокова стратегія потенційно може чинити прямий і непрямий вплив на КСВ через режим її формування. Емпірична перевірка цих ефектів сприяла б кращому розумінню часового горизонту як механізму, що формує діяльність КСВ у МСП.

Меншим фірмам часто не вистачає досвіду, фінансових і людських ресурсів, необхідних для участі в КСВ. Для таких фірм першим кроком до успішного впровадження КСВ має бути визначення ключових зацікавлених сторін і розуміння їхніх інтересів (Falck and Hebllich, 2007).

Хоча як послідовні, так і ситуативні стратегії можуть сприяти розвитку, виявляється, що фірми, які використовують послідовні стратегії, здатні краще зрозуміти потреби, інтереси та запити окремих зацікавлених сторін, що дозволяє їм легше демонструвати соціально відповідальну поведінку. Крім того, підприємства, які систематично контролюють і оцінюють своє внутрішнє та зовнішнє середовище, використовуючи формальний процес планування, можуть легко реагувати на ринкові та неринкові проблеми, полегшуючи їм розвиток КСВ. Крім того, діяльність з КСВ часто є капіталомісткою та дорогою, що стає особливо важливим для малих і середніх підприємств, які стикаються зі значними обмеженнями ресурсів, і, отже, можна очікувати, що ті МСП, які наголошують на плануванні та раціональності, матимуть кращі можливості для участі в КСВ. Адаптація до довгострокових тенденцій є важливими для задоволення інтересів як поточних, так і майбутніх зацікавлених сторін, і, отже, інтеграція КСВ у культуру малого та середнього бізнесу вимагає сталості, логічної узгодженості та раціональності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Букресєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38 <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>
2. Кицюк І. В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони»*. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 2 (113). С. 15–20.

3. Nickols F. The accountability scorecard: a framework for Reconciling & Integrating Stakeholder Needs & Requirements. Robbinsville, NJ: The Distance Consulting Company. 2020. P. 48–67.

4. Нагорнова О. В., Ожема С. В., Овчиннікова О.Р. Корпоративна соціальна відповідальність в управлінні трудовими ресурсами. Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. 2018. Вип. 20. С. 207-214.

**Осітковська Поліна,**  
здобувач, 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Науковий керівник: Шикіна Ольга, к.е.н., доцент  
*Одеський національний економічний університет*

## **СИСТЕМА SINTEGRUM ЯК ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Система Sintegrum є важливим інструментом для підвищення якості надання послуг у готельному господарстві. Українська ІТ система Sintegrum надає можливість автоматизувати навчання та атестацію співробітників. Тобто з застосуванням даної системи більше нема необхідності займатися навчанням кожного кандидата окремо [1]. Ще однією перевагою системи є можливість самостійно налаштувати весь учбовий процес.

Розглянемо різницю між Sintegrum, самостійним навчанням за допомогою знань отриманих з книг, інструкцій чи за допомогою ЛМС системи (Learning Management System). ЛМС – це система, яка, власне, управляє передачею знань, концентруючись саме на знаннях, на спосіб передачі цих знань.

Sintegrum виступає наступним рівнем, де мета не тільки в управлінні знаннями (як у будь-якій ЛМС), і не в їхній передачі, а в контролі сприйняття невеликими порціями [2].

Головними фокусами Sintegrum є засвоєння знань та контроль засвоєння знань через випробування, які людина має пройти для перевірки, а також методологія, яка дозволить гарантовано засвоїти знання.

Система навчання у готельному бізнесі є дуже динамічною та часто зазнає змін, внесення додаткових даних час від часу стає актуальним питанням. Якщо немає жодного ІТ-рішення, то потрібно зробити інструкцію, передати співробітникам, а потім перевірити чи було засвоєно матеріал. Якщо є ЛМС – потрібно внести дані в систему, розіслати всім посилання, щоб співробітники пройшли навчання. Наприкінці навчання співробітники мають пройти тестування. Але навіть позитивні результати тестування не завжди є запорукою того, що матеріал засвоєно та перейшов у активну фазу сприйняття.

Sintegrum – це нелінійна система, яка дає можливість людині самостійно підбирати та керувати своїм процесом навчання. Трек у Sintegrum проектується, спираючись на принципи майнд-менеджменту, тобто надання інформації за умови витрат мінімального часу та психофізіологічних ресурсів для пошуку, аналізу та розуміння інформації [3].

Трек у Sintegrum підвищує ефективність роботи мозку за рахунок використання відразу логічної та емоційної складової, за допомогою структурування, візуалізацію інформації, розташування модулів, зміни їх розмірів та кольору, і т.п.

Переваги Sintegrum:

- структурований освітній шлях;
- гарантія засвоєння матеріалу кожного розділу;
- структурована база знань на посаді;
- візуальне відображення інтеграційного шляху;
- п'ять типів контролю (тест, текстове завдання, відео, інтерв'ю, скрінкаст);
- збереження всіх результатів випробування;
- зворотній зв'язок від ментора;
- контрольні ключі для оцінки засвоєння матеріалу;