

УДК 338.483. 13:392.72:574
DOI: 10.37128/2411-4413-2025-2-4

**СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВ
СФЕРИ
ГОСТИННОСТІ Й
УПРОВАДЖЕННЯ У
ЇХНЮ ДІЯЛЬНІСТЬ
ЕКОЛОГІЧНО
ОРІЄНТОВАНИХ
ПРАКТИК**

СТАВСЬКА Ю.В.,
*кандидат економічних наук,
завідувачка кафедри бізнесу та сфери
обслуговування*

ЗАМРІЙ В.В.,
*асистент кафедри бізнесу та сфери
обслуговування,
Вінницький національний аграрний університет
(м. Вінниця)*

У статті розглядаються ключові аспекти формування соціально відповідальної моделі ведення бізнесу в індустрії гостинності України, зокрема в умовах воєнного часу, а також практичні підходи до впровадження екологічних ініціатив, що забезпечують сталий розвиток і гармонійний баланс між економічною ефективністю та соціальною місією бізнесу.

У дослідженні розглянуто актуальні питання впровадження соціальної відповідальності й екологічно орієнтованих практик у діяльність підприємств сфери гостинності. Дослідження робить акцент на реальних практиках сталого розвитку, які сьогодні використовуються у вітчизняному секторі гостинності, таких як: енергоефективні технології, зменшення використання ресурсів, сортування відходів, підтримка локальних постачальників, екологічна сертифікація та реалізація освітніх і просвітницьких кампаній.

Виявлено, що найбільш поширеними є енергоефективні заходи (використання LED-освітлення, систем контролю енергії), сортування відходів, зменшення споживання води й часткове використання біопосуду. Водночас рівень інтеграції стратегічної соціальної відповідальності підприємств сфери гостинності (CSR), таких як співпраця з громадами, сертифікація за міжнародними екологічними стандартами (ISO 14001, Green Key), залишається недостатнім. З'ясовано, що основними бар'єрами виступають висока собівартість упровадження, недостатність знань персоналу, слабка інфраструктура й відсутність державного стимулювання.

Стаття обґрунтовує необхідність комплексного підходу до формування соціально відповідального бізнесу у сфері гостинності. Запропоновано механізми мотивації підприємств до впровадження заходів чи практик, які спрямовані на екологізацію, серед яких: пільгове оподаткування, державно-приватні партнерства, навчальні програми для працівників, популяризація екотуризму й підвищення екологічної культури серед споживачів.

Результати дослідження можуть бути використані у процесі стратегічного планування, розроблення політик корпоративної відповідальності, а також під час розробки національних стандартів сталого розвитку в галузі туризму й гостинності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, сталий розвиток, екологічні практики, готельно-ресторанний бізнес, підприємства сфери гостинності, екологізація бізнесу.

Табл.: 1. Рис.: 3. Літ.: 30.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF HOSPITALITY ENTERPRISES AND IMPLEMENTATION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRACTICES TO THEIR ACTIVITIES

STAVSKA Uliya,
Candidate of Economic Sciences,
Head of the Department of Business and Service Areas

ZAMRIY Viktor,
Assistant of the Department of Business and Service Areas,
Vinnitsia National Agrarian University
(Vinnitsia)

The article examines key aspects of forming a socially responsible business model in the hospitality industry of Ukraine, in particular in wartime conditions, as well as practical approaches to implementing environmental initiatives that ensure sustainable development and a harmonious balance between economic efficiency and the social mission of business.

The study examines the current issues of implementing social responsibility and environmentally friendly practices to the activities of hospitality enterprises. The study focuses on real sustainable development practices that are currently used in the domestic hospitality sector, such as: energy-efficient technologies, reducing of the resource use, waste sorting, supporting of local suppliers, environmental certification and implementing of educational and awareness-raising campaigns.

It was found that the most common are energy-efficient measures (use of LED lighting, energy control systems), waste sorting, reduction of water consumption and partial use of biodegradable tableware. At the same time, the level of integration of strategic social responsibility of hospitality enterprises (CSR), such as cooperation with communities, certification according to international environmental standards (ISO 14001, Green Key), remains insufficient. It was found that the main barriers are high implementation costs, insufficient staff knowledge, weak infrastructure and lack of state incentives.

The article justifies the need for an integrated approach to the formation of a socially responsible business in the hospitality sector. Mechanisms are proposed to motivate enterprises to implement measures or practices aimed at greening, including: preferential taxation, public-private partnerships, training programs for employees, popularization of ecotourism and increasing environmental culture among consumers.

The results of the study can be used in the process of strategic planning, development of corporate responsibility policies, as well as in the development of national standards for sustainable development in the field of tourism and hospitality.

Key words: social responsibility, sustainable development, environmental practices, hotel and restaurant business, hospitality enterprises, business greening.

Tabl.: 1. Fig.: 3. Ref: 30.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації, кліматичних змін, енергетичних криз і посилення соціальних запитів до бізнесу, поняття корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) набуває особливого значення. Підприємства сфери гостинності, які безпосередньо взаємодіють із широким колом споживачів і є важливою частиною туристичної інфраструктури, дедалі частіше опиняються в центрі суспільної уваги щодо дотримання етичних, соціальних й екологічних стандартів.

Сфера гостинності характеризується високим рівнем споживання ресурсів: енергії, води, харчових продуктів й утворенням значних обсягів відходів. Усе це підвищує відповідальність підприємств цього сегмента за вплив на довкілля. У таких умовах екологічна орієнтація бізнес-практик уже не

є ознакою доброчесності чи репутаційного іміджу – вона стає важливою конкурентною перевагою та елементом стратегічної стійкості.

На тлі зростального інтересу до сталого розвитку, екотуризму, свідомого споживання, дедалі більше споживачів надають перевагу закладам, які демонструють турботу про довкілля, прозору етичну політику й активну соціальну позицію. Водночас українські підприємства гостинності часто зіштовхуються з низьким рівнем обізнаності персоналу щодо принципів КСВ, відсутністю чітких інструментів і стандартів екологічного менеджменту, нестачею ресурсів для модернізації інфраструктури.

Особливої актуальності тема набуває в умовах воєнного стану в Україні, коли питання енергоефективності, збереження ресурсів і підтримки локальних спільнот виходять на перший план. Перехід до відповідального бізнесу може стати не лише моральним вибором, а й інструментом економічного відновлення, соціального згуртування та міжнародної інтеграції.

Так, дослідження механізмів соціальної відповідальності підприємств сфери гостинності, з акцентом на екологічно орієнтовані практики, є вкрай важливим на часі. Воно має на меті не лише теоретичне осмислення викликів сучасності, а й практичну користь для формування нової культури ведення бізнесу, яка поєднує економічну доцільність із відповідальністю перед суспільством і природою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної відповідальності бізнесу та її екологічного виміру знаходиться в центрі уваги дослідників уже протягом кількох десятиліть. Однак у межах сфери гостинності ця тематика почала активно розвиватися відносно нещодавно – у контексті зростання значущості сталого туризму, відповідального споживання та трансформації бізнес-моделей у бік стійкості.

У працях таких зарубіжних дослідників, як М. Фонт і Х. Фігерас [28], Дж. Богданович [18], С. Хендерсон [29], соціальна відповідальність підприємств у готельно-ресторанному бізнесі розглядається як частина стратегічного управління. Зокрема, наголошується на необхідності інтеграції екологічних стандартів, енергоефективних технологій та етичної політики у щоденну діяльність готелів, ресторанів, курортних комплексів.

В Україні питання корпоративної соціальної відповідальності активно досліджуються у працях Л. Голінач [27], Е. Камишикової [20], Н. Погуди [3], М. Пушкар [27], І. Черваньової [2]. Їхні наукові розвідки здебільшого зосереджені на загальних теоретико-методологічних підходах до КСВ, правовому регулюванні й соціально-економічних аспектах відповідальної поведінки бізнесу. Натомість прикладні дослідження, що фокусуються саме на сфері гостинності, залишаються фрагментарними й потребують подальшого поглиблення.

Окрему увагу потрібно звернути на роботу В.Я. Брич і Н.М. Петрухи [17], які аналізують екологічні аспекти діяльності туристичних підприємств в умовах трансформаційних змін. Автори порушують важливі питання формування екологічної культури в індустрії гостинності, проте практичні механізми впровадження таких підходів на рівні підприємств здебільшого лишаються поза межами дослідження.

У працях П. Котлера й Н. Лі [24] також висвітлюються аспекти стратегічної взаємодії бізнесу, а також суспільства, підкреслюється важливість прозорості, екологічного аудиту й відповідального позиціювання бренду в умовах глобальної конкуренції. Ці ідеї мають вагоме значення для формування сучасної філософії управління в готельно-ресторанному секторі.

На міжнародному рівні важливу роль у стандартизації та популяризації відповідального ведення бізнесу відіграють ініціативи Global Sustainable Tourism Council (GSTC) [25], United Nations World Tourism Organization (UNWTO) [23], а також система сертифікацій Green Key, LEED, Travelife [30], які створюють орієнтири для готельно-ресторанного бізнесу в площині екологічної ефективності.

Водночас аналіз літератури засвідчує, що більшість наявних досліджень має або концептуальний характер, або стосується виключно екологічного менеджменту у великих корпораціях. Недостатньо розробленим залишається саме інтегративний підхід до дослідження соціальної відповідальності підприємств середнього й малого бізнесу в індустрії гостинності, з урахуванням українських реалій – економічної нестабільності, наслідків війни, нестачі інвестицій та правового супроводу «зелених» ініціатив.

Так, існує об'єктивна потреба у комплексному дослідженні практик упровадження соціальної відповідальності й екологічної орієнтації у діяльність підприємств сфери гостинності, з особливим акцентом на механізми адаптації до сучасних викликів і формування моделі сталого розвитку на локальному рівні.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є комплексне обґрунтування ролі соціальної відповідальності підприємств сфери гостинності в контексті сталого розвитку, з акцентом на інтеграцію екологічно орієнтованих практик у господарську діяльність. Дослідження спрямоване на виявлення ефективних підходів до впровадження екологічної відповідальності, аналіз сучасних тенденцій у галузі гостинності, а також розробку практичних рекомендацій щодо посилення екологічного складника корпоративної соціальної відповідальності в умовах зростаючих глобальних викликів і трансформацій ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні виклики, пов'язані з екологічними проблемами, кліматичними змінами, урбанізацією та соціальною нерівністю, вимагають від бізнесу нових підходів до управління. Сфера гостинності, як одна з найбільш ресурсозалежних галузей, має надзвичайний потенціал для розвитку соціально відповідальної та екологічно орієнтованої моделі діяльності. Соціальна відповідальність підприємств у готельно-ресторанному бізнесі дедалі частіше розглядається як необхідний складник стратегії сталого розвитку, що сприяє формуванню позитивного іміджу, зростанню лояльності клієнтів і зниженню негативного впливу на довкілля.

У контексті зростаючих екологічних викликів, що дедалі помітніше впливають на якість життя, соціально-економічну стабільність і глобальну безпеку, питання відповідальності бізнесу за стан довкілля набуває особливої

актуальності. Сучасне підприємство вже не сприймається виключно як економічна одиниця, зорієнтована на прибуток – від нього очікують активної участі в охороні навколишнього середовища й впровадження сталих моделей розвитку. Саме господарські структури, володіючи значним ресурсним потенціалом, мають можливість формувати екологічно чутливу культуру виробництва й споживання. Однак ця здатність, за відсутності відповідального підходу, може перетворитися на фактор загрози для екосистем. У цьому контексті постає необхідність не лише окреслення змісту екологічної відповідальності підприємств, а й пошуку ефективних механізмів її інтеграції у практику управління [1, с. 58].

Повномасштабне вторгнення, що розпочалося в Україні, стало критичним чинником, який докорінно змінив умови функціонування вітчизняного бізнес-середовища, зокрема підприємств сфери гостинності. Багато закладів зіткнулися не лише з матеріально-логістичними труднощами, а й із глибшими викликами – моральною дезорієнтацією, втратами клієнтопотоку, нестачею персоналу й фактичною неможливістю продовжувати діяльність, особливо в зонах бойових дій.

Водночас саме сфера гостинності, яка має високий рівень соціального впливу на громади й регіони, постає як важливий елемент «економічного фронту». Утримання її функціонування є не лише засобом підтримки економічної стійкості держави, а й платформою для розвитку нових підходів до соціальної відповідальності бізнесу. В умовах глибокої соціальної та екологічної трансформації надзвичайно актуальним стає впровадження екологічно орієнтованих практик як частини стратегії виживання і розвитку підприємств сфери гостинності. Це дозволяє не лише адаптуватися до нових реалій, а й сприяти формуванню більш свідомої, стійкої та відповідальної моделі господарювання в умовах кризи.

У сучасних умовах підприємства сфери гостинності повинні переглядати свої стратегічні орієнтири, зважаючи не лише на економічні показники, а й на соціальні й екологічні виміри діяльності. Зростання запитів суспільства на етичний бізнес, безпечне середовище, дбайливе ставлення до природи та підтримку вразливих категорій населення створює нову парадигму функціонування галузі. Соціальна відповідальність перестає бути факультативною ініціативою й дедалі більше розглядається як обов'язковий компонент конкурентоспроможності й довгострокової життєздатності підприємства.

Упровадження екологічно орієнтованих практик – від енергоефективності й зменшення харчових відходів до екодизайну інтер'єрів і використання локальних ресурсів – свідчить про здатність підприємств гостинності адаптуватися до глобальних викликів, зокрема зміни клімату, деградації довкілля та дефіциту ресурсів. Екологічна відповідальність у поєднанні з соціальною формує так звану трикутну модель сталого розвитку: «економіка – суспільство – довкілля», яка дедалі частіше застосовується у стратегіях провідних готелів, ресторанів і туристичних об'єктів [2, с. 56].

Окрім того, в умовах війни соціальна відповідальність у сфері

гостинності набуває додаткових форм: організація харчування для переселенців, співпраця з волонтерськими організаціями, працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, психологічна підтримка клієнтів і персоналу. Усе це демонструє здатність галузі не лише забезпечувати базові послуги, а й ставати активним агентом позитивних змін у суспільстві.

У результаті підприємства сфери гостинності, що інтегрують соціальну відповідальність й екологічні принципи у свої бізнес-моделі, здобувають значну репутаційну перевагу, підвищують лояльність споживачів і персоналу, а також мають кращі перспективи залучення інвестицій та грантової підтримки – зокрема від міжнародних екологічних і гуманітарних фондів.

Зобов'язання підприємств щодо інтеграції соціальних й екологічних аспектів у свою операційну діяльність дедалі більше стають невіддільною частиною стратегічного управління, особливо у сфері гостинності, де репутація, довіра споживачів й імідж бренду напряму пов'язані з відповідальними практиками ведення бізнесу. У контексті корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) для підприємств гостинності це означає не лише дотримання формальних вимог, а й впровадження широкого спектра добровільних ініціатив, спрямованих на дотримання етичних стандартів у відношенні до працівників, партнерів, постачальників, клієнтів, а також реалізацію екологічно орієнтованих проєктів [3].

У сфері гостинності КСВ має багатокомпонентний характер і охоплює такі ключові напрямки: забезпечення гідних умов праці, підтримка гендерної рівності, розвиток внутрішньої корпоративної культури, відповідальна політика закупівель, упровадження принципів «зеленого» офісу, мінімізація відходів й енергоощадність. Наприклад, упровадження систем роздільного збору сміття, скорочення використання одноразового пластику, оптимізація споживання води й енергії є вже не просто трендом, а маркером відповідального бізнесу [4, с. 38; 5, с. 85].

Сучасні підходи до КСВ у галузі базуються на низці ключових принципів (рис. 1).



Рис. 1. Принципи побудови корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [3-5]

Прозорість діяльності – ведення відкритої комунікації зі стейкхолдерами щодо соціальних й екологічних зобов'язань, публічне звітування про сталість (наприклад, за стандартами GRI) [6].

Екологічна відповідальність – інтеграція практик сталого споживання ресурсів і мінімізації негативного впливу на довкілля; відповідальне поводження з відходами, зменшення вуглецевого сліду й підтримка локальної біорізноманітності [7, с. 147].

Розвиток людського капіталу – інвестування в навчання персоналу, забезпечення безпечних умов праці, підтримка ініціатив для ментального й фізичного добробуту працівників [8, с. 72].

Співпраця з місцевими громадами – участь у локальних проєктах, благодійність, підтримка локальних виробників, збереження культурної спадщини [9].

Етичне ведення бізнесу – дотримання норм доброчесності, чесної конкуренції, антикорупційних практик і недискримінації [10].

З огляду на сучасні виклики, зокрема війсьний стан в Україні, проблема соціально-екологічної відповідальності набула особливої актуальності, оскільки сприяє підвищенню стійкості підприємств, зміцненню довіри споживачів і партнерів, а також формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Сучасні тенденції сталого розвитку й зростаюча екологічна свідомість споживачів зумовлюють необхідність упровадження екологічно орієнтованих практик у готельно-ресторанній сфері. Екологізація бізнес-процесів у цьому секторі є складником соціальної відповідальності підприємств й охоплює ключові напрями, які відображені на рис. 2.



Рис. 2. Напрями екологізація бізнес-процесів у сфері індустрії гостинності

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [4-8]

До екологоорієнтованих практик в готельно-ресторанному бізнесі належать:

- енергоефективність – використання енергоощадних технологій, зокрема світлодіодного освітлення, сенсорного керування електроприладами, теплових

насосів, а також інтеграція альтернативних джерел енергії (сонячні панелі, геотермальні системи). Застосування енергоощадних технологій у готельно-ресторанному бізнесі дозволяє знизити витрати на 20–30% і сприяє зменшенню викидів CO₂ [11];

- водозбереження – встановлення сантехніки з низьким рівнем споживання води (наприклад, аератори на кранах, системи подвійного зливу), використання дощової води для технічних потреб. Дослідження М. Коваленка показують, що готелі, які впроваджують системи водозбереження, економлять до 50% водних ресурсів без втрати якості обслуговування [12, с. 310];

- управління відходами – сортування твердих побутових відходів, впровадження програм компостування органічних залишків, зменшення використання одноразового пластику, перехід на біорозкладну упаковку. Ефективне поводження з відходами дозволяє зменшити загальні витрати підприємств на утилізацію на 15–25% [13, с. 263];

- локальне постачання – пріоритетна співпраця з місцевими фермерами, виробниками харчових продуктів, постачальниками матеріалів. Це дозволяє скоротити логістичні витрати, підтримати місцеву економіку й знизити вуглецевий слід [14, с. 18];

- екологічне меню – створення асортименту страв з орієнтацією на сезонну, органічну, переважно рослинну їжу, яка має менший вплив на довкілля, порівняно з продукцією тваринного походження. За даними досліджень Gossling et al, – екологічне меню забезпечує стале харчування, яке сприяє зменшенню харчових відходів у ресторанному секторі сприяє скороченню викидів парникових газів на 30–40% [6];

- «зелене» будівництво, сертифікації та використання дерев'яних, кам'яних, бавовняних або перероблених матеріалів для меблів й оздоблення, що зменшує навантаження на навколишнє середовище – дотримання принципів екологічного проєктування, використання екологічних будівельних матеріалів, впровадження стандартів екологічної сертифікації (LEED, Green Key, ISO 14001 тощо). Як відзначає Міжнародна туристична асоціація, наявність екосертифіката підвищує лояльність клієнтів на 20–25% [15].

Інтеграція зазначених практик у діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу не лише покращує їхній екологічний імідж, а й сприяє економії ресурсів, зміцненню конкурентоспроможності й формуванню довготривалих відносин із клієнтами, які надають перевагу сталим цінностям. Такий підхід є проявом сучасної корпоративної екологічної етики й підтвердженням прагнення бізнесу бути активним агентом позитивних змін у суспільстві.

Український бізнес у сфері гостинності поступово інтегрує принципи сталого розвитку у свою щоденну діяльність. Цей процес передбачає поступовий перехід до більш екологічно орієнтованих моделей функціонування, які відповідають сучасним європейським і світовим вимогам у сфері КСВ (табл. 1) [17, с. 167].

Рівень упровадження соціально-екологічних практик у підприємствах сфери гостинності України, 2024 р.

№ з/п	Назва практики	Частка підприємств, що впроваджують (%)	Основні переваги	Основні бар'єри впровадження
1	Енергоефективність (LED-освітлення, енергоменеджмент)	76 %	Зниження витрат, підвищення іміджу	Високі інвестиційні витрати
2	Зменшення споживання води (економна сантехніка)	62 %	Економія ресурсів	Відсутність контролю використання
3	Роздільний збір й утилізація відходів	58 %	Підвищення рівня екологічної культури	Недостатня інфраструктура
4	Використання біорозкладного або багаторазового посуду	42 %	Зменшення негативного впливу на довкілля	Вища вартість матеріалів
5	Програми соціальної відповідальності (допомога громадам)	36 %	Формування позитивного іміджу	Відсутність ресурсів, низька підтримка
6	Співпраця з локальними виробниками	44%	Підтримка місцевої економіки	Логістичні складнощі
7	Концепція Zero Waste	18 %	Інноваційність, привабливість для молоді	Недостатність знань і досвіду
8	Впровадження екологічних сертифікацій (Green Key, ISO 14001)	12 %	Підвищення довіри інвесторів	Висока вартість, складність процедури
9	Освітні програми для персоналу	28 %	Підвищення компетенцій персоналу	Брак мотивації та часу
10	Залучення клієнтів до ініціатив (просвітницькі кампанії)	22 %	Підвищення лояльності споживачів	Низька обізнаність й участь аудиторії

Джерело: сформовано автором на основі джерел [11; 13, с. 263]

У готельно-ресторанному секторі України активно впроваджуються практики ресурсоощадження, до яких належать: використання енергоощадного обладнання, LED-освітлення, автоматичні системи контролю клімату в приміщеннях. Поширеними є програми повторного використання рушників і постільної білизни в готелях, що дозволяє зменшити витрати води й енергії [11].

Особливої уваги заслуговують екологічні ініціативи з боку національних і локальних готельних мереж. Наприклад, готелі мережі Reikartz Hotel Group реалізують політику зниження вуглецевого сліду через оптимізацію споживання ресурсів, утилізацію відходів і використання безпечних мийних засобів. Водночас готелі мережі Premier Hotels and Resorts впроваджують стандарти екологічного менеджменту згідно з сертифікаційною системою Green Key, що містить оцінку енергоефективності, управління водними ресурсами, екологічне харчування тощо [18, с. 663].

У ресторанному секторі дедалі більшої популярності набуває концепція Zero Waste, яка передбачає мінімізацію харчових відходів, компостування

органіки, відмову від одноразових пластикових виробів, перехід на біорозкладний посуд. В окремих закладах реалізується сортування сміття відповідно до типу матеріалу й співпраця з переробними підприємствами. Наприклад, кафе й ресторани у Львові, Києві, Вінниці запроваджують екофрендлі підходи через використання локальних продуктів, сезонного меню та повторне використання посуду [19, с. 16].

Значну роль у формуванні екологічної культури відіграють проекти соціального підприємництва. Деякі малі заклади співпрацюють із локальними фермерами, забезпечуючи з одного боку – підтримку місцевої економіки, а з іншого – зменшення логістичних витрат і викидів СО. Подібна практика є важливою не лише з погляду екології, а й соціального впливу на громади, з якими співпрацює бізнес [19, с. 164].

Так, попри складнощі трансформаційного періоду, українські підприємства сфери гостинності демонструють позитивну динаміку у впровадженні екологічних практик, прагнучи досягти балансу між комерційною ефективністю, екологічною стійкістю та соціальною відповідальністю.

Упровадження екологічно орієнтованих практик у сфері гостинності створює низку суттєвих переваг для підприємств, що прагнуть до сталого розвитку.

Переваги охоплюють:

- зростання конкурентоспроможності – підприємства, що демонструють відповідальність перед суспільством і довкіллям, стають привабливішими для туристів, особливо іноземних, орієнтованих на етичне споживання [20, с. 117];

- формування стійкого позитивного іміджу – репутація соціально й екологічно відповідального бізнесу є довгостроковою конкурентною перевагою, що сприяє лояльності споживачів [16, с. 77];

- оптимізація витрат через упровадження енергоефективних технологій, скорочення споживання ресурсів і зменшення відходів, що позитивно впливає на фінансові показники [21];

- підвищення мотивації персоналу – працівники більш схильні до залучення в діяльність підприємств, що поділяють цінності соціальної відповідальності, забезпечують здорове робоче середовище й підтримують етичну взаємодію [22];

- залучення екологічно свідомих споживачів, кількість яких стрімко зростає внаслідок глобальних трендів сталого споживання [23, с. 54].

Водночас упровадження сталих практик супроводжується низкою викликів, відображених на рис. 3.

Так, незважаючи на очевидні переваги сталого функціонування підприємств готельно-ресторанної сфери, для повноцінної реалізації цих підходів необхідна підтримка з боку держави, інституційне сприяння, а також підвищення обізнаності учасників ринку й споживачів.

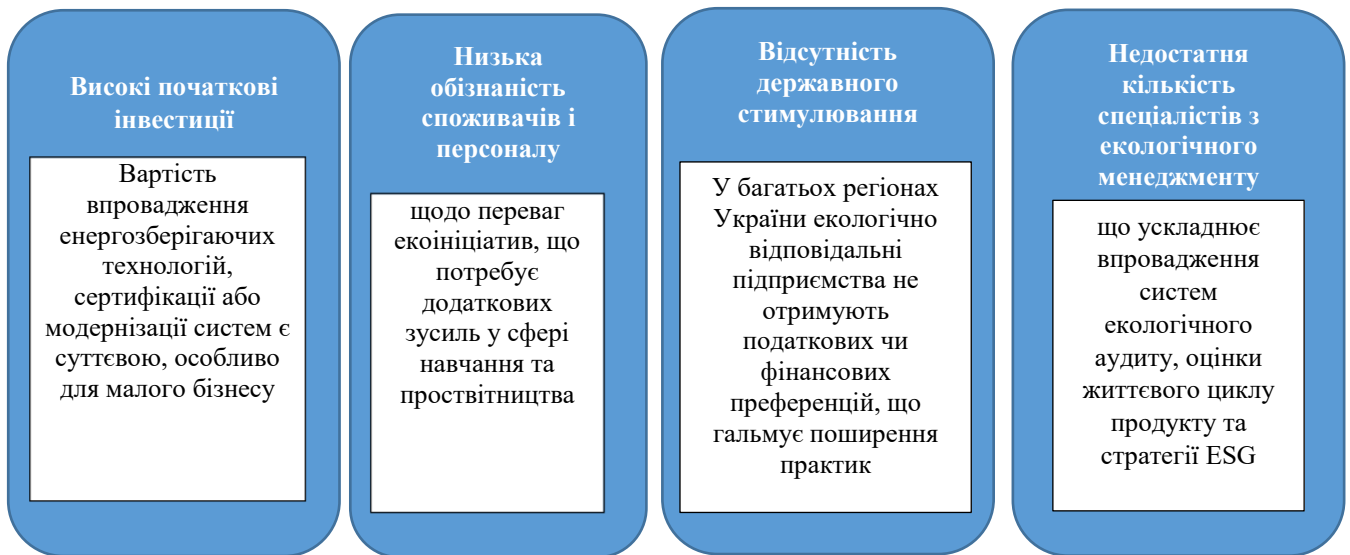


Рис. 3. Основні виклики впровадження сталих практик у готельно-ресторанному бізнесі

Джерело: сформовано авторами на основі [19, с. 162]

У сучасних умовах сталого розвитку ефективне функціонування підприємств сфери гостинності неможливе без чіткої стратегії, орієнтованої на соціальну й екологічну відповідальність. Для цього доцільно впроваджувати такі практичні кроки у їхній діяльності:

1) розробка галузевих стандартів сталого розвитку, які враховуватимуть специфіку готельно-ресторанного бізнесу, український соціокультурний контекст і міжнародний досвід [24, с. 125]. Це дозволить закладам чітко орієнтуватися у вимогах до екологічного менеджменту, етичного ставлення до персоналу й соціальної активності;

2) регулярне навчання персоналу щодо принципів екологічної відповідальності, зокрема сортування відходів, ефективне використання енергії, принципи «зеленої закупівлі» і концепції Zero Waste [7, с. 148] Це сприяє формуванню екологічної культури на рівні щоденних операцій;

3) підтримка ініціатив неурядових організацій і локальних екорухів – важлива умова для формування стійкого партнерства між бізнесом і громадським сектором. Спільні проекти, як-от «зелена сертифікація» або екологічне волонтерство, дозволяють формувати імідж активного соціального гравця [23, с. 59].

4) інвестиції в цифрові інструменти й інноваційні технології: упровадження систем екомоніторингу, автоматизованого обліку ресурсів, IoT-рішень для енергоощадження [25]. Наприклад, «розумне» освітлення або клімат-контроль здатні знижувати споживання енергії на 20–30 %.

5) поглиблена взаємодія з місцевими громадами передбачає не лише соціальні проекти, а й створення локальних ланцюгів постачання, збереження культурної автентичності й популяризацію регіональної кухні [2, с. 58].

Висновки. Підвищення соціальної та екологічної відповідальності в готельно-ресторанному бізнесі є не лише проявом сучасних управлінських

практик, але й стратегічною передумовою забезпечення конкурентоспроможності й довгострокового розвитку підприємств у післякризовий період. Упровадження екологічно орієнтованих практик сприяє мінімізації негативного впливу на довкілля, оптимізації витрат, підвищенню операційної ефективності й залученню нових категорій споживачів, орієнтованих на цінності «зеленого» споживання.

Соціальна відповідальність, інтегрована у корпоративну культуру, водночас забезпечує низку додаткових ефектів: зміцнення репутаційного капіталу бренду, підвищення мотивації та лояльності персоналу, розбудову стійких відносин із місцевими громадами. Це свідчить про необхідність розглядати соціально-екологічну орієнтацію бізнесу не як короткострокову ініціативу, а як частину стратегічного розвитку підприємства.

Ефективними підходами до посилення екологічного складника корпоративної культури у сфері гостинності є:

- інтеграція принципів екологічної відповідальності у місію та стратегічні цілі підприємств;
- систематичне впровадження практик енергоефективності, ефективного поводження з відходами, використання екологічно безпечних матеріалів і ресурсів;
- формування внутрішніх освітніх програм для персоналу з питань сталого розвитку й «зелених» стандартів обслуговування;
- налагодження партнерських відносин із громадами й постачальниками, що дотримуються принципів сталого розвитку;
- комунікація екологічних ініціатив із клієнтами з метою підвищення їхньої довіри й залучення до «зелених» практик.

Водночас успішність переходу до стійкої моделі розвитку вимагає не лише проактивності бізнесу, а й створення державою сприятливих умов через удосконалення екологічного законодавства, запровадження системи стимулювання, податкових пільг й освітніх програм.

Отже, формування культури соціально відповідального бізнесу у сфері гостинності має реалізовуватися у межах трикутника взаємодії: бізнес – держава – громада, де кожен елемент відіграє визначальну роль у досягненні соціальної та екологічної стійкості індустрії гостинності в Україні.

Список використаних джерел

1. Церклевич В.С., Ставська Ю.В. Антикризове управління готелем в тиловому регіоні: інструменти менеджменту, поствоєнний досвід, туристичні можливості. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 3 (08). С. 56–64. DOI: 10.32782/2786-8141/2024-8-8
2. Черваньова І. В. Соціальна відповідальність бізнесу: концептуальні підходи та практичні аспекти. *Економіка та держава*. 2023. № 2. С. 55-60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-8>
3. Погуда Н.В., Касторська С.К. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку туристичного підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.51

URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/53.pdf (дата звернення: 20.07.2025).

4. Бочарова Н.А. Екологічний аспект корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. Вип. 35. С. 32–47. DOI: 10.30977/ERU.2225-2304.2020.35.0.32

5. Федоренко С.В., Василенко А.О., Палиця С.В. Екологічна модернізація підприємництва в умовах післявоєнної відбудови України. *Агросвіт*. 2024. № 8. С. 83–88. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.8.83.

6. Глобальна ініціатива зі звітності GRI (Global Reporting Initiative). URL: <https://www.globalreporting.org> (дата звернення: 21.07.2025).

7. Паньків Н., Бик В. Екологізація готельно-ресторанної сфери в контексті сталого розвитку туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2023. № 2. С. 146–156. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-23>

8. Третяк Д.С., Пахота Н.В., Камінська А.В. Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Т. 2, № 2. С. 69–75. DOI: 10.60022/2(2)-7S

9. Букреєва Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316> (дата звернення: 30.07.2025).

10. ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. Geneva: ISO, 2010.

11. Кравчук Н.Н., Красноярецв В.О. Енергозберігаючі технології у готельному господарстві. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b23fed8d-6a72-4520-a964-077334275129/content> (дата звернення: 15.07.2025).

12. Мамонтенко Н.С. Сталий розвиток готельного бізнесу в Україні: стимули, перешкоди і найкращі практики. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 3 (54). С. 308–313. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-47>

13. Черевична Н.І., Середенко В.В., Сребнюк К.С. Сучасні екологічні інновації та їх вплив на ефективність роботи готельних підприємств України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. Вип. 23. С. 259–265. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.23.31>

14. Кулик А.М., Бриндзя З.Ф., Спьяк Г.І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в контексті оптимізації логістичних процесів. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2021. № 1 (45). Т. 1. С. 14–28. DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6867

15. International Tourism Association. Green Building Certification and Customer Preferences. Annual Report 2023. URL: <https://ita.org/reports/green-tourism-2023.pdf> (дата звернення: 20.07.2025).

16. Азізов С.П., Кожан Н.В. Використання концепції управління іміджем підприємства у підвищенні його конкурентоспроможності. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2018. № 15. С. 74–81.

17. Брич В.Я., Петруха Н.М. Роль екологічних інновацій у трансформації

туристичних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2025. №1. С. 164–170. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2025.1.19>

18. Bohdanowicz P. Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results. *International Journal of Hospitality Management*. 2006. Vol. 25, № 4. P. 662–682.

19. Репін К. Екологічна політика України: імперативи, принципи, критерії. *Development Service Industry Management*. 2024. № 1. С. 159–165. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(23))

20. Камишикова Е.В. Концепція стратегічного управління корпоративною соціальною відповідальністю. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. № 1 (75). С. 113–120. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-1-16>

21. OECD. Green Investments and Agricultural Productivity. OECD-FAO Agricultural Outlook. 2023. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-faoagricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en.html (дата звернення: 20.07.2025).

22. Ткаченко В.В. Мотивація персоналу та соціальна відповідальність бізнесу в умовах воєнного стану: вплив на ефективність операційної діяльності. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 10. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15336234>

23. United Nations World Tourism Organization. Guidelines for the Development of Sustainable Tourism. UNWTO. Madrid. 2022. 98 p.

24. Kotler P., Lee N. Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause. Hoboken : Wiley. 2020. 320 p.

25. Global Sustainable Tourism Council. *Sustainable Tourism Criteria*. 2024. URL: <https://www.gstcouncil.org> (дата звернення: 20.07.2025).

26. Екологічна відповідальність підприємства це шлях до сталого розвитку. URL: <https://ziko.com.ua/ekolohichna-vidpovidalnist-pidpriemstva-tse-shliakh-do-staloho-rozvytku/?srsltid=AfmBOooaTWtDNeZclDVaYuQk-y-gVZrq9wHXf88rcgYx376e4kPtw1rW> (дата звернення: 20.07.2025).

27. Пушкар М.С., Голінач Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика. Тернопіль: Карт-бланш, 2018. 215 с.

28. Font X., Figueras M. Corporate social responsibility in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2017. Vol. 61. P. 1-9.

29. Henderson J. C. Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*. 2007. Vol. 26. №. 1. P. 228-239.

30. Green Key Global. International eco-label for tourism facilities. 2023. URL: <https://www.greenkey.global> (дата звернення: 21.07.2025).

Referenceses

1. Tserklevych, V.S., & Stavska, Yu.V. (2024). Antykryzove upravlinnia hotelem v tylovomu rehioni: instrumenty menedzhmentu, postvoiennyi dosvid, turystychni mozhlyvosti [Anti-crisis hotel management in the rear region: management tools, post-war experience, tourism opportunities] *Transformatsiina ekonomika – Transformational Economics*, 3 (08), 56–64. DOI: 10.32782/2786-8141/2024-8-8 [in Ukrainian].

2. Chervanova, I.V. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: kontseptualni pidkhody ta praktychni aspekty [Corporate Social Responsibility: Conceptual Approaches and Practical Aspects]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, 2, 55–60 [in Ukrainian].

3. Pohuda, N.V., & Kastorska, S.K. (2020). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehii rozvytku turystychnoho pidpriemstva [Corporate social responsibility as a component of the development strategy of a tourism enterprise]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.51 Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/53.pdf [in Ukrainian].

4. Bocharova, N.A. (2020). Ekolohichnyi aspekt korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv [Environmental aspect of corporate social responsibility of enterprises]. *Ekonomika transportnoho kompleksu – Economics of the transport complex*, 35, 32–47. DOI: 10.30977/ERU.2225-2304.2020.35.0.32 [in Ukrainian].

5. Fedorenko, S.V., Vasylenko, A.O., & Palytsia, S.V. (2024). Ekolohichna modernizatsiia pidpriemnytstva v umovakh pisliavoiennoi vidbudovy Ukrainy [Ecological modernization of entrepreneurship in the context of post-war reconstruction of Ukraine]. *Ahrosvit – Agroworld*, 8, 83–88. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.8.83 [in Ukrainian].

6. Hlobalna initsiatyva zi zvitnosti GRI [Global Reporting Initiative GRI]. [globalreporting.org](https://www.globalreporting.org). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org> [in Ukrainian].

7. Pankiv, N., & Byk, V. (2023). Ekolohizatsiia hotelno-restoranoi sfery v konteksti staloho rozvytku turyzmu v Ukraini [Greening the hotel and restaurant sector in the context of sustainable tourism development in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytsky National University. Series: Economic Sciences*, 2, 146–156. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-23> [in Ukrainian].

8. Tretiak, D.S., Pakhota, N.V., & Kaminska, A.V. (2025). Motyvatsiia personalu pidpriemstv v umovakh suchasnykh vyklykiv [Motivation of enterprise personnel in the face of modern challenges]. *Aktualni problemy staloho rozvytku – Current problems of sustainable development*, 2, 2, 69–75. DOI: 10.60022/2(2)-7S [in Ukrainian].

9. Bukreieva, D.S., & Denysenko, K.V. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktyvnosti pidpriemstv: yevrointehratsiinyi aspekt [Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of enterprises: a European integration aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52> Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316> [in Ukrainian].

10. ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. Geneva: ISO, 2010 [in English].

11. Kravchuk, N.N., & Krasnoiartsev, V.O. Enerhozberihaiuchi tekhnolohii u hotelnomu hospodarstvi [Energy-saving technologies in the hotel industry]. dspace.nuft.edu.ua. Retrieved from: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b23fed8d-6a72-4520-a964-077334275129/content> [in Ukrainian].

12. Mamontenko, N.S. (2025). Stalyi rozvytok hotelnoho biznesu v Ukraini:

stymuly, pereshkody i naikrashchi praktyky [Sustainable development of the hotel business in Ukraine: incentives, obstacles and best practices]. *Stalyi rozvytok ekonomiky – Sustainable development of the economy*, 3 (54), 308–313. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-47> [in Ukrainian].

13. Cherevychna, N.I., Seredenko, V.V., & Srebniuk, K.S. (2025). Suchasni ekolohichni innovatsii ta yikh vplyv na efektyvnist roboty hotelnykh pidpriemstv Ukrainy [Modern environmental innovations and their impact on the efficiency of hotel enterprises in Ukraine]. *Tavriyskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika – Tavria Scientific Bulletin. Series: Economics*, 23, 259–265. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.23.31> [in Ukrainian].

14. Kulyk, A.M., Bryndzia, Z.F., & Spiak, H.I. (2021). Rozvytok hotelno-restorannoho biznesu v konteksti optymizatsii lohistychnykh protsesiv [Development of the hotel and restaurant business in the context of optimizing logistics processes]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seria: «Ekonomichni nauky» – International scientific journal «Internauka». Series: Economic Sciences*, 1 (45), 1, 14–28. DOI: [10.25313/2520-2294-2021-1-6867](https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-1-6867) [in Ukrainian].

15. International Tourism Association. Green Building Certification and Customer Preferences. Annual Report 2023. [ita.org](https://ita.org/reports/green-tourism-2023.pdf). Retrieved from: <https://ita.org/reports/green-tourism-2023.pdf> [in English].

16. Azizov, S.P., & Kozhan, N.V. (2018). Vykorystannia kontseptsii upravlinnia imidzhem pidpriemstva u pidvyshchenni yoho konkurentospromozhnosti [Using the concept of enterprise image management to increase its competitiveness]. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku – Problems of innovation and investment development*, 15, 74–81 [in Ukrainian].

17. Brych, V.Ia., & Petrukha, N.M. (2025). Rol ekolohichnykh innovatsii u transformatsii turystychnykh pidpriemstv [The role of environmental innovations in the transformation of tourism enterprises]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, 1, 164–170. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2025.1.19> [in Ukrainian].

18. Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results. *International Journal of Hospitality Management*, 25, 4, 662–682 [in English].

19. Riepin, K. (2024). Ekolohichna polityka Ukrainy: imperatyvy, pryntsypy, kryterii [Environmental Policy of Ukraine: Imperatives, Principles, Criteria]. *Development Service Industry Management – Development Service Industry Management*, 1, 159–165. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(23)) [in Ukrainian].

20. Kamysnykova, E.V. (2020). Kontsepsiia stratehichnoho upravlinnia korporatyvnoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu [Concept of Strategic Management of Corporate Social Responsibility]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi – Problems of a Systemic Approach in Economics*, 1 (75), 113–120. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-1-16> [in Ukrainian].

21. OECD. Green Investments and Agricultural Productivity. OECD-FAO Agricultural Outlook. 2023. [oecd.org](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-faoagricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en.html). Retrieved from: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-faoagricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en.html [in English].

22. Tkachenko, V.V. (2025). Motyvatsiia personalu ta sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh voiennoho stanu: vplyv na efektyvnist operatsiinoi diialnosti [Personnel motivation and business social responsibility in martial law: impact on operational efficiency]. *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk – Current Issues in Economic Sciences*, 10. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15336234> [in Ukrainian].

23. United Nations World Tourism Organization (2022). *Guidelines for the Development of Sustainable Tourism*. UNWTO. Madrid [in English].

24. Kotler, P., & Lee, N. (2020). *Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause*. Hoboken : Wiley [in English].

25. Global Sustainable Tourism Council (2024). Sustainable Tourism Criteria. [gstcouncil.org](https://www.gstcouncil.org). Retrieved from: <https://www.gstcouncil.org> [in English].

26. Ekolohichna vidpovidalnist pidpriemstva tse shliakh do staloho rozvytku [Environmental responsibility of the enterprise is the way to sustainable development]. ziko.com.ua. Retrieved from: <https://ziko.com.ua/ekolohichna-vidpovidalnist-pidpriemstva-tse-shliakh-do-staloho-rozvytku/?srsltid=AfmBOooaTWtDNeZclDVaYuQk-y-gVZrq9wHXf88rcgYx376e4kPtW1rW> [in Ukrainian].

27. Pushkar, M.S., & Holinach, L.I. (2018). *Sotsialna vidpovidalnist biznesu: teoriia i praktyka [Social responsibility of business: theory and practice]*. Ternopil: Kart-blansh [in Ukrainian].

28. Font, X., & Figueras, M. (2017). Corporate social responsibility in the hospitality industry [Corporate social responsibility in the hospitality industry]. *International Journal of Hospitality Management – International Journal of Hospitality Management*, 61, 1–9 [in Ukrainian].

29 Henderson, J.C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami [Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami]. *International Journal of Hospitality Management – International Journal of Hospitality Management*, 26, 1, 228–239 [in English].

30. Green Key Global. International eco-label for tourism facilities. 2023. [greenkey.global](https://www.greenkey.global). Retrieved from: <https://www.greenkey.global> [in English].

Відомості про автора

СТАВСЬКА Юлія Вацлавівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувачка кафедри бізнесу та сфери обслуговування, Вінницький національний аграрний університет (21008, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3, e-mail: usv.urf@ukr.net).

ЗАМРІЙ Віктор Вікторович – асистент кафедри бізнесу та сфери обслуговування, Вінницький національний аграрний університет (21008, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3, e-mail: mzed2017@ukr.net).

STAVSKA Uliya – Candidate of Economical Science, Associate Professor, Head of the Department of Business and Service Areas, Vinnytsia National Agrarian University (21008, Vinnytsia, 3, Soniachna Str., e-mail: usv.urf@ukr.net).

ZAMRIY Victor – Assistant of the Department of Business and Service Areas, Vinnytsia National Agrarian University (21008, Vinnytsia, 3, Soniachna Str., e-mail: mzed2017@ukr.net).