

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
імені проф. В. Ф. Доценка  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

**«До захисту в ЕК»**

Декан факультету

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(ім'я та прізвище)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**«До захисту допущено»**

Завідувач кафедри

Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(ім'я та прізвище)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності 242 «Туризм»  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

на тему: «Впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств»

Виконала: здобувачка 2 курсу, групи ТУ-2-5М

Заборовець Юлія Леонідівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник Примак Тетяна Юхимівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент

Сергій КРАВЦОВ

(ім'я та прізвище)

(підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2024

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) готельно- ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В. Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу  
світній ступінь магістр

Спеціальність 242 «Туризм»  
(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»  
(назва)

## ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач  
кафедри туристичного та  
готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК  
“ ” \_\_\_\_\_ 2023 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Заборовець Юлії Леонідівни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств»

керівник роботи Примак Тетяна Юхимівна, к. ф-м. н., доц. кафедри ТГБ  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «23» листопада 2023 року №948-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 13 лютого 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова література, фахова література, статистична звітність готельного підприємства

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Теоретичні аспекти та практичні особливості соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств в сучасних умовах міжнародної інтеграції  
Аналіз практики соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств  
Розробка пропозицій впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств  
Соціально-економічне значення впровадження соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств

5. Перелік графічного матеріалу  
таблиць – 33, рисунків - 28, додатків- 7

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Примак Т.Ю., доц. кафедри		
II	Примак Т.Ю., доц. кафедри		
III	Примак Т.Ю., доц. кафедри		
IV	Примак Т.Ю., доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 03 жовтня 2023 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ №	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.09.2023-30.09.2023 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	03.10.2023-19.10.2023 рр.	виконано
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	20.10.2023-02.11.2023 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	03.11.2023-16.11.2023 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 Проектний	17.11.2023-30.11.2023 рр.	виконано
6	РОЗДІЛ 4 Дослідно – рекомендаційний	01.12.2023-14.12.2023 рр.	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	15.12.2023-22.12.2023 рр.	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	25.12.2023-26.01.2024 рр.	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	29.01.2024-12.02.2024 рр.	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	13.02.2024 р.	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	21-22.02.2024 р.	

**Здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Юлія ЗАБОРОВЕЦЬ**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Тетяна ПРИМАК**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**РЕЗЮМЕ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**Заборовець Юлії Леонідівни**  
**на тему:**  
**«Впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності**  
**готельних підприємств»**

Кваліфікаційна робота складається з – 135 сторінок. Кількість розділів – 4, таблиць – 33, рисунків - 28, додатків – 7.

**Об’єктом дослідження** є готельні підприємства, на базі яких проведено аналіз діяльності, щодо впровадження принципів соціальної відповідальності.

**Предметом кваліфікаційної роботи** являються принципи соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розробка пропозицій щодо впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств, а також оцінка ефективності розвитку соціальної відповідальності та вплив впровадження цих принципів.

У I розділі розглянуто теоретичні аспекти та практичні особливості соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

У II розділі здійснений аналіз практики соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

У III розділі здійснено розробку пропозицій впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

У IV розділі надано соціально-економічне значення впровадження соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, КСВ (корпоративна соціальна відповідальність), соціально-відповідальна поведінка, соціальні інновації, готельне підприємство, готельний бізнес.

## ЗМІСТ

<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ .....</b>	<b>9</b>
1.1 Сутність, зміст та роль соціальної відповідальності у соціально-економічному розвитку країни.....	9
1.2 Теорія та практика розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.....	17
1.3 Інноваційні тенденції та світовий досвід соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.....	25
Висновки до розділу 1.....	33
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....</b>	<b>35</b>
2.1 Аналіз фінансово-господарської діяльності готельних підприємств.....	35
2.2 Оцінка конкурентного статусу готельних підприємств .....	55
2.3 Діагностика особливостей впровадження елементів КСВ у діяльність готельних підприємств.....	65
Висновки до розділу 2.....	70
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....</b>	<b>71</b>
3.1 Організаційно-економічні механізми розвитку соціальної відповідальності .....	71
3.2 Проблеми, що гальмують розвиток соціальної відповідальності в Україні.....	77
3.3 Розробка програми розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.....	83
Висновки до розділу 3.....	91
<b>РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....</b>	<b>92</b>
4.1 Економічне обґрунтування програм КСВ для готелів мережі Optima Hotels and Resorts .....	92
4.2 Оцінка соціально-економічного ефекту запропонованих заходів.....	115
Висновки до розділу 4.....	127
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>128</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>131</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>136</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Останні роки в Україні відзначаються зростаючим інтересом до принципів соціальної відповідальності підприємств. Цей інтерес набув актуальності в умовах обмежень, викликаних пандемією коронавірусу, а також в контексті початку воєнної агресії Росії проти України. Ця активізація основним чином виражається у волонтерській діяльності та повинна стати ключовою для бізнесу у післявоєнний час та під час інтеграції України до Європейського Союзу.

Після оголошення воєнного стану на території України та розпочаття активних військових дій більша частина бізнесу стала фактично нерухомою через різні обставини. Ці обставини включають моральний та психологічний стрес, економічний спад у діловій активності та неможливість продовження діяльності підприємствами, які розташовані на території, що перебуває під впливом воєнних дій.

Слід зауважити, що українські підприємства рідко використовують принципи соціальної відповідальності у своїй діяльності. Це в основному пояснюється фінансовими обмеженнями, адже вони часто вказують на фінансову неспроможність у впровадженні цих принципів. Крім того, вітчизняні компанії мало активно пропагують соціальну відповідальність, оскільки рівень освітленості цієї теми серед бізнесу залишається недостатнім для повного усвідомлення її важливості.

Принцип соціальної відповідальності, або концепція соціальної відповідальності в рамках будь-якого бізнесу, передбачає, що фірма, компанія, підприємство чи організація функціонує не лише для досягнення своїх фінансових цілей, а й для надання користі суспільству. Основна ідея полягає в тому, що бізнес повинен об'єднувати прибуткові діяльності з ініціативами, спрямованими на покращення суспільства. З іншого боку, соціально-відповідальна бізнес-структура не повинна виключно максимізувати свій

прибуток, але має приймати рішення та здійснювати дії, які відповідають цілям і цінностям суспільства.

**Метою** кваліфікаційної роботи є розробка пропозицій щодо впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств, а також оцінка ефективності розвитку соціальної відповідальності та вплив впровадження цих принципів. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити сутність, зміст та роль соціальної відповідальності у соціально-економічному розвитку країни;
- дослідити теорію та практику розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств;
- проаналізувати інноваційні тенденції та світовий досвід соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств;
- зробити аналіз фінансово-господарської діяльності готельних підприємств;
- провести оцінку конкурентного статусу готельних підприємств;
- діагностувати особливості впровадження елементів КСВ в діяльність готельних підприємств;
- визначити організаційно-економічні механізми розвитку соціальної відповідальності;
- дослідити проблеми, що гальмують розвиток соціальної відповідальності в Україні;
- розробити програму розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств;
- обґрунтувати методики дослідження ефективності розвитку соціальної відповідальності;
- провести оцінку соціально- економічного ефекту запропонованих заходів.

**Об'єктом дослідження** є готельні підприємства, на базі яких проведено аналіз діяльності, щодо впровадження принципів соціальної відповідальності.

**Предметом дослідження** являються принципи соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств.

**Теоретична основа** включає докладний аналіз наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі соціальної відповідальності та її впровадження в готельних підприємствах.

**Інформаційне забезпечення** роботи включає наукові статті та дослідження вітчизняних та іноземних спеціалістів зі сфери гостинності, національні та міжнародні стандарти та законодавства, які регулюють соціальну відповідальність підприємств у готельній галузі, внутрішньої звітності та публічної інформації готельних підприємств.

**Методи дослідження:** аналіз, синтез, розрахунково-аналітичні методи, економічне моделювання, порівняння, узагальнення, індукція та дедукція.

**Наукова новизна** роботи полягає у аналізуванні і дослідженні теоретико-методологічних основ соціальної відповідальності підприємств та її складових, обґрунтуванні принципів і підходів бізнесу до соціальної відповідальності.

**Практичне значення** роботи полягає в можливості застосування на практиці результатів дослідження, впровадженні та реалізації методичних підходів соціальної відповідальності в діяльності готельних підприємств.

**Апробація результатів роботи і публікацій.** Основні результати кваліфікаційної роботи були викладені у публікації автора «Впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств» в науково-практичному журналі «Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки» № 1 (73) / 2024, 12 квітня 2024 року.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

### 1.1 Сутність, зміст та роль соціальної відповідальності у соціально- економічному розвитку країни

На сьогоднішній день питання про категорію соціальної відповідальності залишається предметом активних досліджень, які відбуваються в рамках різних суспільних наук і взаємодіють на перетині теоретико-методологічних, методичних та практичних аспектів. Це впливає на формулювання сутності цього явища, як відображено в таблиці 1.1. Наприклад, економісти акцентують свою увагу на дослідженні соціальної відповідальності бізнесу, політологи зосереджуються на аналізі соціальної відповідальності держави, а соціологи досліджують соціальну відповідальність особистості і так далі.

*Таблиця 1.1.*

#### Найпоширеніші підходи до уточнення терміну «соціальна відповідальність»

Автори	Визначення
Котлер Ф.	Соціальна відповідальність бізнесу - це свідомий вибір корпорації в межах її інтересів зобов'язання сприяти підвищенню добробуту суспільства через впровадження відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів..
Мескон М.	Соціальна відповідальність бізнесу - це вияв певного рівня добровільної реакції на соціальні проблеми, яка перевищує вимоги, визначені законом або регулюючими органами, або виходить за межі цих вимог.
Зінченко А.Г., Саприкіна М.А.	Соціальна відповідальність - це відповідальність бізнесу за наслідки своїх дій на суспільство та навколишнє середовище, виявлена через прозору та етичну поведінку, спрямована на сталий розвиток та благополуччя суспільства.

## Продовження таблиці 1.1

Зелена книга ЄС	Соціальна відповідальність - це включення соціальних та екологічних аспектів у повсякденну комерційну діяльність підприємств та їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі.
Європейська комісія	Корпоративна соціальна відповідальність відображає добровільне зобов'язання компаній брати участь у покращенні якості життя суспільства та захисті навколишнього середовища.
Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку	Соціальна корпоративна відповідальність передбачає, що бізнес зобов'язаний сприяти сталому економічному розвитку через взаємодію з найманими працівниками, їх сім'ями, місцевою спільнотою та суспільством в цілому з метою поліпшення якості життя.
Баранова С.В.	Соціальна відповідальність визначає особистість з точки зору виконання нею вимог, що пред'являються суспільством. Це виражає рівень участі особистості та соціальних груп у їх моральному та соціальному розвитку.
Колот А.М.	Соціальна відповідальність - це філософія або концепція взаємодії між підприємствами та суспільством, яка сприяє економічному прогресу, збереженню довкілля та підвищенню якості життя. Вона ґрунтується на соціально відповідальній поведінці бізнесу, сприяючи соціальній згуртованості суспільства.

Джерело: [1].

У більшості випадків у науковій теоретичній та практичній літературі соціальну відповідальність бізнесу розглядають як особливу концепцію, що включає в себе права, гарантії та цілеспрямовану діяльність підприємницьких структур з метою підвищення соціального рівня громадян, як працівників, так і споживачів продукції.

Термін «соціальна відповідальність бізнесу» вперше був введений у науковий обіг у 50-х роках минулого століття американськими вченими, які розглядали його з різних поглядів. Наприклад, Мілтон Фрідмен вважав, що практика соціально відповідальної діяльності підприємцями є формою обкрадання власників (акціонерів), оскільки це призводить до додаткових витрат у сфері, яка не є професійною компетенцією підприємств [1]. Він розглядав благодійність як нераціональний спосіб використання корпоративних ресурсів. З іншого боку, професор Т. Бош підкреслював необхідність соціальної орієнтації підприємства, адже саме соціум надає можливість підприємству реалізовувати себе та отримувати прибутки [3].

Крім вже згаданих вчених, інші вчені, такі як І. Ансофф, Ф. Герцберг, Д. Котлер, Д. Муні, Е. Мейо, М. Мескон, В. Оучи, Т. Петерс, Л. Урвік, А. Файоль, Ф. Хедоурі, також приділили увагу питанням соціальної відповідальності бізнесу, соціальної етики та соціальних корпоративних програм у своїх наукових дослідженнях та роботах.

Останніми роками вітчизняні науковці звертали збільшену увагу до вивчення проблем соціальної відповідальності. Наприклад, праці О. Амоша, Б. Баюра, І. Булеєва, М. Бутко, О. Гогола, А. Зінченка, А. Колота, І. Кудінової, І. Лебедева, М. Саприкіна, О. Сохацької, Н. Супруна були присвячені розгляду принципів формування корпоративної соціальної відповідальності. Крім того, проблемам соціальної відповідальності бізнесу, яка є важливою складовою соціальної політики, було приділено увагу в роботах таких вчених і практиків, як О. Білорус, В. Білоус, В. Близнюк, І. Гнибіденко, Т. Заяць, В. Куценко, Е. Лібанова, О. Новікова, Л. Шевчук, В. Ярова [4].

За стандартом ISO-26000 «Керівництво із соціальної відповідальності» соціальна відповідальність визначається як «відповідальність організацій за вплив своїх рішень і дій на суспільство та оточуюче середовище, що реалізується шляхом прозорості та етичної поведінки, яка узгоджується зі сталим розвитком, здоров'ям та добробутом суспільства; відповідає інтересам груп та зацікавлених осіб, відповідає чинній нормативній базі та відповідним міжнародним зобов'язанням, є інтегрованою у діяльність й стратегію розвитку організації та здійснюється у повсякденній діяльності» [5].

Соціальна відповідальність визнається як добровільна і необов'язкова ініціатива соціальних суб'єктів. Її регулювання ґрунтується на суспільних нормах, а за їх порушення можуть застосовуватися виключно суспільні санкції, такі як осуд громадською думкою, відображення в ЗМІ, підвищення або погіршення іміджу та рівня довіри. У відміну від цього, порушення юридичних норм може призвести до застосування санкцій згідно з адміністративним чи навіть кримінальним законодавством.

Соціальна відповідальність представляє собою прояв волі, що визначається конкретною поведінкою, спрямованою на дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм. Вона має на меті гарантувати безпеку та прогресивний розвиток, сприяти узгодженню інтересів різних суб'єктів, які взаємодіють у суспільних відносинах та їх управлінні.

Визнаючи концепцію соціальної відповідальності як своєчасну, актуальну та необхідну, держава повинна брати активну участь у її підтримці. Для цього у співпраці з бізнесом та науковою галуззю слід розробити принципи, які сприятимуть створенню стандартів соціально відповідальної діяльності підприємств. Крім того, важливо закріпити нормативно комплекс соціальних, економічних та інституційних інструментів для стимулювання підприємств до виконання соціально відповідальних практик.

Необхідною умовою розбудови та ефективного функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки, забезпечення високого рівня якості життя населення, формування громадянського суспільства і створення умов для людського розвитку є реалізація соціальної відповідальності всіх суб'єктів держави.

Актуальною державно-управлінською, політичною та соціальною проблемою в сучасній Україні є відсутність об'єднуючої національної ідеї, яка повинна базуватися на пріоритеті тих духовних цінностей, що знаходять спільне визнання серед громадян різних соціальних груп, вікових категорій, різних регіонів країни, незалежно від політичних уподобань чи мови спілкування. Висока соціальна відповідальність національної еліти, особливо політичної, має виявитися у пошуку та реалізації такої об'єднуючої ідеї, яка відповідала б прагненням кожного українця, в розробці нової системи цінностей та впровадженні ідей демократії та духовності в життя суспільства.

В умовах сучасного складного розвитку України, охопленої економічними, політичними, демографічними та соціальними викликами, саме соціальна відповідальність може виступити як об'єднуюча національна ідея. Ця ідея може

сприяти вирішенню системної кризи, що впливає на всі аспекти суспільного життя.

Соціальна відповідальність представляє собою усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, а також свідоме виконання своїх обов'язків перед співгромадянами, суспільством і державою. У цьому феномені домінує моральний компонент, який має бути підкріплений юридичною відповідальністю. Соціальна відповідальність, як концепція, спонукає кожну людину враховувати інтереси суспільства, приймаючи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах [6].

Соціальна відповідальність може приймати різні форми, серед яких основними є юридична, моральна, політична, громадянська, професійна, екологічна та інші. Найстарішою формою серед них є моральна відповідальність. Політична та юридична відповідальність виникають у зв'язку з розвитком держави, коли вона формує політичні та правові норми [7].

Соціальна відповідальність ґрунтується на комплексній і динамічній системі цінностей, що є характерними для громадян, соціальних груп, суспільства в цілому, а також для інститутів та органів державної влади й місцевого самоврядування, включаючи їхніх посадових осіб. Саме така система суспільних цінностей визначає дії всіх учасників соціальних відносин [8].

Соціальна відповідальність, як форма регуляції суспільної поведінки, визначається як сумлінне та відповідальне ставлення особи, посадової особи, органу державної влади, підприємства чи організації до своєї діяльності. У випадку порушення прав та законних інтересів іншої сторони, невиконання своїх обов'язків і соціальної ролі стосовно інших громадян, соціальна відповідальність передбачає отримання цими суб'єктами певних негативних наслідків.

Однією з форм вияву соціальної відповідальності є активна позиція громадян, коли інститути публічної влади або посадові особи, порушуючи встановлену систему цінностей, відмовляються від своїх посад або спричиняють відсторонення інших від виконання їх функцій.

Держава, як ключовий орган політичної системи суспільства, виникає передусім для задоволення його соціальних потреб. Отже, її соціальна роль є основною і визначальною. Ці принципи відображаються в ідеї соціальної держави. Соціальна природа держави виявляється як її глибокий і визначальний аспект, що характеризується здатністю задовольняти потреби всього суспільства – забезпечувати його збереження та розвиток як цілісного соціального організму, а також захищати основні інтереси різних соціальних груп та всіх громадян.

Соціальна відповідальність держави, представників державної влади різного рівня та органів місцевого самоврядування, є системоутворюючою та багатофункціональною концепцією. Вона сприяє реалізації всіх принципів сучасного державного управління, сприяє формуванню позитивного іміджу державних інститутів та їх представників, і виступає обов'язковим засобом соціальної відповідальності на інших рівнях, зокрема серед підприємств та громадян. Соціальна відповідальність держави проявляється у здійсненні ефективного державного управління, спрямованого на соціальний, інноваційний, економічний, культурний та духовний розвиток суспільства. Вона передбачає виконання проголошених цілей та програм, виконання зобов'язань, досягнення прогресивних соціальних стандартів та стале покращення умов життя в країні.

Соціальна відповідальність громадянина виявляється через активну життєву позицію, максимальне реалізування свого творчого потенціалу та дотримання норм соціальної етики у взаємодії з іншими людьми, державою та природою. Вона також проявляється у свідомому спрямуванні частини свого доходу, у вигляді податків, на задоволення суспільних потреб.

Соціальна відповідальність бізнесу визначається як зобов'язання компанії відповідати за суспільну корисність своєї діяльності перед всіма особами та організаціями, з якими вона взаємодіє у ході свого функціонування, а також перед суспільством в цілому. Малозрозуміле, але, на нашу думку, найточніше та найважливіше розуміння соціальної відповідальності бізнесу полягає в

розгляданні її як відповідальності підприємця за інтегровану суспільну корисність його бізнесу [9].

Соціальна відповідальність бізнесу виявляється через різні форми прояву. Наприклад, відповідальний виробник прагне виробляти якісні та безпечні для споживачів товари, утримує адекватні ціни, надає правдиву інформацію споживачам, відповідає нормам екологічного законодавства, використовує новітні технології для зменшення негативного впливу та утилізації шкідливих відходів.

Відповідальний роботодавець дотримується трудового законодавства, а часто й перевершує його, надаючи працівникам додаткові соціальні вигоди та покращені умови праці.

Участь у соціальних відносинах означає внесок у підтримку благополуччя суспільства через благодійність для сиріт, інвалідів та інших вразливих груп населення, а також підтримку духовності, освіти, науки, культури та регіонального розвитку.

Участь у економічних і політичних відносинах з державою включає свідоме виконання податкових та соціальних зобов'язань, дотримання чинного законодавства, уникнення корупції, ефективного ведення бізнесу без отримання державних пільг та дотацій, а також підтримку прозорості у фінансових та державних фінансах.

Відповідальний діловий партнер встановлює відносини на основі дотримання угод та професійних стандартів, дотримання фінансової відповідальності, підтримки репутації через чесність та стабільність у фінансовій звітності [10].

Основна значущість формування і втілення соціальної відповідальності всіма суб'єктами держави полягає у наступному:

- підвищує ефективність суспільства, сприяючи узгодженню дій;
- створює сприятливий клімат для економічного зростання, підприємницької діяльності та соціального розвитку;
- зменшує соціальні, економічні та інвестиційні ризики;

- створює умови для сталого розвитку і передумови для успішного запобігання економічним кризам;
- сприяє людському розвитку у всіх сферах та інших напрямках [11].

У контексті запобігання фінансово-економічних криз і їх подолання, а також розширення умов для соціального розвитку, соціальна відповідальність сприяє наступним аспектам:

- ефективному використанню ресурсів (державами, організаціями, громадянами) - шляхом перегляду потреб з орієнтацією на їх раціоналізацію, за допомогою соціального маркетингу;
- розвитку людського капіталу на всіх рівнях - за допомогою підтримки кваліфікаційного росту, збереження позитивних взаємин, довіри, соціальної єдності;
- розвитку соціальних цінностей - таких як честі, гідності, совісті, репутації, обов'язку, дружби; культивуванню національних та родинних цінностей, підтримці здорового способу життя [11].

Отже, взаємини між соціальною державою, суб'єктами підприємництва і свідомими громадянами повинні ґрунтуватися на взаємній відповідальності, що є ефективним засобом обмеження політичної влади держави та утворення цивілізованих рамок для підприємницької діяльності та поведінки людей. Це проявляється у тому, що держава бере на себе конкретні зобов'язання для захисту інтересів громадян, виявляє реальну відповідальність державних органів та посадових осіб за виконання своїх обов'язків перед суспільством і громадянами. Соціальна держава закріплює в конституції та гарантує невід'ємні права людини, які постійно розширюються, удосконалюються і строго дотримуються.

## 1.2 Теорія та практика розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств

В умовах нестабільного ринкового середовища готельного бізнесу, конкуренція набуває глобального характеру, особливо на етапі входження на ринок, і головною метою багатьох постачальників готельних послуг стає підвищення ефективності своєї діяльності та завоювання лідируючих позицій на конкурентному ринку вже з самого початку своєї господарської діяльності.

В умовах нестабільного ринкового середовища готельного бізнесу набуває важливості використання концепції соціальної відповідальності бізнесу. Ця концепція спрямована на вирішення викликів, пов'язаних з відповідністю цілей виробників готельних послуг змінним вимогам суспільства та постійному підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

З розвитком ринкових відносин збільшується ризик невизначеності в діяльності виробників готельних послуг, і цей ризик посилюється за рахунок наступних соціально-економічних факторів:

- відсутність кількісних даних про реальних і потенційних споживачів готельних послуг, динаміки розвитку ринку готельних послуг та конкурентів, які надають схожі послуги;
- відсутність інформації про споживчі вподобання і платоспроможність споживачів.

У сучасний період концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є глобальною тенденцією, на яку звертають увагу і вітчизняні організації у готельному бізнесі. Готельний бізнес, завдяки своїй природі, є соціально-орієнтованим, і тому для його учасників вкрай важливо враховувати потреби всіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів). При цьому важливо усвідомлювати наслідки власної діяльності як на території власної країни, так і за кордоном. Проте на даний момент у сфері готельного бізнесу відсутні загальноприйняті стандарти КСВ.

Вчені наближаються до визначення «корпоративна соціальна відповідальність» з різних позицій, таких як ділова етика (у контексті дотримання етичних норм у бізнесі), корпоративна стійкість (яка розглядає КСВ як результат економічної, екологічної та соціальної діяльності), корпоративне громадянство, інтереси зацікавлених сторін (відповідальність перед стейкхолдерами - групами, без яких не може існувати організація) і так далі. З одного боку, це свідчить про багатогранність поняття, а з іншого боку, про відсутність єдиних поглядів на проблему [12].

З одного боку, «корпоративна соціальна відповідальність готельного бізнесу» може бути розглянута як комплекс зовнішніх і внутрішніх стратегій, практичних заходів та програм, які вбудовані в процес створення та надання готельних послуг. Ці заходи ґрунтуються на принципах соціальної, екологічної та економічної відповідальності готельних організацій перед споживачами і суспільством.

Від успішної реалізації соціально-економічної політики підприємства може залежати загальний успіх стратегії розвитку готельного бізнесу у господарській сфері. В сучасних умовах пріоритети у виконанні соціально-економічної політики значною мірою сприяють формуванню структури майбутньої економіки. Один із ключових бар'єрів для входу на ринок готельних послуг полягає у соціальній відповідальності бізнесу [13].

Один з основних принципів соціально-економічної конкуренції у готельному бізнесі повинен ґрунтуватися на факторі соціальної відповідальності бізнесу. Цей фактор виступає як визначені очікування суспільства щодо власності та управління, виробничих структур, з одного боку, і свідомість щодо визнання свого зобов'язання перед суспільством, колективом і окремими особами за свої дії та їх соціальні наслідки, з іншого боку (див. табл. 1.2) [14].

Таблиця 1.2

## Компоненти соціальної відповідальності в готельному бізнесі

Вид	Предмет відповідальності	Об'єкт відповідальності
Юридична	Споживачі, працівники, інвестори, акціонери, кредитори, ділові партнери, населення, уряд	Будь-які дії в рамках юридичної законності вважаються соціально відповідальними
Якісна	Споживачі і клієнти	Якість готельних послуг
Фінансова	Ділові партнери	Робота відповідно до правових та етичних норм ведення бізнесу, побудова відносин з партнерами
Майнова	Інвестори, акціонери	Приватна власність
Професійна	Працівники	Створення робочих місць, дотримання норм трудового законодавства, забезпечення безпеки праці та підтримка соціального добробуту.
Державна	Держава	Дотримання законів, включаючи сплату податків
Екологічна	Населення	Захист і відновлення навколишнього середовища, поліпшення інфраструктури та соціальний розвиток місцевості.

Джерело: [14].

Для сфери готельного бізнесу корпоративна соціальна відповідальність передбачає, передусім, дії відповідно до глобальних цінностей, таких як гостинність, справедливість у відношенні до співробітників і партнерів, допомога потребуючим, а також виконання зобов'язань з охорони навколишнього середовища (див. рис. 1.1) [14].

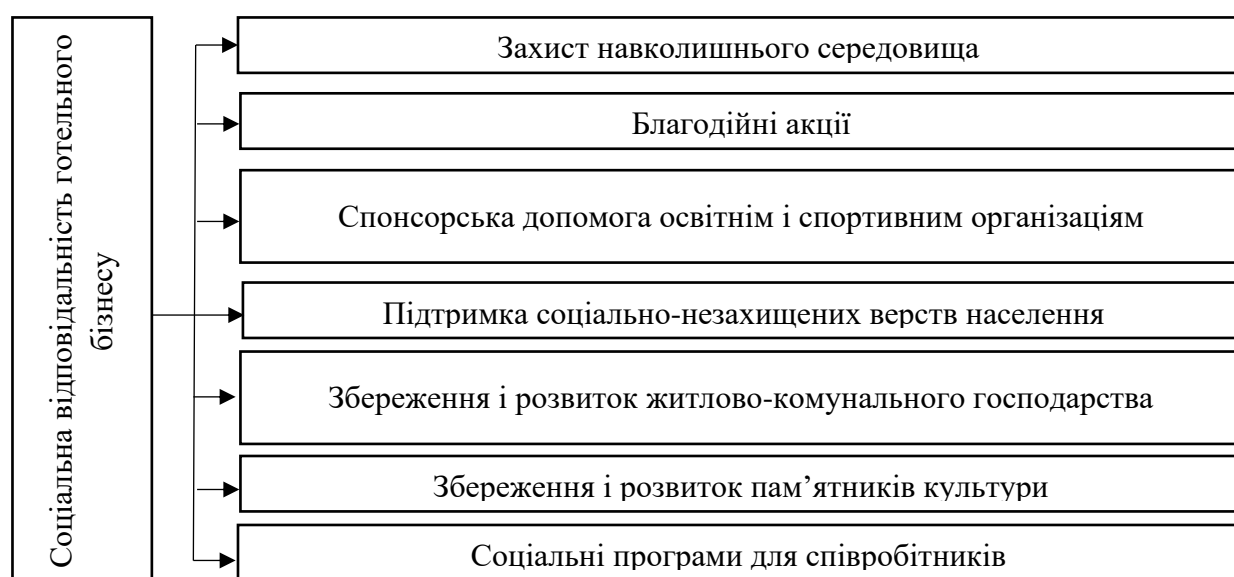


Рис.1.1 Соціальна відповідальність готельного бізнесу

Джерело: [14].

Соціальна відповідальність бізнесу не може бути універсальною і однаковою для великого, середнього та малого бізнесу. У випадку малого бізнесу соціальна місія часто є вбудованою з самого початку. Малий бізнес виступає як ключовий резерв та джерело створення робочих місць, є реальним інструментом для задоволення споживчих і соціальних потреб населення. Таким чином, малий бізнес визнається як ефективний засіб боротьби з бідністю та механізм насичення ринку праці робочими місцями.

Майбутнє будь-якого бізнесу тісно пов'язане з соціальним благополуччям, стабільністю, рівнем культури і освіти в країні. Тому місцеві готельні кластери повинні активно приймати соціально відповідальну позицію. Соціальну місію в сфері готельного бізнесу слід розглядати як довготривалу та спільну ініціативу влади і бізнесу у вирішенні суспільно важливих проблем.

Локальні готельні кластери повинні вживати різні інструменти соціальної політики, наряду з впровадженням енергоефективних технологій. Ці інструменти включають благодійність і спонсорську діяльність, які охоплюють підтримку проектів у сферах спорту, ділових конференцій, виставок, а також надання допомоги соціально незахищеним верствам населення [15]. Такий підхід допомагає забезпечити не лише успішність бізнесу, але й позитивно впливає на оточуюче соціальне середовище.

У найзагальнішому вигляді модель корпоративної соціальної відповідальності локального готельного кластера може бути зображена у вигляді схеми (див. рис. 1.2), яка має за основу вирішення проблем, пов'язаних з оптимізацією якості самого готельного бізнесу та впровадженням енергоефективних технологій [15]. Далі в моделі йде розвиток соціально-культурної та туристичної інфраструктури, сприяючи при цьому розвитку соціальної інфраструктури бізнесу. Великі готельні мережі також можуть включати благодійність та соціальні ініціативи.



Рис. 1.2 Модель корпоративної соціальної відповідальності готельного бізнесу

Джерело: [15].

Під час поточної тривалої кризи обговорювати соціальну відповідальність стає особливо актуальним, оскільки при зростанні конкуренції на ринку готельних послуг головною метою компаній у складних фінансових умовах є виживання на ринку. Тут мова йде не тільки про збереження соціальної відповідальності як окремого елемента, але і про збереження самого явища соціальної відповідальності в цілому.

Навіть у важких економічних умовах компанії повинні прагнути підтримувати соціальні ініціативи, брати до уваги потреби своїх співробітників та спільноти, а також здійснювати дії, спрямовані на збереження навколишнього середовища. Збереження соціальної відповідальності навіть у складних умовах може визначити довгостроковий успіх компаній і зберегти їхню репутацію.

Позитивним аспектом соціальної активності організацій у сфері готельного бізнесу є створення сприятливих довгострокових перспектив для самого бізнесу. Дії готельних підприємств, спрямовані на поліпшення життя місцевої спільноти або вирішення проблем, які можуть бути врегульовані безпосередньо бізнесом, можуть виявитися власним інтересом компаній через переваги, які вони отримують від участі в житті суспільства.

У благополучному суспільстві з соціальної точки зору умови для діяльності бізнесу стають сприятливішими. Навіть якщо короткострокові витрати на соціальні ініціативи високі, в довгостроковій перспективі вони можуть стабілізувати прибуток. Це може стати результатом формування більш привабливого образу підприємства у очах споживачів, постачальників і місцевої спільноти, що прямо впливає на збільшення продажів та зміцнення позицій на ринку [14].

Соціально-відповідальна поведінка сприяє створенню партнерських відносин з органами влади. Готельні підприємства стають більш привабливими для інвесторів, оскільки останні розглядають не лише економічні показники компанії. Особливо це важливо для іноземних інвесторів. Підприємці повинні усвідомлювати, що соціальна відповідальність приносить такі переваги:

- формування більш привабливого іміджу готельного кластера;
- вплив на обсяг продажів і привабливість для інвесторів;
- збільшення продуктивності праці, згуртованість колективу і підвищення лояльності до керівництва;
- створення дружніх партнерських відносин з органами влади;
- більш сприятливі умови для бізнесу [16].

Варто відзначити, що багато організацій у сфері готельного бізнесу впроваджують так званий «кодекс корпоративної соціальної відповідальності». Цей кодекс може встановлювати більш високі стандарти корпоративного управління, а також визначати додаткові обов'язки компанії у сфері захисту прав споживачів, збереження навколишнього середовища та інші аспекти.

Важливою є регламентація соціальної відповідальної поведінки співробітників організацій у готельному бізнесі, особливо в етично складних ситуаціях. Ця регламентація може включати в себе введення табу на певні дії, незалежно від їхньої економічної привабливості, якщо вони суперечать прийнятним корпоративним нормам і принципам. Підприємство в готельному бізнесі, вживаючи кодекс корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), заявляє про своє бажання сприяти соціально-економічному розвитку регіонів, де

воно працює, не замінюючи при цьому роль державних органів. Крім того, КСВ може включати програму щодо інтеграції компанії у міжнародну бізнес-спільноту [15]. Впровадження такого кодексу може призвести до низки переваг для підприємства в готельній галузі, включаючи:

- мінімізація плинності кадрів внаслідок розвитку персоналу;
- поліпшення іміджу організації та репутації;
- додаткова реклама послуг;
- висвітлення діяльності організації в ЗМІ;
- створення додаткових можливостей для залучення інвестиційного капіталу;
- можливість отримання податкових пільг і т.д [14].

Дотримання норм корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для організацій у сфері готельного бізнесу може не завжди бути вигідним, оскільки їхні інтереси можуть конфліктувати з інтересами різних компонентів зовнішнього і внутрішнього середовища. Наприклад, отримання прибутку може ставитися в протиріччя з витратами на спонсорство і благодійність, споживання природних ресурсів - з витратами на їх збереження, збереження комерційної таємниці підприємства - із забезпеченням прозорості діяльності, підвищення ефективності маркетингу компанії - з наданням достовірної інформації про послугу і т.д [15].

Загальні аргументи на користь соціальної відповідальності організацій у сфері готельного бізнесу можна узагальнити наступним чином:

1. Довгострокові перспективи для бізнесу: Вдосконалення якості життя місцевого співтовариства та уникнення державного регулювання можуть призвести до сприятливих довгострокових перспектив для підприємств. Інвестиції в соціальні дії можуть стабілізувати прибуток, сприяючи позитивному враженню серед споживачів, постачальників і місцевої громади.\

2. Зміна потреб та очікувань публіки: Підприємства мають адаптуватися до нових соціальних вимог та очікувань широкого загалу. Участь у вирішенні

соціальних проблем стає ключовою для врегулювання розбіжностей між очікуваннями та реальною діяльністю підприємств.

3. Наявність ресурсів для соціальної допомоги: Підприємства мають значні людські та фінансові ресурси, які можуть використовуватися для вирішення соціальних проблем та підтримки громадських потреб.

4. Моральне зобов'язання: Організації у готельному бізнесі, як частини суспільства, мають моральне зобов'язання вести себе соціально-відповідально. Сприяючи зміцненню моральних основ суспільства, підприємства допомагають у підтримці впорядкованості та законності у суспільстві. Більш того, це виражає їхню відповідальність за власні дії та підтримку загального добробуту.

Аргументи проти соціальної відповідальності організацій у сфері готельного бізнесу можна сформулювати наступним чином:

1. Порухення принципу максимізації прибутку: Напрямок ресурсів на соціальні потреби може вважатися порушенням принципу максимізації прибутку, який є основним мотиватором для бізнесу. Фокус на соціальній відповідальності може викликати сумніви щодо ефективності таких витрат.

2. Витрати на соціальну залученість: Витрати на соціальну діяльність є фактором, що підвищує витрати для підприємства. Ці витрати можуть бути перенесені на споживачів у вигляді підвищення цін, що може негативно впливати на конкурентоспроможність компанії на міжнародних ринках.

3. Недостатній рівень звітності широкій публіці: Відсутність прямого підзвітності широкій публіці може стати перешкодою для ефективного контролю соціальної залученості підприємств. Недостатня прозорість може породжувати сумніви та непевність серед споживачів та громадськості.

4. Недолік вміння вирішувати соціальні проблеми: Персонал готельних підприємств може бути менш кваліфікованим у вирішенні соціальних проблем порівняно із фахівцями, що працюють у відповідних державних структурах або благодійних організаціях. Це може призвести до неефективного вирішення соціальних завдань і розподілу ресурсів.

З метою збільшення довіри громадськості до готельних організацій можна використовувати прозорість, відкритість та точне виконання всіх вимог державних нормативно-правових актів. Однак, щоб врахувати повністю питання соціальної відповідальності, їх можна включити в ці акти. Для більш гармонійного врахування інтересів всіх груп зацікавлених сторін необхідні внутрішньо-фірмові стандарти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що дозволяють саморегулювати діяльність готельних організацій за принципами кодексу КСВ. Наявність такого документа в компанії має стати стандартом для туристичного бізнесу.

Ринок готельних послуг різноманітний і постійно змінюється в умовах економічної нестійкості, що робить актуальним використання концепції соціальної відповідальності бізнесу для підвищення ефективності готельних організацій. Очевидно, що для подолання бар'єрів на ринку готельних послуг важливо, щоб підприємці усвідомлювали взаємозв'язок економічної і соціальної сутності соціальної функції підприємництва. Головним чином, це передбачає реальні дії держави і бізнесу, спрямовані на створення сприятливих умов для гармонізації їхніх інтересів, перерозподіл тягаря вирішення соціальних проблем суспільства та зменшення негативних наслідків кризового періоду.

### **1.3 Інноваційні тенденції та світовий досвід соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств**

Після введення воєнного стану на території України та з початком активної фази бойових дій, значна частина бізнесу фактично опинилася в стані паралізу через різноманітні обставини. Від морального та психологічного шоку до економічного спаду ділової активності та неможливості здійснення діяльності підприємствами, розташованими на території проведення бойових дій. Більшість підприємств, установ та організацій зараз вважають людей своєю основною

цінністю. Основний акцент діяльності ставиться на збереженні та покращенні їхнього здоров'я та життя. Окрім того, особлива увага приділяється тим, хто віддано служить на варті безпеки нашої країни, зокрема воїнам Збройних Сил України та територіальній обороні. У той самий час компанії, що розташовані в регіонах активних бойових дій, приділяють особливу увагу завчасній консервації своїх потужностей з метою мінімізації можливого негативного впливу на навколишнє середовище у випадку руйнування. Це лише фрагмент того, що роблять компанії, які віддані цінностям сталого розвитку та соціальної відповідальності як у мирний час, так і в періоди пандемії або війни.

Розглядаючи еволюцію визначення «соціальна відповідальність», важливо зауважити, що ще не існує єдиного загальноприйнятого визначення корпоративної соціальної відповідальності.

Таким чином, аналізуючи формулювання дефініції «соціальна відповідальність», можна відзначити, що єдиного загальноприйнятого визначення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) не існує. При цьому важливо наголосити, що у відповідності до обраного Україною курсу до вступу до ЄС, вітчизняним підприємствам слід орієнтуватися на підходи і принципи, які впроваджуються в країнах ЄС.

Зелена книга Європейського Союзу описує КСВ як інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та їх взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі.

У стратегії Європейського Союзу з КСВ від 2011 року поняття корпоративно-соціальної відповідальності визначено як відповідальність підприємств за їх вплив на суспільство. В українському контексті підприємства орієнтуються на міжнародні стандарти КСВ. Важливо враховувати, що ці стандарти не є юридично обов'язковими, а представляють собою етичні норми, яких бізнес може дотримуватися на добровільних засадах. Серед світових ініціатив, які визначають принципи та стандарти КСВ, можна відзначити Глобальний договір ООН та міжнародний стандарт ISO 26000. Організація

Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР) також має принципи щодо транснаціональних компаній.

Україна вже має концепцію розвитку соціально відповідального бізнесу на період до 2030 року, яка передбачає заохочення компаній дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу. Однак, сьогодні у стані воєнного часу соціальна відповідальність зробила акцент на благодійність та волонтерство. Ці словосполучення є ключовими, оскільки вони стали необхідним елементом функціонування всіх підприємств, організацій, установ і фізичних осіб, забезпечивши при цьому нормальне функціонування країни під час воєнного стану.

Готельні підприємства активно впроваджують корпоративну соціальну відповідальність через реалізацію різноманітних програм. Сучасна корпоративна соціальна відповідальність в теперішніх умовах головним чином спрямована на надання допомоги тимчасово переміщеним особам, включаючи надання притулку, забезпечення предметами гігієни, одягом та речами, підтримку Збройних Сил України та територіальної оборони, організація соціальних кухонь для надання безкоштовного харчування та роздачі продуктів харчування.

У той самий час різниця між «соціальною відповідальністю бізнесу» та «благодійництвом» є важливою, і це впливає з того, що суспільство загалом і бізнес поступово осмислюють свою відповідальність перед оточуючим середовищем. Розуміння того, що благодійність як одноразова акція є неефективною і не вирішує глобальних проблем, змушує компанії виходити за межі власних інтересів. Постійний взаємний діалог між корпораціями і суспільством, їх тривала співпраця і підтримка, нарешті, набувають важливості, приносячи значно більше масштабних результатів, ніж одноразові благодійні ініціативи [8].

Спочатку збір гуманітарної допомоги був доволі хаотичним, оскільки передавали різноманітні речі. Для вирішення цієї проблеми були створені склади-хаби в Європі та Україні, які координували відправлення та допомагали перепаковувати вантажі. Велика кількість волонтерів, що долучилися до роботи,

а також перелік постійних потреб, також допомогли в цьому процесі. Гуманітарний штаб Офісу Президента України розробив платформу, на якій координується запити та потреби з можливими рішеннями. Сервіс має функціональну CRM-систему та добре відпрацьовану логістику. Логістика є одним з найбільших викликів, оскільки до деяких точок неможливо дістатися без зелених коридорів. «Укрзалізниця», «Нова пошта» та «Meest Express» централізовано та постійно допомагають перевозити гуманітарні вантажі. Спочатку компанії безкоштовно перевозили допомогу, але зараз вони відновили комерційну діяльність. Це дійсно важливо, оскільки компанії не можуть витратити всі свої резерви на благодійність. Вони повинні продовжувати свою діяльність, щоб підтримувати бізнес, сплачувати податки та видавати заробітну плату співробітникам. Також важливо, що понад 200 брендів і компаній покинули російський ринок і почали допомагати Україні. Наприклад, сервіс Airbnb надавав безкоштовне житло українцям по всьому світу, а користувачі платформи бронювали та оплачували житло в Україні. За менше ніж 10 днів користувачі Airbnb забронювали 434 тисячі ночей в Україні на суму \$15 млн., які отримують українські орендодавці [17].

Отже, в контексті воєнного стану та повномасштабної військової агресії РФ проти України, українські підприємства, організації та установи впровадили нові підходи до соціальної відповідальності як інструменту управління підприємствами у сфері гостинності. Ці підходи включають щоденну волонтерську роботу, відкриття соціальних кухонь, постійну підтримку постраждалих та реагування на виклики часу.

Після завершення військових дій та перемоги України питання соціальної відповідальності потребуватиме нових досліджень, які враховуватимуть необхідність додаткових заходів безпеки, підтримки трудового колективу та інших соціальних заходів.

Сучасні організації та установи, які діють у соціальній сфері, повинні адаптуватися до змінюваних реалій навколишнього світу та передбачати тенденції майбутніх змін. Вони активно розробляють та впроваджують різні

нововведення у соціальній сфері нашого суспільства, які все частіше визначаються як соціальні інновації.

Поняття «соціальна інновація» можна розглядати як нововведення або нове явище у сфері соціальної роботи, що виникає на певному етапі розвитку суспільства і відповідає змінюваним соціальним умовам. Основною метою соціальної інновації є досягнення ефективних та позитивних трансформацій у соціальній сфері [19].

В українському готельному бізнесі значенням для розвитку соціальних інновацій є дослідження практичного досвіду провідних готельних підприємств світу, зокрема, парк-готелів, що функціонують як пансіонати для літніх людей європейського рівня. У порівнянні з західними країнами, держави, які утворилися на пострадянському просторі, мають обмежену можливість забезпечити літнім людям належний рівень утримання та обслуговування, особливо тих, хто потребує догляду. Парк-готелі для літніх людей надають соціальні послуги європейського рівня, зокрема:

- можливість отримання медичної допомоги в будь-який час доби від кваліфікованого персоналу, навченого за спеціальними програмами, що застосовуються у Європі та США;
- збалансоване харчування, складене з урахуванням рекомендацій дієтолога та індивідуальних смакових вподобань;
- комфортне та безпечне проживання, з урахуванням потреб немобільних осіб та осіб з обмеженими можливостями.;
- індивідуальний підхід до кожного постояльца, що сприяє відчуттю себе потрібним та підтримує його самостійність;
- створення атмосфери затишку, турботи та спілкування, проведення різноманітних програм та занять з психологом;
- можливість вибору програми перебування відповідно до медичних і соціальних потреб гостя та його родини;
- збільшення самоповаги та розвиток нових інтересів;
- проживання в екологічно чистому середовищі [20].

Ці інноваційні практики можуть бути впроваджені в українському готельному секторі для покращення якості обслуговування літніх гостей та забезпечення їхнього комфорту та безпеки під час перебування.

«Гута Грін» - це приклад вітчизняної садиби-пансіонату європейського рівня в місті Києві. Цей приватний гостьовий будинок для літніх людей пропонує розміщення протягом будь-якого тривалого періоду часу, включаючи літній період або будь-який інший час. Клієнти пансіонату отримують цілодобову опіку, кваліфікований догляд і увагу. Усе у пансіонаті адаптовано під потреби літніх людей з урахуванням їхніх вікових та фізичних особливостей. Створена обстановка відповідає вимогам безпеки, а також створює домашню атмосферу затишку і тепла. У пансіонаті є всі необхідні умови для комфортного проживання, включаючи кваліфіковане медичне обслуговування, санітарно-гігієнічний догляд, бібліотеку та можливість живого спілкування. Розпорядок дня дозволяє клієнтам отримувати задоволення від життя. Садиба-пансіонат пропонує проживання в приміщеннях з дизайнерським ремонтом. Розташована у сосновому бору на березі Дніпра, вздовж річки та лісового озера, що дозволяє оберігати від простудних захворювань та надає енергію для життєвих сил на довгі роки [21].

Західний реабілітаційно-спортивний центр готельного типу, що належить Національному комітету спорту інвалідів України, представляє собою унікальний заклад, розташований у рекреаційній зоні з унікальними кліматичними умовами та ландшафтом. Центр надає можливість відновлення функціональних можливостей різних категорій людей з інвалідністю. Крім того, він слугує як сучасний спортивний заклад, де проводяться тренування та змагання на найвищому рівні федерацій зимових видів спорту, включаючи параолімпійські та дефлімпійські. Центр розташований у селі Верхнє Турківського району та знаходиться на відстані 2 км від залізничної станції Сянки, що робить його доступним для відвідувачів. Він є унікальним об'єктом для реабілітації та спортивного тренування в Україні та Східній Європі.

Центр включає у себе сучасний житловий корпус на 200 ліжко-місць, конференц-зал, їдальню, комплекс саун та пральню. Усі приміщення обладнані спеціальними ліфтами для людей з інвалідністю, а також мають україномовні написи, дубльовані англійською мовою та шрифтом Брайля. На території центру розташована сучасна лижна траса та двокілометрова канатна дорога, що вважаються одними з найкращих у Європі. Ці спортивні об'єкти відповідають всім вимогам для проведення змагань на міжнародному рівні, включаючи Кубок світу.

Соціальна відповідальність турецьких готелів, спеціалізованих на медичному туризмі, проявляється у співпраці з медичними установами та наданні послуг зі здоров'я та краси для своїх гостей. Готелі групи «Lykia Group» в Анталії встановили партнерські відносини з медичними центрами, такими як «Flavius» (косметологічний центр) і «Interdentalia» (стоматологічна лікарня), щоб забезпечити гостям можливість не лише відпочити, але й скористатись професійними медичними послугами під час перебування в готелі.

Косметичний центр «Flavius» надає різноманітні послуги, включаючи тренінги для кинути палити, програми омолодження та післяпологову реабілітацію для жінок. Робота центру підтверджена державною ліцензією та міжнародними сертифікатами, гарантуючи якість наданих послуг.

Крім того, готелі групи «Lykia Group» забезпечують високий рівень сервісу та умов для реабілітації гостей після медичних процедур та операцій. Вони обладнані всім необхідним, і мають кваліфікований медичний персонал, який індивідуально обслуговує кожного клієнта, забезпечуючи їм комфорт та безпеку під час перебування в готелі [16].

Мережа готелів «Тоуоко Inn» приділяє особливу увагу доступності та зручності для клієнтів з обмеженими можливостями. У всіх номерах готелів можуть зупинитися клієнти, які користуються інвалідними візками. Під час проживання таких клієнтів готель надає ряд допоміжних послуг та удосконалень:

- надання в оренду спеціального обладнання за бажанням клієнта;
- проведення до номера за бажанням клієнта;

- допомога в зміні розстановки меблів в номері для комфорту клієнтів у інвалідних візках;
- пояснення щодо обладнання номеру та форми предметів для клієнтів із вадами зору;
- укладання угоди про способи екстреного зв'язку між клієнтом і стійкою порт'є для клієнтів із вадами слуху;
- ретельне та детальне пояснення способів користування обладнанням номера для клієнтів похилого віку.

Готелі «Тоуоко Inn» використовують дизайн, спроектований таким чином, що дозволяє максимальній кількості клієнтів проживати в готелях самостійно, забезпечуючи при цьому максимальний комфорт і рівноправність. Це включає в себе не лише фізичну доступність, а й надання великого спектру послуг та уваги до індивідуальних потреб кожного гостя [23].

Готелі мережі «Scandic» приділяють особливу увагу піклуванню про гостей з особливими потребами, і їх девіз «Спроектовано для всіх, зручно для кожного» відображає цю пріоритетну місію. У всіх номерах, призначених для гостей з особливими потребами, забезпечені додаткові пристосування. Хоча готелі мережі можуть відрізнятися один від одного, кожен з них має номери, адаптовані для зручності гостей з особливими потребами.

Мережа реалізує єдину програму підвищеної доступності у всіх своїх готелях, яка постійно розвивається. У співпраці з організаціями, створеними для підтримки людей з обмеженими можливостями, а також за участю гостей та співробітників готелів, був розроблений і впроваджений стандарт доступності Scandic, що включає 110 пунктів. Цей стандарт визначає всі необхідні заходи для підтримки гостей і є обов'язковим для дотримання під час підготовки всіх продуктів і послуг, які надає мережа Scandic [24].

Тобто, в сучасних умовах конкуренції кожне готельне підприємство визнає необхідність працювати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Соціальні інновації визнаються ключовим трендом, який активно впроваджується готельним господарством, надаючи можливість задовольнити потреби

максимальної кількості потенційних клієнтів, зокрема людей з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.

Наведені приклади реалізації принципів КСВ саме для підвищення доступності для гостей з особливими потребами, на наш погляд, є найбільш актуальними для українських готельних підприємств вже зараз, і в подальшому, для реалізації цих принципів в процесі реалізації програм реабілітації українських військових, а також цивільних осіб, постраждалих внаслідок російської агресії. Переймати цей передовий досвід і впроваджувати відповідні стандарти обслуговування необхідно вже зараз, одночасно активно налагоджуючи взаємодію з відповідними державними органами.

## **Висновки до розділу 1**

У першому розділі досліджено теоретичні аспекти та практичні витoki соціальної відповідальності у функціонуванні готельних підприємств. Аналізуючи суть, зміст і значення соціальної відповідальності для соціально-економічного прогресу країни, можна зробити висновок, що відносини між соціальною державою, суб'єктами бізнесу і свідомими громадянами повинні ґрунтуватися на взаємній відповідальності. Це є засобом обмеження політичної влади держави та створення цивілізованих рамок підприємницької діяльності та громадської поведінки.

Вивчаючи теорію і практику розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств, було визначено, що впровадження соціально-відповідальних підходів до бізнесу забезпечує такі переваги готельним підприємствам, як збільшення обсягів продажів, підсилення бренду, формування високого рівня репутації, зменшення витрат на рекламу та можливість отримання стратегічної переваги від соціальних інвестицій. Ці аспекти можуть стати ключовими конкурентними перевагами готельних підприємств у суворій конкурентній боротьбі на ринку готельних послуг як в Україні, так і за кордоном.

Аналізуючи інноваційні тенденції та міжнародний досвід у реалізації соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств, було встановлено, що соціальні інновації стають сучасним трендом, який активно використовують готельні компанії з метою привернення максимальної кількості клієнтів, зокрема представників маломобільних груп населення, таких як люди з інвалідністю.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

### 2.1 Аналіз фінансово-господарської діяльності готельних підприємств

Готель «VitaPark Поляна» знаходиться в передгір'ї прекрасних Карпат, а саме в долині річки Пиня, безпосередньо за адресою: вулиця Європейська, 25, с. Поляна, Свалявський район, Закарпатська область, 89313. Працює готель цілорічно. Для розташування цього готелю ідеально підійшла територія бальнеологічного курорту Поляна в Закарпатській області. Готель складається з чотирьох поверхів і має 50 номерів, а також конференц-зал на 40 місць. Крім того, в готелі функціонує популярний центр SPA & Wellness, який спеціалізується на грязелікуванні та бальнеології.

Готель пропонує своїм гостям 50 сучасних номерів різних категорій, включаючи «Класик», «Люкс Мансардний», «Стандарт», «Люкс», «Суперіор», і ще раз «Стандарт». У центрі SPA & Wellness гості можуть скористатися послугами солярію, пройти комплексні програми грязелікування та бальнеології, записатися на масаж та оцінити сучасні методи омолодження. Для найменших відвідувачів готель пропонує обладнану ігрову кімнату, басейн та великий дитячий майданчик.

Своїм гостям готель «VitaPark Поляна» пропонує ефективні і сучасні методи омолодження. Особливо гостям подобається біоревіталізація (косметологічна процедура, яка передбачає точкове введення препаратів на основі гіалуронової кислоти під шкіру) і мезотерапія (косметична процедура, яка передбачає введення в мезодерму шкіри спеціально розробленої суміші вітамінів, мінералів, ферментів, гормонів і ліків).

По всій території безкоштовний Wi-Fi. На стійці реєстрації можна замовити поїздки на квадроциклах, пішохідні прогулянки і безліч різних екскурсій, походи у гори з провідником (5 маршрутів різної складності).

Відстань від готелю «VitaPark Поляна» до найближчого підйомника становить 1,5 кілометри, а до залізничного вокзалу - 10 кілометрів. У вартість номера включено: проживання, харчування, користування критим басейном, доступ до відкритого басейну в сезон, використання сауни, тренажерного залу, участь у ранкових заняттях з йоги, консультація косметолога, наявність ігрової кімнати, дитячого майданчика, доступ до мережі Wi-Fi, доступ до мінеральної води «Поляна Квасова» у лобі готелю, можливість паркування, організовані піші походи з провідником, а також податки (крім туристичного збору). В готелі «VitaPark Поляна» також наявні додаткові послуги (див. табл. 2.1) [25].

Таблиця 2.1

### Додаткові послуги готелю «VitaPark Поляна»

№	Назва послуги	Коротка характеристика послуги
1.	Гірськолижний спорт	Гірськолижний спорт - мета багатьох туристів взимку Закарпатті. Готель надає послуги з трансферу до найближчого підйомнику, відстань до якого складає 1,5 км, а також до підйомників в Жденієво за 30 км та в Полянні за 60-85 км, і в тубінговий парк "Ведмежа" - 4 км.
2.	Коворкінг	Готель має генератори і проблеми з інтернетом відсутні, також власний котел забезпечує теплом. В додаток в готелі пропонують можливість друкування та сканування, а також є барна частина ресторану за додаткову плату.
3.	Медичний центр	Спеціалізація: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Захворювання шлунково-кишкового тракту в стадії ремісії;</li> <li>- Захворювання ендокринної системи та обміну речовин;</li> <li>- Захворювання нирок і сечовивідних шляхів;</li> <li>- Захворювання опорно-рухового апарату;</li> <li>- Шкірні захворювання;</li> <li>- Захворювання серцево-судинної системи.</li> </ul>
4.	Лікувальна база	Готель VitaPark в Полянні пропонує наступні напрямки лікування: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Бальнеотерапія;</li> <li>- Грязелікування;</li> <li>- Масаж;</li> <li>- Апаратна фізіотерапія;</li> <li>- Фітобар;</li> <li>- Діагностика: УЗД, ЕКГ;</li> <li>- Інші процедури: інгаляції, солярій, акупунктурний масаж стоп.</li> </ul>
5.	Косметологія і spa	Кабінет косметології пропонує гостям комплекс процедур по догляду за шкірою обличчя та по тілу. Консультація косметолога безкоштовна (за попереднім записом). <ul style="list-style-type: none"> <li>- SPA-процедури для тіла;</li> <li>- Косметичні процедури для обличчя;</li> <li>- Манікюрний кабінет.</li> </ul>

## Продовження таблиці 2.1

6.	Відпочинок та розваги	<p>Готель «VitaPark Поляна» пропонує гостям сучасну оснащену <b>фітнес-зону</b>, яка включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сауну;</li> <li>- закритий плавальний басейн з гідромасажем;</li> <li>- тренажерний зал;</li> <li>- солярій;</li> <li>- літній басейн.</li> <li>- безкоштовні заняття з йоги для дітей та дорослих (Понеділок, Серeda, П'ятниця 10:30)</li> </ul> <p><b>Для дітей:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дитяче меню в ресторані;</li> <li>- дитячий майданчик;</li> <li>- ігрова кімната з настільними іграми, PlayStation, настільним футболom, батут (у літній період).</li> </ul> <p><b>Активний відпочинок:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- походи в гори з провідником;</li> <li>- настільний теніс;</li> <li>- прокат велосипедів;</li> <li>- екскурсії по Закарпаттю.</li> </ul>
----	-----------------------	---

Джерело: [25].

До послуг гостей 50 сучасних номерів рівня «4 зірки» наступних категорій: «Класик», «Люкс Мансардний», «Стандарт», «Люкс», «Суперіор», «Стандарт».

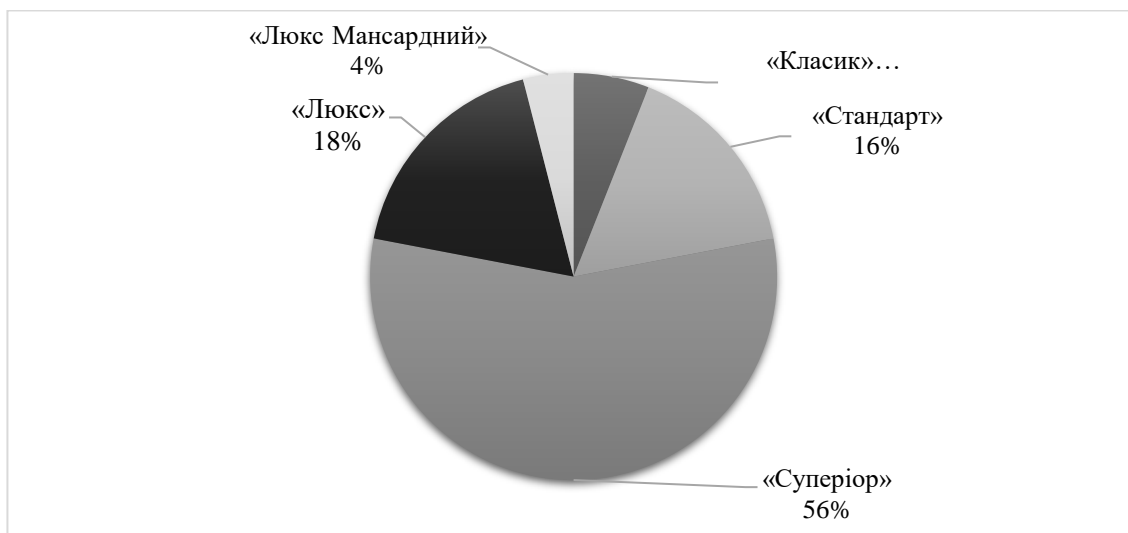
## Таблиця 2.2

## Структура номерного фонду готелю «VitaPark Поляна»

Номерний фонд	Кількість номерів	Кількість місць	Площа номера, м <sup>2</sup>	Питома вага % в структурі	Вартість проживання (за номер/місце) грн/ніч	
					Проживання зі сніданком	Проживання напівпансіон
«Класик»	3	12	16	6	1805,00	2005,00
«Стандарт»	8	32	20	16	1995,00	2195,00
«Суперіор»	28	84	24	56	2235,00	2435,00
«Люкс»	9	27	34–38	18	2890,00	3090,00
«Люкс Мансардний»	2	6	34–38	4	2460,00	2660,00

Джерело: [25].

Діти до 5 років включно розміщуються безкоштовно в одному номері з батьками без надання додаткового місця. Вартість розміщення дітей старше 5 років і дорослих на додатковому місці в номері – 450 грн, включаючи сніданок, 250 грн, без сніданку та 830 грн напівпансіон.



*Рис. 2.1. Питома вага % в структурі номерного фонду готелю «VitaPark Поляна»*

Джерело: розроблено автором.

В готелі працює ресторан «VitaPark Поляна» на 80 місць. Щодня в залі ресторану для гостей готелю сервірується сніданок та вечеря за системою «шведський стіл», обід відповідно до меню ресторану. Сніданок та вечеря входять у вартість проживання. У ресторані, що працює за системою «шведська лінія», подають страви української та європейської кухні, виготовлені зі свіжих локальних продуктів. В меню A la carte: традиційні страви Закарпатської кухні, закуски та десерти, для маленьких гостей – дитяче меню.

Також гості можуть повечеряти у ресторані Non Solo, розташованому за 350 метрів від готелю.

Готель «VitaPark Поляна» турбується про комфорт кожного гостя. Тут є все необхідне для проживання чоловіків та жінок з обмеженими можливостями. Також готель ідеально підходить для сімейного відпочинку з дітьми, оскільки зручності готелю включають майданчик, дитяче меню, настільні ігри і міні-клуб для сімей з дітьми.

Готель «VitaPark Поляна» знаходиться за 70 км від міжнародного аеропорту «Ужгород». Можна скористатись потягом «Київ-Пасажирський – Ужгород» до зупинки «Свалява», що знаходиться за 9 км від готелю (можливе замовлення трансферу до готелю). Також в межах 250 метрів від готелю

знаходиться автобусна зупинка «Сонячне Закарпаття». А безпосередньо на території готелю – є безкоштовна стоянка.

«Vitarpark» - це мережа велнес-курортів, розташованих у найживописніших та екологічно чистих місцях України. Готелі цієї мережі пропонують активний відпочинок для всієї родини та оздоровчі процедури, базовані на використанні найкращих природних матеріалів. «Vitarpark» є частиною бренду мережі «Optima Hotels and Resorts».

Партнером мережі «Optima Hotels and Resorts» є маркетингова мережа «UA Hotel Alliance», яка об'єднує незалежні готелі під двома брендами: Alliance City - це міські готелі, розташовані в центральних частинах міст, та Alliance Resorts - готелі для спокійного відпочинку на морі, в горах або за містом.

«Optima Travel Ukraine» - туроператор мережі Optima Hotel Group для комфортних подорожей по Україні. Відвідування цікавих туристичних місць і забезпечення повного комфорту протягом усього туру. Екскурсії, майстер-класи, квести та походи в гори відкриють нові горизонти прекрасної України.

Бренд «Alliance Resorts», який належить маркетинговій мережі «UA Hotel Alliance», є колекцією готелів для спокійного відпочинку на морі, в горах або за містом. Цей бренд об'єднує готелі, які спрямовані як на індивідуальних мандрівників, так і на корпоративних клієнтів, оскільки кожне місце ідеально підходить для ділових зустрічей та масштабних корпоративних заходів [25].

*Таблиця 2.3*

### **Аналіз показників експлуатаційної програми готелю «VitaPark Поляна»**

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+-)	Відносне відхилення (%)
1	2	3	4	5
1.Одноразова місткість, номеро-діб наданих, номери	48	50	2	4,2
2. Кількість номеро-діб в інвентарі, н-д.	17520	18250	730	4,2
3. Кількість простоїв, н-д.	150	120	-30	-20

## Продовження таблиці 2.3

4. Кількість н-д в експлуатації, н-д.	17370	18130	760	4,4
5. Коефіцієнт завантаження, %	48,55	55,0	6,45	13,3
6. Кількість номеро-діб наданих, н-д.	8434	9969	1535	18,2
7. Середній тариф, грн.	2400	2398	-2	-0,1
8. Плановий дохід від реалізації номеро-діб, тис. грн.	20241,6	23885,7	3644,1	18,0

Джерело: розроблено автором.

Проаналізувавши таблицю, бачимо, що показники відрізняються за перший та другий роки, плановий дохід від реалізації номеро-діб з абсолютним відхиленням в 3644,1 та відносним відхиленням в 18% показує, що показники експлуатаційної програми готелю збільшилися. Це може бути пов'язано зі зростанням числа відвідувачів в Закарпатській області внаслідок російської агресії проти України в 2022 році.

## Таблиця 2.4

**Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «VitaPark  
Поляна»**

№ з/п	Показники	2021	2022	Відхилення	
				Абсолютне (+ -)	Відносне (%)
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	16193,3	19108,6	2915,3	18
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	7934,7	10509,7	2575	32,4
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	49	55	6	12,2
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	8258,6	8598,9	340,3	4,1
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	1457,4	1719,8	262,4	18,0
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	1376,4	1624,2	247,8	18,0
7.	Витрати на збут, тис.грн.	1943,2	2293,0	349,8	18,0

## Продовження таблиці 2.4

8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	809,7	955,4	145,7	17,9
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	5586,7	5446,1	-140,6	-2,5
10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0
14.	Інші витрати	323,9	382,2	58,3	17,9
15.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	5262,8	5063,9	-198,9	-3,8
16.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	947,3	911,5	-35,8	-3,8
17.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	4315,5	4152,4	-163,1	-3,8

Джерело: розроблено автором.

Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «VitaPark Поляна» за 2021 і 2022 роки дозволяє зробити наступні висновки: Чистий дохід за 2021-2022 роки показав значущий приріст (на 18%), що може бути обумовлено збільшеним відсотком коефіцієнту зростання за другий рік, зрослою кількістю наданих номерів, зменшенням простоїв та розширенням номерного фонду готелю, а також із збільшенням числа відвідувачів Закарпатської області у зв'язку з російською агресією проти України. Спостерігається збільшення собівартості продукції на 32,4%, що може бути пов'язане з різким зростанням вартості ресурсів. Збільшення валового прибутку на 4,1% свідчить про те, що компанія зуміла зберегти прибутковість попри зростання собівартості. Зростання інших операційних доходів та витрат на 18% може свідчити про розвиток додаткових джерел прибутку або про збільшення адміністративних витрат. Зменшення фінансових результатів від операційної діяльності на 2,5% може вказувати на ефективність управління витратами, незважаючи на це, підприємство продовжує

отримувати прибуток, а не зазнає збитків. Зменшення фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування на 3,8% може бути результатом ряду факторів, таких як зменшення прибутковості або зростання оподаткування. Чистий фінансовий результат знижений на 3,8% однак, показник не є значущим, оскільки в 2022 році ситуація була нестабільною, а готельне підприємство все одно має прибуток, а не збиток. Далі розглянемо показники фінансового стану готелю «VitaPark Поляна» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Показники оцінки фінансового стану підприємства

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	104,1	81,8	-22,3	-21,4
2. Рентабельність валового прибутку, %	51,0	45,0	-6	-11,8

Джерело: розроблено автором.

Обидва показники рентабельності витрат та валового прибутку показали від'ємні тенденції за другий рік, що свідчить про зменшення ефективності фінансової діяльності підприємства.



Рис. 2.2. Показники оцінки фінансового стану готелю «VitaPark Поляна» за 2021 -2022 р.р.

Джерело: розроблено автором

Готель «Raziotel Київ» на вулиці Ямській знаходиться в самому центрі міста Києва, всього за 700 метрів від станції метро «Палац Україна». Зручне розташування дозволяє швидко дістатися до залізничного вокзалу і до історичного центру міста. Готель пропонує 78 сучасних номерів європейського рівня, доступних у категоріях «Класик», «Стандарт» та «Суперіор». Всі номери сучасні, зручні, стильні і оснащені всім необхідним для повноцінного якісного відпочинку: комфортабельними меблями, сучасною технікою, кондиціонерами.

Таблиця 2.6

### Структура номерного фонду готелю «Raziotel Київ»

Номерний фонд	Кількість номерів	Кількість місць	Площа номера, м <sup>2</sup>	Питома вага % в структурі	Вартість проживання (за номер/місце) грн/ніч	
					Проживання зі сніданком	Проживання без сніданку
«Класик»	14	28	15	18	1685,00	1505,00
«Стандарт»	60	120	15-17	76,9	1875,00	1695,00
«Суперіор»	4	8	22-29	5,1	2303,00	2123,00

Джерело: [26]

У вартість номера входить: проживання, сніданок, Wi-Fi, податки. Діти до 5 років включно розміщуються безкоштовно в одному номері з батьками без надання додаткового місця. Вартість розміщення дітей старше 5 років і дорослих на додатковому місці в номері – 550 грн, включаючи сніданок, 400 грн, без сніданку.

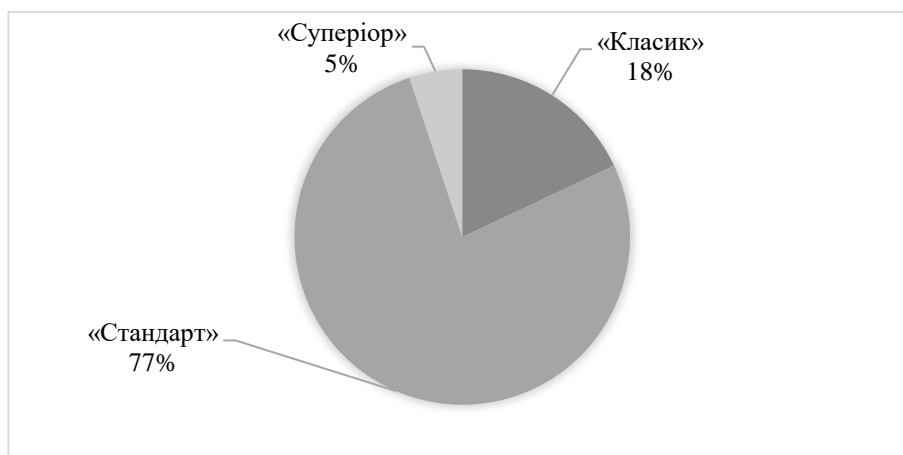


Рис. 2.3. Питома вага % в структурі номерного фонду готелю «Raziotel Київ»

Джерело: розроблено автором.

Інфраструктура готелю включає два конференц-зали місткістю на 70 та 40 місць, в яких гості можуть проводити різні семінари, бізнес-зустрічі та тренінги. Зали оснащені сучасним мультимедійним обладнанням для проведення ділових подій, можливі різні схеми розміщення меблів. Лобі бар, де постояльці готелю мають можливість цікаво провести час в очікуванні важливої зустрічі або просто відпочити і панорамний ресторан на останньому поверсі, безкоштовне паркування (за наявності місць). Також готель пропонує оренду терас для проведення конференцій, семінарів, круглих столів, презентацій та інших бізнес-подій. У готелі функціонує місце перебування персоналу та гостей під час тривоги. Готель має в своєму розпорядженні дуже вигідне місце розташування, тому гостям буде зручно добиратися як на залізничний вокзал, так і в історичну частину міста. Володимирський собор розташований за 3,2 км від помешкання, а станція метро «Хрещатик» – за 3,5 км. Відстань від готелю «Raziotel Київ» (вул. Ямська) до міжнародного аеропорту «Київ» імені Ігоря Сікорського становить 5 км. За додаткову плату для гостей організують трансфер з/до аеропорту [26].

Таблиця 2.7

#### Аналіз показників експлуатаційної програми готелю «Raziotel Київ»

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+-)	Відносне відхилення (%)
1	2	3	4	5
1.Одноразова місткість, номеро-діб наданих, номери.	78	78	0	0
2. Кількість номеро-діб в інвентарі, н-д.	28470	28470	0	0
3. Кількість простоїв, н-д.	350	420	70	20
4. Кількість н-д в експлуатації, н-д.	28120	28050	-70	-0,25
5. Коефіцієнт завантаження, %	43,55	33,3	-10,25	-23,5
6. Кількість номеро-діб наданих, н-д.	12247	9346	-2901	-23,7
7. Середній тариф, грн.	1749	1773	24	1,4
8. Плановий дохід від реалізації номеро-діб, тис. грн.	21420,0	16570,5	-4849,5	-22,6

Джерело: розроблено автором.

Проаналізувавши таблицю, можна зробити висновок, що показники відрізняються за перший та другий роки. Середній тариф за другий рік збільшився з відносним відхиленням - на 1,4%. Плановий дохід від реалізації номеро-діб з абсолютним відхиленням в -4849,5 та відносним відхиленням в -22,6% показує, що показники експлуатаційної програми готелю зменшилися. Оскільки готель «Raziotel Київ» спеціалізується на обслуговуванні бізнес-клієнтів та знаходиться у Києві, очевидно, що з початком агресії Росії проти України у 2022 році спостерігалось значне зменшення кількості подорожуючих.

Таблиця 2.8

**Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Raziotel Київ»**

№ з/п	Показники	2021	2022	Відхилення	
				Абсолютне (+ -)	Відносне (%)
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	17136,0	13256,4	-3879,6	-22,6
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	11995,2	9544,6	-2450,6	-20,4
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	70	72	2	2,8
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	5140,8	3711,8	-1429	-27,8
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	1542,2	1060,5	-481,7	-31,2
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	1456,6	994,2	-462,4	-31,7
7.	Витрати на збут, тис.грн.	2056,3	1590,8	-465,5	-22,6
8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	856,8	795,4	-61,4	-7,2
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	2313,3	1391,9	-921,4	-39,8
10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0

## Продовження таблиці 2.8

14.	Інші витрати	342,7	397,7	55	16,0
15.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	1970,6	994,2	-976,4	-49,5
16.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	354,7	178,9	-175,8	-49,6
17.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	1615,9	815,3	-800,6	-49,5

Джерело: розроблено автором.

Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Raziotel Київ» за 2022 рік вказує на кілька важливих тенденцій.

Чистий дохід від реалізації продукції: Відбулося значуще зменшення чистого доходу на 22,6% (абсолютно - 3879,6 тис. грн), що може свідчити про проблеми у реалізації послуг готелю, що пов'язано з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну та зменшенням кількості туристів. Спостерігається зменшення собівартості на 20,4%. Зменшення валового прибутку на 27,8% може вказувати на складнощі у фінансовому управлінні. Зменшення інших операційних доходів та збільшення адміністративних та витрат на збут можуть свідчити про нестабільність в управлінні операційними процесами. Зменшення прибутку від операційної діяльності на 39,8% може бути наслідком загальної економічної ситуації та непередбачуваних факторів. Чистий фінансовий результат також зменшився на 49,5%, що може вказувати на загальну нестабільність фінансової діяльності готелю.

Загальною тенденцією є зменшення важливих показників, таких як виручка та прибуток. Готель може стикатися з економічними труднощами або іншими проблемами в управлінні, що вимагає уваги та коригувань у стратегії та управлінні фінансами. Далі розглянемо показники фінансового стану готелю «Raziotel Київ» (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

## Показники оцінки фінансового стану підприємства

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	42,8	38,9	-3,9	-9,1
2. Рентабельність валового прибутку, %	30,0	28,0	-2	-6,7

Джерело: розроблено автором.

Загальний тенденції за обома показниками свідчать про погіршення фінансового стану підприємства в 2022 році порівняно з 2021 роком. Обидва показники рентабельності показують від'ємні тенденції, що може вказувати на проблеми у здійсненні діяльності та ефективне використання ресурсів підприємства.

Загалом, готель «Raziotel Київ» стикнувся з важливими викликами у 2022 році, і рекомендується провести детальний аналіз причин та прийняти ефективні заходи для поліпшення фінансового стану та оптимізації операційної діяльності, таких як впровадження нових принципів соціальної відповідальності на підприємстві.

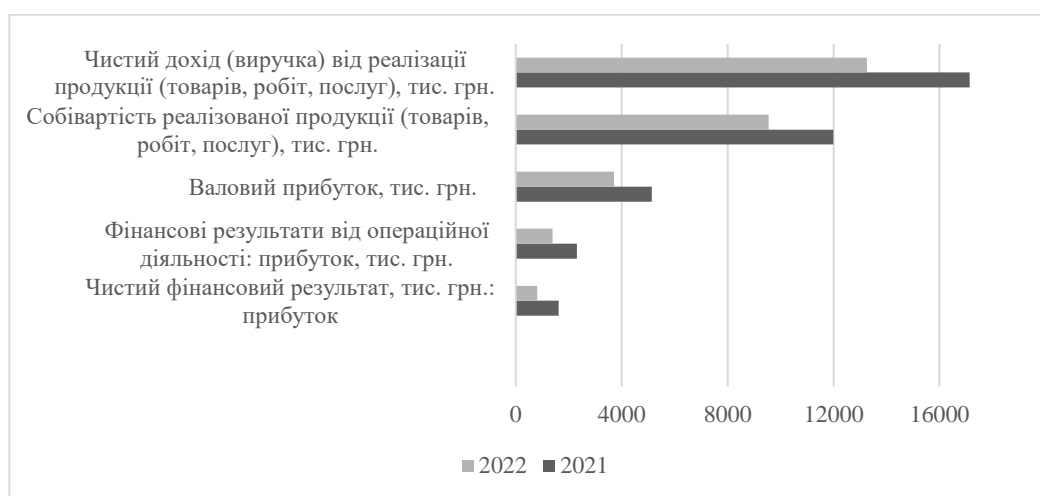


Рис. 2.4. Показники оцінки фінансового стану готелю «Raziotel Київ» за 2021 - 2022 р.р.

Джерело: розроблено автором.

«Optima Collection Кам'янець-Подільський» зручно розташований у старовинному маєтку в самому центрі історичної частини міста за адресою: вулиця Старобульварна, 2, Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, 32301. Поруч із готелем розташована Ратуша – польський магістрат, що є пам'яткою архітектури XVI століття. До відомої старої фортеці – символу міста – можна дійти пішки всього за 5 хвилин. Готель вважається найкращим у місті. Гостям пропонується 38 сучасних і комфортних номерів різних категорій: «Люкс Double», «Напівлюкс Double», «Стандарт Double», «Стандарт Twin», «Суперіор Double», «Суперіор Twin». Також є ресторан із італійською кухнею, інформаційно-туристичний центр, конференц-зал, паркінг. У SPA-центрі пропонується солярій та гідромасаж. На території готелю є парковка на 20 місць. Також готель має спеціальне місце для перебування персоналу та гостей під час тривоги. Конференц-сервіс готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський» надає гостям просторий зал ресторану для проведення ділових заходів. Зал здатен вмістити до 60 осіб [27].

Таблиця 2.10

### Додаткові послуги готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський»

№	Назва послуги	Коротка характеристика послуги
1.	Резиденція	Резиденція організована силами готелю Optima Collection Кам'янець-Подільський, а також Благодійного фонду «Центр допомоги кам'янчанам учасникам АТО», Івент-агенцією «Рудий кіт», Театральною студією «Лінк». Основна місія проекту - подарувати дітям казку і віру в диво. Працює у період з 2 грудня до 31 грудня. Гостей чекають абсолютно безплатні ігрові програми з казковими героями, майстер-класи, конкурси, ігри, які принесуть, по-справжньому, святковий настрій для всієї родини!
2.	Коворкінг	Готель має генератори і проблеми з інтернетом відсутні, також власний котел забезпечує теплом, тому гостинно запрошуємо усіх бажаючих. Працюйте у лоббі-барі готелю, де є 32 місця.
3.	Spa-салон «Лотос»	Spa-салон «Лотос» пропонує ряд послуг для відновлення організму та відпочинку: <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекс саун;</li> <li>- масажний кабінет;</li> <li>- гідромасажна ванна;</li> <li>- пілінги;</li> <li>- солярій;</li> <li>- Косметологія.</li> </ul>

Джерело: [27]

Таблиця 2.11

## Цінова політика spa-салону «Лотос»

№	Назва процедури	Тривалість, хв	Вартість, грн
1.	Комплекс саун	60	300
2.	Класичний (загальний) масаж	60	600
3.	Масаж спина + шия	40	400
4.	Релаксний масаж (голова, медовий масаж стоп і кистей рук)	35-40	300
5.	Масаж в номері	40	350
6.	Масаж ніг	25	300
7.	Медовий (загальний) масаж	70	670
8.	Медовий (спина) масаж	30	400
9.	Антицелюлітний	50	450
10.	Аромамасаж	60	670
11.	Гідромасажна ванна	30	350
12.	Гідрорелакс	до 25	250
13.	Кавовий, геркулесовий, рисовий, медово-солевий пілінг	до 50	300
14.	Солярій	25-30	30
15.	Класичний масаж (обличчя, шиї та зони декольте)	40	250
16.	Масаж з маскою (по типу шкіри)	60	370
17.	Маска на обличчя + зона декольте	30	300
18.	Догляд за обличчям (очищення, масаж, маска)	90	450
19.	Карбоксітерапія (збагачення шкіри киснем)	40	500
20.	Киснева маска (вирівнює колір шкіри, очищає шкіру)	40	400

Джерело: [27]

До послуг гостей 38 сучасних і зручних номерів наступних категорій: «Люкс Double», «Напівлюкс Double», «Стандарт Double», «Стандарт Twin», «Суперіор Double», «Суперіор Twin».

Таблиця 2.12

**Структура номерного фонду готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський»**

Номерний фонд	Кількість номерів	Кількість місць	Площа номера, м <sup>2</sup>	Питома вага % в структурі	Вартість проживання (за номер/місце) грн/ніч	
					Проживання зі сніданком	Проживання напівпансіон
«Стандарт Double»	12	36	17-23,8	31,6	1400	1780

## Продовження таблиці 2.12

«Стандарт Twin»	12	36	20-30	31,6	1400	1780
«Суперіор Double»	6	24	20,5-27	15,7	1640	2020
«Суперіор Twin»	2	6	23,1-23,5	5,3	1640	2020
«Напівлюкс Double»	3	15	31,4-52	7,9	2250	2630
«Люкс Double»	3	21	52,1-63,4	7,9	3000	3380

Джерело: [27]

У вартість номера включено проживання, шведський стіл на сніданок, доступ до Wi-Fi, парковка та податки. Діти до 5 років включно можуть перебувати безкоштовно в одному номері з батьками без додаткового місця. Дитину до 5 років також можна розмістити на додатковому місці за 250 грн. Вартість розміщення дітей від 5 років та дорослих на додатковому місці в номері складає 400 грн і включає сніданок, або 250 грн без нього та 780 грн напівпансіон.

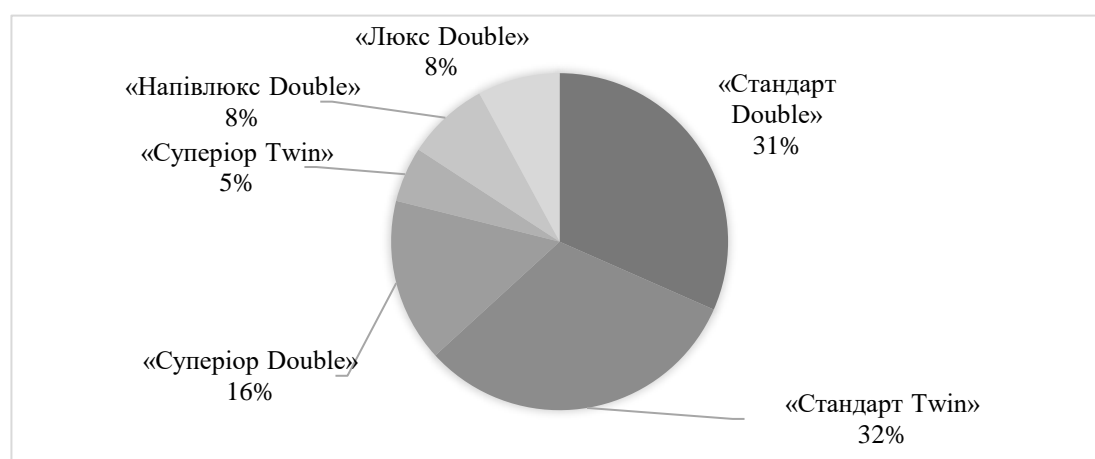


Рис. 2.5. Питома вага % в структурі номерного фонду готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський»

Джерело: розроблено автором.

Optima MICE – Надає комплексні послуги на ринку конференц-сервісу в Україні. Організація бізнес-заходів, дозвілля, харчування, надання обладнання, трансферу. Індивідуальний підхід до події і персональний конференц-менеджер 24/7.

Заклади харчування: в готелі є італійський ресторан на 60 місць, та 48 місць на літній терасі (сезонне обслуговування), що пропонує меню європейської, змішаної, італійської та української кухонь. Цей італійський ресторан ідеально підходить для організації банкетів, весільних церемоній та інших урочистих подій. У теплий період року можна насолодитися сніданком, смачним обідом або спокійною вечерею на літній веранді ресторану.

Дістатись до готелю можна потягом «Київ — Кам'янець-Подільський», номери потягу: 769К, 117К, 139К. Потягом Київ — Хмельницький, номери потягу: 181К, 219К, 111О, 177К, 138Д, 715К, 073А, 357К, 769К, 249К, 747К, 747П, 081К, 117К, 049К, 143К, 771Л. Від залізничного вокзалу на маршруті в Кам'янець-Подільський або можливо організувати трансфер за допомогою готелю [27].

Таблиця 2.13

**Аналіз показників експлуатаційної програми готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський»**

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
1	2	3	4	5
1. Одноразова місткість, номеро-діб наданих, номери	38	38	0	0
2. Кількість номеро-діб в інвентарі, н-д.	13870	13870	0	0
3. Кількість простоїв, н-д.	130	145	15	11,5
4. Кількість н-д в експлуатації, н-д.	13740	13725	-15	-0,1
5. Коефіцієнт завантаження, %	44,7	47,6	2,9	6,5
6. Кількість номеро-діб наданих, н-д.	6138	6531	393	6,4
7. Середній тариф, грн.	2044	1834	-210	-10,3
8. Плановий дохід від реалізації номеро-діб, тис. грн.	12546,1	11977,8	-583,3	-4,5

Джерело: розроблено автором.

Проаналізувавши таблицю, робимо висновок, що показники майже не відрізняються за перший та другий роки. Хоча коефіцієнт завантаження готелю збільшився в 2022 році у порівнянні з 2021 роком з відносним відхиленням – 6,5%, плановий дохід від реалізації номеро-діб з абсолютним відхиленням в - 583,3 та відносним відхиленням в -4,5% показує, що показники експлуатаційної програми готелю незначно зменшились, причиною чому може слугувати зменшення ціни середнього тарифу з відносним відхиленням - на -10,3%.

Таблиця 2.14

**Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Optima  
Collection Кам'янець-Подільський»**

№ з/п	Показники	2021	2022	Відхилення	
				Абсолютне (+ -)	Відносне (%)
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	10036,9	9582,2	-454,7	-4,5
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	6925,5	6995,0	69,5	1
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	69	73	4	5,8
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	3111,4	2587,2	-524,2	-16,8
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	903,3	958,2	54,9	6,1
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	853,1	718,7	-134,4	-15,7
7.	Витрати на збут, тис.грн.	1204,4	910,3	-294,1	-24,4
8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	501,8	287,9	-213,9	-42,6
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	1455,4	1628,5	173,1	11,9
10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0
14.	Інші витрати	200,7	191,6	-9,1	-4,5

## Продовження таблиці 2.14

15.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	1254,7	1436,9	182,2	14,5
16.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	225,8	258,6	32,8	14,5
17.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	1028,9	1178,3	149,4	14,5

Джерело: розроблено автором.

Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський» за 2021 та 2022 роки вказує на кілька ключових тенденцій та змін у фінансовому стані підприємства.

Чистий дохід у 2022 році чистий дохід склав 9582,2 тис. грн, що менше на 4,5% порівняно з 2021 роком. Собівартість збільшилась на 1%, перейшовши з 69% до 73% у відсотках до виручки. Зафіксовано зменшення валового прибутку на 16,8%, з 3111,4 тис. грн у 2021 році до 2587,2 тис. грн у 2022 році. Адміністративні витрати та витрати на збут взагалі зменшилися, що може бути позитивним фактором. Фінансовий результат від операційної діяльності показав збільшення на 11,9%. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування зріс на 14,5% - від 1254,7 тис. грн у 2021 році до 1436,9 тис. грн у 2022 році. Сума податку на прибуток зросла на 14,5%, вказуючи на збільшення прибутку до оподаткування. Інші витрати зменшилися на 4,5%, що може бути позитивним сигналом.

Згідно з аналізом, готель «Optima Collection Кам'янець-Подільський» стикнувся із зменшенням чистого доходу та валового прибутку, але вдало знизив адміністративні та витрати на збут. Збільшення фінансового результату свідчить про те, що готель ефективно управляє своєю операційною діяльністю. Важливо продовжувати моніторити та оптимізувати собівартість для подальшого підвищення прибутковості. Далі розглянемо показники фінансового стану готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський» (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

## Показники оцінки фінансового стану підприємства

Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення (+-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	44,9	37,0	-7,9	-17,6
2. Рентабельність валового прибутку, %	31,0	27,0	-4	-12,9

Джерело: розроблено автором.

Обидва показники рентабельності свідчать про зменшення ефективності використання ресурсів та прибутковості підприємства протягом року.

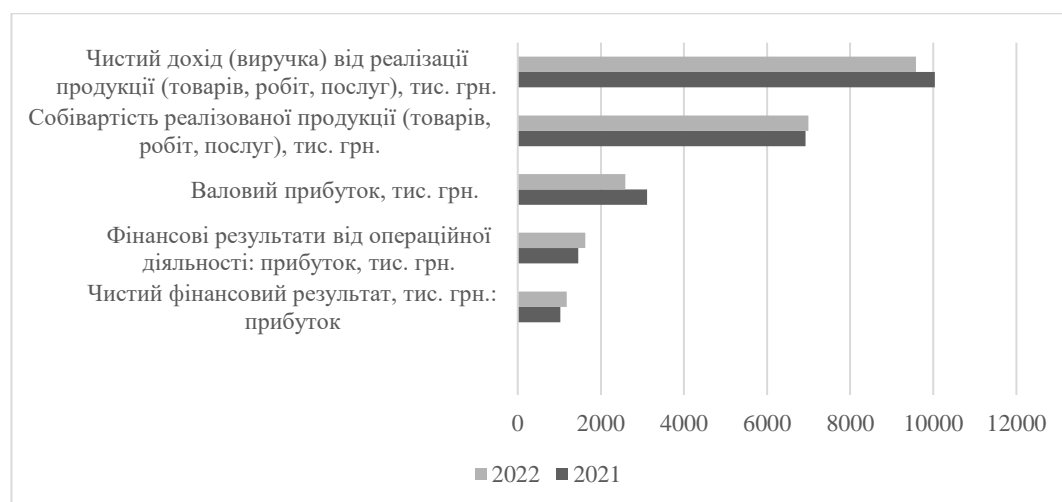


Рис. 2.6. Показники оцінки фінансового стану готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський» за 2021 -2022 р.р.

Загалом, готелі стикаються з різними викликами, такими як економічні труднощі, політична нестабільність та зростання витрат. Причиною нестабільності роботи готельних підприємств може бути нестабільна ситуація в країні, яка пов'язана з початком російської агресії проти України. Події, пов'язані з конфліктом, можуть значно впливати на туристичну індустрію та загальну економічну обстановку. Так, впровадження принципів соціальної відповідальності в готельному бізнесі сприятиме стабільності в умовах несприятливої ситуації та покращенню життєвого рівня спільнот, залучених до готельної діяльності.

## 2.2 Оцінка конкурентного статусу готельних підприємств

У країнах з розвинутою ринковою економікою, основним завданням кожного підприємства є оптимальне використання власних ресурсів для досягнення максимальної ефективності у майбутньому. Стратегічний менеджмент виступає обов'язковою складовою загальної системи управління організацією.

Кожне підприємство, що представляє свою продукцію або послуги на ринку, прагне здобути конкурентні переваги над іншими учасниками, що призводить до змагання між суб'єктами підприємницької діяльності за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів у певному сегменті ринку. Готельна індустрія не є винятком і також відзначається зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг. Ці послуги можна розглядати як специфічний готельний продукт, доступний для придбання в процесі обмінних операцій. Людина може скористатися цим продуктом, не володіючи ним фізично, а лише використовуючи його за потреби та певних обставин [28].

Конкурентоспроможність виступає одним з ключових факторів, що визначають конкурентну боротьбу. Однак дослідження цього поняття передбачає розуміння сутності категорії «конкуренція» як змагання, боротьби за досягнення кращих результатів у будь-якій сфері діяльності [29]. Згідно з цим розумінням, конкурентоспроможність можна визначити як здатність у довгостроковому періоді шляхом здійснення конкурентної боротьби досягати кращих результатів у певній сфері діяльності [30].

Конкурентоспроможність готельного підприємства не є сталою характеристикою, вона визначається здатністю вести успішну конкурентну боротьбу та протистояти основним конкурентам у певний період. Зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищах призводять до зміни порівняльних конкурентних переваг в порівнянні з іншими підприємствами у сфері готельного бізнесу. [31].

Для порівняльного аналізу діяльності готелю з потенційними конкурентами важливо обрати кількісні та якісні показники, які належно характеризують підприємство і є ключовими для споживачів послуг саме цього готельного комплексу. Серед таких критеріїв варто зазначити цінову політику, категорію номерів, розташування об'єкту, наявність додаткових послуг, рівень обслуговування та інші, які свідчать про їх конкурентну перевагу (див. табл. 2.3).

Основними конкурентами готелю «VitaPark Поляна» можуть бути такі заклади розміщення як «Oasis Karpat», «Фантазія», «Едельвейс», «Arena Apart-Hotel» та Туристичний комплекс «Каріна». Це обумовлено тим, що всі вони входять до «Топ-10 готелів Поляни» на популярному сайті бронювання готелів [32]. Ці готелі користуються високими оцінками туристів і пропонують комфортабельні житлові номери різних категорій за оптимальним співвідношенням ціни і якості. Всі споруди є новими або ретельно відновленими, а їх оснащення відповідає європейським стандартам. Готелі надають безкоштовне паркування для гостей, організовують трансфери та пропонують різноманітні додаткові послуги, включаючи виклик таксі, доставку їжі до номеру, організацію екскурсій та інші заходи.

Таблиця 2.16

### Оцінка конкурентоспроможності готельних підприємств

Показники	Готельні підприємства				
	«VitaPark Поляна»	«Oasis Karpat»	«Фантазія»	Туристичний комплекс «Каріна»	«Arena Apart-Hotel»
Середня ціна номеру, грн.	2400	1940	2775	1550	2125
Категорія засобу розміщення (1-5 балів)	5	4	4	4	5
Розташування (1-5 балів)	5	5	5	5	5

Продовження таблиці 2.16

Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	5	3	4	4	5
Якість обслуговування (1-5 балів)	5	4	5	4	5
<b>Середній бал</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4,5</b>	<b>4,25</b>	<b>5</b>

Джерело: [25], [33], [34], [35], [36].

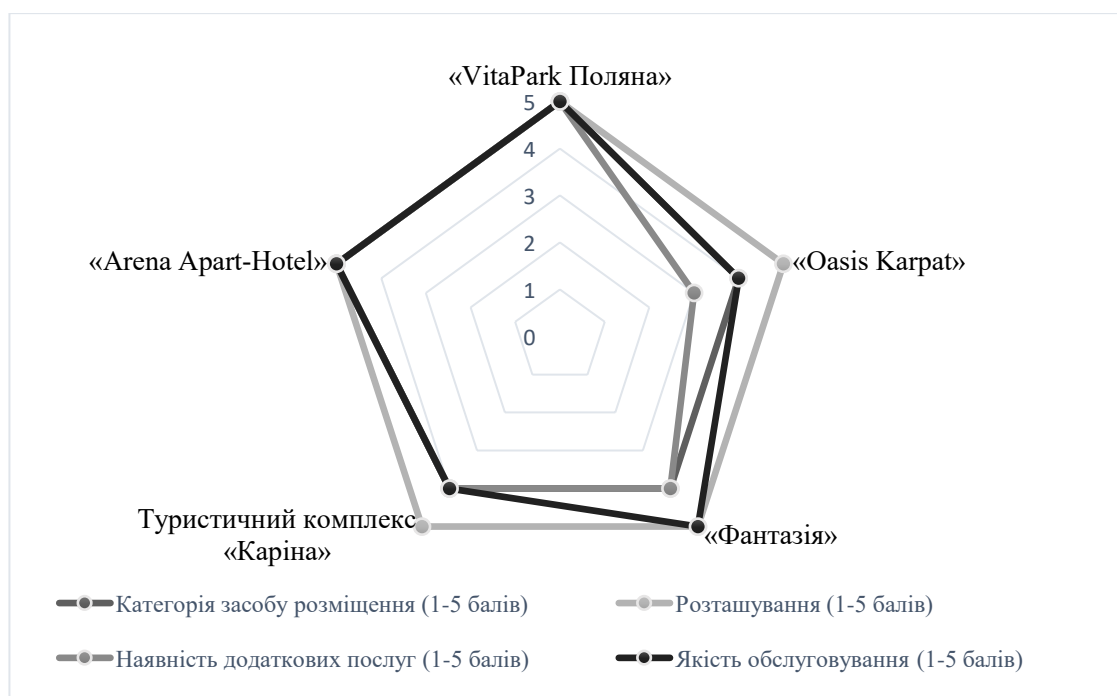


Рис. 2.7. Порівняльна діаграма конкурентоспроможності готельних підприємств

Джерело: розроблено автором.

Аналіз показників діяльності готельних підприємств, які наведені в таблиці вище, було проведено на основі ретельного аналізу та дослідження інформації, доступної на офіційних веб-сайтах готелів. В результаті цього дослідження можна зробити кілька висновків та визначити сильні та слабкі сторони кожного готелю.

**Середня ціна номеру:** Найвища середня ціна номеру спостерігається у готелі «Фантазія» (2775 грн), що може вказувати на високий рівень комфорту та

послуг. Найнижча ціна номеру у туристичному комплексі «Каріна» (1550 грн), що може бути привабливим для бюджетних мандрівників.

**Категорія засобу розміщення:** Готелі «VitaPark Поляна» і «Arena Apart-Hotel» мають найвищу категорію засобу розміщення (5 балів), що може свідчити про високий стандарт і комфорт проживання.

**Розташування:** Усі готелі отримали високий бал за розташування (від 4 до 5 балів), що свідчить про вдале розміщення об'єктів і, можливо, близькість до туристичних атракцій.

**Наявність додаткових послуг:** «VitaPark Поляна» і «Arena Apart-Hotel» вирізняються високим балом за наявність додаткових послуг (5 балів), що може забезпечити додатковий комфорт для гостей.

**Якість обслуговування:** Всі готелі, окрім «Oasis Karpat» та Туристичного комплексу «Каріна», отримали високий бал за якість обслуговування. Це може свідчити про високий рівень професіоналізму персоналу та уважність до гостей.

Кожен конкурент може мати свої власні конкурентні переваги. Конкурентна перевага готельного підприємства - це ті характеристики та властивості готельних послуг, що створюють для готелю певну перевагу перед його безпосередніми конкурентами. Ці переваги можуть бути різноманітними і включати в себе як основні послуги, так і додаткові послуги, які доповнюють базові, вони також можуть виявитися в організації обслуговування, використанні технологій, формах збуту та продажу, що є унікальними для конкретного готелю.

Готель «Arena Apart-Hotel» може бути прямим конкурентом готелю «VitaPark Поляна». Впровадження принципів соціальної відповідальності на готельному підприємстві, такому як «VitaPark Поляна», може бути ефективним стратегічним кроком для усунення конкурентів, зокрема готелю «Arena Apart-Hotel».

Організація в сфері готельного бізнесу, приймаючи кодекс КСВ, декларує надання сприяння соціально-економічному розвитку регіонів присутності, не підміняючи при цьому функції державних органів. Також в кодексі КСВ може бути представлена програма з інтеграції компанії в міжнародне бізнес-

співтовариство [15]. У разі впровадження такого кодексу організації в сфері готельного бізнесу можуть отримати ряд переваг для бізнесу, серед яких:

- мінімізація плинності кадрів внаслідок розвитку персоналу;
- поліпшення іміджу організації та репутації;
- додаткова реклама послуг;
- висвітлення діяльності організації в ЗМІ;
- створення додаткових можливостей для залучення інвестиційного капіталу;
- можливість отримання податкових пільг і т.д. [14].

Готель «Arena Apart-Hotel» може бути прямим конкурентом готелю «VitaPark Поляна». Впровадження принципів соціальної відповідальності може бути стратегічним кроком для готелю «VitaPark Поляна» у боротьбі з конкурентами, зокрема з «Arena Apart-Hotel».

Доцільність впровадження кодексу КСВ у сфері готельного бізнесу підкреслюється можливістю отримання ряду переваг, таких як покращення іміджу, реклама послуг, залучення інвестицій та отримання податкових пільг. Це може сприяти сталому розвитку готельного підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності.

Прямими конкурентами готелю «Raziotel Київ» можуть бути: Holiday Inn Hotel Kyiv, готель «Європейський», Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska. Оскільки, всі вони є бізнес-готелями та знаходяться на відстані не більше ніж 1 км від готелю «Raziotel Київ». Всі готелі обладнані аудіо- та відеообладнанням, комунікаційним обладнанням, меблями для організації простору: зручні стільці, столи, а також можливість організації простору залу в різних конфігураціях для відповіді на різні потреби подій, системою кондиціонування повітря для комфорту учасників конференції, кейтеринговими послугами. Також в готелі працює професійний персонал: технічна підтримка та персонал, який може допомогти з обслуговуванням обладнання та вирішенням технічних питань. Паркінг та інші зручності на території.

Таблиця 2.17

## Оцінка конкурентоспроможності готельних підприємств

Показники	Готельні підприємства			
	«Raziotel Київ»	Holiday Inn Hotel Kyiv	Готель «Європейський»	Park Inn by Radisson Kyiv
Середня ціна номеру, грн.	1749	2899	1038	2362
Категорія засобу розміщення (1-5 балів)	5	5	4	5
Розташування (1-5 балів)	5	5	5	5
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	5	5	4	5
Якість обслуговування (1-5 балів)	5	5	4	5
<b>Середній бал</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4,25</b>	<b>5</b>

Джерело: [26], [37], [38], [39].

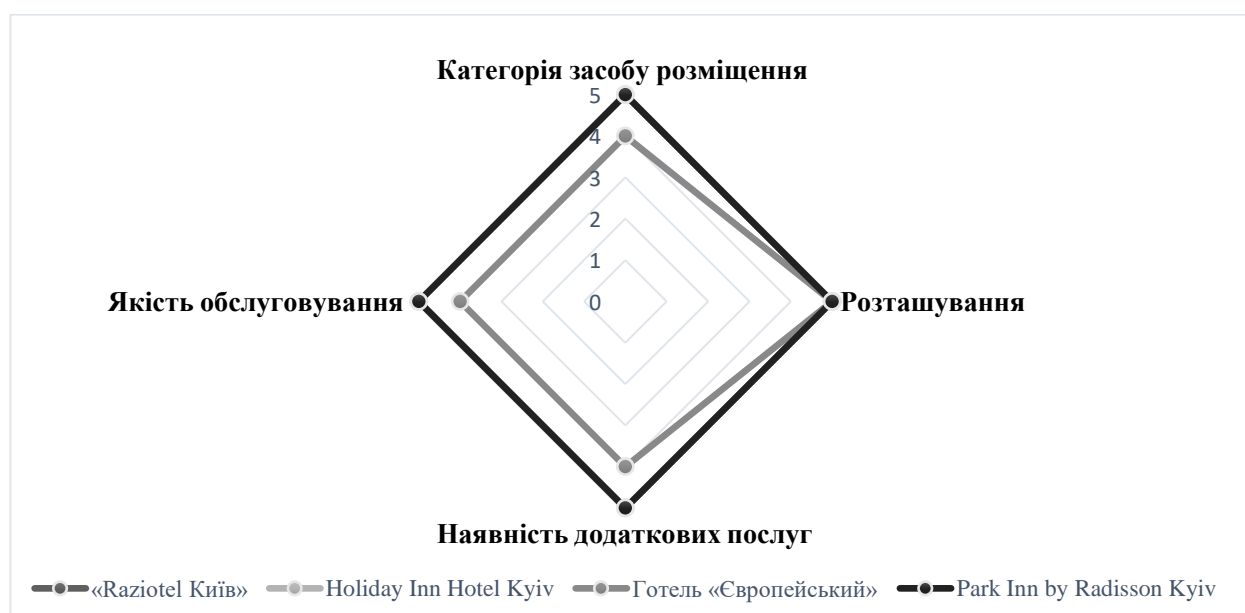


Рис. 2.8. Порівняльна діаграма конкурентоспроможності готельних підприємств

Джерело: розроблено автором.

З таблиці можна зробити наступні висновки щодо конкурентоспроможності готельних підприємств:

**Середня ціна номеру:** «Raziotel Київ» та Готель «Європейський» пропонують більш доступні ціни за номери (1749 та 1038 грн. відповідно). «Holiday Inn Hotel Kyiv» та «Park Inn by Radisson Kyiv» мають вищі ціни (2899 та 2362 грн. відповідно).

**Категорія засобу розміщення:** У всіх чотирьох готелях висока категорія засобу розміщення (5 балів), що свідчить про високий стандарт комфорту та умов для гостей.

**Розташування:** У всіх готелях високі оцінки розташування (5 балів), що може бути привабливим для гостей, шукаючих зручне розташування в місті.

**Наявність додаткових послуг:** «Raziotel Київ», «Holiday Inn Hotel Kyiv», та «Park Inn by Radisson Kyiv» отримали максимальні бали за наявність додаткових послуг (5 балів), що підкреслює різноманіття та якість додаткових сервісів. Готель «Європейський» отримав менше балів (4), що може вказувати на менший рівень додаткових послуг порівняно з іншими готелями.

**Якість обслуговування:** У всіх готелях висока оцінка якості обслуговування (5 балів), що свідчить про уважний підхід до гостей та їхніх потреб.

**Середній бал:** «Raziotel Київ», «Holiday Inn Hotel Kyiv», та «Park Inn by Radisson Kyiv» мають високий середній бал (5), що вказує на загально високий рівень конкурентоспроможності. Готель «Європейський» також має добрий рейтинг (4,25), але трошки менший порівняно з іншими готелями.

Загальний висновок з аналізу таблиці оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств виглядає так:

У порівнянні чотирьох готелів – «Raziotel Київ», «Holiday Inn Hotel Kyiv», Готель «Європейський», і «Park Inn by Radisson Kyiv», можна визначити, що всі вони мають високий рівень конкурентоспроможності, пропонуючи високу категорію засобу розміщення, вдале розташування та високий рівень якості обслуговування.

«Raziotel Київ» і «Holiday Inn Hotel Kyiv» вирізняються доступними цінами за номери, що може бути привабливим для бюджетних мандрівників. «Park Inn by Radisson Kyiv» має високі ціни, але ймовірно, це компенсується вищим рівнем послуг або іншими перевагами. Готель «Європейський» має дещо менший рейтинг за наявність додаткових послуг, але все ще демонструє конкурентоспроможність на ринку.

Готель «Optima Collection Кам'янець-Подільський», спираючись на сайт booking.com/, може мати таких прямих конкурентів: готель «7 Днів», готель «Тарас Бульба», готель «Біля річки», Готельний комплекс «Клеопатра».

Таблиця 2.18

### Оцінка конкурентоспроможності готельних підприємств

Показники	Готельні підприємства				
	«Optima Collection Кам'янець-Подільський»	«7 Днів»	«Тарас Бульба»	«Біля річки»	Готельний комплекс «Клеопатра»
Середня ціна номеру, грн.	1834	963	1252	735	1756
Категорія засобу розміщення (1-5 балів)	5	4	5	4	5
Розташування (1-5 балів)	5	4	5	4	5
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	5	4	4	4	4
Якість обслуговування (1-5 балів)	5	4	4	4	5
<b>Середній бал</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4,5</b>	<b>4</b>	<b>4,75</b>

Джерело: [27], [40], [41], [42], [43].

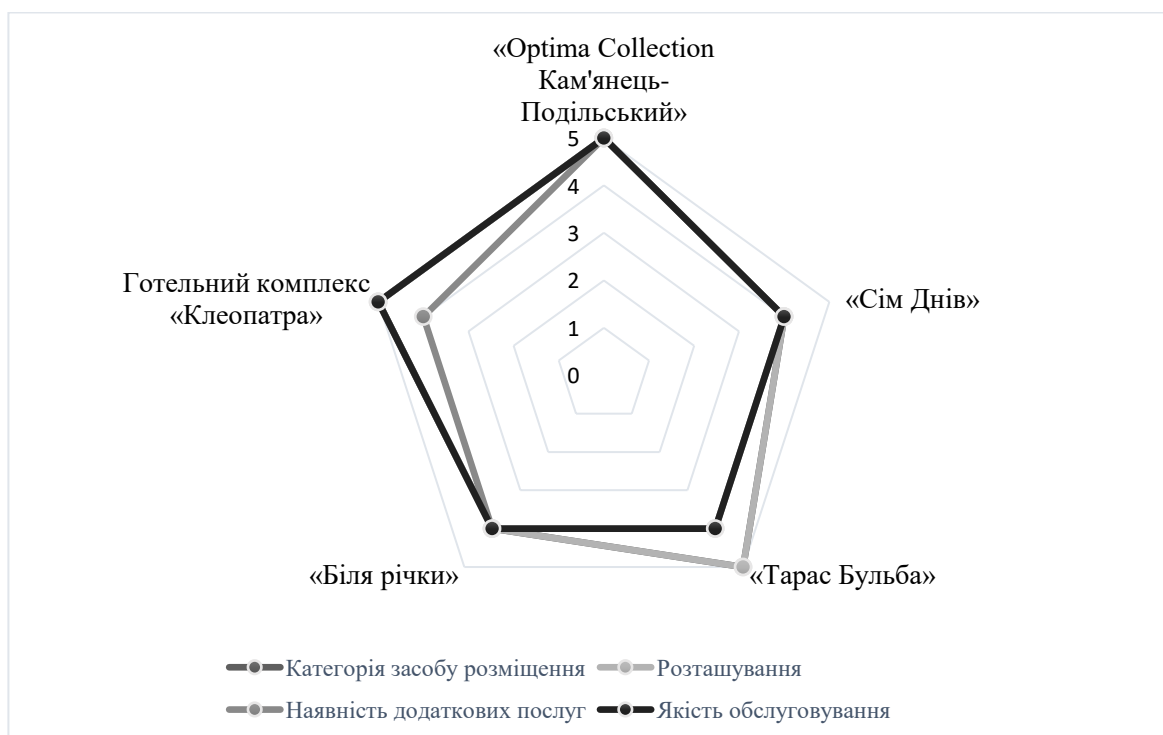


Рис. 2.9. Порівняльна діаграма конкурентоспроможності готельних підприємств

Джерело: розроблено автором.

За результатами оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств у таблиці видно наступне:

**Середня ціна номеру:** «Optima Collection Кам'янець-Подільський» має середню ціну номеру вищу, ніж у конкурентів, що може вказувати на вищий рівень комфорту та послуг. Готель «7 Днів» пропонує найнижчу ціну серед усіх готелів у порівнянні, що може бути привабливим для бюджетних мандрівників.

**Категорія засобу розміщення:** «Optima Collection Кам'янець-Подільський», «Тарас Бульба» та Готельний комплекс «Клеопатра» отримали максимальні бали за категорію засобу розміщення, що свідчить про високий стандарт комфорту.

**Розташування:** Усі готелі мають високі оцінки за розташування, що є важливим фактором для привабливості для гостей.

**Наявність додаткових послуг:** «Optima Collection Кам'янець-Подільський» вибивається максимальним балом за наявність додаткових послуг, що може створити додатковий комфорт для гостей.

**Якість обслуговування:** «Optima Collection Кам'янець-Подільський» отримав максимальну оцінку за якість обслуговування, що свідчить про високий рівень обслуговування для клієнтів.

**Середній бал:** «Optima Collection Кам'янець-Подільський» демонструє найвищий середній бал (5), що свідчить про загально високий рівень конкурентоспроможності. «Тарас Бульба» і Готельний комплекс «Клеопатра» також мають добрі показники, але трошки нижчі за «Optima Collection Кам'янець-Подільський». Готель «7 Днів» та готель «Біля річки» мають середні оцінки.

Загальний висновок з аналізу оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств вказує на те, що «Optima Collection Кам'янець-Подільський» вирізняється високим рівнем конкурентоспроможності в порівнянні з іншими готелями у регіоні.

Впровадження Кодексу Корпоративної Соціальної Відповідальності (КСВ) в сфері готельного бізнесу має потенціал принести значні вигоди та покращити різні аспекти діяльності готельного підприємства.

Покращення іміджу: Виконання стандартів КСВ свідчить про соціальну відповідальність підприємства перед суспільством. Готелі, які приділяють увагу питанням екології, соціальної справедливості та інших аспектів, можуть зазнати покращення свого іміджу в очах споживачів, що може впливати на їх вибір готелю під час бронювання.

Реклама послуг: Підкреслення впровадження стандартів КСВ може слугувати як додатковий рекламний елемент. Зацікавленість готелю в суспільних питаннях може привертати увагу медіа, а також викликати інтерес серед тих, хто враховує соціальні аспекти при виборі місця для проживання.

Залучення інвестицій: Підприємства, що ведуть соціально відповідальний бізнес, можуть бути привабливими для інвесторів, які дотримуються принципів сталого розвитку. Це може відкривати нові можливості для розвитку готельного бізнесу, зокрема, розширення та модернізація.

Отримання податкових пільг: У деяких країнах уряди надають пільги підприємствам, що активно практикують КСВ. Готелі, які дотримуються цих стандартів, можуть виграти податкові переваги, що може призвести до економії коштів та підвищення прибутковості.

Сталий розвиток та конкурентоспроможність: Виконання КСВ сприяє сталому розвитку готельного бізнесу, орієнтованому на довгостроковий успіх та забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами. Це дозволяє підприємству адаптуватися до змін у суспільстві та ринкових умовах, що забезпечує його конкурентоспроможність у тривалій перспективі.

### **2.3 Діагностика особливостей впровадження елементів КСВ у діяльність готельних підприємств**

У світовій практиці відома достатня кількість способів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що стосуються започаткування, управління, визначення потенціалу, стратегування його діяльності. При цьому результативність забезпечення конкурентоспроможності підприємства в основному розглядається через сукупність економічних і фінансових результатів.

Велике значення має соціальний аспект, який охоплює комплекс внутрішніх операцій з підвищення мотивації праці, підтримання належної якості трудового життя, підвищення рівня укомплектованості та кваліфікації працівників, забезпечення трудової стабільності, стимулювання інтелектуальної та творчої праці, а також підвищення рівня колективно-договірного регулювання. Важливо забезпечити взаємозв'язок між інтересами всіх сторін, що сприяє конкурентоспроможності підприємства, включаючи його персонал, керівництво (власників), а також органи державної влади та представників

громадськості. Відповідальність виступає ключовим інструментом зв'язку, який визначає межі ефективності участі кожного суб'єкта у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

У готельному бізнесі корпоративна соціальна відповідальність означає, передусім, дотримання глобальних цінностей, таких як гостинність, справедливість у стосунках зі співробітниками і партнерами, допомога потребуючим, а також виконання зобов'язань щодо охорони навколишнього середовища.

Соціальна відповідальність не лише сприяє поліпшенню іміджу підприємства, але й забезпечує його конкурентну перевагу на довгострокову перспективу, а також відкриває доступ до нових ринків. Основні переваги впровадження соціальної відповідальності українськими підприємствами можна узагальнити наступним чином:

1. Покращення фінансових показників. Дослідження, проведені у різних країнах, підтверджують пряму залежність між якістю політики соціальної відповідальності компанії та поліпшенням її фінансових показників.

2. Підвищення іміджу та репутації брендів. Репутація компанії як соціально відповідальної корпорації, а також визнання її соціальної діяльності, впливають на вибір споживачів, створюючи умови для підвищення популярності брендів.

3. Збільшення обсягів продажів та лояльності споживачів. Ефективна політика соціальної відповідальності позитивно впливає на рівень продажів та лояльність споживачів.

4. Зниження текучості кадрів та підвищення відданості персоналу. Компанії, що прагнуть до соціальної відповідальності, мають змогу залучати та утримувати висококваліфікованих працівників, що сприяє зменшенню витрат на навчання та розвиток персоналу.

5. Зменшення тиску з боку контролюючих органів. Впровадження продуманої політики соціальної відповідальності дозволяє зменшити тиск з боку

контролюючих органів шляхом публікації інформації про принципи та політику компанії щодо працівників, докiлля та постачальників [24].

Соціальна відповідальність підприємств у першу чергу виявляється у максимальній сплаті податків, дотриманні законодавства щодо праці та охорони навколишнього середовища, створенні робочих місць та проведенні благодійних заходів. Ці заходи спрямовані на зовнішнє середовище підприємства. Серед ініціатив, які спрямовані на внутрішнє середовище, можна відзначити наступні: підвищення продуктивності, поліпшення конкурентоспроможності, оптимізація витрат, втілення стратегії подальшого розвитку, покращення іміджу, збільшення товарообігу та кількості споживачів.

Впровадження принципів соціальної відповідальності в готелі може мати численні переваги як для самого готелю, так і для його споживачів та оточуючого суспільства. Ось кілька перспектив та можливостей:

Покращення репутації та бренду: Готелі, які взяли на озброєння соціальну відповідальність, можуть використовувати це в якості конкурентної переваги. Сучасні споживачі все більше обирають бренди, які відзначаються високими стандартами соціальної відповідальності.

Залучення нових клієнтів: Багато подорожуючих активно шукають готелі, які демонструють соціальну відповідальність. Відчуття доброчесності та приналежності до глобальних цінностей може сприяти привертанню нових клієнтів.

Збільшення лояльності клієнтів: Гості можуть стати більш лояльними, знаючи, що готель здійснює певні заходи для покращення соціальних, екологічних та етичних аспектів своєї діяльності.

Зменшення впливу на навколишнє середовище: Готелі можуть зменшити свій екологічний відбиток шляхом впровадження зелених практик, ефективного використання ресурсів та зменшення відходів.

Розвиток відносин з місцевою спільнотою: Активна участь у розвитку місцевих ініціатив та проєктів може зміцнити відносини між готелем та місцевою спільнотою, що в свою чергу може мати позитивний вплив на бізнес.

Покращення умов праці: Відданість соціальній відповідальності також може включати забезпечення справедливих умов праці для персоналу готелю, що може поліпшити робочий клімат та зменшити текучість кадрів.

Відповідь на вимоги законодавства: Законодавство все більше звертає увагу на соціальну відповідальність бізнесу. Впровадження цих принципів може допомогти готелю відповідати сучасним вимогам та уникати правових проблем.

Впровадження принципів соціальної відповідальності в готелі під час воєнного стану в Україні може мати особливий важливий вплив на бізнес і суспільство в цій складній ситуації. Ось деякі аспекти та перспективи, які можуть бути релевантними:

Гуманітарна допомога: Готелі можуть взяти участь у гуманітарних ініціативах, надаючи притулок, харчування та іншу підтримку для постраждалих внаслідок війни. Це може включати співпрацю з благодійними організаціями та надання готельних послуг безкоштовно чи за зниженими цінами для потребуючих.

Забезпечення безпеки співробітників та гостей: Готелі повинні приділяти особливу увагу безпеці своїх співробітників і гостей в умовах військового конфлікту. Це включає впровадження необхідних заходів безпеки та надання інформації щодо процедур евакуації та захисту.

Підтримка місцевої економіки: Готелі можуть активно підтримувати місцеві підприємства та постачальників, щоб допомогти у збереженні робочих місць та збалансуванні економічного впливу в умовах кризи.

Психологічна підтримка: Забезпечення психологічної підтримки для персоналу та гостей може бути важливим елементом соціальної відповідальності в умовах війни. Це може включати доступ до консультування та ресурсів для подолання стресу та тривоги.

Екологічна відповідальність: В умовах війни, де може бути обмежена доступність ресурсів, готелі можуть приділяти увагу зменшенню екологічного відбитку та раціональному використанню ресурсів.

Прозорість та інформування: Готелі можуть прагнути до прозорості в управлінні та інформування громадськості про їхні соціальні ініціативи під час війни. Це може включати звіти про діяльність, зокрема стосовно гуманітарної допомоги та інших ініціатив.

Впровадження принципів соціальної відповідальності в готелі вносить значний внесок у розвиток бізнесу та сприяє позитивному впливу на гостей і суспільство загалом. У звичайних умовах це сприяє покращенню репутації та бренду готелю, залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності інших. Готелі, які виявляють соціальну відповідальність, можуть відзначатися високими стандартами, що важливо для сучасних споживачів.

У воєнний період в Україні, впровадження цих принципів набуває ще більшого значення. Готелі можуть взяти активну участь у гуманітарних ініціативах, забезпечуючи притулок та підтримку для постраждалих. Забезпечення безпеки співробітників і гостей, підтримка місцевої економіки, психологічна допомога та екологічна відповідальність стають важливими аспектами соціальної відповідальності в умовах воєнного конфлікту. Прозорість та інформування про дії готелів у цей період допомагають будувати довіру серед громадськості. Всі ці аспекти не лише допомагають готелям виконувати свою соціальну відповідальність, а й можуть впливати на позитивний сприйняття їх дій та вибір споживачів.

Запровадження елементів КСВ в діяльність готельного підприємства «VitaPark Поляна» «Raziotel Київ» та «Optima Collection Кам'янець-Подільський» може забезпечити не лише короткострокові переваги, але й сприяти стабільному розвитку на довгострокову перспективу. Важливо встановити ефективний зв'язок між інтересами всіх зацікавлених сторін та визначити механізми взаємодії для досягнення спільних цілей у сфері соціальної відповідальності.

## Висновки до розділу 2

В другому розділі було досліджено організаційно-господарську діяльність трьох готельних підприємств: «VitaPark Поляна» «Raziotel Київ» та «Optima Collection Кам'янець-Подільський». Досліджено структуру номерного фонду кожного готелю, проаналізовано експлуатаційну програму, основні економічні показники та фінансовий стан. На підставі чого, було зроблено висновок, що готелі стикаються з різними викликами, такими як економічні труднощі, політична нестабільність та зростання витрат, що може бути спричинено нестабільною ситуацією в країні, пов'язаною із російською агресією проти України. Впровадження принципів соціальної відповідальності в готельний бізнес може сприяти стабільності в умовах несприятливої ситуації та покращенню життєвого рівня спільнот, що залучені до готельної діяльності. Далі було проведено аналіз конкурентного статусу кожного готельного підприємства, ретельно досліджено основних конкурентів і запропоновано конкретні заходи для підвищення загальної конкурентоспроможності. Після чого, було продіагностовано особливості впровадження елементів КСВ в діяльність готельних підприємств і зроблено висновок, що впровадження принципів соціальної відповідальності в готелі вносить значний внесок у розвиток бізнесу та сприяє позитивному впливу на гостей і суспільство загалом. У звичайних умовах це сприяє покращенню репутації та бренду готелю, залученню нових клієнтів та збільшенню лояльності інших. Готелі, які виявляють соціальну відповідальність, можуть відзначатися високими стандартами, що важливо для сучасних споживачів. В умовах воєнного конфлікту в Україні важливість впровадження цих принципів набуває ще більшого значення. Готелі мають можливість активно долучитися до гуманітарних ініціатив, надаючи притулок та підтримку тим, хто постраждав від конфлікту. Забезпечення безпеки співробітників і гостей, підтримка місцевої економіки, психологічна допомога та відповідальне ставлення до екології стають критичними аспектами соціальної відповідальності в умовах воєнного конфлікту.

### **РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

#### **3.1 Організаційно-економічні механізми розвитку соціальної відповідальності**

Проблематика формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні стає все більш актуальною. Це обумовлено, з одного боку, важливістю соціальної відповідальності для успішного функціонування бізнес-сектору, а з іншого – недостатнім розробленням цієї теми в українській науці та недостатньою увагою досліджень до практичних потреб розвитку соціальної відповідальності бізнесу в країні.

Збільшений інтерес до вивчення проблем соціальної відповідальності бізнесу обумовлений тим, що це не лише важливий фактор економічного зростання, а й сприяє соціально-політичній стабілізації в суспільстві. Сучасні теорії економічного розвитку приділяють велике значення "підприємницькій моделі" економічного розвитку, яка покладається на те, що бізнес володіє величезним потенціалом для стабілізації та росту економіки країни.

Відносини між державою та сектором бізнесу з приводу регулювання процесів його розвитку складаються із заходів державної підтримки бізнесу, безпосередньо спрямованих на активізацію зростання сектору малого підприємництва, і заходів державного економічного та організаційно-правового регулювання бізнесу, спрямованих на регламентацію діяльності його суб'єктів у суспільних інтересах. Державна підтримка і державне економічне та організаційно-правове регулювання мають вирішальний вплив на створення засад для становлення та розвитку підприємництва.

Розглядаючи процеси регулювання соціальної відповідальності бізнесу, відзначимо особливе місце держави у цих процесах. Якщо держава добровільно

передає частину соціальних функцій суб'єктам бізнесу, вона використовує насамперед регуляторний підхід. Проте останній передбачає визначальну роль держави як регулятора соціальної відповідальності бізнесу. При цьому держава формує нормативні зобов'язання для суб'єктів бізнесу, що порушує принцип добровільності соціальної відповідальності бізнесу.

Організаційно-економічна основа механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу базується як на державному регулюванні, так і на спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу та на саморегулюванні соціальної відповідальності бізнесу (рис. 3.1).



*Рис. 3.1. Організаційно-економічна основа механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу*

Джерело: розроблено автором.

При спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу держава стимулює розвиток цієї відповідальності та впроваджує відповідну регуляторну політику, яка узгоджується з представниками бізнес-середовища. В такому випадку соціальна відповідальність бізнесу здійснюється на основі регуляторних актів держави та за ініціативою бізнесових структур.

При саморегулюванні держава не має впливу на процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу і, зважаючи на це, рішення про розроблення

заходів щодо напрямів соціальної відповідальності бізнесу приймаються бізнесовими структурами самостійно.

Організаційно-економічний механізм підприємства визначають як «систему формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів» [44].

Організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу – це система організаційних та економічних заходів впливу, які спрямовані на організацію взаємодії суб'єктів бізнесу та держави для розвитку соціальної відповідальності та здійснюються на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур з метою досягнення сталого розвитку через формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства. Організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу включає: мету, об'єкт, суб'єкти, принципи, функціональні компоненти, інструментарій реалізації та методологічне забезпечення.

**Принципи:** відкритість, системність, доцільність, динамічність, адекватність, ефективність, комплексність, збалансованість, прозорість.

**Об'єкт** – система соціально-економічних відносин між державою, бізнесовими структурами, суспільством.

**Суб'єкти** – сторони управління соціальною відповідальністю – держава, бізнесові структури, суспільство.

**Функціональні компоненти:**

- баланс інтересів держави, бізнесу та працюючих;
- дотримання правових норм та стандартів;
- добровільне виконання угод соціального партнерства;
- добровільність прийняття та виконання додаткових соціальних зобов'язань.

**Інструментарій реалізації механізму:** інструменти організаційного характеру.

**Методологічне забезпечення:** адміністративні методи, економічні методи, індексні та рейтингові методи.

**Мета** – досягнення сталого розвитку на основі формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства для забезпечення економічного та соціального розвитку суспільства.

Основною метою функціонування організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу є досягнення сталого розвитку на основі формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства для забезпечення економічного та соціального розвитку суспільства. Система соціально-економічних відносин, яка формується в процесі діяльності між державою, бізнесовими структурами, суспільством, є об'єктом механізму, а його суб'єктами – різні сторони управління соціальною відповідальністю, зокрема такі як держава, бізнесові структури, суспільство.

Механізм соціальної відповідальності бізнесу формується на основі принципів соціальної відповідальності, таких як: відкритість; системність; значущість; недопущення конфліктів [45]; доцільність; динамічність; адекватність; ефективність; комплексність; збалансованість; передбачуваність; прозорість та врахування громадської думки [46]; системність; суспільна значимість; комплексність; транспарентність; підзвітність; включення всіх заходів до основної господарської діяльності; суттєвість заходів; встановлення зворотного зв'язку. Всі ці принципи мають бути враховані при формуванні механізму соціальної відповідальності бізнесу, проте ключовими, на нашу думку, є такі: відкритість, системність, доцільність, динамічність, адекватність, ефективність, комплексність, збалансованість, прозорість.

Структура механізму соціальної відповідальності бізнесу також включає функціональні компоненти: інструментарій реалізації механізму (інструменти організаційного, економічного, соціального характеру); методологічне забезпечення (адміністративні, економічні, індексні та рейтингові методи).

При державному регулюванні держава здійснює прямий регуляторний вплив на бізнес для формування його соціальної відповідальності, залучення

бізнесу до соціальної відповідальності здійснюється шляхом регуляторної політики держави. При спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу держава ініціює розвиток цієї відповідальності та розробляє регуляторну політику в цій сфері, яка узгоджується з бізнесовими структурами. При цьому соціальна відповідальність бізнесу здійснюється на основі регуляторних актів держави та за ініціативою бізнесових структур. У випадку саморегулювання держава не втручається у процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу, і рішення щодо розроблення заходів у сфері соціальної відповідальності приймаються бізнесовими структурами самостійно

Розвиток соціальної відповідальності (СВ) в готельних підприємствах може бути досягнутий за допомогою різних організаційно-економічних механізмів. Ось декілька конкретних аспектів, які можуть бути використані для сприяння соціальній відповідальності в готельній галузі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Організаційно-економічні механізми розвитку соціальної відповідальності в готельних підприємствах

Елемент механізму	Опис	Приклади інструментів
Внутрішня культура	Визначення цінностей та підходів щодо соціальної відповідальності в організаційній культурі готельного підприємства.	Розробка місії та цінностей, тренінги для персоналу з аспектів соціальної відповідальності.
Соціальна стратегія	Розроблення конкретних стратегій та цілей у сфері соціальної відповідальності, адаптованих до специфіки готельного бізнесу.	Партнерства з громадськими організаціями, впровадження програм з екологічної чистоти, соціальних проектів.
Співпраця зі зацікавленими сторонами	Залучення різних зацікавлених сторін, таких як клієнти, персонал, місцева спільнота, до реалізації соціально відповідальних ініціатив.	Організація заходів для взаємодії з клієнтами та місцевими жителями, відкриття для публіки інформації про діяльність підприємства.
Моніторинг та відвітування	Систематичний моніторинг соціальних і екологічних показників та регулярне подання звітності про соціальну відповідальність.	Розробка систем внутрішнього моніторингу, публікація річних звітів з соціальної відповідальності.
Фінансова підтримка	Виділення фінансових ресурсів для реалізації соціально відповідальних проектів та ініціатив.	Формування фонду соціальної відповідальності, фінансування проектів у сферах освіти, охорони здоров'я, благоустрою.

Джерело: розроблено автором.

Організаційно-економічні механізми розвитку соціальної відповідальності в готельних підприємствах можуть значно покращити імідж підприємства та взаємодію з різними зацікавленими сторонами. Інтеграція цих механізмів дозволяє готельним підприємствам активно впроваджувати соціальні та екологічні ініціативи, збільшуючи свою соціальну відповідальність та сприяючи сталому розвитку спільноти.

Ці механізми включають в себе формування внутрішньої культури, розробку стратегій, співпрацю зі зацікавленими сторонами, систематичний моніторинг та фінансову підтримку.

Внутрішня культура визначає цінності та підходи готелю до соціальної відповідальності, створюючи основу для усвідомлення та прийняття цих принципів серед персоналу. Розробка конкретних стратегій та цілей у сфері соціальної відповідальності дозволяє підприємствам направити свої зусилля на конкретні важливі напрямки, такі як екологічна чистота та соціальні ініціативи.

Співпраця з різними зацікавленими сторонами розширює коло впливу готельного підприємства, сприяє залученню громадськості та формує позитивне сприйняття серед клієнтів та місцевої спільноти. Систематичний моніторинг та звітування забезпечують прозорість та відкритість у впровадженні соціально відповідальних ініціатив.

Фінансова підтримка соціальних проектів є важливим елементом, який надає можливість реалізовувати конкретні програми та ініціативи в сферах освіти, охорони здоров'я та благоустрою. Загалом, ці механізми сприяють покращенню соціальної відповідальності готельних підприємств, роблячи їх не лише комерційними підприємствами, але й активними учасниками сталого розвитку спільноти.

### 3.2 Проблеми, що гальмують розвиток соціальної відповідальності в Україні

Орієнтація України на асоціацію з Європейським Союзом призводить до потреби відповідності норм та стандартів нашої країни до вимог країн ЄС. Один із способів досягнення цієї мети полягає у поліпшенні соціальної політики держави, що передбачає, передусім, впровадження соціально відповідальної діяльності підприємств.

Соціально відповідальна діяльність - це відповідальність організації за вплив своїх рішень та дій на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка:

- сприяє сталому розвитку, включаючи покращення здоров'я та збільшення добробуту суспільства;
- враховує очікування зацікавлених сторін;
- відповідає чинному законодавству та міжнародним стандартам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується у її взаємодії з різними стейкхолдерами.

Соціальна відповідальність бізнесу, визначена Єврокомісією, включає в себе ідею того, що компанії повинні інтегрувати соціальні та екологічні аспекти у свою комерційну діяльність та співпрацювати з зацікавленими сторонами на добровільній основі. У більшості країн ЄС існують державні програми, які спрямовані на підтримку та стимулювання соціально відповідального бізнесу. Ці програми визначають очікувану поведінку бізнесу, залучають компанії з приватного та державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, стимулюють бізнес матеріально до соціально відповідальних дій і т.д.

Основні характеристики соціально відповідального бізнесу включають:

- добровільність;
- інтеграція у стратегію бізнесу організації чи компанії;

- системність;
- користь для всіх зацікавлених сторін, таких як співробітники, споживачі, акціонери, громада та ін., а також для самого підприємства;
- внесок у процес сталого розвитку. Соціальна відповідальність не обмежується благодійністю.

У різних країнах світу застосовуються різноманітні критерії для визначення соціально відповідальних компаній, такі як: чесне виконання податкових зобов'язань; дотримання міжнародного, національного та регіонального законодавства; виробництво та постачання якісної продукції; впровадження корпоративних програм з підвищення кваліфікації працівників, забезпечення охорони здоров'я та морального стимулювання; реалізація благодійних та спонсорських проектів; та захист довкілля.

На сьогоднішній день в Україні підприємства не проявляють значного інтересу до розвитку соціально відповідальної діяльності і розглядають свою роль в цьому аспекті дуже обмежено, у порівнянні з іноземними компаніями. Вони сприймають свою відповідальність переважно у контексті сплати податків, виконання законних обов'язків перед державою та своїми працівниками. Добродійна діяльність існує у деяких підприємств і організацій, але вона не є поширеним явищем. Основним напрямком соціальної відповідальності для українських підприємств є трудові практики, бо більшість з них здійснюють різноманітні заходи для забезпечення соціально відповідальних умов для свого персоналу.

У розвитку соціальної відповідальності в Україні перешкоджають кілька проблем, які потребують негайного вирішення і які мають стати основним пріоритетом у політиці розвитку соціальної відповідальності в країні:

- відсутність ефективних методів регулювання для стимулювання соціально відповідальних компаній;
- недосконалість правового та податкового законодавства, що регулює цей аспект;

- недостатня інформаційна прозорість для населення стосовно соціальних стандартів;
- низький рівень усвідомленості підприємств щодо переваг соціальної відповідальності.

До тих пір, поки підприємства не будуть зобов'язані звітувати перед суспільством прямо, вони не будуть активно брати участь у соціальних ініціативах, які вони не вважатимуть своєю відповідальністю. Проблемою є також відсутність навичок у вирішенні соціальних питань. Було б дуже корисно використовувати зарубіжний досвід, який відповідає українським реаліям. Однак це дуже складне завдання через різницю в історичному та культурному розвитку.

В Україні соціальна відповідальність підприємств впливається різними факторами, які призводять до нерозвиненої соціальної сфери. Серед них основні – іноземні інвестиції, неефективна система соціального захисту, складний регуляторний обтяження, відсутність інституційної підтримки, порушення трудового законодавства, високий рівень безробіття, незахищений ринок праці та низька зайнятість жінок на ринку праці.

Орієнтація на міжнародний досвід є одним із ключових факторів формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні та підвищення його ефективності. Концепція соціальної відповідальності корпорацій була розроблена та удосконалена економістами Європи та США протягом минулого століття, але набула своєї завершеної форми лише в кінці 70-х років. Цей факт свідчить про серйозність проблеми розвитку соціальної сфери та необхідність удосконалення відповідних політичних та економічних механізмів.

Президенти та менеджери компаній, таких як «American Electric» і «IBM», активно підтримували концепцію соціальної відповідальності корпорацій. Основною її теоретичною складовою було розширене розуміння поняття прибутку, яке включало не лише економічні, а й соціальні позитивні ефекти. Дослідження, проведене агентством «Walker Information», показало, що престиж діяльності компаній прямо залежить від виконання соціальних обов'язків.

Збільшення соціального потенціалу компанії на 1% призводить до підвищення її соціального престижу на 0,55%, в той час як зростання економічного потенціалу покращує економічну цінність на 0,32%. Фіксується безпосередній вплив соціальної діяльності компанії на її фінансові показники [48].

Україна повинна впроваджувати підходи до розвитку соціально відповідальної діяльності вітчизняних підприємств, взявши на увагу досвід високорозвинених країн, особливо країн ЄС. Це означає, що збільшення прибутковості підприємства повинно бути умовою для поліпшення добробуту його працівників, і прибуток не повинен вироблятися за рахунок обмеження матеріальних інтересів людей або погіршення умов праці. Держава повинна створювати максимально сприятливі умови для реалізації цих заходів. Відповідальність держави та бізнесу повинна бути чітко визначена законодавством.

Впровадження реформ та підвищення рівня соціальної відповідальності приносить бізнесу та суспільству ряд позитивних результатів:

- покращення суспільної репутації організацій;
- збільшення довіри населення до діяльності компаній та їх продукції;
- розвиток кадрового потенціалу на підприємстві;
- відповідність нормам та стандартам світової економічної спільноти;
- поліпшення соціальної захищеності населення;
- можливість привернення інвестицій у різні суспільні сфери;
- підтримка громадських ініціатив та стимулювання соціальної та творчої активності населення.

В Україні низький рівень поширення соціальної відповідальності також пов'язаний з особливостями отримання прибутку підприємствами. Економічний успіх провідних українських компаній забезпечується завдяки наявності економічної влади, адміністративних ресурсів, доступу до бюджетних коштів, а також через недостатньо розвинену конкуренцію на внутрішньому ринку, штучне підвищення цін на продукцію, заниження рівня оплати праці та

обмеження соціальних витрат. Саме ці фактори стають основою конкурентної переваги.

Збільшенню усвідомлення соціальної відповідальності може сприяти інноваційна активність, використання новітніх технологій та створення нової продукції. Це в свою чергу може призвести до зростання прибутку підприємства за рахунок оптимізації витрат, підвищення його конкурентоспроможності та відкриття нових ринків для товарів та послуг. Такий напрям розвитку вже більш поширений у розвинених країнах, де відзначається вищий рівень соціальної відповідальності бізнесу. Однак в Україні цей сценарій наразі здається малоімовірним через потребу в значних фінансових вкладеннях та високий ризик [49]. Переваги та недоліки впровадження соціальної відповідальності на підприємстві розглянемо в таблиці 3.1.

Таблиця 3.2

**Порівняльна характеристика сильних і слабких сторін реалізації соціальної відповідальності у сфері бізнесу**

Сильні сторони	Слабкі сторони
Фокус на використанні людських та фінансових ресурсів підприємств для вирішення різноманітних проблем за допомогою соціальної відповідальності бізнесу.	Створення додаткових витрат, які мають бути спрямовані на відповідні проекти, може призвести до зменшення чистого прибутку підприємства, що може не збігатися з його основною метою - здобуттям прибутку.
У ситуації, коли ринки насичені і можливості виділитися серед конкурентів обмежені, корпоративна соціальна відповідальність стає найбільш надійним способом досягнення стійкої конкурентної переваги.	У суворій конкурентній боротьбі, де не завжди дотримуються моральних норм, підприємці не завжди приділяють увагу необхідності здійснення соціально відповідальної діяльності.
Тільки підприємства, які демонструють соціально відповідальні підходи до суспільства загалом і до своїх працівників зокрема, можуть бути надійними партнерами та постачальниками.	Співпраця з компаніями, які не відповідають вимогам, вважається неетичною та пов'язаною з додатковими ризиками.
Активності підприємства повинні спрямовуватися не тільки на задоволення потреб платоспроможного споживача, але і на досягнення загального суспільного блага.	Заперечення проти корпоративної соціальної відповідальності з боку бізнесу полягає в твердженні, що соціальною відповідальністю має займатися виключно держава, благодійні та громадські організації, а компанії повинні лише зосереджуватися на заробітку для своїх акціонерів.

## Продовження таблиці 3.2

Активна участь у різноманітних заходах і становлення більш суттєвою частиною життя споживачів дозволяє компанії розвивати та зміцнювати свої відносини з цільовою аудиторією.	Багато представників громадськості переконані, що деякі компанії намагаються покращити свій імідж, витрачаючи певні суми на благодійні проекти, проте це може відбуватися за рахунок набагато більших збитків для суспільства.
Захист навколишнього середовища відзначається червоною лінією в колі обов'язків підприємств.	Більшість компаній намагаються акцентувати розширення або позитивну екологічну інформацію, водночас ухиляючись від негативної, яка може свідчити про загрозу або шкоду навколишньому середовищу.
Для забезпечення раціонального використання ресурсів та підвищення продуктивності праці підприємства мають брати на себе відповідальність за постійну підготовку та перепідготовку управлінського персоналу.	Якщо персонал компанії не відчуває задоволення від ставлення господарів та адміністрації, він може втратити лояльність до фірми, не бажатиме досягати максимального задоволення споживачів, а в надзвичайних ситуаціях навіть буде готовий покинути роботу, що становить серйозний ризик для споживачів та партнерів компанії.
Серед основних складових соціальної відповідальності бізнесу можна виділити підтримку соціально значущих рівнів заробітної плати, забезпечення стабільності заробітної плати та стабільних умов праці в цілому.	У практиці, підприємці, щоб максимізувати прибуток, часто стараються зменшити витрати на виробництво, включаючи витрати на заробітну плату. Можливість зниження рівня заробітної плати зазвичай зростає разом із зростанням рівня безробіття в економіці, що змушує працівників приймати низькі зарплати, боячись втратити робоче місце.
Багато організацій стали зацікавлені у впровадженні програм соціальної відповідальності через зростання громадської обізнаності щодо екологічних та етичних питань, а також через збільшення тиску з боку організованих груп активістів.	Підприємствам часто не вистачає досвіду у вирішенні соціальних проблем, що призводить до необхідності здійснення додаткової звітності в цій сфері.

Джерело: [50], [51].

Підходи до розв'язання проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу полягають у необхідності співпраці всіх зацікавлених сторін, таких як держава, бізнес та суспільство в цілому. Зараз довіра споживачів до компаній, що заявляють про свою соціальну відповідальність, переважно знаходиться на низькому рівні, що має серйозні наслідки. Важливість діяльності підприємств на засадах соціальної відповідальності не піддається сумніву, проте економічний

і соціальний прогрес залежать від розвиненості етики і моралі не лише у бізнес-середовищі, але й у суспільстві в цілому.

Основними перешкодами для українських підприємств у впровадженні програм або заходів з соціальної відповідальності є обмежені фінансові ресурси, високий податковий тиск та недоліки в нормативно-правовій базі, яка б допомагала сприяти реалізації соціальної відповідальності. У країнах, де держава активно підтримує та регулює всі аспекти соціальної відповідальності, ця сфера діяльності стає більш життєздатним інститутом.

Аналіз досвіду інших країн у сфері регулювання соціально-відповідальної діяльності дозволяє ідентифікувати ефективні інструменти, які можна успішно впровадити у вітчизняній практиці. Для досягнення найкращого результату необхідно вивчати досвід провідних країн світу у сфері державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу..

### **3.3 Розробка програми розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств**

У контексті військового стану в Україні, багато громадян, особливо соціально вразливі групи населення, знаходяться в складних життєвих обставинах, тому ця програма спрямована на надання допомоги та підтримки тим, хто особливо потребує у соціальній інтеграції та психологічній підтримці. На основі аналізу трьох готелів, буде розроблена програма для зміцнення соціальної відповідальності в їхній діяльності.

#### **Готель «VitaPark Поляна»:**

**Мета:** Сприяти фізичному та психічному відновленню соціально вразливих груп через активний відпочинок на природі.

**Обґрунтування:** Багато громадян потребують відпочинку та відсутність стресових ситуацій в умовах війни. Програма допоможе покращити їхнє здоров'я та загальний стан благополуччя.

Готель «VitaPark Поляна» є ідеальним місцем для реалізації програми, спрямованої на фізичне та психічне відновлення соціально вразливих груп. Розташований в живописному районі Карпат, цей готель пропонує унікальну можливість відпочивати в природному середовищі, що сприяє відновленню та релаксації.

Основні переваги та можливості готелю «VitaPark Поляна» для реалізації програми:

1. **Природне оточення:** Розташований в Карпатах, готель оточений гірськими лісами та чистим повітрям, що створює ідеальні умови для відновлення та відпочинку.
2. **Інфраструктура для активного відпочинку:** Готель пропонує широкий спектр активностей, таких як піший туризм, гірські прогулянки, верхова їзда, термальні басейни та інші види розваг, спрямованих на покращення фізичного стану та психічного благополуччя.
3. **Сучасні медичні послуги:** Готель може надавати сучасні медичні послуги для фізичного відновлення, а також психологічну підтримку через спеціалізовані консультації та програми.
4. **Спеціалізовані програми:** Розробка індивідуальних та групових програм, спрямованих на покращення здоров'я та розумового стану гостей, враховуючи їхні потреби та можливості.
5. **Соціальні ініціативи:** Готель може взаємодіяти з різними благодійними та соціальними організаціями для надання можливостей відпочинку соціально вразливим групам.
6. **Комфортне проживання:** В готелі є сучасні номери та зручності, що забезпечують комфортне проживання гостей.

Ця програма може значно полегшити перехід соціально вразливих груп до нового етапу життя, надаючи їм необхідні знання та навички для самореалізації та покращення життєвих перспектив у стабільному та сприятливому середовищі.

#### **Готель «Raziotel Київ»:**

**Мета:** Надання можливостей для здобуття нових навичок та професійного розвитку, а також організація майстер-класів для соціально вразливих груп населення.

**Обґрунтування:** У військових умовах, де зберігається високий рівень стресу та нестабільність, важливо надати засоби для самореалізації та покращення життєвих перспектив.

Готель «Raziotel Київ» може виступати в якості ідеального місця для реалізації програми з професійного розвитку та навчання для соціально вразливих груп, а також для проведення майстер-класів. З урахуванням своєї інфраструктури та розташування в столиці, готель може забезпечити відмінні умови для навчання та розвитку.

Основні аспекти, які можуть сприяти реалізації вашої програми:

1. **Навчальні заходи та курси:** Готель може організовувати регулярні навчальні заходи та курси, що дозволяють учасникам отримувати нові навички та розвиватися професійно.
2. **Майстер-класи:** Організація майстер-класів з різних сфер, таких як мистецтво, бізнес та інше, може допомогти учасникам відкривати нові можливості та розвивати творчий потенціал.
3. **Партнерство з експертами:** Готель може встановити партнерські зв'язки з професіоналами та експертами, що дозволить забезпечити якісне навчання та консультації.
4. **Інфраструктура для навчання:** Модерні конференц-зали та бізнес-центр можуть стати ідеальними місцями для проведення навчальних заходів та майстер-класів.

5. **Професійні консультації:** Організація індивідуальних чи групових консультацій з професійних питань може підтримати учасників у розвитку їхньої кар'єри.
6. **Сприяння самореалізації:** Програми та заходи готелю можуть бути спрямовані на підтримку самореалізації та покращення життєвих перспектив учасників.

Ця ініціатива може стати важливим етапом в житті соціально вразливих груп, надаючи їм не лише нові навички, а й можливість розвинути свій потенціал у стабільному та сприятливому середовищі готелю «Raziotel Київ».

#### **Готель «Optima Кам'янець Подільський»:**

**Мета:** Екскурсії по місту Кам'янець-Подільський (історико-культурний туризм).

**Обґрунтування:** Забезпечення можливості для соціальних груп брати участь у культурних заходах та екскурсіях сприятиме їхньому саморозвитку та розширенню кругозору.

Готель «Optima Кам'янець-Подільський» може відмінно впроваджувати програму екскурсій по історичній та культурній спадщині міста. Забезпечення можливості для соціальних груп участі у культурних заходах та екскурсіях має потенціал сприяти їхньому саморозвитку та розширенню кругозору.

Основні аспекти, які можуть бути враховані для успішної реалізації цієї програми:

1. **Історичні та культурні екскурсії:** Організація екскурсій по історичних та культурних пам'ятках міста, таких як Кам'янець-Подільська фортеця, музеї, архітектурні пам'ятки.
2. **Партнерство з місцевими гідами та експертами:** Співпраця з кваліфікованими гідами та істориками, які зможуть надати цікаву та інформативну інтерпретацію історії міста.
3. **Культурні заходи:** Організація участі в культурних заходах, фестивалях, концертах, які допоможуть розширити культурний кругозір учасників.

4. **Участь у майстер-класах:** Влаштування майстер-класів та інтерактивних заходів, що дозволить учасникам більше взаємодіяти з культурою та традиціями міста.
5. **Соціальні проекти:** Розробка спеціальних соціальних проектів, спрямованих на підтримку та розвиток соціальних груп через культурний туризм.
6. **Доступні та комфортні умови:** Забезпечення комфортних умов проживання в готелі «Optima Кам'янець-Подільський» для учасників програми.

Ця ініціатива може стати не лише засобом популяризації історії та культури міста Кам'янець-Подільський, але й важливим інструментом для саморозвитку та розширення світогляду соціальних груп, надаючи їм можливість поглибити знання та взаємодіяти з культурною спадщиною.

Таблиця 3.3

#### Оцінка потенціалу соціальної відповідальності готельних підприємств

Показники	Готель «VitaPark Поляна»	Готель «Raziotel Київ»	Готель «Optima Кам'янець-Подільський»
Захист довкілля	5	4	4
Благодійні акції	5	5	5
Спонсорська допомога	3	5	4
Підтримка соціально-незахищених верств населення	5	4	5
Збереження і розвиток житлово-комунального господарства	5	5	5
Збереження і розвиток пам'яток культури	4	3	5
Соціальні програми для співробітників	4	4	4

Джерело: розроблено автором.

Всі три готелі - «VitaPark Поляна», «Raziotel Київ» та «Optima Кам'янець-Подільський» - виявили певний рівень соціальної відповідальності, проте є деякі відмінності у їхньому підході до різних аспектів.

1. **Захист довкілля:** Готель «VitaPark Поляна» має найвищу оцінку (5), що свідчить про високий рівень захисту довкілля на даному готелі. Готель «Raziotel Київ» та «Optima Кам'янець-Подільський» також показують добрі результати (4), але трошки нижчі порівняно з «VitaPark Поляна».
2. **Благодійні акції та соціальна допомога:** Усі три готелі мають високі бали (5) у цих категоріях, що свідчить про активну участь у благодійних та соціальних ініціативах.
3. **Спонсорська допомога:** Готель «Raziotel Київ» має найвищий бал у цьому показнику (5), вказуючи на високий рівень спонсорської допомоги. Готелі «VitaPark Поляна» та «Optima Кам'янець-Подільський» також мають прийнятні результати (3 та 4 відповідно).
4. **Підтримка соціально-незахищених верств населення:** Готель «VitaPark Поляна» та «Optima Кам'янець-Подільський» отримали максимальні бали (5), що свідчить про високий рівень підтримки соціально-незахищених верств. Готель «Raziotel Київ» також має добрий результат (4).
5. **Збереження і розвиток житлово-комунального господарства:** Усі три готелі демонструють високий рівень (5 балів) збереження та розвитку житлово-комунального господарства.
6. **Збереження і розвиток пам'яток культури:** Готель «Optima Кам'янець-Подільський» виділяється максимальним балом (5) в цьому показнику, свідчачи про його особливу увагу до культурної спадщини. Готелі «VitaPark Поляна» та «Raziotel Київ» також мають прийнятні результати (4 та 3 відповідно).
7. **Збереження і розвиток інфраструктури та культурних об'єктів:** Усі три готелі отримали високі бали (від 4 до 5), що свідчить про їхню активність у збереженні та розвитку житлово-комунальної та культурної спадщини.
8. **Соціальні програми для співробітників:** У всіх готелях оцінки на рівні 4, що свідчить про певний рівень уваги до соціальних програм для своїх співробітників.

Загальна оцінка соціальної відповідальності: Готель «VitaPark Поляна»: 31/35 балів, готель «Raziotel Київ»: 30/35 балів, готель «Optima Кам'янець-Подільський»: 32/35 балів.

Загалом, усі три готелі виявляють високий рівень соціальної відповідальності, з різними акцентами в окремих аспектах. Готель «VitaPark Поляна» вирізняється в захисті довкілля, тоді як «Raziotel Київ» відзначається у спонсорській допомозі. «Optima Кам'янець-Подільський» виявляє високий інтерес до підтримки соціально-незахищених верств населення та збереження культурних об'єктів.

Далі розглянемо етапи реалізації програми розвитку соціальної відповідальності у діяльності готельних підприємств у вигляді таблиці (табл.3.4).

Таблиця 3.4

**Етапи реалізації програми розвитку соціальної відповідальності в діяльності готельних підприємств**

Етапи реалізації	Готель «VitaPark Поляна»	Готель «Raziotel Київ»	Готель «Optima Кам'янець-Подільський»
<b>1. Визначення соціальних верств населення:</b>	- Визначити критерії соціальної потреби.	- Визначити сфери інтересів соціальних верств.	- Визначити історико-культурні та освітні потреби.
<b>2. Розробка механізму участі:</b>	- Створити систему реєстрації та перевірки статусу учасника.	- Розробити план реєстрації та участі у майстер-класах.	- Визначити процес реєстрації для екскурсій та туризму.
<b>3. Забезпечення ресурсів:</b>	- Пошук благодійних та спонсорських джерел для підтримки програми.	- Встановлення партнерств з майстерами та підприємствами для надання ресурсів.	- Співпраця з місцевими підприємствами та туристичними агентствами.
<b>4. Розробка програми активностей:</b>	- Розробка активного відпочинку на природі з акцентом на здоров'я та пригоди.	- Підготовка різноманітних майстер-класів та освітніх заходів.	- Створення програм екскурсій з історико-культурним підґрунтям.
<b>5. Реклама та інформування:</b>	- Провести масштабну рекламну кампанію націлену на соціальні групи.	- Розробка рекламних матеріалів та партнерська зв'язок для максимальної участі.	- Публікація інформації про екскурсії та туризм в місцевих ЗМІ.

## Продовження таблиці 3.4

<b>6. Впровадження програми:</b>	- Запуск програми активного відпочинку на природі.	- Початок проведення майстер-класів та освітніх заходів.	- Проведення перших екскурсій та подальша реалізація.
<b>7. Взаємодія з благодійниками:</b>	- Встановлення зв'язків із благодійними організаціями для додаткової підтримки.	- Залучення благодійників для надання матеріалів та можливостей.	- Співпраця з благодійними фондами для розвитку соціальних ініціатив.
<b>8. Моніторинг та звітність:</b>	- Створення системи моніторингу задоволеності та результатів.	- Здійснення регулярного обліку учасників та звітності за майстер-класами.	- Здійснення аналізу відгуків та створення щоквартальних звітів.

Джерело: розроблено автором.

Ця таблиця визначає ключові етапи та заходи для впровадження програми розвитку соціальної відповідальності для готелів «VitaPark Поляна», «Raziotel Київ» та «Optima Кам'янець Подільський».

Всі три готелі - «VitaPark Поляна», «Raziotel Київ» та «Optima Кам'янець-Подільський» - виявили високий рівень соціальної відповідальності, що відображається у їхній діяльності з захисту довкілля, благодійних акцій, спонсорської допомоги, підтримки соціально-незахищених верств населення, збереження і розвитку житлово-комунального господарства та пам'яток культури, а також у впровадженні соціальних програм для співробітників.

Аналіз таблиці 3.4 показує, що готелі визнають важливість реалізації програм розвитку соціальної відповідальності через систематичні етапи, включаючи визначення соціальних потребностей, розробку механізму участі, забезпечення ресурсів, розробку програм активностей, рекламу та інформування, впровадження програми, взаємодію з благодійниками та моніторинг звітності. Це свідчить про систематичний підхід до впровадження соціально відповідальних ініціатив.

Зазначені різноманітні заходи вказують на комплексний підхід готелів до розвитку соціальної відповідальності, що охоплює різні аспекти, включаючи екологічні та соціальні питання, розвиток місцевої спільноти та допомогу

соціально-незахищеним верствам населення. Такий підхід може сприяти позитивному впливу на середовище та суспільство, сприяючи сталому розвитку та підвищенню рівня соціальної відповідальності готельних підприємств.

### **Висновки до розділу 3**

У третьому розділі було аналізовано механізми організаційно-економічного розвитку соціальної відповідальності в готельних підприємствах. Застосування цих механізмів може значно поліпшити імідж підприємства та його взаємодію з різними зацікавленими сторонами. Інтеграція таких механізмів дозволяє готелям активно впроваджувати соціальні та екологічні ініціативи, підвищуючи рівень соціальної відповідальності та сприяючи сталому розвитку спільноти.

Ці механізми включають в себе створення внутрішньої культури, розробку стратегій, співпрацю зі зацікавленими сторонами, регулярний моніторинг та фінансову підтримку.

Також були виявлені проблеми, що гальмують розвиток соціальної відповідальності в Україні. Зазначено, що основною перешкодою для українських підприємств у впровадженні програм або заходів із соціальної відповідальності є обмежені фінансові ресурси, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, спрямованої на підтримку реалізації соціальної відповідальності. Досвід зарубіжних країн у регулюванні соціально-відповідальної діяльності може слугувати прикладом для впровадження ефективних інструментів у вітчизняній практиці. Вивчення досвіду провідних країн світу в цьому напрямку є важливим для досягнення кращих результатів у державному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу.

Крім того, була розроблена програма розвитку соціальної відповідальності для готельних підприємств, включаючи програми для кожного готелю та етапи їх реалізації.

## **РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

### **4.1 Економічне обґрунтування програм КСВ для готелів мережі Optima Hotels and Resorts**

Організація програми буде відбуватися через партнерство між готелем «VitaPark Поляна» і соціальними організаціями, що спеціалізуються на роботі з соціально вразливими групами населення. Програма буде розроблена спільно з фахівцями з медицини, психології та соціальної роботи для забезпечення комплексного підходу до потреб учасників.

Цільова аудиторія програми - це соціально вразливі групи населення, такі як ветерани, люди з обмеженими можливостями, постраждалі внаслідок війни та інші категорії громадян, які опинилися в складних життєвих обставинах через військовий стан в Україні.

Така програма спрямована на покращення якості життя соціально вразливих груп та сприяння їхній соціальній інтеграції та психологічній стабільності в умовах військового стану.

Ця програма може бути фінансована за рахунок кількох джерел:

1. Готель «VitaPark Поляна»: готель може внести власний внесок у фінансування програми, враховуючи її соціальну значущість та внесок у покращення життя соціально вразливих груп. Це може включати знижені тарифи за проживання, харчування та інші послуги.
2. Благодійники та донори: привертання уваги благодійників та донорів, які поділяють цільові принципи та готові фінансово підтримати програму. Це може бути як індивідуальні благодійники, так і корпоративні організації, що прагнуть внести внесок у соціально відповідальні ініціативи.

3. Гранти та спонсори: пошук можливостей отримання грантів від міжнародних та національних організацій, які підтримують соціальні проекти. Спонсори також можуть фінансувати окремі аспекти програми або підтримувати її в цілому.
4. Участь у соціальних програмах: готель може скористатися можливістю участі в програмах соціальної відповідальності від державних та місцевих органів, отримуючи підтримку чи фінансові заохочення.
5. Співпраця з іншими організаціями: можлива співпраця з іншими готелями, організаціями та підприємствами, які також зацікавлені в соціальних ініціативах. Спільні сили можуть призвести до більш ефективного впливу та ресурсного використання.

Благодійний Фонд «PEREMOGA» - благодійна організація, що об'єднує людей, бізнеси та кожного небайдужого для створення проектів майбутнього України, допомагає ЗСУ та постраждалим від війни.

**Партнерство між готелем та благодійним фондом «PEREMOGA» для програми соціальної підтримки.** Готель «VitaPark Поляна» та Благодійний Фонд «PEREMOGA» укладають стратегічне партнерство з метою реалізації програми соціальної підтримки для соціально вразливих груп населення в умовах військового стану в Україні.

**Умови партнерства:**

1. **Проживання:** Готель «VitaPark Поляна» зобов'язується надавати проживання для учасників програми безкоштовно. Вартість проживання буде повністю відшкодована готелем.
2. **Активності та розваги:** Благодійний Фонд «PEREMOGA» бере на себе фінансування активностей та розваг для учасників програми. Це включає в себе піший туризм, гірські прогулянки, верхову їзду, термальні басейни та інші види розваг, спрямованих на фізичне та психологічне відновлення.
3. **Медичні та психологічні послуги:** Благодійний фонд «PEREMOGA» також буде оплачувати вартість медичних та психологічних послуг для

учасників програми, забезпечуючи їм необхідну підтримку та консультації.

4. **Бартерна реклама та інформування:** Готель та фонд обмінюватимуться взаємовигідними послугами. Готель приймає гостей в рамках програми, а благодійний фонд «PEREMOGA» виділяє кошти та забезпечує розповсюдження інформації про готель серед своїх спільнот, партнерів та учасників програм.

Мета Партнерства: створення стабільного та ефективного механізму допомоги соціально вразливим групам населення шляхом надання необхідного відпочинку, активностей та медичної підтримки в умовах військових подій.

Це партнерство спрямоване на покращення якості життя та соціальної інтеграції тих, хто особливо потребує допомоги в умовах складних обставин.

Переваги, які можна отримати від реалізації цієї програми, включають:

1. Покращення образу готелю: готель отримає позитивний імідж та репутацію як соціально відповідальний бізнес, що може привести до більшої популярності серед гостей та клієнтів.
2. Залучення клієнтів: привертання нових клієнтів, які важливість соціальних ініціатив вважають важливою при виборі місця для відпочинку.
3. Позитивний вплив на громадськість: активна участь у соціальних програмах сприяє позитивному впливу на громадськість та сприяє формуванню соціально відповідального іміджу.
4. Залучення партнерів та інвесторів: можливість привертання інвесторів, які підтримують соціально відповідальні проекти.
5. Покращення корпоративної культури: залучення персоналу готелю до участі в соціальних програмах може позитивно вплинути на корпоративну культуру та командний дух.

Ця програма створить вигідне взаємодії для всіх сторін - готелю, соціальних організацій, учасників та громади в цілому.

Програма включатиме проживання у готелі «VitaPark Поляна» протягом 4 ночей – 5 днів. Учасники програми матимуть можливість користуватися різними категоріями номерів готелю, такими як «Класик», «Стандарт», «Суперіор», «Люкс» та «Люкс Мансардний». Кожна категорія номера має свою вартість проживання зі сніданком, яка враховується у загальній вартості програми. Протягом цих 4 ночей учасники отримають можливість не лише насолоджуватися комфортним проживанням, але й брати участь у різноманітних активностях та програмах, спрямованих на покращення фізичного та психічного благополуччя. Програма на 5 днів у готелі «VitaPark Поляна» спрямована на забезпечення повного відновлення та підтримки соціально вразливих груп населення в умовах військового стану в Україні. Протягом цього періоду учасники програми матимуть можливість взяти участь у різноманітних активностях, спеціально розроблених для покращення їхнього фізичного та психічного стану.

**День 1: Прибуття та ознайомлення:**

- прибуття учасників та розміщення в обраному номері;
- зустріч із координатором програми та ознайомлення зі структурою готелю;
- легкий вечірній відпочинок та обговорення програми наступних днів.

**День 2-4: Активний відпочинок та реабілітація:**

- сніданок у ресторані готелю;
- участь у групових та індивідуальних заняттях з фізичної реабілітації;
- екскурсії та гірські прогулянки в живописних місцях Карпат;
- відвідування термальних басейнів та релаксаційних процедур для підтримки фізичного відновлення.

**День 5: Заключний день та оцінка програми:**

- послідовний сніданок та обговорення вражень та результатів програми;
- організація консультацій з психологами та фахівцями для індивідуального підтримки;
- заключний вечір з музичними та розважальними заходами;
- виписка та прощання з учасниками.

Програма розроблена для забезпечення комплексної підтримки та реабілітації учасників, надаючи їм можливість відновити фізичне і психічне здоров'я в природному та сприятливому середовищі готелю.

Таблиця 4.1

### План заїздів груп у готель «VitaPark Поляна»

№	Місяць	Дата	Тривалість, ночей	Група, осіб
1.	Лютий	10.02-14.02	4	10
2.	Березень	15.03-19.03	4	10
3.	Жовтень	05.10-09.10	4	10
4.	Листопад	20.11-24.11	4	10

Джерело: розроблено автором.

Цей план заїздів створений для забезпечення учасників програми регулярними можливостями відпочинку та розвитку протягом року.

Для наближеного розрахунку вартості програми для 10 осіб, базуючись на вартості проживання у готелі «VitaPark Поляна», спочатку розглянемо структуру номерного фонду та його вартість (див. табл. 2.2, розділ 2). Готель надає номери категорії «Стандарт» з обслуговуванням сніданком за ціною 1995 грн. за номер на дві особи.

Якщо вартість проживання на дві особи за ніч складає 1995 грн., а програма передбачає групу з 10 осіб, то загальна вартість проживання для 10 осіб буде: 1995 грн. \* 5 номерів = 9975 грн. за 1 ніч для 10 людей.

Тепер розрахуємо вартість програми на 5 днів (4 ночі): 9975 грн. \* 4 ночі = 39900 грн. для 10 осіб на 5 днів.

Якщо програма проводиться 4 рази на рік, то розрахуємо витрати готелю за рік: 39900 грн. \* 4 заїзди = 159,6 тис. грн/рік.

Отже, витрати готелю за рік становитимуть **159,6 тис. грн.**

Тепер на основі таблиць 2.4 та 2.5 (див. розділ 2), розрахуємо чистий фінансовий результат та рентабельність, додавши витрати на реалізацію цієї програми. Для прогнозу можна використовувати тенденції та відхилення з попередніх років.

Відповідно до тенденцій зростання показників для готелю «VitaPark Поляна» це представлено в останньому стовпчику таблиці 4.2.

Таблиця 4.2

**Аналіз прогнозних економічних показників діяльності готелю  
«VitaPark Поляна»**

№ з/п	Показники	Попередній рік	Прогнозний рік	Відхилення	
				Абсолютне (+ -)	Відносне (%)
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	19108,6	22548,1	3439,5	18
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	10509,7	13596,7	3087,0	32,4
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	55	60,3	5,3	9,6
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	8598,9	8951,4	352,5	4,1
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	1719,8	2029,4	309,6	18
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	1624,2	1916,6	292,4	18
7.	Витрати на збут, тис.грн.	2293,0	2705,7	412,7	17,9
8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	955,4	1126,4	171,0	17,9
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	5446,1	5232,1	-214	-3,9
10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0
14.	Інші витрати	382,2	450,6	68,4	17,9
<b>15.</b>	<b>Витрати на реалізацію програми КСВ, тис.грн.</b>	<b>0</b>	<b>159,6</b>	<b>159,6</b>	<b>100</b>
16.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	5063,9	4621,9	-442	-8,7
17.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	911,5	831,9	-79,6	-8,7
18.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	4152,4	3790,0	-362,4	-8,7

Джерело: розроблено автором.

Незважаючи на виявлені відхилення та зміни в економічних показниках, готель «VitaPark Поляна» залишається прибутковим підприємством, а фінансовий результат готелю змінився не радикально.

Впровадження цієї програми може бути ефективним з точки зору розвитку готельного бізнесу. Програма привертає нову аудиторію та викликає інтерес серед клієнтів, що може призвести до збільшення загального обороту та підвищення попиту на послуги готелю.

Залишаючись прибутковим, готель може збільшити свою соціальну відповідальність та позитивно вплинути на громаду. Програма сприяє створенню приємного середовища для гостей, а також надає можливість готелю взаємодіяти з благодійними організаціями та співпрацювати на користь соціально вразливих груп.

Таблиця 4.3

#### Показники оцінки прогнозного фінансового стану підприємства

Показники	Попередній рік	Прогнозний рік	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	81,8	64,3	-17,5	-21,4
2. Рентабельність валового прибутку, %	45,0	39,7	-5,3	-11,8

Джерело: розроблено автором.

Зміни, виявлені в показниках прогнозного фінансового стану підприємства, є незначними і не свідчать про критичне порушення його фінансової стійкості. В ході вивчення економічних показників готелю «VitaPark Поляна» виявлено, що відхилення та зміни у фінансових результатах є невеликими. Однак, не зважаючи на це, варто визначити значні нематеріальні переваги впровадження програми соціальної інтеграції.

- Збільшення клієнтської бази:** Участь у програмі соціальної інтеграції може привернути нових клієнтів, які будуть зацікавлені відпочинком у готелі. Позитивний досвід соціально відповідальної діяльності готелю може стати важливим фактором вибору для майбутніх гостей.

2. **Позитивна репутація:** Участь у програмі, спрямованій на соціальну інтеграцію, може підвищити репутацію готелю та його образ в очах громадськості. Позитивна публічність може призвести до збільшення попиту на послуги готелю в майбутньому.
3. **Співпраця з благодійним фондом:** Готель може вигідно використовувати рекламу та інформаційну підтримку, отримуючи їх від БФ «PEREMOGA». Це може привести до нових можливостей для готелю у сфері благодійності та співпраці з іншими соціальними організаціями.
4. **Диференціація послуг:** Готель може виділитися серед конкурентів як заклад, що дбає про соціальні потреби громади. Це може бути важливим фактором вибору для гостей, які прагнуть підтримувати підприємства з високим рівнем соціальної відповідальності.

Отже, навіть при невеликих фінансових змінах, готель може отримати значні переваги у вигляді покращення репутації, збільшення клієнтської бази та розвитку нових можливостей співпраці, впроваджуючи принципи соціальної відповідальності.

Програма соціальної інтеграції та психологічної підтримки у готелі «VitaPark Поляна» спрямована на надання допомоги соціально вразливим групам населення в умовах військового стану в Україні. Реалізація програми передбачає п'ятиденний відпочинок у природному середовищі Карпат, забезпечуючи учасникам не лише комфортне проживання в різних категоріях номерів, але й широкий спектр активностей для покращення фізичного та психічного стану. Фінансову підтримку для програми надає благодійний фонд «PEREMOGA», який бере на себе витрати на активності, розваги, медичні та психологічні послуги. Готель і фонд встановлюють партнерські відносини, де готель отримує підтримку у формі реклами та інформування, а фонд – можливість сприяти соціальній інтеграції та психологічній підтримці. Такий бартерний обмін покращить якість послуг та забезпечить належну підтримку соціально вразливим групам населення.

Готель «Raziotel Київ» має потенціал стати центром для соціально вразливих груп населення, де їм надається можливість здобуття нових навичок та професійного розвитку. Існують кілька чинників, які сприяють успішній реалізації програми:

1. Навчальні заходи та курси: готель може регулярно проводити навчальні заходи та курси, що дозволяють учасникам отримувати нові навички та підвищувати свій професійний рівень.
2. Майстер-класи: організація майстер-класів з різних сфер життя, таких як мистецтво, бізнес, може допомагати учасникам відкривати нові можливості та розвивати творчий потенціал.
3. Партнерство з експертами: установа партнерських зв'язків з професіоналами та експертами дозволить забезпечити якісне навчання та консультації.
4. Інфраструктура для навчання: модерні конференц-зали та бізнес-центр готелю можуть стати ідеальними місцями для проведення навчальних заходів та майстер-класів.
5. Професійні консультації: організація індивідуальних чи групових консультацій з професійних питань допоможе учасникам у розвитку їхньої кар'єри.
6. Сприяння самореалізації: програми та заходи готелю можуть бути спрямовані на підтримку самореалізації та покращення життєвих перспектив учасників.

Ця ініціатива може не лише надавати соціально вразливим групам можливості для освіти та розвитку, але і створювати сприятливе та підтримуюче середовище для їхнього професійного зростання та самореалізації. **Переваги від реалізації цієї програми включають:**

1. Корпоративна відповідальність: позитивний вплив на репутацію готелю через участь у соціальних ініціативах та підтримку соціально вразливих груп.

2. Підвищення престижу готелю: створення позитивного іміджу як соціально відповідальної компанії.
3. Партнерство з експертами та професіоналами: змога привернути висококваліфікованих експертів та інструкторів для підтримки програми.
4. Залучення нових клієнтів: привертання уваги публіки та покупців, які підтримують соціальні ініціативи.
5. Збереження та розвиток робочої сили: підвищення рівня професійної кваліфікації та розвиток потенціалу робочої сили.
6. Взаємодія з громадою: посилення зв'язків з місцевою громадою та взаємодія з різними соціальними групами.

Загальною метою є створення стабільної та взаємовигідної програми, яка приносить користь як соціально вразливим групам, так і готелю «Raziotel Київ». Готель «Raziotel Київ» активно співпрацюватиме з благодійними фондами, включаючи Київську міську спілку ветеранів АТО та Київ Мілітарі Хаб, з метою забезпечення соціальної підтримки та захисту учасників бойових дій та членів їх сімей. Співпраця передбачатиме низку ініціатив та заходів, спрямованих на поліпшення якості життя та соціальної інтеграції цих груп. Основні аспекти співпраці включають:

1. Навчання та професійний розвиток: Організація навчальних курсів та майстер-класів для учасників бойових дій та їх родин з метою покращення їхніх професійних навичок та розвитку нових, залучення експертів для проведення тренінгів та консультацій з питань кар'єрного росту.
2. Медична та психологічна підтримка: Надання можливості для учасників військових конфліктів отримати якісні медичні та психологічні консультації в рамках спеціально організованих заходів.
3. Сприяння трудовій інтеграції: Взаємодія з готелем для надання можливостей працевлаштування ветеранам та членам їх сімей.
4. Спільні благодійні заходи: Організація благодійних заходів, які будуть спільними зусиллями готелю та благодійних фондів для збору коштів на реалізацію соціальних проектів.

5. Сприяння доступу до освіти: Підтримка програм, спрямованих на забезпечення доступу учасників бойових дій та їхніх дітей до якісної освіти.

Ця співпраця вигідна для обох сторін, забезпечуючи соціальну відповідальність готелю та допомагаючи ветеранам та іншим учасникам бойових дій отримати необхідну підтримку для виходу на шлях соціальної адаптації та самореалізації. Готель зможе отримати значні переваги від участі в цій благодійній програмі, співпраці з благодійними фондами, та наданням конференц-залів для соціально вразливих груп. Основні переваги включають:

1. Позитивний імідж та репутація: Участь в благодійних програмах сприяє позитивному відображенню готелю в очах громадськості та клієнтів. Це підвищує репутацію бренду та створює позитивний імідж.
2. Корпоративна відповідальність: Залучення у благодійні ініціативи свідчить про соціальну відповідальність вашої компанії та готовність допомагати тим, хто цього потребує.
3. Підтримка місцевої спільноти: Активна участь у програмах для соціально вразливих груп сприяє розвитку позитивних взаємовідносин із місцевою спільнотою та зміцнює зв'язок з місцевими організаціями.
4. Привабливість для клієнтів та партнерів: Бізнеси, які активно займаються благодійністю, зазвичай привертають увагу покупців та партнерів, які підтримують схожі цінності.
5. Створення партнерств: Співпраця з благодійними фондами може вивести готель на новий рівень співпраці та взаємодії з різними сферами громадського життя.
6. Взаємовигідні відносини з учасниками програми: Готель може отримати позитивний фідбек та вдячність від учасників програми, які отримають можливості для професійного розвитку та соціальної підтримки.
7. Публічність та медіа-покриття: Участь у благодійних заходах може призвести до збільшення медіа-покриття та виведення готелю у новини як компанії, яка активно приймає участь у справах громадського інтересу.

Загалом, така соціально відповідальна ініціатива може стати суттєвим елементом розвитку бізнесу, створюючи сприятливі умови для успішної діяльності та взаємовигідного співробітництва. Ось кілька варіантів програм для соціально вразливих груп, розрахованих на декілька днів:

Таблиця 4.4

**Варіанти програм впровадження соціальної відповідальності в готелі  
«Raziotel Київ»**

День	Варіант 1: Тренінг особистісного розвитку	Варіант 2: Творчий розвиток	Варіант 3: Професійний розвиток та трудова інтеграція
1	Ранкова зарядка та медитація: заняття з фізичною активністю та практика медитації для зняття стресу.	Творчий майстер-клас «Арт-терапія»: вивчення основ живопису та власне створення картин.	Навчальний семінар «Основи бізнесу та підприємництва»: лекції та практичні вправи для ознайомлення з підприємницькою діяльністю.
	Майстер-клас «Основи саморозвитку»: тренінг з розвитку особистісних якостей та постановки цілей.	Соціальна гра «Командо-будівництво»: групова діяльність для сприяння командній роботі та взаєморозумінню.	Консультації з кар'єрним розвитком: індивідуальні консультації та підтримка в плануванні кар'єри.
2	Навчальний семінар «Фінансова грамотність»: лекції та вправи для навчання основам фінансового планування та управління бюджетом.	Майстер-клас «Музична терапія»: вивчення основ музики та практика музичної терапії.	Семінар «Основи робочого процесу та командної роботи»: навчання ключовим аспектам роботи в команді та основам ефективного спілкування на роботі.
	Групові дискусії та психологічна підтримка: обговорення та висловлення думок на теми саморозвитку та подолання життєвих труднощів.	Театралізована вистава «Історії надії»: вистава, створена учасниками за два дні, що відображає їхні історії та надії.	Робочі групи та стажування: формування груп для спільних проєктів та можливість стажування в обраній сфері.

Джерело: розроблено автором.

Заїзди відбудуться раз на три місяці, а учасники матимуть можливість обрати програму, що відповідає їхнім потребам. Дати заїзду для кожної програми такі:

- Січень: 10-11 січня
- Квітень: 5-6 квітня

- Липень: 15-16 липня
- Жовтень: 10-11 жовтня

Учасники будуть мати можливість обрати будь-яку із цих програм, враховуючи свої плани та переваги, також вони будуть мати можливість залишитись в готелі на ніч, щоб зручно взяти участь у програмі. Також буде надана альтернатива для місцевих учасників, які можуть взяти участь в програмі без проживання в готелі. Такий гнучкий підхід дозволить учасникам вибрати варіант, який найкраще відповідає їхнім потребам та обставинам. Кожна програма спрямована на надання корисних знань, розвитку навичок та підтримки соціально вразливих груп у різних аспектах їхнього життя. Кожна програма відкрита для участі максимум 20 учасників. У кожній програмі можуть брати участь до 20 учасників. Це розмір групи, який забезпечить ефективну взаємодію, сприятиме активному обговоренню та створить сприятливу атмосферу для здобуття нових знань та вражень. Такий розмір групи створить динамічну та захоплюючу обстановку для спілкування та обміну думками.

З метою сприяння реалізації програми для соціально вразливих груп населення, готель надаватиме конференц-зали для проведення навчальних заходів, майстер-класів та інших подій, пов'язаних з підтримкою ветеранів та учасників бойових дій. Конференц сервіс готелю може запропонувати корпоративним клієнтам два просторих конференц-зали місткістю до 70 та 40 чоловік. Зали оснащені сучасним мультимедійним обладнанням для проведення ділових подій, можливі різні схеми розміщення меблів. Фінансування програми, включаючи витрати на проведення тренінгів, консультацій, благодійних заходів та інших необхідних заходів, буде забезпечено благодійним фондом.

Для розрахунку витрат на реалізацію «Програми 1» - (без проживання в готелі) ми врахуємо наступні витрати:

1. **Конференц-сервіс у залі «РАЦІО»:**
  - Вартість: 6900 грн.
2. **Харчування (ланч) для 20 осіб:**

- Вартість: 3000 грн.

Таким чином, загальні витрати на конференційний сервіс та харчування складуть **9900 грн.**

Тривалість заходів буде 5 годин, що дозволить ефективно використовувати час та забезпечить насиченість програми для учасників.

При врахуванні проживання на 1 ніч та урахуванні кількості учасників (максимум 20), розподілу за типами номерів «Класик» та конкретного розміщення, де заселення відбувається в 6 номерах по одному та в 7 номерах по двоє, розрахунок витрат для «Програми 2» буде наступним:

**1. Проживання в номерах «Класик»:**

- Заселення в 6 одномісних номерах та заселення в 7 двомісних номерах (14 учасників) становитиме 24853 грн.

**2. Конференц-сервіс у залі «РАЦІО»:**

- Вартість: 6900 грн.

**3. Харчування (ланч) для 20 осіб:**

- Вартість: 3000 грн.

Таким чином, загальні витрати на програму з проживанням можуть скласти **34753 грн**, залежно від кількості учасників.

Такий підхід сприяє зміцненню партнерських відносин між готелем та благодійним фондом, а також допомагає ефективно використовувати ресурси для реалізації спільних соціальних цілей. Разом із тим, готель може враховувати можливості співпраці із спонсорами та іншими партнерами для покриття витрат на конкретні заходи та проекти. Тепер на основі таблиць 2.8 та 2.9 (розділ 2), здійснимо аналіз прогнозованих економічних показників для трьох варіантів: перший – без врахування витрат на впровадження програми КСВ, другий - з урахуванням витрат, включаючи оренду конференц-залу, і третій - з урахуванням витрат, які включають проживання та оренду конференц-залу. Для прогнозу можна використовувати тенденції та відхилення з попередніх років. Відповідно до тенденцій зростання показників для готелю «Raziotel Київ» це представлено в таблиці 4.5.

Таблиця 4.5

**Аналіз прогнозних економічних показників діяльності готелю  
«Raziotel Київ»**

№ з/п	Показники	2022	Відносне відхилення	Прогнозний рік	Програма 1	Програма 2
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	13256,4	-22,6	10260,4	10260,4	10260,4
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9544,6	-20,6	7580,5	7580,5	7580,5
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	72	2,8	74	74	74
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	3711,8	-27,8	2679,9	2679,9	2679,9
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	1060,5	-31,2	729,6	729,6	729,6
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	994,2	-31,7	679,0	679,0	679,0
7.	Витрати на збут, тис.грн.	1590,8	-22,6	1231,3	1231,3	1231,3
8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	795,4	-7,2	738,1	738,1	738,1
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	1391,9	-45,3	761,1	761,1	761,1
10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0	0
14.	Інші витрати	397,7	16,0	461,3	461,3	461,3
15.	<b>Витрати на реалізацію програми КСВ, тис. грн.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9,9</b>	<b>34,8</b>
16.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	994,2	-69,9	299,8	289,9	265,0

## Продовження таблиці 4.5

17.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	178,9	-69,8	54,0	52,2	47,7
18.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	815,3	-69,9	245,8	237,7	217,3

Джерело: розроблено автором.

Отже, навіть без реалізації програми КСВ, очікувані показники на наступний рік прогноуються меншими, ніж у 2022 році. Це може свідчити про труднощі в реалізації готельних послуг, обумовлені початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну та спадом кількості туристів.

Таким чином, впровадження програми, ймовірно, не суттєво змінить фінансовий стан підприємства у найближчому майбутньому. Проте в подальшому ця програма може позитивно вплинути на фінансові показники завдяки впровадженню принципів соціальної відповідальності на підприємстві.

Таблиця 4.6

### Показники оцінки прогнозного фінансового стану підприємства

Показники	Попередній рік	Прогнозний рік	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	38,9	35,3	-3,6	-9,2
2. Рентабельність валового прибутку, %	28,0	26,1	-1,9	-6,8

Джерело: розроблено автором.

Загальний висновок щодо розробленої програми для соціально вразливих груп в контексті готелю «Raziotel Київ» свідчить про важливість та потенційні переваги цієї ініціативи. Програма спрямована на підтримку учасників бойових дій та інших соціально вразливих груп, надаючи їм можливості для освіти, професійного розвитку та психологічної підтримки.

### Висновки:

1. Співпраця з благодійними фондами: готель планує встановити партнерство з благодійними організаціями, такими як Київська міська

спілка ветеранів АТО та Київ Мілітарі Хаб, що надає можливості для залучення фінансування та експертної підтримки.

2. Концепція «Соціальний готель»: програма реалізує концепцію «Соціальний готель», де готель виступає не лише як приміщення для проживання, але й як місце, що допомагає соціально вразливим групам знаходити нові можливості та реалізовувати свій потенціал.
3. Диверсифікація доходів готелю: програма надає можливості для додаткових доходів готелю через користування конференц-залами для заходів, співпрацю з учасниками програми та їхніми супровідними особами.
4. Окупність та позитивний імідж: готель може очікувати окупність через приваблення нових клієнтів, залучення спонсорів та інвесторів, а також позитивне відображення в ЗМІ та громадськості.
5. Підтримка соціальної відповідальності: участь у такій програмі дозволяє готелю виконувати соціальну відповідальність та активно сприяти соціальному розвитку та покращенню життя соціально вразливих груп.

Узагальнюючи, програма для соціально вразливих груп в готелі «Raziotel Київ» може стати важливим кроком для реалізації соціальних цілей та забезпечення взаємовигідної співпраці між готелем, благодійними організаціями та соціально вразливими групами.

Готель «Optima Кам'янець-Подільський» вже встановив плідну співпрацю з благодійним фондом, таким як «Центр допомоги кам'янчанам учасникам АТО». За допомогою цієї партнерської ініціативи готель має намір розширити свою програму та надати можливість соціально вразливим групам населення брати участь у культурних заходах та екскурсіях по історичному та культурному надбанню міста Кам'янець-Подільський.

Цільова аудиторія даної програми - соціально вразливі групи населення, зокрема учасники Антитерористичної операції (АТО). Готель буде забезпечувати проживання, в той час як благодійний фонд буде відповідальний

за організацію та фінансування культурних заходів, екскурсій, майстер-класів, та інших активностей для учасників програми.

У контексті військового стану в Україні, ця ініціатива має велике значення, оскільки вона не лише сприяє популяризації історії та культури міста, але й слугує важливим інструментом для саморозвитку та розширення світогляду учасників програми. Основні аспекти програми включають організацію історичних та культурних екскурсій, партнерство з місцевими гідями та експертами, участь у культурних заходах, майстер-класах та соціальних проектах.

**Переваги від впровадження такої програми можуть включати:**

1. Сприяння саморозвитку та розширенню кругозору: забезпечення можливості для соціальних груп взяти участь у культурних заходах та екскурсіях, що сприяє їхньому освітньому та культурному розвитку.
2. Популяризація міста: програма допоможе популяризувати історію та культуру міста Кам'янець-Подільський, залучаючи нових туристів та підвищуючи його туристичний потенціал.
3. Позитивний імідж готелю: готель отримає позитивний імідж як соціально-відповідальний бізнес.
4. Розвиток партнерств: залучення місцевих партнерів та підтримка від громади можуть стати основою для подальшого розвитку партнерств та проектів.
5. Важливий інструмент для соціальної підтримки: програма стане важливим інструментом для підтримки соціально вразливих груп, особливо в умовах військового стану, де соціальна підтримка може бути особливо важливою.

Програма на 5 днів включатиме різноманітні культурні та історичні заходи, що спрямовані на розширення кругозору та саморозвиток учасників. Ось приблизний зразок програми:

**День 1: Ознайомлення з Містом.**

- Розташування в готелі та вітання учасників;

- Знайомство із представниками благодійного фонду;
- Вечірній містичний тур по старому місту.

### **День 2: Історичні Скарби.**

- Екскурсія до Кам'янець-Подільської фортеці та її історії;
- Відвідання музею міста та освітній лекції.

### **День 3: Мистецькі Враження.**

- Участь в майстер-класах з місцевих ремесел;
- Відвідання місцевих художніх галерей та арт-виставок.

### **День 4: Культурні Заходи.**

- Участь у фольклорних та традиційних святах.
- Культурна вечеря із традиційною місцевою кухнею.

### **День 5: Заключний День.**

- Вільний час для особистого відпочинку;
- Заключна церемонія та подяка учасникам програми.

*Таблиця 4.7*

### **План заїздів груп у готель «Optima Кам'янець-Подільський»**

№	Місяць	Дата	Тривалість, ночей	Група, осіб
1.	Квітень	05.04-09.04	4	10
2.	Червень	10.06-14.06	4	10
3.	Жовтень	15.10-19.10	4	10

Джерело: розроблено автором.

Цей план передбачає регулярні заїзди груп по 10 осіб три рази на рік протягом 4 ночей у місяці квітень, червень та жовтень. Такий графік дозволяє максимально використовувати культурні та історичні можливості міста та забезпечити гостям насичений та цікавий візит.

Для наближеного розрахунку вартості програми для 10 осіб, базуючись на вартості проживання у готелі «Optima Кам'янець-Подільський», спочатку розглянемо структуру номерного фонду та його вартість (див. табл. 2.12, розділ 2). Готель надає номери категорії «Стандарт Twin» з обслуговуванням сніданком за ціною 1400 грн. за номер на дві особи.

Якщо вартість проживання на дві особи за ніч складає 1400 грн., а програма передбачає групу з 10 осіб, то загальна вартість проживання для 10 осіб буде: 1400 грн. \* 5 номерів = 7000 грн. за 1 ніч для 10 людей.

Тепер розрахуємо вартість програми на 5 днів (4 ночі): 7000 грн. \* 4 ночі = 28000 грн. для 10 осіб на 5 днів.

Якщо програма проводиться 3 рази на рік, то розрахуємо витрати готелю за рік: 28000 грн. \* 3 заїзди = 84,0 тис. грн/рік.

Отже, витрати готелю за рік становитимуть **84,0 тис. грн.**

Тепер на основі таблиць 2.14 та 2.15 (див. розділ 2), розрахуємо чистий фінансовий результат та рентабельність, додавши витрати на реалізацію цієї програми. Для прогнозу можна використовувати тенденції та відхилення з попередніх років.

Таблиця 4.8

**Аналіз прогнозних економічних показників діяльності готелю «Optima Кам'янець-Подільський»**

№ з/п	Показники	Попередній рік	Прогнозний рік	Відхилення	
				Абсолютне (+ -)	Відносне (%)
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9582,2	9151,0	-431,2	-4,5
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	6995,0	6998,5	3,5	0,05
3.	Собівартість у відсотках до виручки, %	73	77	4	5,5
4.	Валовий прибуток, тис. грн.	2587,2	2152,5	-434,7	-16,8
5.	Інші операційні доходи, тис.грн.	958,2	1016,6	58,4	6,1
6.	Адміністративні витрати, тис.грн.	718,7	605,9	-112,8	-15,7
7.	Витрати на збут, тис.грн.	910,3	688,2	-222	-24,4
8.	Інші операційні витрати, тис.грн.	287,9	165,3	-122,6	-42,6
9.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	1628,5	1709,7	81,2	5,0

## Продовження таблиці 4.8

10.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
11.	Інші фінансові доходи	0	0	0	0
12.	Інші доходи	0	0	0	0
13.	Фінансові витрати	0	0	0	0
14.	Інші витрати	191,6	183,0	-8,6	-4,5
<b>15.</b>	<b>Витрати на реалізацію програми КСВ, тис.грн.</b>	<b>0</b>	<b>84,0</b>	<b>84,0</b>	<b>100</b>
16.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування тис. грн.: прибуток	1436,9	1442,7	5,8	0,4
17.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис.грн.	258,6	259,7	1,1	0,4
18.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.: прибуток	1178,3	1183,0	4,7	0,4

Джерело: розроблено автором.

Після врахування витрат на реалізацію програми КСВ, чистий фінансовий результат прогнозується більшим, ніж у попередньому році. З таблиці видно, що чистий фінансовий результат у попередньому році становив 1178,3 тис. грн., а прогноз на наступний рік після витрат на реалізацію програми КСВ становить 1183,0 тис. грн. Таким чином, прогнозований чистий фінансовий результат зросте на 4,7 тис. грн. або 0,4% порівняно з попереднім роком.

Так, це може бути позитивним сигналом для готелю. Додаткові витрати на реалізацію програми КСВ можуть виявитися інвестицією у приваблення нових клієнтів та у підвищення загального обсягу продажів. Якщо програма з проживанням приверне більше учасників, то це може призвести до збільшення доходів готелю.

Крім того, якщо у готелю вдасться покращити інші фінансові показники, такі як інші операційні доходи або зниження адміністративних та витрат на збут, це також може позитивно позначитися на чистому фінансовому результаті. Збільшення обсягу бізнесу, покращення управління витратами та оптимізація ефективності можуть сприяти підвищенню прибутковості готелю в цілому.

Отже, якщо програма принесе додаткові прибутки та/або сприятиме оптимізації витрат, це може стати позитивним фактором для фінансового результату готелю.

Таблиця 4.9

### Показники оцінки прогнозного фінансового стану підприємства

Показники	Попередній рік	Прогнозний рік	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
<b>Показники рентабельності</b>				
1. Рентабельність витрат, %	37,0	30,0	-7	-18,9
2. Рентабельність валового прибутку, %	27,0	23,5	-3,5	-13,0

Джерело: розроблено автором.

Результати аналізу фінансового стану підприємства «Optima Кам'янець-Подільський» свідчать про те, що виявлені зміни та відхилення є незначними, і не вказують на критичне порушення фінансової стійкості. Однак, готель «Optima Кам'янець-Подільський» зможе розраховувати на кілька факторів, які сприятимуть окупності цієї програми:

- 1. Позитивний імідж і реклама:** участь у соціально-відповідальних ініціативах створює позитивний імідж готелю. Клієнти, які цінують соціальні ініціативи, можуть вибирати готель саме через такий підхід.
- 2. Збільшення туристичного потенціалу:** програма сприяє популяризації міста, привертає нових туристів та робить готель привабливішим для відвідування.
- 3. Розвиток партнерств:** готель може розвивати партнерства з місцевими гідами, художниками, ремісниками та іншими постачальниками послуг, що сприяє обміну клієнтами та розширенню сфери впливу.
- 4. Повторні відвідування:** задоволені учасники програми можуть повертатися в майбутньому, обираючи готель для своїх подальших відпочинків або подій.

**5. Підтримка громади та лояльність:** активна участь у соціальних проектах може сприяти розбудові лояльності в місцевій громаді та підтримці від місцевих резидентів.

Враховуючи ці фактори, готель може отримати не лише фінансовий дохід від учасників програми, але й створити стійку основу для подальшого розвитку бізнесу та збільшення його конкурентоспроможності.

Ініціатива готелю «Optima Кам'янець-Подільський» спільно з благодійним фондом «Центр допомоги кам'янчанам учасникам АТО» є цілком цікавою та соціально відповідальною. Програма для соціально вразливих груп має значний потенціал для розвитку та позитивного впливу на учасників. Переваги включають сприяння саморозвитку та розширенню кругозору, популяризацію міста, позитивний імідж готелю, розвиток партнерств і важливий інструмент для соціальної підтримки. Програма видається добре структурованою, з урахуванням різноманітних заходів, що спрямовані на історичне, культурне та мистецьке вдосконалення учасників. Фінансовий підхід до програми, де готель забезпечує проживання, а благодійний фонд відповідає за культурні заходи, робить цю ініціативу реалістичною та ефективною. Загальна вартість за 5 днів є адекватною і може вважатися добре збалансованою. Така програма зможе стати прикладом для інших готелів та компаній, які прагнуть не лише забезпечити якісний сервіс, але й активно приєднатися до соціальних ініціатив та сприяти розвитку спільноти.

## 4.2 Оцінка соціально-економічного ефекту запропонованих заходів

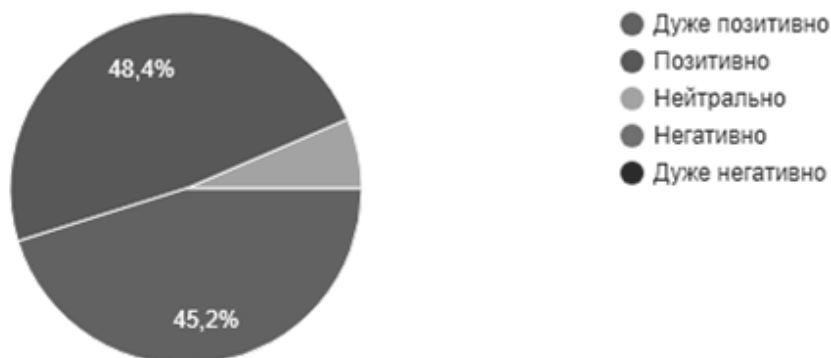
Для проведення дослідження було розроблено анкетне опитування, яке було опубліковано в мережі за допомогою сервісу «Google Форми». Це опитування спрямоване на збір відгуків та думок учасників щодо ініціатив готелів у сфері соціальної відповідальності. Мета опитування полягає в тому, щоб з'ясувати загальне враження про запропоновані програми готелів, а також визначити ступінь зацікавленості учасників у взятті участі у подібних ініціативах. Отримана інформація може бути корисною для готелів у вдосконаленні та адаптації своїх програм, враховуючи побажання та очікування своїх потенційних гостей.

На основі відповідей респондентів було здійснено оцінку різних аспектів програм соціальної відповідальності готелів. Результати цієї оцінки допоможуть зрозуміти, наскільки ефективними та цікавими вважають учасники запропоновані ініціативи готелів. Отримана інформація стане основою для подальших рекомендацій та може бути використана для вдосконалення програм та послуг у сфері соціальної відповідальності готелів з метою задоволення очікувань своїх гостей.

В опитуванні було включено 17 запитань, які охоплюють різні аспекти програм соціальної відповідальності готелів. Зібрані відповіді стануть основою для проведення детального аналізу і оцінки сприйняття та інтересу респондентів до ініціатив готелів у сфері відновлення, розвитку та культурного туризму.

У питанні 1 «Як ви оцінюєте ідею програми фізичного та психічного відновлення для соціально вразливих груп у готелі «VitaPark Поляна?»» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 48,4% респондентів висловили позитивну оцінку ідеї програми, 45,2% відповіли, що оцінюють її дуже позитивно, та 6,4% відзначили свою нейтральну позицію. Ці цифри свідчать про значний інтерес та позитивне сприйняття запропонованої ініціативи готелю «VitaPark Поляна» серед респондентів (рис. 4.1).

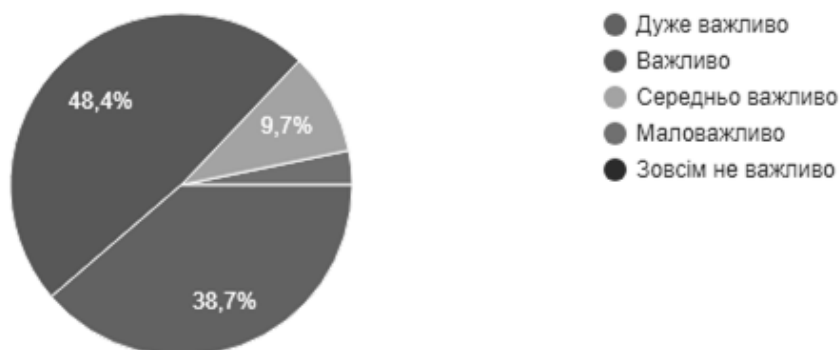
31 відповідь



*Рис. 4.1. Оцінка ідеї програми фізичного та психічного відновлення для соціально вразливих груп у готелі «VitaPark Поляна»*

У питанні 2 «Наскільки для вас важливим є сприяння здоров'ю та благополуччю соціально вразливих груп через активний відпочинок на природі?» отримано 31 відповідь. Згідно з результатами аналізу, 48,4% респондентів визнали цей аспект важливим, 38,7% відзначили його як дуже важливий, 9,7% вважають його середньо важливим, та 3,2% визначили як маловажливий. Ці дані підкреслюють вагу ініціативи готелю «VitaPark Поляна» у сприянні здоров'ю та благополуччю соціально вразливих груп через активний відпочинок на природі. Дякуємо всім учасникам за їхню участь та цінний внесок у наше дослідження (рис. 4.2).

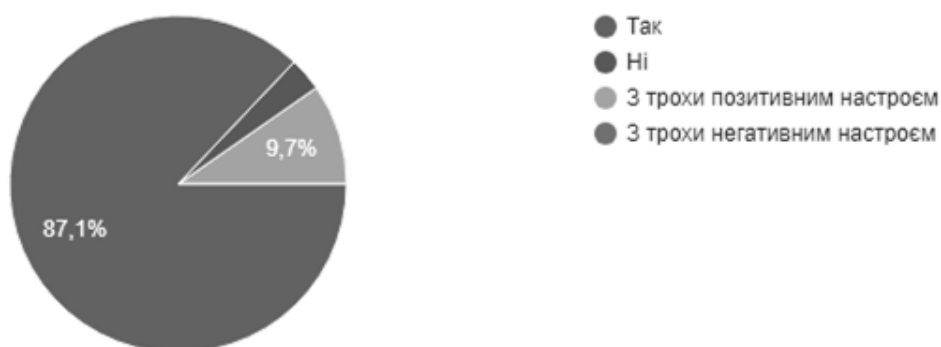
31 відповідь



*Рис. 4.2. Важливість сприяння здоров'ю та благополуччю соціально вразливих груп через активний відпочинок на природі*

У питанні 3 «Чи вважаєте ви, що програма такого роду може покращити здоров'я та благополуччя соціально вразливих груп?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 87,1% респондентів відзначили, що вони вважають, що програма такого роду може покращити здоров'я та благополуччя соціально вразливих груп. Додатково, 9,7% висловили трошки позитивний настрій щодо цього питання, тоді як 3,2% відповіли, що не вважають, що програма може покращити здоров'я та благополуччя соціально вразливих груп. Ці дані свідчать про високий рівень підтримки та віри в ефективність подібних програм серед учасників опитування (рис. 4.3).

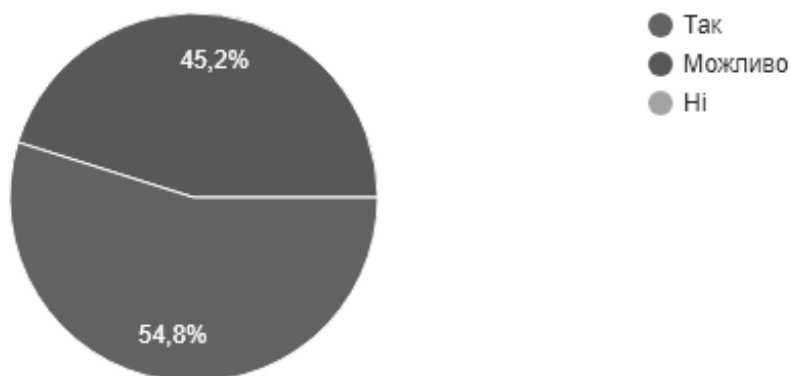
31 відповідь



*Рис. 4.3. Оцінка можливості покращення здоров'я та благополуччя соціально вразливих груп через програму*

У питанні 4 «Якщо ви мали б можливість взяти участь у програмі відновлення у готелі «VitaPark Поляна», чи скористалися б цією можливістю?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 54,8% респондентів відзначили, що вони взяли б участь у програмі відновлення, тоді як 45,2% відповіли, що можливо скористалися б цією можливістю. Ці дані свідчать про значний інтерес та готовність учасників опитування взяти участь у запропонованій програмі відновлення у готелі «VitaPark Поляна» (рис. 4.4).

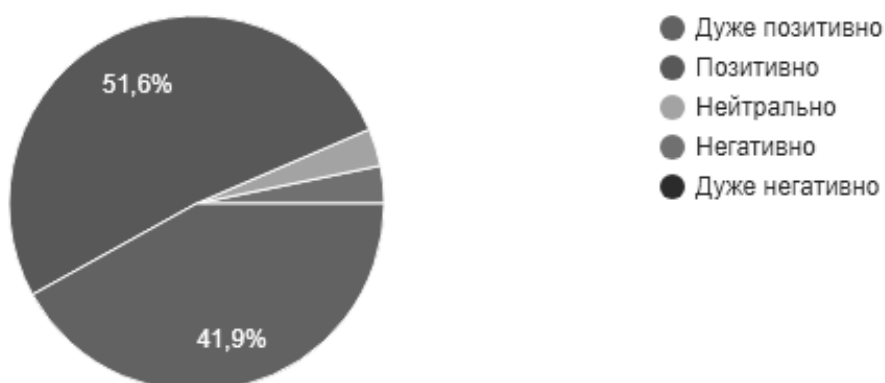
31 відповідь



*Рис. 4.4. Готовність до участі в програмі відновлення у готелі «VitaPark  
Поляна»*

У питанні 5 «Як ви оцінюєте ідею надання можливостей для здобуття нових навичок та професійного розвитку для соціально вразливих груп у готелі «Raziotel Київ?»» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 51,6% респондентів відзначили позитивне ставлення до ідеї, 41,9% визнали її дуже позитивною, 3,2% висловили нейтральну позицію, а також 3,2% визначили своє ставлення як негативне. Ці дані вказують на значний інтерес та позитивне сприйняття ініціативи готелю «Raziotel Київ» серед респондентів (рис. 4.5).

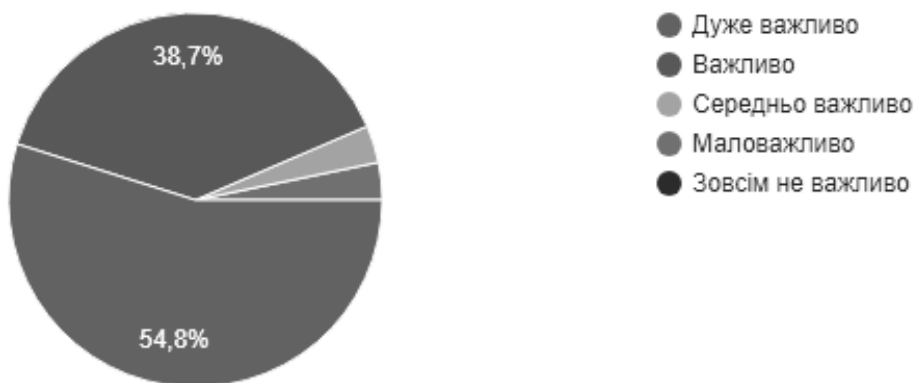
31 відповідь



*Рис. 4.5. Оцінка ідеї здобуття нових навичок та професійного розвитку у  
готелі «Raziotel Київ»*

У питанні 6 «Наскільки важливим для вас є надання можливостей для самореалізації та покращення життєвих перспектив соціально вразливих груп?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 54,8% респондентів вважають цей аспект дуже важливим, 38,7% відповіли, що це важливо, 3,2% визначили як середньо важливе, та також 3,2% вважають це маловажливим. Ці дані свідчать про високу цінність, яку приділяють учасники опитування можливостям для самореалізації та покращення життєвих перспектив соціально вразливих груп (рис. 4.6).

31 відповідь



*Рис. 4.6. Важливість надання можливостей для самореалізації та покращення життєвих перспектив соціально вразливих груп*

У питанні 7 «Чи вважаєте ви, що готель «Raziotel Київ» може забезпечити відмінні умови для навчання та розвитку соціально вразливих груп?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 64,5% респондентів вважають, що готель може забезпечити відмінні умови для навчання та розвитку соціально вразливих груп, тоді як 35,5% вважають, що це можливо. Ці дані підтверджують позитивне сприйняття можливостей для навчання та розвитку, які надає готель «Raziotel Київ», серед учасників опитування (рис. 4.7).

31 відповідь

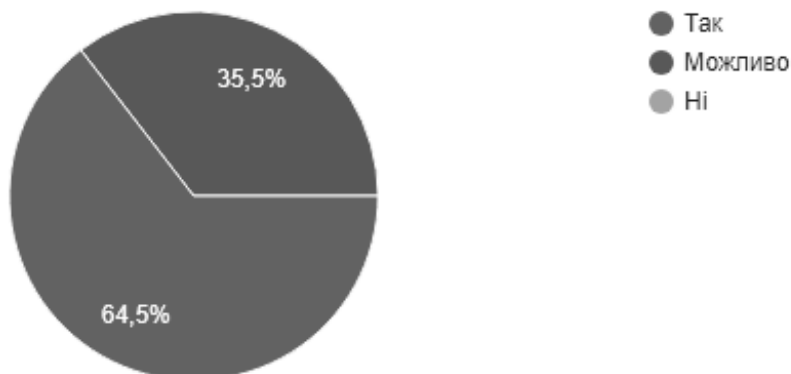


Рис. 4.7. Можливості для навчання та розвитку в готелі «Raziotel Kyiv»

У питанні 8 «Як ви оцінюєте ідею програми екскурсій по історико-культурному туризму для соціальних груп у готелі «Optima Кам'янець-Подільський?»» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 51,6% респондентів відзначили позитивне ставлення до ідеї, 45,2% визнали її дуже позитивною, а 3,2% висловили негативне ставлення. Це свідчить про високу популярність та позитивне сприйняття ідеї екскурсій по історико-культурному туризму серед учасників опитування (рис. 4.8).

31 відповідь

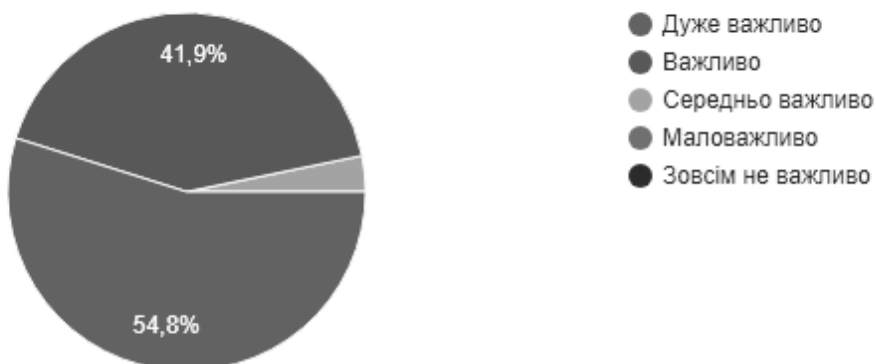


Рис. 4.8. Оцінка програми екскурсій по історико-культурному туризму у готелі «Optima Кам'янець-Подільський»:

У питанні 9 «Наскільки важливим для вас є розширення кругозору та саморозвиток через участь у культурних заходах та екскурсіях?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 54,8% респондентів вважають цей аспект

дуже важливим, 41,9% визначили його як важливий, та 3,2% оцінили як середньо важливий. Це свідчить про великий інтерес та значущість розширення кругозору та саморозвитку через культурні заходи та екскурсії для учасників опитування (рис. 4.9).

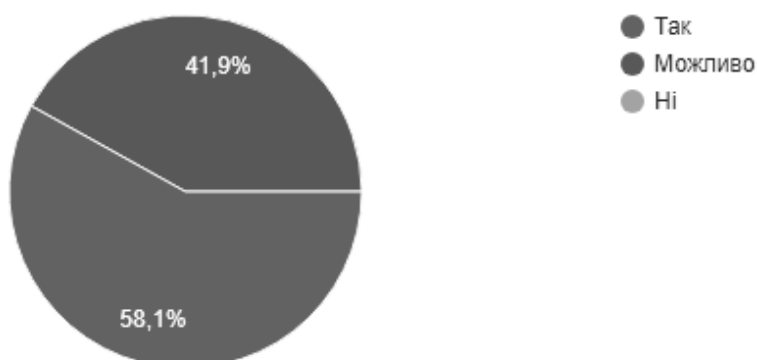
31 відповідь



*Рис. 4.9. Важливість розширення кругозору та саморозвитку через культурні заходи та екскурсії*

У питанні 10 «Чи розглядали б ви участь у програмі екскурсій готелю «Optima Кам'янець-Подільський?»» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, 58,1% респондентів виражають готовність взяти участь у програмі екскурсій, тоді як 41,9% вважають, що це можливо. Це свідчить про позитивне інтерес до участі в програмі екскурсій готелю «Optima Кам'янець-Подільський» серед учасників опитування (рис. 4.10).

31 відповідь



*Рис. 4.10. Важливість розширення кругозору та саморозвитку через культурні заходи та екскурсії*

У питанні 11 «Які види фізичного та психічного відновлення ви вважаєте найбільш дієвими для соціально вразливих груп?» отримано 31 відповідь. Результати аналізу вказують, що:

- 38,7% опитуваних вибрали «спортивні заняття»;
- 32,3% обрали «медитацію і йогу»;
- 64,5% визнали «терапевтичні прогулянки в природі» та «культурні заходи та творчі майстер-класи»;
- Також, 3,2% доповнили свій вибір «арт-терапією».

Ці результати вказують на різноманітність інтересів та підходів до фізичного та психічного відновлення, що може бути корисним при розробці програм для соціально вразливих груп (рис. 4.11).

31 відповідь

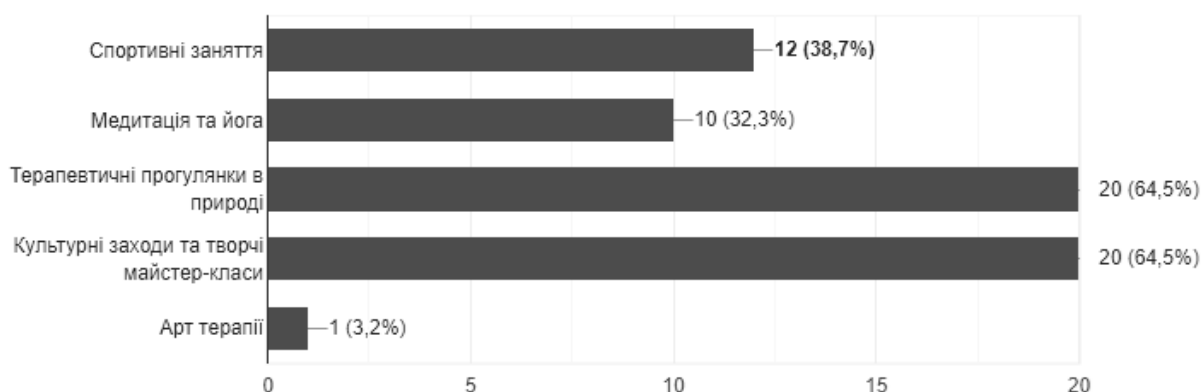
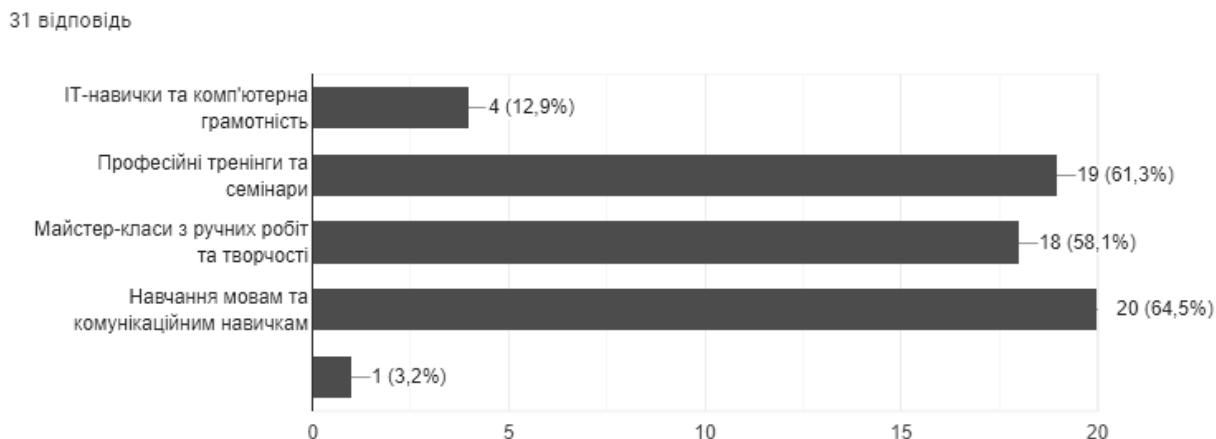


Рис. 4.11. Види фізичного та психічного відновлення для соціально вразливих груп

У питанні 12 «Які види нових навичок та професійного розвитку ви вважаєте найбільш корисними для соціально вразливих груп?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу, визначено, що:

- 12,9% обрали «ІТ-навички та комп'ютерна грамотність»;
- 61,3% віддали перевагу «Професійним тренінгам та семінарам»;
- 58,1% визнали «Майстер-класи з ручних робіт та творчості»;
- 64,5% відзначили «Навчання мовам та комунікаційним навичкам»;
- Також, 3,2% обрали «Інше».

Ці відповіді вказують на широкий спектр інтересів у сфері навчання та професійного розвитку для соціально вразливих груп (рис. 4.12).

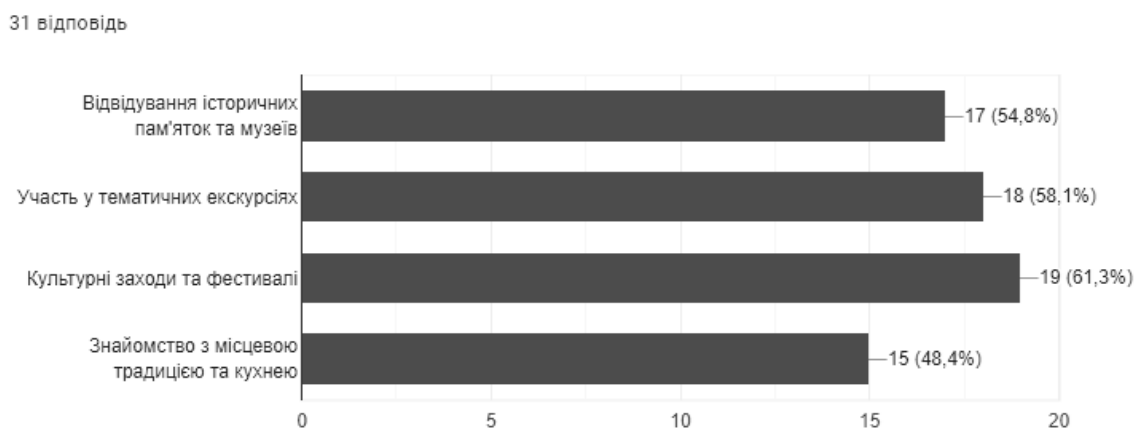


*Рис. 4.12. Види нових навичок та професійного розвитку для соціально вразливих груп*

У питанні 13 «Які аспекти історико-культурного туризму ви вважаєте найцікавішими для соціальних груп?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу:

- 54,8% обрали «Відвідування історичних пам'яток та музеїв»;
- 58,1% визнали «Участь у тематичних екскурсіях»;
- 61,3% віддали перевагу «Культурним заходам та фестивалям»;
- 48,4% обрали «Знайомство з місцевою традицією та кухнею».

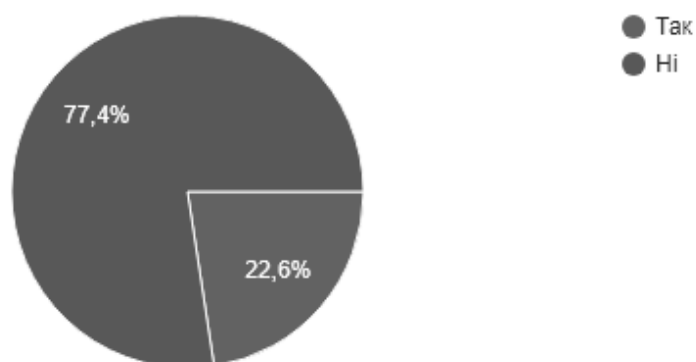
Ці відповіді свідчать про різноманіття інтересів у сфері історико-культурного туризму для соціальних груп (рис. 4.13).



*Рис. 4.13. Аспекти історико-культурного туризму для соціальних груп*

У питанні 14 «Чи брали ви раніше участь у програмах фізичного чи психічного відновлення у готелях?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу: 77,4% відповіли «Ні», 22,6% обрали «Так». Це показує, що більшість учасників опитування не мали досвіду участі у програмах фізичного чи психічного відновлення у готелях, що може вказувати на потенційний інтерес у подібних програмах у майбутньому (рис. 4.14).

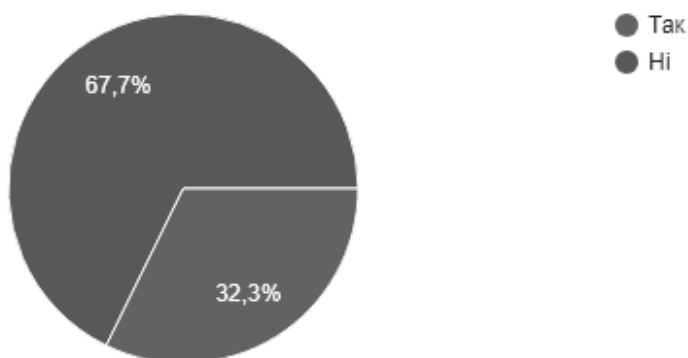
31 відповідь



*Рис. 4.14. Участь у програмах фізичного та психічного відновлення в готелях*

У питанні 15 «Чи брали ви раніше участь у програмах професійного розвитку у готелях?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу: 67,7% відповіли «Ні», 32,3% обрали «Так». Це вказує на те, що більшість учасників опитування не мали досвіду участі у програмах професійного розвитку у готелях, що може вказувати на потенційний інтерес у подібних програмах у майбутньому (рис. 4.15).

31 відповідь



*Рис. 4.15. Участь у програмах фізичного та психічного відновлення в готелях*

У питанні 16 «Чи брали ви раніше участь у культурних заходах та екскурсіях у готелях?» отримано 31 відповідь. За результатами аналізу: 45,2% відповіли «Ні», 54,8% обрали «Так». Це свідчить про те, що значна частина учасників опитування має досвід участі у культурних заходах та екскурсіях у готелях (рис. 4.16).

31 відповідь

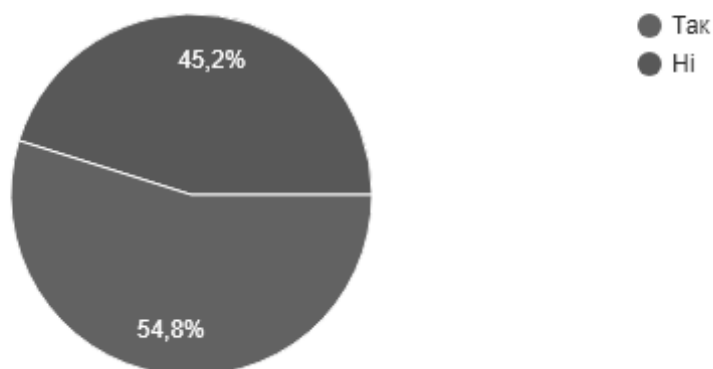


Рис. 4.16. Участь у культурних заходах та екскурсіях у готелях

У питанні 17 «Які конкретні пропозиції або побажання у вас є стосовно реалізації програм соціальної відповідальності у готелях?» отримано 6 відповідей з такими пропозиціями:

1. Головне з розумом
2. Пакетні тури вихідного дня за прийнятною ціною
3. Психологічна підтримка сімей. Відвідання групових або індивідуальних сеансів з психологом.
4. Отримання реабілітаційних програм для відновлення фізичного здоров'я.
5. Іпотерапія - сприяє психологічній адаптації, задовольняє психоемоційну потребу.
6. Реалізація програм.

Ці відповіді надають корисні вказівки щодо того, як готелі можуть покращити реалізацію програм соціальної відповідальності, враховуючи різноманітні потреби та очікування респондентів.

Опитування, спрямоване на визначення необхідності впровадження принципів соціальної відповідальності в готелях для трьох запропонованих

заходів – «VitaPark Поляна», «Raziotel Київ», та «Optima Кам'янець-Подільський», надало важливі відомості.

1. «VitaPark Поляна»:

- Більшість респондентів (93,5%) позитивно або дуже позитивно оцінили ідею програми фізичного та психічного відновлення.
- 90,3% вважають важливим сприяння здоров'ю соціально вразливих груп через активний відпочинок на природі.
- Значна частина респондентів (54,8%) висловила готовність взяти участь у програмі відновлення.

2. «Raziotel Київ»:

- Більшість респондентів (93,5%) позитивно або дуже позитивно відгукнулися про ідею надання можливостей для здобуття нових навичок та професійного розвитку.
- 93,5% вважають важливим надання можливостей для самореалізації та покращення життєвих перспектив.
- Більшість (80,6%) вважають, що готель може забезпечити відмінні умови для навчання та розвитку.

3. «Optima Кам'янець-Подільський»:

- Більшість респондентів (87,1%) позитивно або дуже позитивно відгукнулися про ідею програми екскурсій.
- 96,8% вважають важливим розширення кругозору та саморозвиток через участь у культурних заходах та екскурсіях.
- Більшість (87,1%) розглядали б участь у програмі екскурсій.

Загалом, більшість респондентів не брали участь у програмах фізичного та психічного відновлення (77,4%), професійного розвитку (67,7%), або культурних заходах та екскурсіях (45,2%) у готелях раніше. Більшість висловила позитивне ставлення до ідей соціально відповідальних програм у готелях, підтримуючи їх як спосіб поліпшення фізичного та психічного благополуччя соціально вразливих груп. Це дослідження надає готелям корисні вказівки щодо ініціатив соціальної відповідальності, спрямованих на реалізацію програм фізичного та

психічного відновлення, професійного розвитку та культурного туризму для соціально вразливих груп.

#### **Висновки до розділу 4**

У четвертому розділі розглянуто соціально-економічне значення впровадження соціальної відповідальності в операційну діяльність готельних підприємств, зосереджуючись на економічному обґрунтуванні програм корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для готелів мережі Optima Hotels and Resorts. В рамках цього аналізу визначено цільову аудиторію для кожного готелю, вказано партнерські фонди, з якими готелі будуть взаємодіяти, розраховано вартість реалізації соціальних програм. Детально описано отримані переваги від впровадження цих програм для готелів. Для кожного готелю і для кожної програми розроблено деталізовані розклади по днях та плани заїздів груп у готель. Здійснено аналіз прогностичних економічних показників діяльності готелю, включаючи показники оцінки прогностичного фінансового стану підприємства. У висновках відзначено, що впровадження цих програм виявиться ефективним для всіх готелів, підкріплене здійсненим аналізом та оцінкою прогностичних економічних показників. Також була проведена оцінка соціально-економічного ефекту запропонованих заходів. Для цього було розроблено анкетне опитування, яке було розміщено в мережі за допомогою сервісу «Google Форми». Анкета включала 17 питань, охоплюючи різні аспекти програм соціальної відповідальності готелів. У висновках дослідження відзначено, що більшість респондентів раніше не брали участь у програмах фізичного та психічного відновлення (77,4%), професійного розвитку (67,7%) або культурних заходах та екскурсіях (45,2%) у готелях. Треба зауважити, що більшість виявила позитивне ставлення до ідей соціально відповідальних програм у готелях, підтримуючи їх як засіб поліпшення фізичного та психічного благополуччя соціально вразливих груп.

## ВИСНОВКИ

Досліджено теоретичні аспекти та практичні особливості соціальної відповідальності у готельному бізнесі. Визначено, що взаємодія між соціальною державою, підприємствами та громадянами повинна базуватися на взаємній відповідальності, що сприяє обмеженню політичної влади та створенню цивілізованих рамок для бізнесу та громадян.

Готельні підприємства, які практикують соціально-відповідальне ведення бізнесу, отримують переваги від збільшення обсягів реалізації, зміцнення бренду та формування високого рівня репутації. Аналіз світового досвіду показує, що соціальні інновації в готельному господарстві дозволяють привертати нових клієнтів, зокрема осіб з інвалідністю.

Досліджено організаційно-господарську діяльність трьох готельних підприємств, визначено їхні виклики, такі як економічні труднощі та політична нестабільність. Зазначено, що впровадження принципів соціальної відповідальності може сприяти стабільності та покращенню життєвого рівня спільнот, пов'язаних з готельною діяльністю.

Висвітлено конкурентний статус готельних підприємств та запропоновано заходи для підвищення конкурентоспроможності. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в готельний бізнес сприяє позитивному впливу на розвиток бізнесу та суспільства загалом.

В умовах воєнного конфлікту в Україні важливість соціальної відповідальності збільшується, дозволяючи готелям активно долучатися до гуманітарних ініціатив та забезпечувати підтримку постраждалим. Забезпечення безпеки, підтримка місцевої економіки та відповідальне ставлення до екології стають критичними аспектами соціальної відповідальності у воєнний період.

Досліджено механізми організаційно-економічного розвитку соціальної відповідальності в готельних підприємствах. Виявлено, що застосування цих механізмів сприяє поліпшенню іміджу підприємства та покращує взаємодію з зацікавленими сторонами. Інтеграція таких механізмів дозволяє готелям активно

впроваджувати соціальні та екологічні ініціативи, що сприяє сталому розвитку спільноти.

Узагальнено проблеми, які гальмують розвиток соціальної відповідальності в Україні, такі як обмежені фінансові ресурси, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази. Зазначено, що досвід зарубіжних країн може слугувати прикладом для впровадження ефективних інструментів у вітчизняній практиці.

Розроблена програма розвитку соціальної відповідальності для готельних підприємств, що включає реалізацію соціальних програм та деталізовані плани заїздів груп у готель. Проведено оцінку соціально-економічного ефекту запропонованих заходів, враховуючи думку респондентів. Виявлено позитивне ставлення більшості до ідей соціально відповідальних програм у готелях та їх сприяння поліпшенню благополуччя соціально вразливих груп.

Загалом, дослідження надає готелям практичні рекомендації та корисні вказівки для реалізації ініціатив соціальної відповідальності, спрямованих на покращення фізичного та психічного благополуччя соціально вразливих груп.

Загальний висновок дослідження вказує на важливість та переваги впровадження соціальної відповідальності в готельних підприємствах, особливо в умовах сучасних викликів, таких як економічні труднощі, політична нестабільність та соціальні кризи.

Перший розділ визначив теоретичні аспекти соціальної відповідальності як ключовий елемент соціально-економічного розвитку. Зазначено, що відносини між державою, бізнесом і громадянами мають базуватися на взаємній відповідальності, що створює умови для цивілізованої підприємницької діяльності та людської поведінки.

Другий розділ присвячено аналізу готельних підприємств, їх конкурентоспроможності та впливу політичних та економічних чинників на їхню діяльність. Показано, що в умовах нестабільності соціально-відповідальне ведення бізнесу може сприяти стабільності та поліпшенню життєвого рівня спільнот, що залучена до готельної сфери.

Третій розділ висвітлив механізми розвитку соціальної відповідальності в готельних підприємствах та їх ефективність. Виявлено, що впровадження внутрішніх культур, стратегій та співпраця зі зацікавленими сторонами допомагає покращити імідж підприємства та сприяє сталому розвитку спільнот.

Четвертий розділ детально описав соціально-економічне значення впровадження соціальної відповідальності у готельну діяльність, фокусуючись на мережі Optima Hotels and Resorts. Проаналізовано вартість реалізації соціальних програм, підкреслено їхні переваги та розглянуто економічний вигляд впровадження таких ініціатив.

Висновок сумує всі аспекти дослідження, вказуючи, що соціально-відповідальне ведення готельного бізнесу є не лише ключовою компетенцією в умовах конкурентної боротьби, але й ефективним інструментом для покращення репутації, залучення нових клієнтів та підвищення лояльності. Зазначено, що впровадження соціально-відповідальних програм у готельний бізнес має неабиякого значення в умовах сучасних викликів, таких як війна, допомагаючи забезпечити безпеку, підтримку громад та внесок у гуманітарні ініціативи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корчевна Л., Новіков В., Домницька В., Жогло В. Аналіз розвитку систем управління соціальною відповідальністю бізнесу підприємства та проблеми їх упровадження в Україні. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2019. № 3. С.50-53.
2. Лебедев І. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України. І. Лебедев. Україна. *Аспекти праці*. 2014. №5. С.13–19.
3. Швець Л. І. Витрати соціально відповідальної діяльності бізнесу. *Вісник ЖДТУ*. 2014. № 2 (56). С.163-168.
4. Онищенко В. Соціальна відповідальність бізнесу в системі забезпечення стабільності розвитку суспільства. В. Онищенко. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян. Монографія у 2-х т. за ред. Г.Г. Півняка. М-во освіти і науки України. Нац. гірн. ун-т. Д. НГУ. 2014. Т.1. С. 38-45.
5. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT).
6. Економіка праці та соціально-трудова відносина. навч.-метод. посіб. В. Я. Брич, О. П. Дяків, С. А. Надвиничний. за заг. ред. Є. П. Качана. Тернопіль. ТДЕУ, 2016. 373 с.
7. Савченко І.Г. Соціальна відповідальність в контексті розбудови соціальної держави в Україні. І.Г. Савченко. Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. № 2 (24): у 2 ч. Х. Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр». 2015. Ч. 1. С. 55 – 63.
8. Савченко І.Г. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі. І. Г. Савченко, О. В. Радченко. Х. 2018. С. 28.
9. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність — шлях до європейської соціальної держави в Україні. О. А. Грішнова. Соціально-трудова відносина: теорія та практика. зб. наук. пр. 2

10. Соціальна відповідальність : навч. посіб. А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін. за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. К. КНЕУ. 2015. 519 с.
11. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність в контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2014. № 1 (15). С. 39-45.
12. Андрущенко А. І., Рябець І. М. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу. URL: <http://dspace.niver.kharkov.ua/handle/123456789/4782>.
13. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. URL: <http://kneu.edu.ua/userfiles>.
14. Сагдеева Д. Р. Соціальна відповідальність готельного бізнесу. *International Electronic Scientific Journal «Science Online»*. URL: <http://nauka-online.com/>.
15. Сивак О. Б. Соціальна відповідальність в підприємницькій діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід. URL: [eztuir.ztu.edu.ua/3224/1/35.pdf](http://eztuir.ztu.edu.ua/3224/1/35.pdf).
16. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства. URL: [www.dy.nauka.com.ua](http://www.dy.nauka.com.ua).
17. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємств сфери гостинності. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект». м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с. С.22-32.
18. Соха А. Іноземці бронюють житло в Україні через Airbnb, аби фінансово підтримати українців. Орендарі вже заробили \$15 млн. URL: <https://vctr.media/ua/tochkova-dopomoga-inozemczi-bronyuyut-zhytlo-v-ukrayini-cherez-airbnb-aby-finansovo-pidtrymaty-orendodavcziv-128003/>.
19. Віноградська О. М. Соціальні технології : конспект лекцій. О. М. Віноградська, Л. О. Белова. Харків. ХНАМГ. 2019. 135 с.
20. Сайт спортивно-реабілітаційного готельного комплексу, що реалізує соціальні програми. URL: <http://www.csrhotel.ua>

21. Сестри милосердя : патронажна служба м. Києва URL: <http://pansionatt.kiev.ua/tseny.html>
22. Сайт Західного реабілітаційно-спортивного центру готельного типу національного комітету спорту інвалідів України URL: <http://westsportcenter.com.ua>
23. Офіційний сайт готельної мережі «Toyoko Inn». URL: <https://www.toyoko-inn.com/eng>
24. Офіційний сайт готельної мережі «Scandic». URL: <https://www.scandichotels.com/>
25. Офіційний сайт готелю «VitaPark Поляна». URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/polyana/>
26. Офіційний сайт готелю «Raziotel Київ». URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/yamska/>
27. Офіційний сайт готелю «Optima Collection Кам'янець-Подільський». URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/kamianets-podilsky/>
28. Донець Л.І., Донець А.А. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2014. №1 (5). Том. 2. С.101-106.
29. Економічна енциклопедія : у 3 т. за ред. С. В. Мочерний. Київ. Академія, 2015. Т.1. 864 с.
30. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 р. Верховна Рада України. *Голос України*. 2001. 11 січня.
31. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ, 2019. 440 с.
32. Офіційний сайт бронювання готелів. URL: <https://www.booking.com/>
33. Офіційний сайт готелю «Oasis Karpat». URL: <https://oasis-karpat.pp.ua/>
34. Офіційний сайт готелю «Фантазія». URL: <https://fantasia.com.ua/>
35. Офіційний сайт туристичного комплексу «Каріна». URL: <https://www.karina.com.ua/ua/>

36. Офіційний сайт готелю «Arena Apart-Hotel». URL: <https://arena-hotel.com.ua/>
37. Офіційний сайт готелю «Holiday Inn Hotel Kyiv». URL: <https://www.ihg.com/holidayinn/hotels/us/en/kyiv/kbpuk/hoteldetail>
38. Офіційний сайт готелю «Європейський». URL: <https://www.hotel-evropeyskiy.kiev.ua/>
39. Офіційний сайт готелю «Park Inn by Radisson Kyiv». URL: <https://www.radissonhotels.com/uk-ua/hotels/park-inn-kyiv-troyitska>
40. Офіційний сайт готелю «7 Днів». URL: <https://www.7dniv.ua/>
41. Офіційний сайт готелю «Тарас Бульба». URL: <https://taras-bulba.com.ua/>
42. Офіційний сайт готелю «Біля річки». URL: <https://hotel-kp.com.ua/>
43. Офіційний сайт готельного комплексу «Клеопатра». URL: <https://kleopatra-hotel.com/>
44. Лисенко Ю. Єгоров П. Організаційно-економічний механізм управління підприємством. *Економіка України*. 2017. № 1. С. 86–97.
45. Ахновська І. О., Лепіхова О. Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1(21). С. 36–44.
46. Коваленко Є. В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Економіка і фінанси*. 2017. № 2. С. 47–57.
47. Градюк Н. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств. Н.М. Градюк. *Materialy VII Mezinarodni vedecko-prakticka konference «Nastoleni moderni vedy – 2014»*. – Dil 3. *Ekonomicke vedy*. Praha: PH «Education and Science». – 2014. – P. 24–26
48. Левін П. Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Україні. П. Б. Левін. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2019. Вип.15. с. 128–131.

49. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. О.М. Головінов. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2(36). С. 187–192.
50. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. С. Фірсова. *Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка*. 2014. Вип. 121–122. С. 73–76.
51. Стойка В.О. Соціальна відповідальність бізнесу – важлива складова ринкової економіки. В.О. Стойка URL: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/handle/6789/23>

## ДОДАТКИ

Додаток А

Фотоілюстрації номерів готелю «VitaPark Поляна»



*Номер категорії «Класик»*

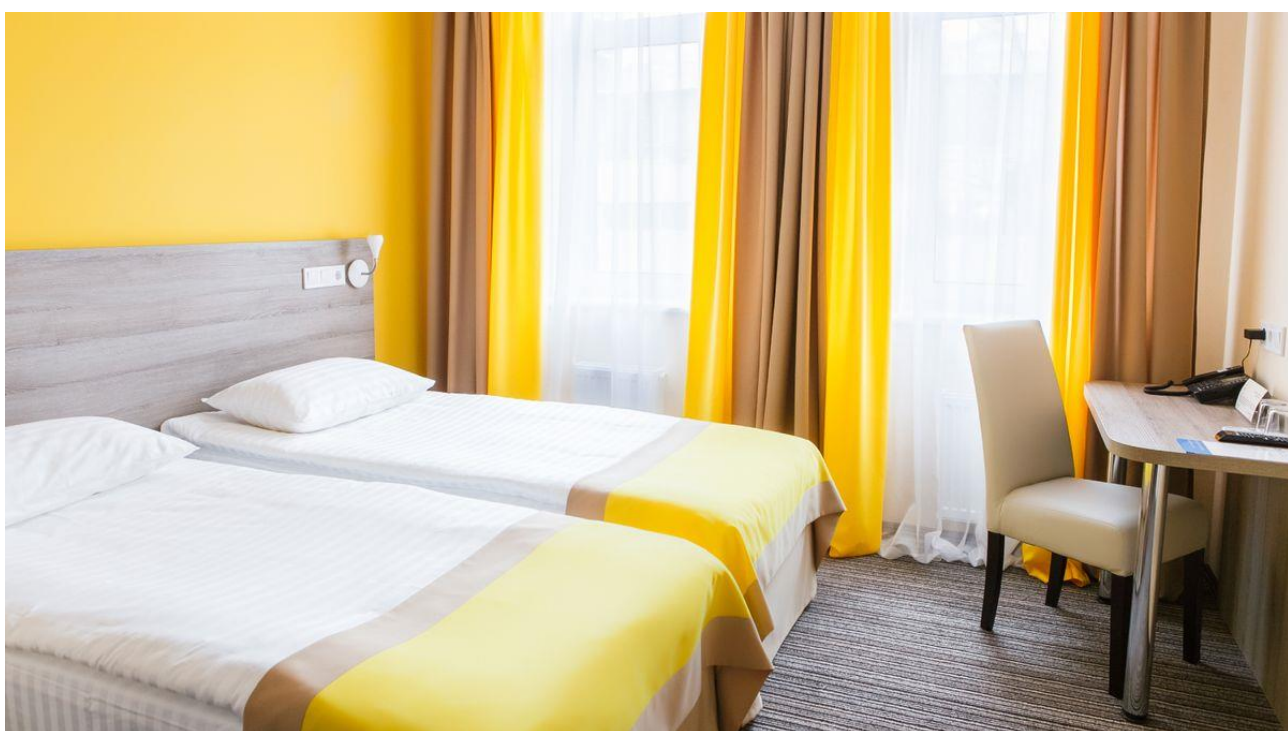


*Номер категорії «Люкс Мансардний»*

Фотоілюстрації номерів готелю «Raziotel Київ»



*Номер категорії «Класик»*



*Номер категорії «Суперіор»*

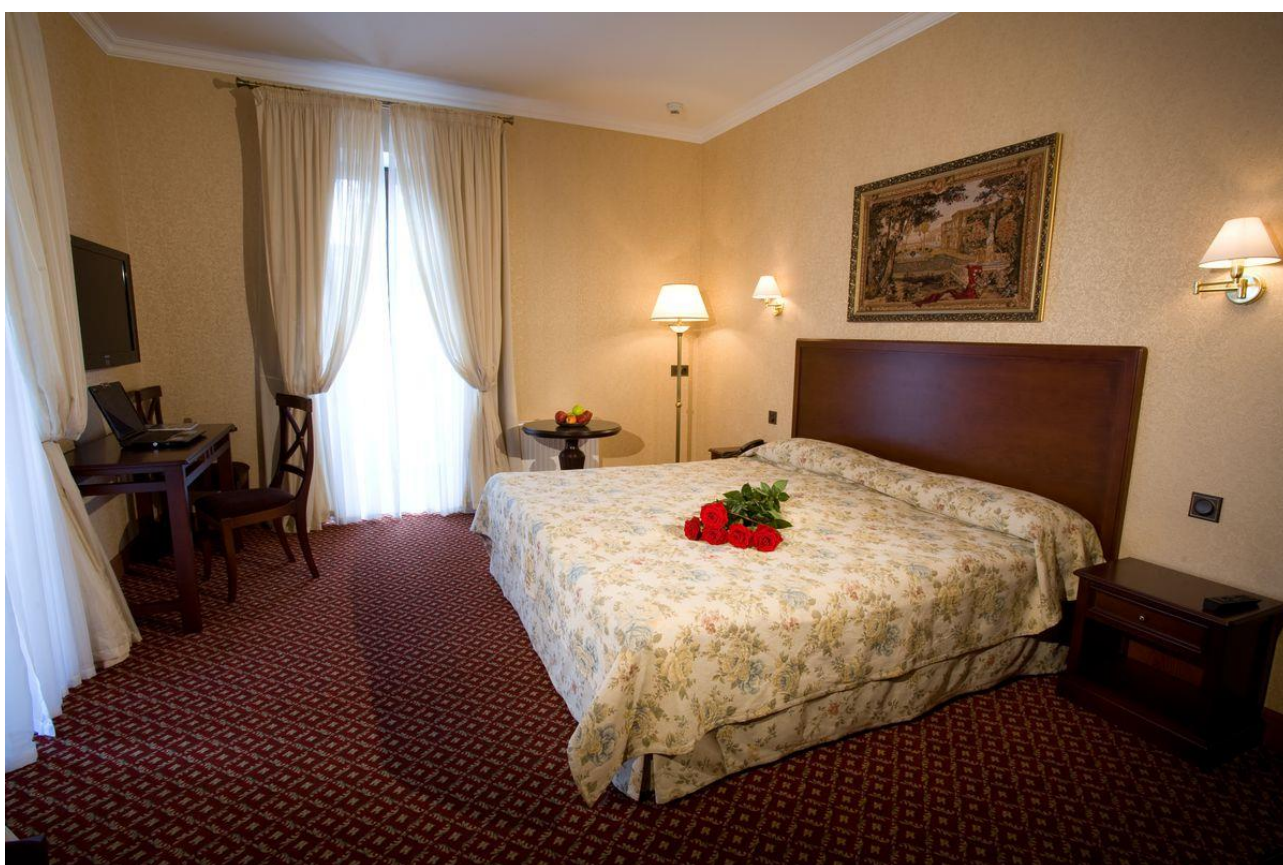
**Фотоілюстрації конференц-залів готелю «Razotel Київ»**



Фотоілюстрації номерів готелю «Ортіма Кам'янець-Подільський»



*Номер категорії «Стандарт Double»*



*Номер категорії «Люкс Double»*

## Інтерфейс веб-сайту готелю «VitaPark Поляна»

**Optima** HOTELS & RESORTS ГОТЕЛІ РЕСТОРАНИ АКЦІЇ НОВИНИ ПРО НАС КОНТАКТИ ЩЕ - UA - ОСОБИСТИЙ КАБІНЕТ

VitaPark Поляна 01.03.2024 – 02.03.2024 Номерів: 1, Гостей: 1 ПРОМОКОД ДІЗНАТИСЯ ЦІНИ

### VitaPark Поляна

- Готель
- Номери
- Ресторани
- фото
- Акції
- Доп. послуги
- Правила
- Відгуки
- Контакти

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ**

- Вокзал, км 10 ✓
- Електростанція ✓
- Камера зберігання ✓
- Місце перебування гостей під час тривоги ✓
- Номери 48 ✓
- Обслуговування номерів ✓
- Паркування ✓
- Пральня ✓
- Трансфер ✓
- Генератор ✓

**ДЛЯ ДОЗВІЛЛЯ**

- Бар ✓
- Дитяча анімація ✓
- Ресторан ✓

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ГОТЕЛЮ VITAPARK ПОЛЯНА  
Увага! Готель «VitaPark Поляна» працює з посиленими заходами безпеки!  
На території готелю працює вахтовий пункт контролю безпеки.

Головна сторінка

## Інтерфейс веб-сайту готелю «Raziotel Київ»

The screenshot displays the website interface for Raziotel Kyiv. At the top, there is a navigation bar with the Optima Hotels & Resorts logo and menu items: ГОТЕЛІ, РЕСТОРАНИ, АКЦІЇ, НОВИНИ, ПРО НАС, КОНТАКТИ, and ШЕ. The current location is Raziotel Київ (вул. Ямська), and the dates are 01.03.2024 – 02.03.2024. The number of rooms and guests is 1, and there is a button to view prices. Below the navigation bar, the hotel name and a 3-star rating are shown. A horizontal menu includes icons for Hotel, Rooms, Conferences, Photos, Rules, Reviews, and Contacts. A large image shows the hotel lobby. To the right, there is a table of general information and amenities.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Free Wi-Fi	✓
Аеропорт, км	32
Вокзал, км	1
Камера зберігання	✓
Місце перебування гостей під час тривоги	✓
Номери	78
Обслуговування номерів	✓
Трансфер	✓

ДЛЯ ДОЗВІЛЛЯ	
Бар	✓
Ресторан	✓

ДЛЯ БІЗНЕСУ	
Конференц-сервіс	2

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ГОТЕЛЮ RAZIOTEL КИЇВ (ВУЛ. ЯМСЬКА)**  
Готель Raziotel Київ Ямська працює з посиленними заходами безпеки.  
Готель «Раїотель Київ» (вул. Ямська) знаходиться в центрі міста Києва, в 700 метрах від станції метро

## Головна сторінка

# Інтерфейс веб-сайту готелю «Ортіма Кам'янець-Подільський»

ГОТЕЛІ РЕСТОРАНИ АКЦІЇ НОВИНИ ПРО НАС КОНТАКТИ ЩЕ -

UA - ОСОБИСТИЙ КАБІНЕТ

Optima Collection Кам'янець-Подільськ... 01.03.2024 – 02.03.2024
Номерів: 1 , Гостей: 1

ПРОМОКОД
ДІЗНАТИСЯ ЦІНИ

## Optima Collection Кам'янець-Подільський

### ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Free Wi-Fi	✓
Вокзал, км	2,5
Камера зберігання	✓
Місце перебування гостей під час тривоги	✓
Номери	38
Обслуговування номерів	✓
Паркування	✓
Трансфер	✓
Генератор	✓

### ДЛЯ ДОЗВІЛЛЯ

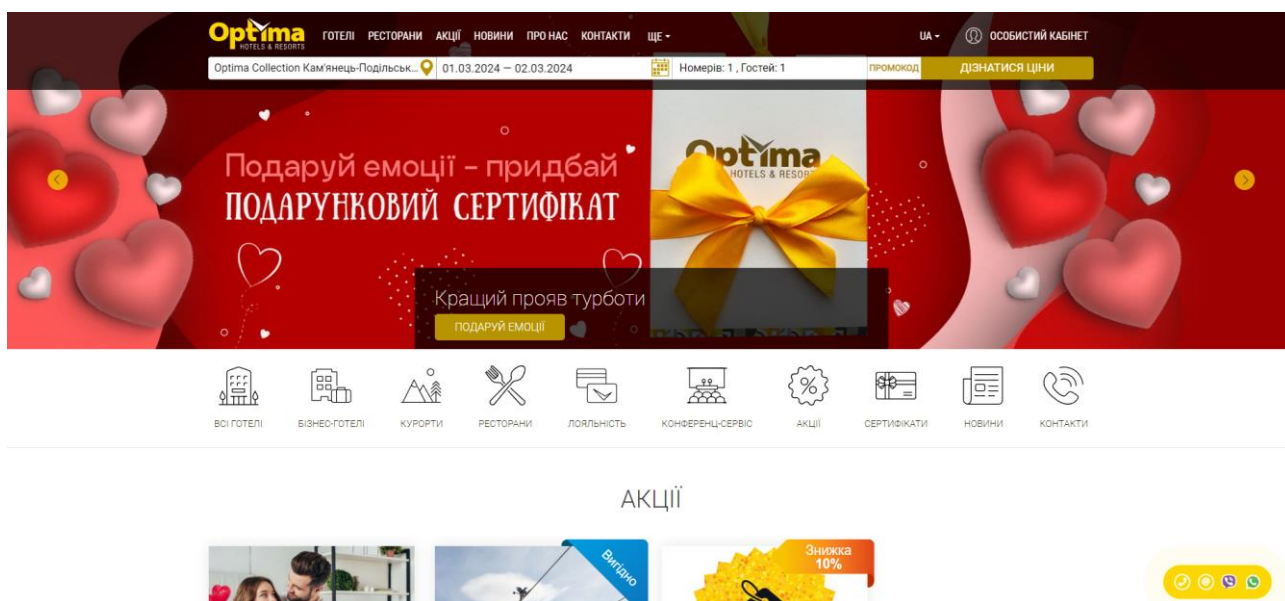
Банкетний зал	✓
Ресторан	2

### ДЛЯ ЗДОРОВ'Я І ВІДПОЧИНКУ

### ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ГОТЕЛЮ ОРТІМА COLLECTION КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ

Увага! Готель «Ортіма Collection Кам'янець-Подільський» відновлює свою роботу з посиленими заходами безпеки! Якщо у вас виникли додаткові питання або вам необхідно забронювати номер, ви можете звернутися до відділу

## Інтерфейс веб-сайту національної мережі готелів Optima Hotels & Resorts



Головна сторінка