

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua) | № 10, 2020 | 29.10.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.10.152](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.10.152)

УДК 338.2

*М. П. Маршаленко,*  
*аспірант, Навчально-науковий інститут економіки і управління,*  
*асистент кафедри Готельно-ресторанної справи,*  
*Національний університет харчових технологій, м. Київ*  
*ORCID ID: 0000-0002-4913-2800*  
*Т. В. Березянюк,*  
*д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки праці та менеджменту,*  
*Національний університет харчових технологій, м. Київ*  
*ORCID ID: 0000-0001-9228-4239*

## **ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ В МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛЬНИХ СИСТЕМАХ**

*M. Marshalenko*  
*Postgraduate student of the Department of Labour Economics and Management,*  
*assistant of the Department of the Hotel-Restaurant Business,*  
*National University of Food Technologies, Kyiv*  
*T. Berezianko*  
*Doctor of Economic Sciences, Professor,*  
*Head of the Department of Labour Economics and Management,*  
*National University of Food Technologies, Kyiv*

### **GOVERNANCE PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN HOTEL CHAINS**

*Статтю присвячено висвітленню принципів управління корпоративною соціальною відповідальністю в мережесих готельних системах. Розширений аналіз наукових підходів дозволив ідентифікувати методи, що використовує у своїй діяльності одна з найбільш готельних мереж світу - компанія Хілтон Ворлдвайд. У роботі досліджено основні принципи управління корпоративною соціальною відповідальністю в даній готельній мережі. Визначено, що реалізація ключових принципів КСВ компанії закладено в щоденну операційну діяльність на кожній ланці керування компанією як на глобальному рівні, так і на кожному підприємстві окремо. Ідентифіковані методи, які були розроблені, апробовані та впроваджені для досягнення поставлених цілей. Виявлені основні напрями роботи по реалізації Глобальних цілей сталого розвитку, що були враховані при побудові програми з корпоративної соціальної відповідальності Хілтона. На прикладі кооперації зі стейкхолдерами компанії розглянуто принципи керування програмою та ефективність даної взаємодії відносно поставлених цілей компанії до 2030 року. Було опрацьовано літературні джерела та на їх основі виявлено особливості керування програмою корпоративної соціальної відповідальності у великих мережесих компаніях. Досліджено та структуровано дані інструментів взаємодії з кожною групою стейкхолдерів, при чому*

враховано як способи впливу на зацікавлених сторін, так і способи збору інформації та відугів по результатах співпраці. Приділено значну увагу аналізу нефінансового звіту компанії, що дало можливість структурувати та систематизувати дані про управління корпоративною соціальною відповідальністю як на глобальному рівні, так і на локальному. Було проаналізовано стратегію корпоративної соціальної відповідальності компанії Хілтон Подорож з ціллю. В процесі роботи було досліджено взаємозв'язок побудови стратегії з КСВ, постановкою коротко- та довготермінових цілей з її реалізації та Глобальними цілями сталого розвитку, прийнятих Організацією Об'єднаних Націй. Досліджено динаміку реалізації принципів КСВ в процесі управління готельною системою Хілтон та розвитку стосунків із стейкхолдерами.

*The article is devoted to the study of the principles of corporate social responsibility management in hotel chains. An in-depth analysis of scientific approaches has identified the methods used in its activities by one of the leading hotel chains in the world - Hilton Worldwide. The paper identifies the basic principles of management in corporate social responsibility programs in this hotel chain. It is determined that the implementation of the key principles of CSR of the company is embedded in the daily operational activities at each level of management of the company - both globally and at each enterprise separately. Identified methods that have been developed by the company, tested and implemented to achieve the goals. The main directions of work on realization of the Global goals of sustainable development which have been considered at construction of the program on corporate social responsibility of Hilton are revealed. The principles of program management and the effectiveness of this interaction in relation to the company's goals until 2030 are considered on the example of cooperation with each group of stakeholders of the company.*

*Literary sources were studied and on their basis the peculiarities of corporate social responsibility program management in large network companies were revealed. The data of interaction tools with each group of stakeholders were researched and structured, taking into account both ways - of influencing stakeholders and the ways of collecting feedback. Considerable attention is paid to the analysis of the company's non-financial report for structuring and systematizing data on corporate social responsibility management on global and local levels. The corporate social responsibility strategy of Hiltons' program Journey with a Purpose was analyzed. In the process of work the interrelation of CSR strategy building, setting short- and long-term goals for its implementation and the Global Sustainable Development Goals adopted by the United Nations was studied. The dynamics of the implementation of CSR principles in the process of managing the Hilton hotel system and the development of relations with stakeholders is studied. The dynamics of the implementation of CSR principles in the process of managing the Hilton hotel system and the development of relations with stakeholders were studied.*

**Ключові слова:** мережевий готель; корпоративна соціальна відповідальність; глобальні цілі; сталий розвиток; управління; зацікавлені сторони; звіт.

**Key words:** hotel chain; corporate social responsibility; Global Goals; sustainable development; governance; stakeholders; report.

**Постановка проблеми.** В умовах зростаючої конкуренції в сфері гостинності та все більшого приділення уваги суспільно-свідомого відношення компаній до оточуючого середовища та власних стейкхолдерів в Україні, виникає потреба впровадження політик корпоративної соціальної відповідальності й у мережевих готельних підприємствах. В країнах Європейського Союзу вже понад 50 років є загальнообов'язковою політикою прийняття та дотримання програм з КСВ, ведення чіткої статистики щодо діяльності та обов'язкової звітності. Особливо важливим та складним питанням у впровадженні політик з корпоративної соціальної відповідальності є управління цими програмами у великих мережевих готельних підприємств. Мережеві компанії мають певні особливості, що впливають на побудову стратегії КСВ політики та її реалізації, зокрема такі з них як: розгалужена географія розташування підприємств, що входять до мережі; різноманіття юридичних форм підприємств, що входять до мережі - одні заклади гостинності повністю

належать компанії, інші - діють в рамках франчайзингових угод та третій фактор - різноманіття брендів готельних підприємств, що можуть входити до готельної групи.

Тому **метою** даної статті є аналіз принципів управління корпоративною соціальною відповідальністю мережевих готельних систем на прикладі міжнародної компанії Hilton, яка має всі три ускладнюючих фактори, що впливають на програму КСВ компанії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогоднішній день кількість статей, монографій та інших публікацій в Україні щодо розвитку КСВ компаній значно зросла. Значний вплив на формування теоретичних засад з корпоративного управління соціальною та суспільною відповідальністю справили праці таких зарубіжних авторів, як А.П. Гайдар, А.М. Лібман, А.Д. Радигіна, А.Г.Худокормова, - та національних вчених: О.О. Беляєва, О.Б. Бутнік-Сіверського, М.П.Буковинської, І.О.Галиці, В.М.Гейця, В.Дементьєва, Д.В. Зеркалова, О.М.Кулініча, Д.Ф.Крисанова, Т.Л.Мостенської, Ю.М.Пахомова та інших.

**Вклад основного матеріалу статті.** Для аналізу типової моделі внутрішнього управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) мережевих готельних підприємств було взято останні дані зі звіту за 2019 рік однієї з найбільших готельних мереж світу - Hilton Hotels & Resorts [1].

Hilton Hotels & Resorts (Готелі і курорти «Хілтон») — міжнародна мережа готелів і курортів, що належить корпорації Hilton Worldwide. Hilton Hotels & Resorts є флагманським брендом Hilton і однією з найбільших готельних мереж у світі.[2] Компанія орієнтується на ділових та рекреаційних туристів, тому має готелі в центрах великих міст, поряд з аеропортами, конференц-центрами, а також у популярних місцях для відпустки по всьому світу.

Для аналізу принципів управління програмою КСВ щодо основних груп її стейкхолдерів було взято останній щорічний звіт з відповідального бізнесу компанії Хілтон за 2019 рік. Даний звіт охоплює всі готелі, які знаходяться під керівництвом компаній, а також ті, що існують через франчайзингові угоди. Hilton є провідною світовою компанією в індустрії гостинності з портфоліо 18 брендів світового рівню, що включає понад 6200 об'єктів та понад 983 000 номерів, у 118 країнах. Маючи своєю місією бути найбільш гостинною компанією у світі, Hilton прийняла понад 3 мільярди гостей за свою 100-річну історію, зайняла перше місце у списку найкращих робочих місць у 2019 році та була визнана глобальним лідером галузі за Індексом сталого розвитку Доу-Джонса.

В результаті проведеного аналізу виявлено наступні особливості керування програмою корпоративної соціальної відповідальності у великих мережевих компаніях. Кожне підприємство, незалежно від місця його на товарному ринку, встановлює власні правила, генераторами яких є власники та провідний менеджмент. У більшості випадків правила мають неформалізований характер і вивчаються співробітниками згідно з набутим досвідом. В узагальненому вигляді програма добросовісної ділової поведінки відповідального підприємства розкриває такі питання:

- перелік повноважень співробітників підприємства;
- розподіл повноважень щодо рішень і дій, а також рівень відповідальності за них;
- як співробітники звітують за рішення та дії;
- достовірний перелік очікувань від підприємства стосовно зацікавлених сторін. [3, с. 315]

У випадку такої великої готельної мережі як Хілтон, керівну роль у створенні стратегії та підтримці ефективного впровадження КСВ програми виконує ТОП керівництво керівництво. А саме Президент та Генеральний директор компанії відповідає за стратегічні питання, пов'язані з корпоративною відповідальністю, а також приймає рішення на зборах Ради директорів Hilton.

Згідно звіту, виконавчий віце-президент (EVP) компанії Hilton з питань комунікацій та зовнішніх справ курує відділ корпоративної відповідальності, який відповідає за стратегію корпоративної відповідальності компанії „Travel with Purpose” (“Подорож з ціллю”). Виконавчий віце-президент компанії підпорядковується безпосередньо Президенту та Виконавчому директору компанії Hilton. На цьому рівні відбувається перегляд та оновлення програми компанії “Подорож з ціллю”, включаючи щоквартальний огляд прогресу у досягненні поставлених цілей до 2030 року.

При Раді директорів було створено комітет Nominating & ESG Committee of the Board (Комітет з номінацій та екологічно-соціального управління при Раді Директорів). У Статуті даного Комітету у 17 пункті чітко визначені його функції щодо корпоративної відповідальності у компанії: “Для виконання Компанією своєї програми з відповідальності перед суспільством в цілому, має періодично переглядати та оцінювати стратегію, практику та політику корпоративної відповідальності і, за необхідності, робити рекомендації Раді Директорів щодо них” [4, с.3]

Відомо, що для ефективного здійснення стратегій, вектор яких визначений на вищому рівні корпорації, необхідно їхнє впровадження як по вертикалі управлінської ланки, так і по горизонталі. Для аналізу продуктивності запровадженої програми управління КСВ мережі готельних підприємств Хілтон, розглянуто її взаємодію зі стейкхолдерами, а саме - наскільки впливає компанія на їхню думку та діяльність, та які інструменти для цього застосовує.

За твердженням М.В. Колесник, управління стейкхолдерами має здійснюватись на наступних засадах:

- повага до думки стейкхолдерів;
- підприємство має не тільки пасивно підлаштовуватися під стейкхолдерів, а й активно управляти ними;
- інтереси стейкхолдерів не завжди мають під собою фінансову основу;

- необхідно здійснювати постійний моніторинг стейкхолдера, оскільки неможливо керувати об'єктом, який не вивчений;
- своєчасне інформування та взаємодія на регулярній основі із стейкхолдерами;
- дотримання взятих зобов'язань і вимога їх дотримання від зацікавлених сторін [5, с. 152].

Як зазначає Ю.М. Петренко, правильно сформовані організаційно-економічні та правові відносини на підприємстві за допомогою КСВ дають змогу забезпечити основи фінансової безпеки підприємства. Реалізація корпоративної стратегії та оптимізація фінансових потоків стейкхолдерів, як постачальників ресурсів, з метою мінімізації ризиків та конфліктів здійснюється у процесі реалізації механізму КСВ, який виступає як проактивний, організаційно-економічний та правовий елемент корпоративного управління, спрямований на забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку шляхом безпечного генерування ресурсів від широкого кола стейкхолдерів [6, с. 15–17]

Стратегією корпоративної відповідальності компанії Хілтон є Програма Подорож з ціллю (Travel with Purpose - надалі TWP), в основі якої покладено принцип керування відповідальними подорожами та туризмом у всьому світі. Компанія поклала на себе зобов'язання подвоїти інвестиції в соціальний вплив і наполовину скоротити негативний вплив на довкілля до 2030 року. Ця мета ґрунтується на Глобальних цілях сталого розвитку, прийнятих Організацією Об'єднаних Націй у 2015 році [7].

Згідно Звіту компанії, Хілтон взаємодіє з великою кількістю зацікавлених сторін (Схема 1), тому протягом останніх років постійно підвищує комунікацію з усіма ними, “ щоб інформувати їх про наші пріоритети, отримувати їхню оцінку та ідеї, інформувати про наші програми та створювати інноваційні мистецькі інструменти для переосмислення сталого підходу до кожної подорожі”. Саме з цією метою у 2018 році компанія посилила залучення стейкхолдерів навколо програми Hilton Travel with Purpose 2030 - нової стратегії переосмислення сталого підходу до подорожей, а саме - провели анкетування внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів щодо розвитку даної програми.

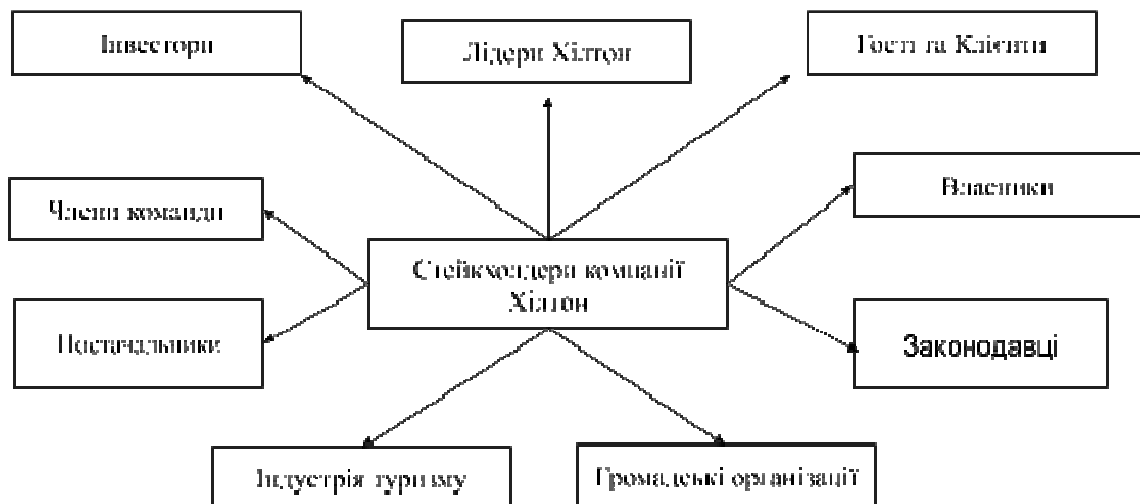


Схема 1. Стейкхолдери компанії Хілтон

Як зображено на схемі 1, стосовно компанії Хілтон слід виокремити 9 основних груп стейкхолдерів. Розглянемо окремо кожну групу в контексті методів управління КСВ. Перша група зацікавлених сторін - лідери Хілтон, що означає, що стратегія "Подорож з ціллю" (TWP) контролюється керівництвом Hilton у самій вершині бізнесу, і ТОП керівництво часто бере участь у розробці та керівництві програмами соціальної відповідальності. Комітет з питань висунення кандидатур та питань охорони навколишнього середовища, соціального управління та управління (ESG) відповідає за нагляд за стратегією, практикою та політикою корпоративної відповідальності та отримує щорічні звіти про прогрес у напрямку досягнення цілей 2030. Генеральний директор та Виконавчий комітет під час щоквартальних оглядів бізнес звітів розглядають прогрес у досягненні Глобальних цілей розвитку до 2030 року, на рівні з іншими ключовими пріоритетами бізнесу. Щоквартальні показники TWP також розповсюджується серед усього керівництва Hilton, включаючи генеральних менеджерів кожного готелю.

Друга група зацікавлених сторін - члени команди. Компанія активує програми TWP саме через членів команди, які щодня консолідує зусилля для досягнення корпоративної відповідальності у всьому світі. Взаємодія з командою відбувається за допомогою наступних інструментів:

1. створення мережі Чемпіонів TWP, в якій станом на кінець 2019 року налічується більше 1250 учасників, серед яких є і керівники готелів та корпоративних офісів, яких залучають до програми для отримання експертних знань та рекомендацій під час прийняття командних рішень;

2. програма волонтерства для членів Глобальної команди - будь-який член команди по всьому світу може надіслати відгук або ідею Глобальній команді з корпоративної відповідальності, використовуючи спеціальну корпоративну платформу зворотного зв'язку щодо відповідальності;

3. навчання всіх членів команди на спеціальних програмах корпоративної відповідальності різними способами, включаючи інтеграцію TWP в орієнтаційні тренінги для нових членів команди, численні обов'язкові та добровільні тренінги Університету Хілтон та інтегровані сесії на внутрішніх конференціях;

4. система LightStay у внутрішньому Інtranеті, та система The Lobby, які обидві є доступними для всіх Членів Команди. Через них головний офіс збирає відгуки колег щодо ефективності програм TWP, а також здійснює опитування членів команди Hilton Global;

5. Ресурсні групи для членів команди, спонсоровані керівниками Hilton, які сприяють забезпеченню інклюзивного середовища в готелях та офісах.

6. активна анонімна гаряча лінія Hilton, яку члени команди, постачальники, ділові партнери, споживачі та громада можуть використовувати для повідомлення про будь-які потенційні порушення Кодексу поведінки.

Третя група стейкхолдерів - інвестори. Компанія наголошує, що програма корпоративної відповідальності представляє інформацію про її матеріальну складову, корисну для прийняття рішень для існуючих та потенційних інвесторів, що є однією з підстав прозорого звітування щодо екологічних та соціальних ініціатив та їх результатів. Компанія стверджує про регулярну взаємодію з інвесторами щодо всіх програм СВ та поточний рівень досягнення Глобальних цілей, поставлених до реалізації на 2030 рік. Крім інформації, розкритої у нефінансовому звіті 2019 року, ключову інформацію щодо прогресу у TWP інтегровано у річний звіт. Дана звітність включає рекомендації Ради зі стандартів бухгалтерського обліку сталого розвитку (SASB) та Робочої групи з питань розкриття інформації про клімат (TCFD), і компанія постійно бере участь у численних опитувальниках та рейтингових індексах щодо впливу на навколишнє середовище, включаючи Індекс стійкості Доу Джонса, CDP, ISS ESG, MSCI та Sustainalytics.

Четверта група стейкхолдерів - власники готельних підприємств. У звіті стверджується, що компанія регулярно консультується з власниками підприємств, що входять до мережі Хілтон, щодо ключових питань TWP за допомогою консультативної Ради власників, та включаючи до їхнього плану розвитку пропонувані брендових стандартів. Крім того, співпраця з власниками відбувається і у пілотувати нових програм та ініціатив зі сталого розвитку, оновлення існуючих програм та ініціатив в галузі управління людьми через внутрішні інформаційні бюлетені. Також було розроблено систему нагородження тих готелів, які демонструють надзвичайну ефективність, виміряну через внутрішню систему звітності LightStay Нагородження відбувається щороку брендовими та регіональними нагородами Travel with Purpose. Таким чином, компанія не тільки адаптує внутрішні стандарти в усіх готелях, незалежно від виду управління підприємства, а й створює додатковий стимул для керівництва цих підприємств - четвертої групи стейкхолдерів.

П'ята група - гості та клієнти компанії. Хілтон постійно оцінює найкращі можливості взаємодії з гостями та клієнтами в рамках програм TWP. Основні інструменти взаємодії:

1. За допомогою додатку по обміну повідомленнями під час перебування в готелі та системи комунікації безпосередньо в готельному номері, використовуючи програму Conserve to Preserve (Консервувати, щоб зберегти) та Choose to be Green (Обираємо Чисте), Хілтон долучає своїх гостей до СВ програми TWP.

2. Окрема програма є в команді продажів, що також взаємодіють з корпоративними клієнтами в рамках програм TWP, для чого використовують пропозиції для зустрічей Meet with Purpose (Зустріч з Ціллю).

3. Готелі, які реалізують окремі локальні ініціативи, обов'язково надсилають повідомленнями, щоб поділитися своїм прогресом з гостями та клієнтами, що брали участь в ініціативі.

4. Компанія тісно співпрацює з відділом Здоволення гостей (Guest Satisfaction), відділом по зв'язках з громадськістю та Командою соціальних медіа, що постійно відстежують відгуки гостей та дають відповіді і на ті запитання, що пов'язані і з програмами корпоративної відповідальності, а найбільш конструктивні коментарі беруться до уваги при формуванні стратегії програми.

Управління КСВ через роботу з шостою групою стейкхолдерів - постачальниками - відбувається через стратегічні ініціативи з пошуку відповідальних постачальників та співпрацю з ними щодо ключових питань з постачання:

1. Перед підписанням контрактів, Хілтон проводить аудит постачальника щодо оцінки врахування прав людини при роботі у постачальників у вибраних регіонах.

2. В компанії підтримується пошук продукції від різних постачальників, підтримуючи різноманітні локальні підприємства за допомогою спеціальної Програми різноманітності постачальників (Supplier Diversity Program), розробленої у США.

3. В мережі Хілтон інтегрували Політику відповідального постачальника (Hilton Responsible Sourcing Policy) у всі нові контракти постачальників, де викладено ті стандарти, які очікуються від постачальників Hilton. Наприклад, постачальникам рекомендується мати відповідні можливості для управління та вживання заходів для дотримання даної Політики, включаючи притягнення до відповідальності своїх субпідрядників. Компанія також залишає за собою право проводити неочікувані та незаплановані оцінки, аудити та інспекції

об'єктів постачальників, щоб гарантувати, що партнери з постачання дійсно докладають зусиль для роботи у спосіб, що відповідає підписаній Політиці відповідального постачання.

Наступна група стейкхолдерів - провідні неприбуткові громадські та міжнародні організації, з якими Хілтон співпрацює на підтримку власних ініціатив щодо прав людини та Глобальних цілей до 2030 рік, а також стратегічні партнерські відносини з організаціями, включаючи Всесвітній фонд дикої природи (WWF) та Міжнародний молодіжний фонд (IYF). Завдяки даним партнерствам компанія бере участь у форумах експертів та дискусійних панелях, а також роблять свій внесок через доповіді та публікації.

Визнаючи індустрію туризму, як наступного стейкхолдера, компанія Хілтон наголошує, що ефективне вирішення екологічних та соціальних проблем вимагає значних колективних дій, і тому відкрита до співпраці з колегами по галузі гостинності у вирішенні ключових питань CR:

1. Реалізуються дані партнерства через галузеві асоціації, включаючи Міжнародне туристичне партнерство (ITP), Американську асоціацію готелів та готельєрів (AHLA) та Всесвітню раду з питань подорожей та туризму (WTTC).

2. Своєю прикладом компанія сприяє спільному створенню галузевих зобов'язань, пов'язаних з правами людини, викидами в атмосферу вуглецю, поводженню з такими ресурсами як вода, харчові відходи та іншими критичними темами.

3. Серед інших ініціатив, менеджмент компанії був долучений до розробки Принципів Міжнародного туристичного партнерства щодо припинення використання примусової праці та над Ініціативою щодо вимірювання викидів вуглецю в готелях - підписантів ІТП (HSMI) та роботи над Ініціативою вимірювання використання води в готелях (HWMI), а також праця над розробкою методології для послідовного вимірювання та звітування про викиди вуглецю та використання води в готелях.

4. наразі триває партнерство з іншими підприємствами індустрії гостинності та WWF, для розробки послідовної методології для вимірювання харчових відходів.

5. Участь в аудиті та оцінці від Cornell Hotel Sustainability Benchmarking (CHSB) Index - безкоштовний інструмент, який оцінює рівень викиду вуглецю та споживання води в усіх готелях.

Остання група зацікавлених осіб компанії - законодавчі органи влади. Команда компанії з питань комунікацій з урядами постійно взаємодіє з політиками щодо ключових питань, пов'язаних з соціальною відповідальністю. Компанія підкреслює свою участь у різноманітних ініціативах із широким спектром стейкхолдерів щодо тем на підтримку цілей TWP до 2030 року.

**Висновки.** Відповідальне ведення бізнесу успішно реалізується в індустрії гостинності. Для зарубіжних країн робота підприємств згідно принципів сталого розвитку є давно усвідомленим принципом ведення бізнесу. Для розбудови програм сталого бізнесу українських готельних підприємств важливу роль відіграє приклад управління корпоративною соціальною відповідальністю мережевих підприємств індустрії гостинності міжнародних брендів. На прикладі компанії Хілтон робимо висновок, що керівництво СВ політиками починається з верхніх щаблів компанії та впроваджується на кожному з понад ніж 1190 підприємств по всьому світу. Одним з ефективних інструментів розвитку стратегії та її досягнення компанія вбачає плідну кооперацію з усіма її стейкхолдерами. Зацікавлених сторін в компанії виявлено 9, та кожна з цих груп справляє величезний вплив не тільки на розбудову стратегії компанії, а й її перегляд, звітування про прогрес (внутрішні стейкхолдери) та приймає участь в опитуваннях щодо досвіду співпраці (внутрішні та зовнішні стейкхолдери).

#### Список літератури.

1. Звіт з КСВ компанії Хілтон за 2019 рік. - Режим доступу: <https://cr.hilton.com/our-reporting/>
2. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. - Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Hilton\\_Hotels\\_%26\\_Resorts](https://uk.wikipedia.org/wiki/Hilton_Hotels_%26_Resorts)
3. Березянюк Т.В. Євроінтеграційний шлях розвитку національної оліє-жирової галузі: Монографія.-К.: Кондор-Видавництво, 2014 - 432 с.
4. Статут Ради директорів компанії Хілтон. - Режим доступу: <https://ir.hilton.com/~media/Files/H/Hilton-Worldwide-IR-V3/committee-composition/nominating-and-esg-committee-charter-2020-final.pdf>
5. Колесник М.В. Методологічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: фінанси, маркетинг та smart-інституціоналізація. - К.: НАУ, Збірник наукових праць, 2017 - 166 с.
6. Петренко Ю.М. Фінансова безпека підприємств на основі розвитку принципів корпоративного управління: дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук / Ю.М. Петренко. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – 293 с.
7. Цілі сталого розвитку ООН. - Режим доступу: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

#### References.

1. The official site of Hilton Hotels&Resorts company (2019), "Corporate social responsibility report", available at: <https://cr.hilton.com/our-reporting/> (Accessed 16 October 2020).
2. Site of Wikipedia, the free encyclopedia (2020), "Hilton Hotels & Resorts", available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Hilton\\_Hotels\\_%26\\_Resorts](https://uk.wikipedia.org/wiki/Hilton_Hotels_%26_Resorts) (Accessed 16 October 2020).
3. Bereziianko, T.V. (2014), *Yevrointehratsijnyj shliakh rozvytku natsional'noi oliiє-zhyrovoi haluzi* [European integration path of development of the national oil and fat industry], Kondor-Vydavnytstvo, Kyiv, Ukraine.

4. The official site of Hilton Hotels&Resorts company (2020), “Charter of the Board of Directors of Hilton company”, available at: <https://ir.hilton.com/~media/Files/H/Hilton-Worldwide-IR-V3/committee-composition/nominating-and-esg-committee-charter-2020-final.pdf> (Accessed 16 October 2020).

5. Kolesnyk, M.V. (2017), “Methodological aspects of corporate social responsibility management: finance, marketing and smart-institutions”, *Metodolohichni aspekty upravlinnia korporatyvnoiu sotsial'noiu vidpovidal'nistiu: finansy, marketynh ta smart-industriia*, vol 1, pp 152.

6. Petrenko, Y.M. (2013), “Financial security of enterprises based on the development of corporate governance principles”, *Finansova bezpeka pidpriemstv na osnovi pryntsyviv korporatyvnoho upravlinnia*, vol.1, pp.15-17.

7. The official site of United Nations (2020), “Sustainable Development Goals”, available at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/> (Accessed 16 October 2020).

*Стаття надійшла до редакції 18.10.2020 р.*