

5. Гринкевич С. С., Сорокіна Ж. Д., Сітарчук М. А. Таргетована реклама у соціальних мережах: її популярність та ефективність. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 17(2). С.115–121.

6. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

7. Цвілій С. М. Методологічний підхід до оцінювання інноваційних стимулів постконфліктному відновленні індустрії туризму. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2023/ № 3(86). С. 189–197.

8. Цвілій С. М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. *Сталий розвиток економіки. Наукове видання*. Одеса: ВД «Гельветика». № 1 (46). 2023. С. 149–154.

9. Цвілій С. М., Кукліна Т. С. Стратегічні маркетингові пріоритети готельно-ресторанного підприємства в посткоронавірусному середовищі вітчизняного туристичного ринку. *Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень* : монографія. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. С. 48-80. URL : <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/>.

10. Vasylychev D., Tsviliy S., Gurova D. Innovation of the organizational and economic system of the restaurant business enterprise in the context of ensuring quality of consumption. *Organizational problems of life quality management in the conditions of globalization*. Opole : The Academy of MAO, 2020. P. 334–343.

11. Tsviliy S., Gurova D., Kuklina T. Marketing competitiveness of hotel and restaurant enterprise: theoretical approach and methods of definition. *VUZF Review*. Republic of Bulgaria, VUZF University of finance, business and entrepreneurship, 2021. Vol. 6. №2. June. 244 p. P. 30–41.

УДК 640.4:502

Павлюк С.І.

канд.екон.наук, доцент, Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сучасній моделі бізнесу притаманна соціальна відповідальність, яка характеризується системою цінностей, заходів й процесів, з метою поширення позитивного впливу діяльності в економічній, екологічній та соціальній сферах (досягнення позитивного ефекту за даними напрямками) як усередині організації, так і в навколишньому середовищі, зменшуючи та запобігаючи, при цьому, виникненню негативних наслідків діяльності. Що стосується суб'єктів господарювання, то позитивний ефект передбачає довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації, а також набуття ними конкурентних переваг й стратегічної стійкості бізнес-структури.

Сфера обслуговування є тією галуззю економіки, яка найтісніше взаємодіє зі споживачами, тому на неї покладаються особливі соціальні обов'язки. Як вважає М. Белобородова [1] «...основний зміст соціальної відповідальності закладів індустрії гостинності в Україні сьогодні полягає у наданні якісних послуг із дотриманням еколого-етичних аспектів при взаємодії як із внутрішніми, так і з зовнішніми стейкхолдерами».

Так, наприклад, сучасний турист, гість готелю чи відвідувач ресторану надають більшої переваги тим закладам, які використовують ощадливі практики господарювання (зменшення відходів, енергозбереження й збереження води, або інші практики сталого розвитку). У свою чергу підприємства індустрії гостинності поступово інтегрують принципи сталого розвитку у власні стратегії зростання як з етичних, так і з економічних міркувань, оскільки, як свідчить практика, вони мають відчутний вплив на навколишнє середовище.

Крім питань, щодо впливу на навколишнє середовище, соціальна відповідальність підприємств індустрії гостинності проявляється і в турботі про працівників та місцевих жителів. Зокрема, компанія Ассог отримала нагороду Hospitality Award 2021 за соціальну відповідальність зі створення фонду «All Heartist Fund» для допомоги людям (понад 94 тис. осіб), які зазнали фінансових

труднощів або проблем зі здоров'ям через пандемію Covid-19 [2].

Основні аспекти соціальної відповідальності суб'єктів господарювання індустрії гостинності полягають у наступному:

- екологічні – використання власного ресурсного потенціалу таким чином, щоб зменшити до мінімуму вплив діяльності на навколишнє середовище;
- соціальні – уникнення негативного впливу на якість життя та цінності місцевих мешканців;
- економічні – інвестування коштів на постійній основі в нові екологічні технології, з метою скорочення власних операційних витрат.

Зокрема, відомі готельні мережі як Hilton, Marriott, 6 Senses, Radisson Hotel Group та Hyatt демонструють позитивні практики впровадження соціальної відповідальності. Так, Hilton [3] запровадив програму «Travel with Purpose», відповідно до якої у 2023 році гостям готелів (а це понад 1800 по всьому світу) надавалися зарядні пристрої для електромобілів. Крім того, Hilton розроблено алгоритм екологічного дизайну та впровадження деяких елементів енергоефективності у готелях мережі під час їх проектування, будівництва, реконструкції чи переобладнання. Позитивними є екологічні практики Hilton для керованих готелів щодо: зниження інтенсивності викидів вуглецю (у 2023 р. на 45,1% порівняно з базовим рівнем 2008 р.); зниження водоспоживання (на 26,5% у 2023 р. порівняно з 2008 р.); скорочення інтенсивності відходів (у 2023 р. на 63,7% порівняно з 2008 р.).

У свою чергу в Radisson Hotel Group працюють над скороченням, повторним використанням, заміною та переробкою відходів, а також поширюють власний досвід у цій сфері. Ключовими пріоритетами є управління харчовими відходами та зменшення використання одноразового пластику [4].

У готелях мережі Hyatt також великої уваги приділяють зменшенню кількості відходів, зокрема харчових, та використанню одноразових речей, а також збільшенню обсягів їх вторинної переробки та компостування. Щодо харчових відходів, то їх обсяг підлягає постійному моніторингу, а зміна

асортименту страв в меню допомагає оптимізувати їх накопичення [5].

Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання індустрії гостинності має місце і перед власними працівниками, а саме забезпечення гідних умов праці, дотримання прав людини, підтримка їх здоров'я й добробуту. Відповідальність перед клієнтами передбачає якісне обслуговування, прозорість та врахування потреб гостей з особливими потребами.

Крім того, соціальна відповідальність також означає турботу про місцевих мешканців та громаду, адже її туристичний потенціал приваблює туристів. Так, суб'єкти господарювання індустрії гостинності мають можливість підтримувати місцеву економіку, наприклад, через співпрацю із місцевими фермерами – виробниками харчової продукції.

Соціальна відповідальність стає ключовим фактором, який впливає на репутацію та успішність підприємств у сфері гостинності, та навіть попри воєнний стан в країні залишається актуальною, оскільки охоплює виконання важливих завдань: підтримка довіри споживачів, турбота про безпеку й добробут працівників, захист довкілля, допомогу громадам, організаціям та окремим людям.

Список використаних джерел:

1. Белобородова М. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*, 2023. (3(25), 36–46. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654).
2. Social Responsibility in the Hospitality Industry: What You Can Do and Why You Should. *Webrezpro.com*. URL : <https://webrezpro.com/social-responsibility-in-the-hospitality-industry-what-you-can-do-and-why-you-should/>.
3. 2023 Travel with Purpose Report. *Esg.Hilton.com*. URL : <https://esg.hilton.com/environment/>.
4. Radissonhotels.com. URL : <https://www.radissonhotels.com/en-us/corporate/responsible-business/planet>.