

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

**«КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ (КСВ) ТА  
ПРАКТИКА ЕКОЛОГІЯ, СОЦІУМ, УПРАВЛІННЯ (ЕСУ) ЯК  
ОРІЄНТИР ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ  
ДО ЄС»**

за спеціальністю: 242 Туризм  
галузі знань: 24 Сфера обслуговування  
на здобуття освітнього ступеню: Магістр  
за освітньо-професійною програмою: Туризм

Магістерська робота  
студентки денного відділення  
Вутки Діани Ігорівни

Науковий керівник:  
к.геогр.н, доц. Кіптенко В.К.

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	
1.1 Сутність та зміст понять КСВ та ЕСУ	7
1.2 КСВ та ЕСУ в контексті зеленого переходу європейського туризму	16
1.3. Методи дослідження	24
<b>РОЗДІЛ 2. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД КСВ ТА ЕСУ</b>	
2.1 Особливості КСВ та ЕСУ у міжнародній практиці	26
2.2. КСВ та ЕСУ в практиці європейських готелів	37
2.3. Основи сталого розвитку готелів - новітній інструмент WTTC	45
2.4. Актуальність ЕСУ звітності в Україні	53
<b>РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КСВ та ЕСУ ГОТЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ</b>	
3.1 Середовище запровадження КСВ та ЕСУ в готельному бізнесі України	58
3.2 Впровадження принципів сталого розвитку готельним господарством України	63
3.3 Напрями впровадження міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку в Україні	66
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>70</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>74</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Проблема збалансованого економічного і екологічного розвитку є однією із найважливіших у світі. Війни, промислові катастрофи, стихійні лихі, глобальне потепління є наслідками згубного впливу людства на навколишнє середовище. Нові ризики з кожним роком випробовують бізнес на стійкість.

В сучасних умовах розвитку світової економіки стале ведення бізнесу є передовою ініціативою, яка прогресує з кожним роком. Соціально відповідальні готельні мережі лідирують на міжнародному ринку, витісняючи заклади розміщення що наносять шкоду навколишньому середовищу. Соціально відповідальні міжнародні готельні мережі вже набули достатньо ресурсів, і досвіду для того, щоб стати рушійною силою реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ, англ. CSR) та втілення настанов екологічного, соціального та корпоративного управління (ЕСУ, англ. ESG) в країнах, що розвиваються у всьому світі.

Поступально практики КСВ та ЕСУ проникають в діяльність українського бізнесу. Запровадження корпоративних практик та сталого звітування в Україні потребує вивчення світового досвіду задля вдосконалення встановлених державних стандартів у сфері діяльності готельних закладів, спрямування готельного бізнесу на шлях сталого розвитку, що визначає актуальність даного дослідження.

Темі соціальної відповідальності присвячена чимала кількість наукових праць зарубіжних та вітчизняних дослідників: Г.Боуена [64], К.Девіса [75], А.Керола [72], Г. Беккера та Ф.Котлера [205], М. Крамера та М. Портера [222], І. Акімової [2], М.Бутко [9], О.Охименко та Т.Іванов [44], А.Колота [29], Л.Петрашко [44], В.Кужель [32], В.Негоденко, В. Непочатенко, та О. Чирви [59], В. Ярова [62] тощо. Зокрема теоретико-методологічні підходи до вивчення та організації запровадження соціальної відповідальності бізнесу досліджували В. В. Ярова, В. В.

Кужель [62; 32]; КСВ як інструмент управління конкурентоспроможністю та підвищенням екологічної та інвестиційної привабливості підприємства висвітлено у роботах О. Г. Чирви та В. С. Негоденко [59]; КСВ в контексті взаємодії людини, держави та корпорації досліджував Охріменко О.О., Іванова Т.В. [39]. Водночас, динамічний розвиток практик сталості, розуміння конкретних заходів та дій у готельному бізнесі потребують докладного й цілеспрямованого вивчення.

Отже, **метою** роботи є виявлення основних напрямів впровадження міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку в Україні на ґрунті аналізу міжнародного досвіду впровадження принципів сталого розвитку у готельному бізнесі, програм та відповідної промоції у готельній індустрії.

Досягнення мети завдячує вирішенню окреслених **завдань**:

- ✓ проаналізувати міжнародний досвід впровадження принципів сталого розвитку в індустрії гостинності;
- ✓ дослідити системи регулювання КСВ та ЕСУ, на основі світового досвіду;
- ✓ дослідити драйвери КСВ та ЕСУ у сфері економічної вигоди підприємств;
- ✓ виявити й схарактеризувати конкретні приклади КСВ та ЕСУ у вітчизняному готельному бізнесі;
- ✓ визначити рівень обізнаності українців щодо принципів сталого розвитку і ступінь свідомості дотримання цих принципів;
- ✓ проаналізувати можливість імплементації міжнародного досвіду впровадження принципів сталого розвитку для українських реалій.

Безпосереднім **об'єктом дослідження** є готельне господарство України під кутом **предметного** пошуку практик та можливостей КСВ та ЕСУ впровадження принципів сталого розвитку у вітчизняний готельний бізнес.

Досягненню мети та вирішенню завдань слугують різні **методи** дослідження: аналіз і синтез, історичне та логічне спостереження в процесі концептуалізації понять КСВ та ЕСУ, аналізі міжнародних та вітчизняних відповідних практик підприємств; математико-статистичний і графічний метод задля візуалізації результатів анкетування; методи спостереження, опису та абстрагування, економічні методи, на яких і базується методика дослідження готельного господарства в цілому та окремих його якісних характеристик. Метод узагальнення став основою для формування підсумків роботи.

**Структура роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків, викладена на 73 сторінках основного тексту 103 сторінках загального тексту. Містить 5 таблиць, 8 рисунків, 12 додатків та список із 68 використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 1.1 Поняття КСВ та ЕСУ

Одне з найбільш цитованих визначень КСВ запропоновано Арчі Керролом (1979, 1991). Протягом 12 років визначення постійно піддавалось критиці та вдосконалювалось. На сьогодні воно складається із чотирьох частин. Перше визначення КСВ було опубліковано у 1979 році. Під КСВ розуміється поведінка підприємства, яке функціонує не порушуючи закон, та діє в інтересах суспільства, відповідаючи його економічним, юридичним, етичним і філантропічним очікуванням [49,с.5]. Чесне ведення бізнесу та етичне ставлення до суспільства в якому перебуває підприємство, визначалися як найважливіший фактор корпоративної соціальної відповідальності того часу. У 1991 році автор розширив це поняття, запропонувавши піраміду Керрола (Додатки А, Б).

Водночас, М. Кларксон (1995) та Т.Дональдсон , а також Л.Престон (1995) вважають, що підприємства несуть відповідальність не перед суспільством, а перед зацікавленими сторонами, тож розглядають КСВ з цієї точки зору [45,50].

Загальновідоме визначення соціальної відповідальності бізнесу було запропоновано Пітером Друкером:

«Корпоративна соціальна відповідальність – це робити власні інтереси тим, що по суті і є суспільним благом» [52,с.50]. Таким чином, бізнес справді стає відповідальним лише тоді, коли він прирівнює свої інтереси та цілі до інтересів та цілей суспільства.

На ґрунті досліджень та практики виділяють основні типи соціальної відповідальності бізнесу:

- ✓ *Економічна* соціальна відповідальність - це створення робочих місць та сплата податків;
- ✓ *Юридична* соціальна відповідальність - це діяти відповідно до місцевого та міжнародного законодавства;

✓ *Етична* соціальна відповідальність - це дотримання працівниками та компаніями, універсальних норм поведінки у взаємодії один з одним, з конкурентами, та з державою та і суспільством;

✓ *Благодійна* соціальна відповідальність – це добровільне інвестування в проекти, які приносять особливу користь суспільству, але не мають прямих економічних вигод (охорона навколишнього середовища, інвестиції в охорону здоров'я та грамотність, інфраструктура, подолання бідності) [60с.25-26].

У фундаментальній статті «Справа за і проти підприємницького прийняття соціальної відповідальності» К. Девіс [50,с.74] підсумував основні аргументи за та проти КСВ, що існували в науковій літературі на той час. Вивчаючи ці аспекти, автор протиставив поняття "соціальна відповідальність" та "економічна ефективність", але цей контраст не був абсолютним. Робота К. Девіса [50] спонукала подальші дослідження у цій галузі.

Отже, у подальшому розробляється модель А. Керролла [1], яка включає чотири види соціальних обов'язків-економічні, правові, етичні та так звані дискреційні (Додаток А). Пізніше вона була трансформована у методологічну модель у формі піраміди, яка застосовує термінологію управління та визначає, що «соціально відповідальна компанія повинна прагнути отримувати прибуток, дотримуючись закону, бути етичною до своїх працівників та ділових партнерів а також бути добрим корпоративним громадянином, відносно суспільства в якому перебуває підприємство»[1,с.15] (Додаток А).

Зокрема, економічна відповідальність являє собою основу. Вона репрезентує базову функцію компанії на ринку й спрямовується на задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. Правова відповідальність передбачає дотримання бізнесом законів, правових норм, тоді як етична, спрямовує бізнес діяльність на дотримання норм

моралі й етики, а власне дії компанії на підтримку і розвиток добробуту суспільства через добровільну участь у реалізації соціальних програм репрезентується філантропічна відповідальність.

Отже, КСВ - це зобов'язання бізнесу здійснювати добровільний внесок у розвиток суспільства, включаючи соціальну, економічну та екологічну сфери.

Нині підхід, закладений в основу КСВ піраміди А. Керолла піддається критиці й переосмисленню через виражену супідрядність «рівнів» (Додаток Б). Критики вважають, що етика є найважливішим елементом всіх рівнів КСВ. Водночас, питання про те, чи є КСВ «необов'язковою» складовою функціонування бізнесу, залишається відкритим» [12].

В сфері міжнародної бізнес-практики поняття «корпоративна соціальна відповідальність» формувалося поступально через застосування таких термінів як соціальна відповідальність (СР), корпоративне громадянство (КГ) і, в разі туризму, корпоративна стійкість (Табл. 1.1).

На американському фондовому ринку діє система індексів промислового виробництва, які репрезентують відносний показник що характеризує кількість вироблених товарів у поточному періоді порівняно з базисним. Індекс Доу Джонса є найстарішим серед існуючих американських ринкових індексів. Він був створений редактором газети The Wall Street Journal і засновником компанії "Dow Jones & Company" Чарльзом Доу, для відстеження розвитку американських фондових ринків. Чарльз Доу характеризує корпоративну відповідальність наступним чином: «Корпоративна відповідальність-це бізнес-підхід, який створює довгострокову акціонерну вартість за рахунок гнучкого управління ризиками, що спричинені економічним, екологічним і соціальним факторами. Лідери в області корпоративної відповідальності досягають довгострокової акціонерної вартості, корегуючи свої стратегії і менеджмент таким чином, щоб використовувати потенціал ринку для

забезпечення стійкості продуктів і послуг, в той же час успішно скорочуючи і уникаючи витрат і ризиків у сфері сталого розвитку» [51,с.17].

**Таблиця 1.1.**  
**Сучасні підходи до визначення соціальної відповідальності,**  
**складено автором за [12-15]**

<b>Концепція „соціальної відповідальності</b>	<b>Джерело Визначення</b>
<p>Організація несе відповідальність за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище, беручи до уваги прозоре та етичне ставлення, котре :</p> <p>а) сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства;</p> <p>б) враховує очікування зацікавлених сторін та відповідає законодавству;</p> <p>в) відповідає міжнародним стандартам поведінки та інтегрується у діяльність організації;</p>	<p style="text-align: center;">Міжнародний стандарт соціальної відповідальності, Міжнародний форум лідерів бізнесу ISO 26000 – IBLF[13]</p>
<p>Сприяння відповідальній діловій практиці, що приносить користь бізнесу та суспільству, допомагає досягти економічного, соціального та екологічно стійкого розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство та мінімізації його негативних наслідків;</p>	<p style="text-align: center;">Міжнародний форум лідерів бізнесу – IBLF[10]</p>
<p>Концепція, яка дозволяє інтегрувати соціальні та екологічні аспекти у повсякденну діяльність комерційних підприємств, а також врахування соціальних та екологічних аспектів у процесі їх взаємодії підприємств із зацікавленими сторонами та групами впливу;</p>	<p style="text-align: center;">Європейська комісія. Зелена книга[13]</p>
<p>Довгострокове зобов'язання компаній етичному веденню бізнесу та економічному розвитку, а також покращенню якості життя працівників та їх сімей, громад та суспільства в цілому.</p>	<p style="text-align: center;">Світова бізнес-рада зі сталого розвитку (WBCSD)[14]</p>
<p>Досягнення комерційного успіху засобами, заснованими на етичних стандартах та повазі до людей, суспільства, навколишнього середовища</p>	<p style="text-align: center;">Досягнення комерційного успіху засобами, заснованими на етичних стандартах та повазі до людей, суспільства, навколишнього середовища Корпорації</p>

	США “Бізнес за соціальну відповідальність”[15]
--	---

Інше визначення соціальної відповідальності дається асоціацією БІТС - бізнес в співтоваристві: «КСВ –це управління позитивним впливом компанії на суспільство і навколишнє середовище за допомогою її операцій, продуктів або послуг і за допомогою взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами, такими як співробітники, клієнти, інвестори і постачальники» [53,с.23].

Необхідно притримуватись соціально відповідальної поведінки, як частини стратегічного управління організацією. Компанії в яких соціальна відповідальність закладена в основу стратегії управління, лідирують на ринку. Вони мають значні конкурентні переваги над підприємствами що не відповідальні перед суспільством за наслідки своєї діяльності [18]. У 2006 році було проведено дослідження, за результатами якого зазначається, що 67% опитаних керівників підтверджують факт, про те що здійснення ініціатив в області КСВ створює значні конкурентні переваги організації, яка їх здійснює [19].

Слід зазначити, що проблема соціальної відповідальності досить довго не була предметом дослідження вітчизняних учених. Зацікавленість цією проблемою радянських вчених виявилася наприкінці 1960-х років. Характерним для більшості робіт того періоду була спрямованість на дослідження різноманітних морально-етичних аспектів відповідальності. Наприклад, Г.Голубєва, Н.Головко, Б.Кортуа, Н.Сафаров, Е.Старчевський, А.Черменіна, активно розробляли головний акцент на формуванні моральної відповідальності особистості в умовах соціалізму [10].З часом з’явилися дослідження, в яких соціальну відповідальність інтерпретували одночасно як форму суспільних відносин, якість особистості і особливий стан соціальних суб’єктів. Зокрема, як особливий тип взаємодії людини,

соціальна відповідальність розглядається в працях Л.Грядунової, С.Дмитрієва, Г.Заболотної, Є.Левченко, Н.Табунова, М.Цветаєвої [11, с.45-49]. Для них феномен соціальної відповідальності осмислюється як здатність особистості підпорядковувати власні інтереси вимогам суспільного розвитку. Крім того, з позиції Н.Мінкіна, А.Плахотного, Е.Рудковського, П.Симонова, В.Сперанського соціальна відповідальність розуміється як форма зв'язку і взаємодії суспільства та особистості, що виражає певні відносини між ними [44, 53].

Нині в Україні відносини з державою, що встановлює «правила гри» в економіці, об'єктивно залишаються одним з важливих елементів бізнес-стратегії практично для будь-якої великої і середньої компанії. Форми та механізми взаємодії з державою мають істотний вплив на поведінку суб'єктів підприємницької діяльності і стимули, якими керуються їх власники [11].

На початку 1990-х рр., спираючись на зарубіжний досвід підтримки стабільності в суспільстві, вітчизняні соціальні технологи запозичили так звану «систему соціального партнерства» на основі трипартизму, яка передбачає трибічну співпрацю між працівниками, роботодавцями та державою на регіональному, загальнодержавному та територіальному рівнях. Така система з'явилася на Заході в 1950-1960-х рр. й досить успішно функціонувала тривалий час. Тристоронні комісії з'явилися на всіх основних рівнях державного управління, а представники органів державної влади, профспілок та бізнесу регулярно почали укладати угоди, в яких фіксувалися взаємні зобов'язання сторін.

Вивчення досвіду західних і міжнародних корпорацій корисне для розуміння сутності як корпоративної соціальної відповідальності, так і корпоративного громадянства, просте копіювання чужих принципів і стандартів, без урахування національних особливостей не дає змоги досягти необхідної ефективності[87].

Вітчизняні науковці здійснили чималий доробок у розвиток теоретичної бази поняття соціальна відповідальність (Додаток В). Дослідження вчених І.Акімової, Я.Жаліло, О.Кужель, С.Мельник, Е.Лібанової, Д.Ляпіна, присвячені проблемі КСВ та соціальному партнерству; праці О.Мазурик, В.Мешкова, С.Мошенського, Ю.Петренка охоплюють проблему КСВ стосовно соціальних інвестицій та аудиту; наукові розвідки Л.Кормич, О.Марченко, Н.М'ясникова, Ю.Осокіна стосуються КСВ та етики соціально-трудова відносин; науковий доробок С.Баранова, Н.Водницької, О.Ворони, З.Галушки, А.Коноваленка, О.Лазаренко, Ю.Саєнко, О.Тітаренко, увібрав різнопланові підходи до розробки КСВ і менеджменту (Додаток В). Окремо маємо вказати на праці українських дослідників О.Золотарьова, О.Казьміна, С.Кондрюк, О.Марченко, І.Новак, які у своїх працях акцентують увагу на тісному зв'язку корпоративної соціальної відповідальності з розвитком соціальних взаємовідносин з працівниками, найманими співробітниками, керівниками, акціонерами тощо [15]. Така широка палітра наукових напрацювань свідчить про актуальність означеної проблематики серед зарубіжних та вітчизняних науковців, суспільства, громадських та державних інституцій.

ЕСКУ - це структура, яка допомагає зацікавленим сторонам зрозуміти, як організація управляє ризиками та можливостями, пов'язаними з екологічними, соціальними та управлінськими критеріями (іноді їх називають факторами ЕСУ) [60].

ЕСУ - це адаптований переклад за аббревіатурою від Environmental, Social, and Governance. ЕСУ дотримується цілісного погляду на те, що *стійкість* виходить за рамки екологічних питань[47].

Хоча термін ЕСУ часто використовується в контексті інвестування, учасники включають не лише інвестиційне співтовариство, але й клієнтів, постачальників і співробітників, які все

більше зацікавлені в тому, наскільки стабільною є діяльність організації. При цьому відзначається, що:

- ЕСУ розвинувся з історичних рухів, які зосереджувалися на питаннях здоров'я та безпеки, зменшенні забруднення та корпоративній філантропії.
- ЕСКУ змінила спосіб прийняття рішень щодо розподілу капіталу багатьма найбільшими компаніями, що надають фінансові послуги, і менеджерами активів у світі.
- Новий клас фахівців з ЕСКУ вступає в галузь і підтримує цілі як нульового чистого викиду, так і цілі вуглецевої нейтральності [2].

ЕСУ розшифровується як "Environment, Social, Governance". У перекладі з англійської - "довкілля, суспільство, управління"[61]. Це стратегія розвитку компанії, яка передбачає прозорість у менеджменті, турботу про екологію та людей, з якими стикається компанія [66]. Поняття з'явилося 2004 року. Його сформулював Кофі Аннан тодішній Генерального секретар ООН. Він звернувся до CEO провідних світових компаній, із пропозицією включити ці принципи до своїх стратегій. Звернення називалося Who Cares Wins - "Небайдужий перемагає". Концепція справді перемогла. Майже через 20 років принципи ЕСУ дотримуються не лише великі корпорації, а й багато компаній малого та середнього бізнесу [61]. Термін ЕКСУ, або екологічні, соціальні та управлінські фактори, був введений Глобальним договором у 2004 році, однак поняття включення всіх нефінансових факторів у бізнес існує набагато довше. Дехто може вказати на 2001 рік як на початок мейнстріму ЕСУ із запуском індексів FTSE4Good. Хоча вплив ЕСУ стрімко зріс за останні роки, стале інвестування не є новою концепцією [47]. Імпакт-інвестування — практика здійснення інвестицій, які приносять не лише фінансовий прибуток, а й позитивний соціальний та екологічний вплив — походить від релігійних груп, які встановлювали

етичні параметри у своїх портфелях (відмовляючись, наприклад, від тютюну, алкоголю та грального бізнесу) [56].

Згадаємо, що ідея КСВ виникла у 1970-ті у США та Великої Британії внаслідок посилення уваги громадськості, споживачів до загального іміджу компанії / фірми, а саме: вибору добропорядних та відповідальних бізнес-партнерів; забезпечення соціального захисту та недискримінації найманих працівників; гарантування якості та безпеки продукції послуг; ставлення фірми до екології та до суспільства; дотримання прозорості та відкритості, соціальної відповідальності у прийнятті стратегічних бізнес-рішень [44].

Зв'язки між КСВ та ЕСУ розуміються та визначаються по-різному, хоча деякі дослідники ототожнюють ці поняття [ 48, 47, 44 ]. Як зазначають Гіллан та ін., ЕСУ стосується того, як корпорації та інвестори інтегрують екологічні, соціальні та управлінські проблеми у свої бізнес-моделі [49]. КСВ традиційно відноситься до діяльності корпорацій, які мають за мету бути більш соціально-відповідальними, бути кращим корпоративним громадянином. Кожна компанія незалежно від сектору економіки має свій прямий та непрямий вплив на навколишнє середовище, суспільство і управляти цими впливами може організована прозора і ефективна система корпоративного управління. Інтегрована ЕСУ-стратегія допомагає компаніям встановити цілі та виміряти ці впливи. ЕСУ-чинники відносяться до трьох ключових критеріїв в оцінці стійкості компаній задля отримання сталих інвестицій [47,с.34]. Глобальні природні катаклізми визначають пріоритети, тому в останні роки велику увагу приділяють кліматичним ризикам. Європейські стандарти звітності про сталий розвиток (ЕСУ) були схвалені Європейською консультативною групою з фінансової звітності (EFRAG) у 2022 році [48,с.18]. Вони окреслюють вимоги, пов'язані з низкою екологічних, соціальних та управлінських питань.

Завдяки численним науковим роботам іноземних дослідників питання впливу кліматичних ризиків на фінансовий стан компаній та можливості, які

виникають у зв'язку з цим, висвітлені доволі широко. Західна наукова думка представлена роботами П. Матоса, Р. Коуз, Р. Сендера, Д. Елкінгтона, Larry Fink, Н. Ейра, Н. Ховарта та інших. Серед вітчизняних науковців слід виділити роботи Андрущенко В.Л., Клименко С.М., Левченко Н.М., Ткаченко А.М [49,52,63]. Окрім наукових робіт питання ЕСУ-стратегії висвітлені у численних звітах та робочих документах ООН, Світового економічного форуму, Організації економічного співробітництва та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної енергетичної агенції та ін.[44].

КСВ зосереджується на корпоративному волонтерстві, зниженні викидів вуглекислого газу та взаємодії з благодійними організаціями. ЕСУ забезпечує більш кількісний вимір стійкості, враховуючи екологічні, соціальні та управлінські фактори. ЕСУ покращує оцінку діяльності бізнесу та його відповідність стійкому розвитку (Додаток Г).

У країнах з розвинутою економікою, успішно реалізуються державні програми, які надають соціально-відповідальним компаніям значні преференції у галузі оподаткування, державних закупівель та кредитування. Стратегія розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, повинна бути спрямована на реалізацію принципів та завдань державної політики у сфері соціальної відповідальності бізнесу та визначення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, пов'язаних зі створенням необхідних умов для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [67].

## **1.2 КСВ та ЕСУ в контексті зеленого переходу європейського туризму**

Екологізація європейського туризму є частиною великої реформації розвитку, переходу до сталої економіки. До цього процесу залучені національні, регіональні та місцеві органи влади, а також споживачі – туристи [61,с.14]. За визначенням Всесвітньої туристичної організації ООН, сталий розвиток туризму "повністю враховує його поточні та майбутні

економічні, соціальні та екологічні наслідки, задовольняючи потреби відвідувачів, індустрії, навколишнього середовища та приймаючих громад" [60,с.34]. Зміни в мисленні, які спостерігаються в промисловості, політиці та суспільстві в бік більш стійких практик, часто називають «зеленою трансформацією». У грудні 2019 року Європейський Союз представив Європейську Зелену Угоду - стратегію дій, спрямовану на те, щоб до 2050 року Європа стала кліматично нейтральним континентом [9].

Власне, іще у 2014 році Європейський Союз прийняв директиву про нефінансову звітність, згідно з якою великі публічні компанії (понад 500 працівників) були зобов'язані публічно оприлюднювати інформацію про своє функціонування щодо питань сталого розвитку [10]. Така інформація необхідна, зокрема, для інвесторів, які хочуть зробити обґрунтований інвестиційний вибір, керуючись не лише фінансовими аспектами функціонування підприємств, але й їхнім впливом на внутрішнє та зовнішнє середовище [51]. Однак з точки зору інвестиційних рішень фінансові питання важко вважати другорядними.

Відповідно до пропозицій, сформульованих у Порядку денному до 2030 року, суб'єкти господарювання, які працюють в економіці, повинні контролювати вплив своєї діяльності на внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у трьох сферах, які разом створюють фактори КСВ (корпоративна (C), соціальна (S), відповідальність (R) та ЕСУ (екологічна (E), соціальна (S) та управлінська (G). З моменту запровадження Організацією Об'єднаних Націй у 2004 році інтеграції екології, соціальної сфери та управління, (ЕСУ) вважається одним із найновіших і найбільш широко прийнятих критеріїв сталого розвитку в усьому світі [47] (Додаток Г).

Наслідуючи піраміду А.Керрола, отримання доходу задоволення потреб споживачів є основною складовою КСВ й передбачає економічну відповідальність [60] (Додаток А, Б). говорячи про сталий розвиток важко оминати увагою стале інвестування, яке розширилося з нишевого інтересу

до опори інвестиційних стратегій у всьому світі [50]. Поєднання ідеї сталого розвитку та діяльності фінансового сектору призвело до поняття «стале фінансування», яке в основному пов'язане з передачею коштів на проекти з низьким рівнем викидів вуглецю. Таке тлумачення суттєво звужує його зміст і зміщує центр тяжіння в бік зелених фінансів, визначених G20 Green Finance Study Group як фінансування інвестицій, які забезпечують екологічні переваги в контексті екологічно сталого розвитку [51]. Зелені фінанси сприймаються крізь призму фінансових інструментів і діяльності, які спричиняють позитивні зміни для довкілля та суспільства. Основним критерієм «зеленої» компанії/проекту є її внесок у скорочення викидів парникових газів [51]. Таким чином, зелене фінансування є частиною сталого фінансування, але ці поняття не є синонімами.

У літературі є багато визначень сталого фінансування, які визначають це поняття як у широких, так і у вузьких термінах. Стале фінансування визначається як фінансування та інституційні та ринкові відносини, які сприяють досягненню сталого зростання шляхом підтримки цілей сталого розвитку [50,20]. Сталі фінанси, в широкому сенсі, також визначаються як фінанси, які не тільки включають потоки капіталу, діяльність з управління ризиками та фінансові процеси, які поєднують соціально-екологічні фактори, але також сприяють довгостроковій стабільності фінансової системи [16]. Фахівці зі сталого фінансування (HLEG UE) розглядають стале фінансування крізь призму двох елементів:

1. Збільшення частки фінансування в інклюзивному, сталому зростанні та пом'якшенні зміни клімату;
2. Зміцнення фінансової стабільності шляхом урахування екологічних, соціальних та управлінських факторів під час прийняття інвестиційних рішень. За Мільореллі, стійкі фінанси сьогодні слід називати «фінансами для сталого розвитку» і сприймати як самостійний фактор у процесі побудови сталого суспільства, зокрема, щодо ЦСР і Паризької угоди [67,59]. Таким чином, це фінанси, які підтримують діяльність, яка сприяє

досягненню/покращенню принаймні одного з конкретних аспектів сталого розвитку. Вужчі визначення пов'язують стійке фінансування з функціонуванням підприємств та інвестиційною діяльністю, як, наприклад, визначення Світового банку, де стійке фінансування розуміється як зобов'язання підприємців зробити питання сталого розвитку основним елементом своєї бізнес-стратегії, та ухилятися від несумісних з ним дій [18]. Боффо і Паталано визначають його як включення екологічних, соціальних та управлінських проблем при прийнятті інвестиційних рішень і внаслідок цього збільшення вартості довгострокових інвестицій [19].

Отже, стійкі фінанси стосуються передусім зміцнення фінансової стабільності в економіці шляхом врахування екологічних, соціальних та управлінських факторів у процесі прийняття рішень на фінансових ринках. У вузькому значенні це означає умови, в яких працюють підприємства, включаючи перерозподіл коштів для низьковуглецевих інвестицій.

ЄС активно прагне до стійкої економічної реконструкції, включаючи реформування фінансової системи відповідно до принципів сталого розвитку. У 2015 році було оголошено план побудови Союзу ринку капіталу (CMU), який також включав цілі сталого розвитку [20]. Як зазначили Лану і Томадакіс, «це важливий будівельний блок оновленого проекту Союзу ринків капіталу (CMU 2.0), який спрямований на розблокування державних і приватних інвестицій для підтримки переходу до низьковуглецевої та ресурсоефективної циклічної економіки» [21]. Оскільки мобілізація коштів для сталих інвестицій виявилася набагато ширшою проблемою, ніж вважалося спочатку, була створена спеціальна комісія. Комісія складалася з експертів високого рівня зі сталого фінансування (HLEG), завданням якої було розробити рішення ЄС, які стосуються саме сталого фінансування. На основі публікації висновків Проміжного звіту та заключного звіту, підготовлених HLEG, у 2018 році [58,22,23] сталося зміщення фокусу у бік

прискорення зростання обсягів фінансування низьковуглецевих та екологічних проектів.

Зазначений план визначає три основні цілі:

1. Перенаправити потоки капіталу на стійкі інвестиції з метою досягнення сталого та інклюзивного зростання;
2. Управляти фінансовими ризиками, пов'язаними зі зміною клімату, виснаженням ресурсів, погіршенням навколишнього середовища та соціальними проблемами;
3. Сприяти прозорості та довгостроковій стабільності фінансово-економічної діяльності.

Хоча довгострокові інвестиції розглядаються як необхідні для сталої реконструкції, сьогодні домінує короткостроковий підхід через тиск фінансових результатів [33, 24, 25, 26, 27, 28].

Якщо капітал має надходити до підприємств, які враховують екологічні, соціальні та управлінські фактори, інвестори повинні мати доступ до цієї інформації. Звітність ЕСУ, також відома як нефінансова звітність, тому може вважатися обов'язковою умовою не лише для збільшення обсягу інвестиційних коштів, що надходять до підприємств, які працюють стабільно, але й для сталої економічної реконструкції [47]. Вимоги щодо нефінансової звітності в ЄС було визначено в Директиві 2014/95/ЄС (також називається Директивою про нефінансову звітність — NFRD), яка змінила попередню Директиву з бухгалтерського обліку 2013/34/ЄС (у якій питання, пов'язані зі сталим розвитком, обмежувалися дотриманням підприємствами принципів корпоративного управління) та визначила правила розкриття нефінансової інформації вибраними компаніями [48].

Поточні правила ЄС щодо нефінансової звітності застосовуються лише до великих компаній із понад 500 співробітниками, і тих, які кваліфікуються як великі підприємства, які відповідають принаймні двом із трьох наступних критеріїв: активи вище 20 млн. євро, оборот понад 40 млн.

євро та понад 250 співробітників[ 53]. До цієї групи входять державні компанії, банки, страхові компанії та інші компанії, визначені національними органами влади як організації суспільного інтересу. Згідно з цією директивою, з 2018 року великі компанії зобов'язані публікувати інформацію про екологічні проблеми, соціальні проблеми, ставлення до працівників, повагу до прав людини, антикорупційні заходи. Директива вимагає від компаній надавати інформацію з двох точок зору :

1. Як проблеми сталого розвитку впливають на їх продуктивність, ситуацію та розвиток (перспектива «ззовні всередину»);

2. Як бізнес впливає на людей та навколишнє середовище (погляд «зсередини назовні»)[ 31].

Якщо компанія не публікує необхідну інформацію, вона повинна надати чітке та аргументоване пояснення, чому цього не робить [32].

Перехід європейського туризму на зелений шлях передбачає виконання ряду вимог до КСВ та ЕСУ, зокрема:

1. Зменшення впливу на довкілля: компанії повинні зменшити свій вплив на довкілля шляхом зменшення викидів, використання відновлених джерел енергії та енергоефективних технологій, а також зменшення використання води та ресурсів;

2. Підвищення соціальної відповідальності: підприємства повинні забезпечувати високий рівень соціальної відповідальності шляхом створення робочих місць зі справедливою оплатою, запобігання дискримінації, забезпечення рівності та врахування прав людей;

3. Забезпечення стійкості та економічної ефективності: підприємства повинні забезпечувати стійкість та економічну ефективність своєї діяльності шляхом оптимізації витрат, забезпечення ефективного використання ресурсів та збільшення доходів;

4. Підтримка місцевих громад: компанії повинні підтримувати місцеві громади, сприяти розвитку місцевих підприємств та зменшенню нерівності у суспільстві;

5. Забезпечення прозорості та відкритості: компанії повинні забезпечувати високий рівень прозорості та відкритості щодо своєї діяльності та відносин із стейкхолдерами.

Узагальнюючи, компанії повинні забезпечувати баланс між соціальною відповідальністю, економічною ефективністю та збереженням довкілля.

4 лютого 2022 Європейська комісія оприлюднила перехідний шлях для туризму, перший у серії перехідних шляхів для промислових екосистем ЄС[48].

Шлях переходу визначає 27 сфер заходів для зеленого та цифрового переходу, а також для підвищення стійкості туризму ЄС. Він закликає до більш циклічних та екологічно чистих послуг у туризмі, покращення обміну даними для більш інноваційних послуг та покращення доступності послуг, серед іншого, й включає наступне:

***Задоволення попиту на більш стійкий туризм.***

Конкурентоспроможність індустрії туризму ЄС значною мірою залежатиме від її здатності задовольняти потреби та попит клієнтів, щоб стати більш стійкими. Опитування Євробарометра, проведене у жовтні 2021 року [68], показало, що 82% європейців готові змінити свої звички подорожей на більш екологічні методи, включаючи споживання продуктів місцевого походження, зменшення споживання відходів і води, подорожі в міжсезоння або в менш відвідувані місця та вибір транспортних засобів на основі на їх екологічний вплив. Їхні головні інтереси при виборі напрямків — це природа (41%) і культура (42%), а третина була б готова платити більше за підтримку місцевої природи та місцевих громад. Інші опитування також показують, що 65% мандрівників були б зацікавлені в отриманні справжнього досвіду, пов'язаного з місцевою культурою (соціальна стійкість) [51,с.67].

*Зелений перехід туристичних компаній і МСП: дії, учасники, результат*

Звіт пов'язує 27 тем із конкретними діями, відповідальними акторами та результатом намірів. Тема 8 рекомендує «Зелений перехід туристичних компаній і МСП» із такими діями:

a) Туристичні компанії, у тому числі МСП, мають зареєструватися в EMAS

b) Туристичне розміщення, включно з малими та середніми підприємствами, щоб подати заявку на екомаркування ЄС або інші екологічні маркування EN ISO 14024 типу I або еквівалентні добровільні маркування, які є незалежними, заснованими на багатьох критеріях і перевіреними третьою стороною

c) Туристичні оператори повинні використовувати відповідні критерії екологічних державних закупівель ЄС (GPP), де це можливо

d) Програми нарощування потенціалу, технічна та фінансова допомога для МСП для залучення до екологічно чистих практик і схем

Стратегія інтеграції України до ЄС також базувалась на позиції та стратегії ЄС щодо України (1994, 1999), інших рішеннях Ради ЄС щодо України. Стратегія інтеграції України до ЄС визначала основні пріоритети діяльності органів виконавчої влади щодо створення передумов набуття Україною повноправного членства в Європейському Союзі та входження України до європейського політичного (в тому числі у сфері зовнішньої політики і політики безпеки), інформаційного, економічного і правового простору. Отримання статусу асоційованого члена ЄС визначалось цією стратегією як головний зовнішньополітичний пріоритет України у середньостроковому вимірі [35,44].

Сталі подорожі поступально ставали фокусом європейської туристичної політики протягом останніх років, зумовлені зростанням попиту та очікувань як мандрівників, так і приймаючих

громад. Незважаючи на те, що криза COVID-19 паралізувала подорожі в останні роки, це також була унікальна можливість перезавантажитися, змінити культурне мислення та стати більш стійкими [54,61].

Спрямовуючи «озеленення» туристичної екосистеми ЄС, промисловість і дестинації не тільки сприятимуть зменшенню викидів CO<sub>2</sub> і кращому захисту навколишнього середовища, але також отримають вигоду від зниження витрат і посилення конкурентоспроможності. Відповідальні туристи насолоджуються подорожами, одночасно сприяючи добробуту приймаючих громад. Національні, регіональні та місцеві органи влади як одна цілісна система підтримують та розвивають стале функціонування економіки[53,56].

### **1.3 Методи дослідження**

Дослідження впливу факторів КСВ на формування стратегії КСВ та ЕСУ в умовах повномасштабної війни російської федерації проти України серед компаній на території України базується на позитивістській методології.

У роботі використовувались такі методи дослідження як аналіз і синтез при вивченні понять соціальна відповідальність, КСВ, ЕСУ; історичне і логічне спостереження – аналіз розвитку міжнародних та вітчизняних практик відносин підприємств та корпоративної соціальної відповідальності; математико-статистичний і графічний метод під час візуалізації результатів; методи спостереження, опису та анкетування та економічні методи, забезпечили дослідження готельного господарства в цілому та окремих його якісних характеристик. Метод узагальнення став базою для підведення підсумків роботи.

Важливим стало застосування методу анкетування: опитування респондентів – потенційних клієнтів готельних підприємств з приводу їх вподобань при виборі закладів розміщення під час відпочинку. Це опитування допомогло визначити на що орієнтуються респонденти під час

вибору готелю, чи обізнані у екологічних інноваціях і врешті-решт, якому готелю нададуть перевагу - стандартному, чи екологічному.

Опитування було проведено у формі онлайн-тесту, який був розміщений у фейсбук, інстаграм і вайбер. Респонденти не підлягали конкретній вибірці за сферою діяльності чи віковою категорією. Фактично, опитування: «Соціальна відповідальність готельного бізнесу», було проведено з метою виявлення рівня обізнаності населення щодо принципів сталого розвитку та порівняння результатів із результатами такого самого опитування, проведеного у 2021 році. Анкетування проведено на засадах анонімності; тест складався з 21 відкритого і закритого запитання (Додатки И, І).

Застосування у комплексі усіх вищезгаданих методів дозволяє якнайповніше дослідити впровадження принципів сталого розвитку, порівняти напрацювання різних країн у цій сфері та визначити основні напрями впровадження міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку в Україні.

## РОЗДІЛ 2

### ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД КСВ ТА ЕСУ

#### 2.1 Особливості КСВ та ЕСУ у міжнародній практиці

На сьогоднішній день у всьому світі спостерігається підвищений інтерес серед інвесторів, власників та відвідувачів готелів до відповідальних екологічних практик, сталого ведення бізнесу, соціальної відповідальності, корпоративного управління та прозорості діяльності готельних підприємств [15,18]. Зростаючі очікування відвідувачів і співробітників спонукають готельну індустрію надавати пріоритет ініціативам з декарбонізації, охороні навколишнього середовища та відповідальній соціальній політиці [18]. Затверджений ООН Порядок денний до 2030 року поставив перед усіма країнами світу складні та амбіційні завдання щодо забезпечення сталого розвитку [19]. До теперішнього часу в науковому співтоваристві не існує єдиної думки щодо взаємозв'язку і розмежування концепцій КСВ та сталого розвитку, що дозволяє подолати порівняння двох концепцій за їхніми ключовими особливостями (Табл.2.1.).

**Таблиця 2.1. Порівняння концепцій сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності [27]**

Критерій	Сталий розвиток	Корпоративна соціальна відповідальність
Часові рамки	Довгострокові цілі розвитку (часовий проміжок у кілька поколінь)	Актуальні (короткострокові) потреби зацікавлених сторін
Специфіка	Залежить від глобального порядку денного	Залежить від конкретних вимог зацікавлених сторін
Складові	Спочатку акцент на екологічній складовій, потім розповсюдження на соціальний та економічний виміри	Спочатку акцент на соціальних питаннях (права людини, умови праці), потім на проблемах екології та переходу до моделі 3BL

Аналіз засвідчує, що концепція сталого розвитку більш широка за охопленням за всіма розглянутими критеріями, а корпоративна соціальна відповідальність має вузький фокус [44,42]. Безумовно, еволюціонуючи паралельно з концепцією сталого розвитку, концепція КСВ зазнавала

якісних змін та удосконалювалася. Важливою складовою концепція збалансованого сталого розвитку є стала звітність підприємства. Стале звітування свідчить про те що готель застосовує екологічні практики та слідує відповідальному веденню бізнесу [61,с.54].

Стала звітність готельних підприємств базується на чотирьох показниках: енергоефективність, викиди вуглецю, збереження води та утилізація відходів. На сьогодні немає єдиної узгодженої системи показників звітності, однак багато готельних брендів почали використовувати Глобальну ініціативу зі звітності (ESU) [61, 63].

Наразі єдинна система показників ESU звітності у стадії розробки, тому багато готелів використовують Глобальні ініціативи звітності (GRI) та інші стандарти, такі як Європейська консультативна група з фінансової звітності (EFRAG) і Міжнародна рада зі стандартів сталого розвитку (ISSB) для встановлення внутрішньої основи для стандартів звітності. Ці стандарти звітності допомагають зацікавленим сторонам готельної індустрії зрозуміти та порівняти ефективність щодо цілей ESG [18, 42,57].

Велика кількість організацій працюють над розробкою і дослідженням інструментів, за допомогою яких готелям буде легше виміряти вплив їхньої діяльності на навколишнє середовище. Серед них - міжнародна консалтингова компанія Greenview, яка нещодавно опублікувала посібник "Методологія чистого нуля", щоб допомогти власникам та операторам у створенні та впровадженні програм сталого розвитку на рівні міжнародних готельних корпорацій та об'єктів нерухомості для досягнення мети нульових викидів до 2050 року. Для відстеження ефективності Корнельська готельна школа, Greenview та деякі інші організації розробили Індекс порівняльного аналізу сталого розвитку. Індекс дозволяє готельним компаніям порівнювати свій прогрес у різних сферах сталого розвитку з аналогами. Наведені нижче дані показують енергоефективність, викиди вуглецю та використання води у 25 країнах серед готелів, що беруть участь в дослідженні Індексу сталого розвитку готелів Корнельського

університету. За статистикою Greenview, найбільш заощадливими виявились готелі із Об'єднаних Арабських Еміратів, Саудівської Аравії, Японії. На останніх позиціях опинились готелі із Великобританії та США [44] (Додаток Д). Найменший рівень викидів вуглекислого газу на зайняту кімнату у готелях В'єтнаму, Малазії, Єгипту [61] (Додаток Е,Є).

Прихильність світової готельної індустрії до питань сталого розвитку – КСВ та ЕСУ - продовжуватиме зростати завдяки новим регуляторним режимам, які вимагають від компаній рухатися шляхом до нульового показника.

ЄС є світовим лідером у боротьбі зі зміною клімату та запровадив амбітні цілі щодо скорочення викидів. Європейська Зелена Угода, представлена Європейською комісією 11 грудня 2019 року, поставила за мету зробити Європу першим кліматично нейтральним континентом до 2050 року. Відповідно до цієї ініціативи країни-члени ЄС зобов'язалися скоротити викиди вуглецю щонайменше на 55% до 2030 року, порівняно з рівнями 1990 року, і досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року [48]. Європейська Комісія також створила Таксономію ЄС, регулюючий орган для надання допомоги у досягненні кліматичних та енергетичних цілей до 2030 року. Ці цілі включають план дій для сталого фінансування на основі двох нових нормативні акти, що стосуються таксономії та правил розкриття фінансової інформації [4]. Європа вважається провідним регіоном світу з питань впровадження та політики в контексті КСВ. 90% найбільших європейських компаній звітують про соціальну відповідальність [51]. Відповідні показники США та решти країн, що входять у топ-100, становлять 59% і 61% [65]. Підхід ЄС до КСВ узагальнює наступне визначення [43, с.3]: «Корпоративна соціальна відповідальність це концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої господарські операції, та у взаємодію зі своїми зацікавленими сторонами, на добровільних засадах».

Крім того, у Європі КСВ регулюється законодавством. Значна увага приділяється етичній корпоративній соціальній відповідальності. Домінуючим напрямком КСВ, у сфері соціального захисту зайнятого населення є безробіття: зменшення плинності кадрів, створення робочих місць, реалізація регіональних проектів соціального бізнесу. Державні органи влади та місцевого самоврядування є головною рушійною силою розвитку КСВ.

Водночас, відмінності у практиках КСВ в Європі продиктовані різноманітністю економічних, політичних та культурних ландшафтів на континенті [53]. Наприклад, компанії у Східній Європі про КСВ дізналися зовсім недавно. У таких країнах, як Білорусь та Україна, КСВ в основному ініціюється дочірніми компаніями іноземних транснаціональних корпорацій або великими місцевими корпораціями, майже ніякого тиску від суспільства, влади чи медіа немає [60].

Уряди країн Європейського Союзу намагаються сформулювати єдиний європейський підхід до КСВ, однак цей процес ускладнюється деякими країнами-членами, які розробили власні пріоритети. Проте критерії, що стосуються корупції, рівності, праці й поведінки - багатонаціональні. Крім того, деякі країни ЄС (Німеччина, Австрія) стверджують, що велика частина соціальних та екологічних зобов'язань, які вважаються добровільними КСВ в інших країнах, юридично визначені у законодавстві Європи [48]. Водночас, через процес глобалізації багатонаціональні корпорації як і раніше беруть на себе ініціативу з КСВ, щоб отримати ліцензію на певні види економічної діяльності.

Відповідальний бізнес-саміт 2011 визначив деякі тенденції у розвитку КСВ протягом першого десятиліття 21 століття у Європі:

- 1) Європейські корпорації часто звертають велике увагу на екологічні аспекти, але якщо компанія діє у рамках соціальної відповідальності, то довіра і лідерство бренду зростає;

2) Головним драйвером є здобуття довіри; Багато провідних корпорацій навчають споживачів заощадливо використовувати вичерпні ресурси планети такі як вода, газ і світло;

3) Аналіз повного життєвого циклу компанії проводиться для оцінки діяльності підприємства, на оточуюче середовище. Такий аналіз діяльності компанії, з кожним роком стає все більш популярним. Звіти про стійкий розвиток постійно удосконалюються і на сьогодні вони є частиною щорічного звіту діяльності компанії[45].

Уряд *США* ухвалив постанову про кліматичні ризики та стійкість до них для компаній, яка вимагає від підприємств розкривати інформацію про викиди парникових газів та кліматичні ризики, а також встановлювати науково обґрунтовані цілі зі скорочення викидів. Ця постанова може мати вплив на інші галузі, включаючи готелі та компанії, що працюють з тими самими підприємствами. Що стосується нормативних стимулів і підтримки, то Міністерство енергетики США створило програму Better Buildings Challenge що у перекладі означає змагання за звання сталої будівлі, яка є добровільною лідерською ініціативою, спрямованою на заохочення, навчання та підтримку власників і менеджерів малих готелів, щоб вони взяли на себе ініціативу щодо скорочення енергоспоживання та використання води. Інвестори, які хочуть отримати більше інформації про рекомендації, правила та стимули щодо сталого розвитку та впливу на клімат у сфері комерційної нерухомості в США, часто звертаються до місцевих органів влади, таких як державні, міські, а в деяких випадках і окружні чиновники. Дотримання постійно зростаючих стандартів будівельних характеристик (BPS) штатів і місцевих органів влади гарантує, що будівлі з високим рівнем енергоспоживання з часом стануть більш енергоефективними, а отже, з меншим рівнем викидів вуглецю в атмосферу. У деяких штатах за недотримання цих стандартів передбачені значні штрафи [48,60].

Оскільки питання етики та доброчесності стають важливими для американських компаній, корпоративне управління закладів розміщення зорієнтовані на добробут гостей і працівників. Етика компанії та прозора звітність з екологічних і соціальних питань стали основою корпоративного управління. Витоки заснування концепції КСВ можна прослідкувати у США, ще на початку 1960-х [60]. Багато великих готельних компаній у США мають органи управління, які контролюють напрямок і реалізацію цілей ЕСУ. На соціальному рівні ЕСУ, Міністерство внутрішньої безпеки та пов'язаний з нею "Інструментарій гостинності" спрямовані на підвищення обізнаності про торгівлю людьми та надання ресурсів для розпізнавання та повідомлення про випадки торгівлі людьми, в тому числі за участю готелів [62]. Готельні компанії та організації продовжують брати на себе зобов'язання щодо боротьби з торгівлею людьми, а програма "Немає місця торгівлі людьми" Американської асоціації готелів та житла (AH&LA) підтверджує колективне зобов'язання індустрії вживати заходів для запобігання та протидії цьому явищу. Багато організацій таких як ЕСРАТ US, надають новини, ресурси та рекомендації щодо запобігання торгівлі дітьми в туристичній галузі.

Корпоративна етика та прозора звітність з екологічних і соціальних питань стали основою корпоративного управління готельної індустрії США. Багато великих готельних компаній у США мають комітети при радах директорів, які контролюють напрямок і реалізацію ЕСУ-цілей. Компанії все частіше використовують власні системи для впровадження та моніторингу ЕСУ-ініціатив. Серед прикладів - Earth View від Hersha, EcoTrack від Hyatt, LightStay від Hilton, Wyndham's. Сталий розвиток є основним принципом нашого бізнесу з 2010 року, і завдяки платформі Earth View Sustainable Hospitality впроваджено широкий спектр найкращих комплексних заходів ЕСУ у готельному бізнесі[42].

Законодавство та ініціативи, пов'язані з впливом на клімат (енергоефективністю, викидами вуглецю, збереженням води та зменшенням відходів) в *Азійсько-Тихоокеанському регіоні* стимулюються розвиненими країнами, серед яких лідирують Сінгапур та Австралія .

У листопаді 2022 року *Сінгапур* оголосив про підвищення вуглецевого податку на викиди парникових газів до 25 сінгапурських доларів (19 доларів США) за тонну в 2024 і 2025 роках і 45 сінгапурських доларів (33 долари США) за тонну в 2026 році і далі. Країна також планує створити систему міжнародних вуглецевих кредитів (МВК) - сертифікатів, які можна буде продавати і купувати, що засвідчують скорочення або усунення викидів в атмосферу, спричинених проектами або програмами, що реалізуються за межами Сінгапуру [45]. Наразі сінгапурський податок на викиди вуглецю у розмірі 5 сінгапурських доларів (4 долари США) за тонну застосовується до об'єктів, які безпосередньо викидають щонайменше 25 тис. т CO<sub>2</sub> парникових газів на рік, що включає багато готелів. Хоча різке дев'ятикратне збільшення рівня податку може здатися суттєвим, за оцінками CBRE, вплив на чистий операційний дохід готелів становитиме близько 1%.

В *Австралії* Національна австралійська система оцінювання стану навколишнього середовища (NABERS) надає інструменти для вимірювання сталого розвитку об'єктів нерухомості, в тому числі готелів. NABERS включає моніторинг енергоспоживання, водоспоживання, утилізації відходів та екологічних показників у приміщеннях, щоб допомогти власникам готелів порівняти та зрозуміти показники їхнього об'єкта з аналогічними готелями. Сьогодні власники підприємств вирішують питання КСВ через спеціалізовані бізнес-організації, такі як Глобальна ініціатива звітності, Глобальний договір ООН та Світова ділова рада зі сталого розвитку. Надходження, пов'язані з КСВ, залучаються з багатьох областей, включаючи управління, етику, психологію, соціологію, фінанси та бухгалтерський облік, стійкість, державні справи та комунікації [47].

На прикладі Австралії чітко простежуються наслідки ведення бізнесу лише задля власної економічної вигоди. Дуже важливою є, здатність органів влади вчасно усвідомити причини таких наслідків і вчасно прийняти запобіжні заходи. Політика КСВ - це не лише імідж країни на міжнародному ринку це перш за все збереження мільйонів людських життів [49,с.45].

Green Mark, *сінгапурська* система моніторингу та сертифікації, та Building Environmental Assessment Method (BEAM) Plus, *гонконгська* система моніторингу, забезпечують подібні комплексні рамки для оцінки екологічних показників як нових, так і існуючих об'єктів нерухомості, включаючи готелі. Нове покоління власників і девелоперів готелів в Азійсько-Тихоокеанському регіоні все більше зосереджується на впровадженні практик ЕСУ [53,58]. Онлайн-тревел-агентства (ОТА) також активно працюють у сфері ЕСУ, здійснюючи бізнес на основі отриманих екологічних сертифікатів, таких як GSTC та ISO14001.

Великі готельні компанії в Азійсько-Тихоокеанському регіоні взяли на себе зобов'язання скоротити викиди за категоріями 1 і 2, а деякі з них почали встановлювати цілі за категорією 3, оскільки прагнуть досягти нульових викидів. Скорочення викидів за категорією 3 залежатиме від визначення шляхів скорочення викидів вуглецю в ланцюгу постачання. Найкращі практики кібербезпеки є ключовими для досягнення цілей управління та навчання операторів і працівників. Крім того, захист даних і конфіденційності має першорядне значення для готельних операторів, які вважають, що поточні операційні системи є вразливими до зламування [53,с.23].

Соціальні ініціативи в Азійсько-Тихоокеанському регіоні впливають на три ключові категорії людей - громади, працівників і партнерів. Соціальні цілі готельної індустрії, як правило, включають оздоровлення, охорону праці та навколишнього середовища, боротьбу із нестабільністю доходів і

виплату премій працівникам[63]. Пріоритети включають просування жінок на керівні посади в готельному бізнесі та надання більшої кількості пільг працівникам, включаючи оплачувану відпустку по догляду за дитиною. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток ґрунтуються на управлінні в готельних компаніях Азійсько-Тихоокеанського регіону. Управління впливає на те, як використовуються ресурси, і забезпечує дотримання компаніями законів і правил. Прозорість ЕСУ-звітності щодо загальних обсягів відходів та викидів є ключовим фактором, оскільки її неналежне виконання може призвести до штрафних санкцій з боку регуляторів. Хоча "зелене" фінансування та облігації сталого розвитку є привабливими для компаній Азійсько-Тихоокеанського регіону, які впроваджують екологічні стратегії, для реалізації таких підходів необхідні чималі кошти мінімум витрат на проєкт стартує від 100 мільйонів доларів США [66,с.92].

Прозорість ЕСУ-звітності щодо загальних обсягів відходів та викидів є ключовим фактором, оскільки відсутність такої звітності може призвести до штрафних санкцій з боку регуляторних органів у сфері ЕСУ у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Сталий розвиток міцно пов'язаний з усіма проєктами починаючи від стадії планування та забудови готелю. Таким чином регіон несе відповідальність за формування світу, в якому громади процвітають, а навколишнє середовище захищене [54].

Міжнародні правила та норми ЕСУ набувають модифікацій у кожній країні. Деякі країни більш розвинені в плані впровадження законодавства щодо пом'якшення наслідків зміни клімату, наприклад, зобов'язуючи нове будівництво та реконструкцію відповідати суворим нормативним вимогам. Хоча існують урядові програми та податкові кредити, які можуть компенсувати витрати, загалом терміни щодо фінансової окупності мають бути збільшені з сьогоденних типових 7-10 років до більш тривалих:

- Збільшення кількості компаній, що займаються бенчмаркінгом, зосереджених на вимірюванні, кількісній оцінці та відстеженні

викидів вуглецю, відходів, електроенергії та рівнів різноманітності, справедливості та інклюзивності (DE&I) на рівні власності та організації.

- Посилення зобов'язань щодо науково обґрунтованих цілей та термінів скорочення викидів. Посилення уваги до ефективності ESG як інвестиційного критерію.
- Більше ініціатив, спрямованих на збільшення кількості різноманітних лідерів на керівних посадах та в правліннях. Співробітники та гості все більше зосереджуються на роботі та підтримці готельних компаній, які, на їхню думку, є добрими охоронцями довкілля та дбають про добробут своїх співробітників, громад та гостей.
- Більш широке використання варіантів зеленого фінансування для підвищення рентабельності інвестицій

Тісніша співпраця в рамках індустрії гостинності для скорочення викидів вуглецю і досягнення цілей сталого розвитку за участю таких організацій, як Альянс сталого гостинності (SHA), Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC), Глобальна рада зі сталого туризму та Американська асоціація готелів і житла (AH&LA). CBRE очікує, що до співпраці з цими організаціями долучатиметься все більше незалежних власників готелів співпрацюватимуть з цими організаціями, щоб використовувати енергоефективні технології, мінімізувати харчові відходи та реконструювати об'єкти для покращення їхніх екологічних показників.

Зростання уваги до соціальних цілей. Такі організації, як "Покласти край дитячій проституції та торгівлі дітьми" (ЕСРАТ), співпрацюють з готельною індустрією по всьому світу для просування таких цілей, як припинення торгівлі людьми торгівлі людьми в готельному секторі. Впровадження стандартів, систем і сертифікатів зеленого будівництва для сприяння впровадженню ініціатив зі сталого розвитку в усьому світі. ініціатив зі сталого розвитку в усьому світі.

Прихильність світової готельної індустрії до питань сталого розвитку КСВ та ЕСУ продовжуватиме зростати завдяки новим регуляторним режимам, які вимагають від компаній рухатися шляхом до нульового показника. Сьогодні власники підприємств вирішують питання КСВ через спеціалізовані бізнес-організації, такі як Глобальна ініціатива звітності, Глобальний договір ООН та Світова ділова рада зі сталого розвитку [42,56,62]. Надходження, пов'язані з КСВ, залучаються з багатьох областей, включаючи управління, етику, психологію, соціологію, фінанси та бухгалтерський облік, стійкість, державні справи та комунікації.

На прикладі Австралії чітко простежуються наслідки ведення бізнесу лише задля власної економічної вигоди. Дуже важливою є, здатність органів влади вчасно усвідомити причини таких наслідків і вчасно прийняти запобіжні заходи. Політика КСВ - це не лише імідж країни на міжнародному ринку це перш за все збереження мільйонів людських життів[10].

КСВ все більшою мірою інтегрується в бізнес-стратегію підприємств і займає належне місце в політиці і практиці в усьому світі. На міжнародному рівні ряд фірм за участю багатьох зацікавлених сторін, некомерційних організацій, а також міжурядових організацій, роблять ініціативи щодо впровадження КСВ в якості невід'ємної частини своєї діяльності [61]. Організації беруть КСВ на озброєння в рамках своєї політики з метою підвищення попиту і залучення різних зацікавлених сторін. Це також посилює вагу компанії на конкурентному ринку.

Вочевидь, КСВ не є новим поняття на світових ринках [56]. В останнє десятиліття соціальні медіа висунули ряд ідей і можливостей для компаній, щоб творчо підійти до ініціативи КСВ та вивчити цей новий вид участі. В цілому індустрія КСВ продовжує розвиватись і набирати ваги на міжнародному ринку товарів і послуг [62].

Хоча багато готельних брендів, власників та операторів пообіцяли покращити показники ЕСУ та досягти нульового показника, уповільнення економічного зростання в ЄС, Великобританії та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, а також очікувана рецесія в США можуть сповільнити прогрес у найближчій перспективі. Інші виклики, такі як постійна інфляція і високі процентні ставки, а також посилення геополітичної невизначеності, можуть змусити готельні компанії, обмежені в капіталі, відкласти ініціативи ESG і розтягнути графік їх реалізації [51,59]. Зацікавленим сторонам готельної індустрії буде корисно ознайомитися із законодавством, ініціативами і тенденціями в галузі ЕСУ та використовувати необхідні ресурси і знання для формулювання і реалізації стратегій ESG [63,66]; законодавством, ініціативами і відповідними ресурсами та експертизою для формулювання та реалізації стратегій УСЕ [57].

## **2.2 КСВ та ЕСУ в практиці європейських готелів**

Озеленення європейського туризму є частиною широкомасштабного сталого розвитку, процесу, що включає органи управління всіх галузей економіки: промисловість, національні, регіональні та місцеві органи влади, а також споживачі – туристи.

Відправною точкою для розвитку КСВ в Європі стала публікація Європейської Комісії Зеленої книги зі «Сприяння європейській рамковій програмі корпоративної соціальної відповідальності» у 2001 році. Це дало поштовх до широких громадських та галузевих обговорень та консультацій Комісії у формі багатостороннього форуму ЄС з питань КСВ, який включав європейські представницькі організації роботодавців, ділові мережі, профспілки та неурядові організації [58].

Одним з фасилітаторів КСВ стала нещодавня фінансова криза та COVID-19 [54,с.29]. Беручи активну участь у соціально відповідальній

діяльності, корпорації набувають «стійку довіру», яка допомагає залучити інвесторів і збільшити ринкову цінність [50,с.87].

Як зазначено вище у загально європейському масштабі відмінності все ж таки зберігаються. До прикладу, Велика Британія має Власну, унікальну модель КСВ (поєднання американської та європейської моделей), де поряд із типовою європейською увагою держави і суспільства до соціальної діяльності компаній, існує значна ініціатива соціальних програм запроваджена самими корпораціями [ 54,48]. Велика Британія прагне скоротити викиди парникових газів на 68% до 2030 року, на 78% до 2035 року та на 100% до 2050 року. Щоб досягти цих цілей, компаніям комерційної нерухомості, зокрема власникам готелів, потрібно буде розробити стратегії для досягнення 94% скорочення CO<sub>2</sub> викидів між 2022 і 2050 роками, щоб забезпечити дотримання Паризької угоди, яка має на меті обмежити підвищення середньої глобальної температури до 1,5 °C [56].

Хоча готелі в ЄС і Великобританії продовжують боротися з високими цінами на енергоносії та зростаючими експлуатаційними витратами, об'єкти з кращою енергоефективністю є більш стійкими до впливу підвищення тарифів на електроенергію, що може пом'якшити бюджетну невизначеність. Особи, які інвестують кошти в готелі, все частіше оцінюють вплив ініціатив сталого розвитку як на чистий прибуток, так і на прибутковість.

Інвестори в готелі в ЄС і Великобританії все більше усвідомлюють той факт, що підвищення енергоефективності може зменшити витрати та обмежити вплив коливань цін на енергоносії, і тому прагнуть інвестувати в ці сфери. Інвестори, як правило, готові платити більше, якщо ризики ЕСУ добре управляються.

Ключовими питаннями ЕСУ у Великобританії є :

- Навколишнє середовище: досягнення амбіційних цілей щодо зменшення викидів вуглекислого газу і

збереження чистої питної води, навчання населення правильному сортуванню сміття, розвиток підприємств з переробки сміття;

➤ Права людини: регулюються на державному рівні Законом про права людини. Провідні компанії, як правило, співпрацюють з іншими великими мережевими підприємствами, урядами, неурядовими організаціями, задля вирішенням таких проблем, як гідна заробітна плата та усунення експлуатації дітей.

➤ Рівні права: законодавство про рівні права стосуються віку, раси, гендеру, інвалідності, релігійних переконань, сексуальної орієнтації. Нове законодавство про рівність включає потенційну вимогу до роботодавців звітувати про грошову різницю в оплаті праці, працівників жіночої та чоловічої статі.

➤ Стійкі продукти та послуги: загальне зростання виробництва та продажів «зелених» та «екологічних» продуктів; запровадження стійкості виробництва як обов'язкового критерію – стандарту якому мають слідувати всі підприємства[38].

Отже основним пріоритетом ведення бізнесу у Великобританії є дотримання КСВ, що закладена в основні цільові пріоритети функціонування компаній[64].

Опитування, проведене Міжнародним туристичним партнерством (International Tourism Partnership), глобальною організацією, яка займається сприянням сталого розвитку готельної індустрії, виявило, що 94% готельних компаній у Європі мають певну стратегію сталого розвитку. У звіті Sustainable Hospitality Alliance за 2019 рік, який охоплює показники сталого розвитку 105 готельних компаній, було виявлено, що європейські готельні компанії досягли значного прогресу у впровадженні екологічних

практик із середнім балом 62% в оцінці сталого розвитку [62]. У рамках Зеленої Угоди Європейська Комісія заохочує впровадження практик КСВ та ЕСУ у всіх галузях, включаючи готельну індустрію [51].

Багато готельних компаній у Європі також оприлюднили зобов'язання щодо сталого розвитку, наприклад, зобов'язання Accor Group скоротити свій вуглецевий слід на 50% до 2025 року, а IHG зобов'язався видалити одноразовий пластик з усіх своїх готелів до 2021 року [50]. Ці приклади свідчать про те, що впровадження КСВ та ЕСУ в європейській готельній індустрії набирає обертів і стає все більш важливим фактором для готелів, які прагнуть працювати стабільно та відповідально.

Наприклад, шведська готельна індустрія відома своєю твердою прихильністю до сталого розвитку, і багато готелів застосовують екологічні практики, такі як використання відновлюваних джерел енергії та мінімізація відходів. Одним із яскравих прикладів є готель Treehotel на півночі Швеції, який повністю побудований із стійких матеріалів і використовує екологічні технології для зменшення впливу на навколишнє середовище. Дизайн-готель Рівертон працює над постійним покращенням екологічних показників усієї операційної діяльності готелю, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище. Готель сертифікований за стандартом Шведської екологічної бази. Стандарт для операційної діяльності базується на ключових елементах ISO 14001, але зі спрощеними вимогами до документації, і фокусується на фактичних екологічних покращеннях та відкритій екологічній звітності. Поновлення сертифікації відбувається щорічно і здійснюється міською владою Гетеборга [7].

Серед прикладів і Данія, яка приділяє значну увагу екологічному розвитку та має кілька екологічних готелів. Наприклад, Crowne Plaza Copenhagen Towers є вуглецево-нейтральним готелем, який на 100% використовує відновлювану енергію та впровадив різні екологічні практики, такі як переробка та компостування. Данська туристична організація VisitDenmark нещодавно опублікувала звіт про сталий розвиток готельної

індустрії в Данії, який показує, що кожен п'ятий готель має сертифікат "Зелений ключ". Готелі Green Key докладають додаткових зусиль для захисту навколишнього середовища [53]. Міжнародний екологічний знак "Зелений ключ" надається туристичним компаніям, які докладають додаткових зусиль для захисту навколишнього середовища. Хоча сьогодні цей знак присутній у 60 країнах світу, спочатку він був данським винаходом компанії HORESTA, з якою VisitDenmark співпрацював при підготовці звіту. У Данії готелі "Зеленого ключа" в середньому вдвічі більші за інші готелі за кількістю ліжок та номерів. Більшість з них 4-зіркові, розташовані в Копенгагені і приваблюють більше бізнес-мандрівників, ніж інші готелі. У готелях Green Key більше бізнес-вечірок, ніж в інших готелях, і ми очікуємо, що бізнес-вечірки все частіше відбуватимуться в екомаркованих готелях. Крім того, за останні роки "Зелений ключ" зробив позитивний внесок у зменшення викидів CO<sub>2</sub> в атмосферу.- Екологічний менеджер Horesta та національний оператор Green Key Мікал Холт Йенсен [53].

Німеччина також є лідером у екологічному гостинному бізнесі, де багато готелів впроваджують екологічні методи та зменшують свій вуглецевий слід. Одним із прикладів є бутик-готель у Берліні, який запровадив різноманітні заходи з енергозбереження та отримав кілька нагород за екологічність[44].

Швейцарія має багато готелів, які отримали сертифікати сталого розвитку, наприклад сертифікат Green Globe. Наприклад, готель Storchen у Цюріху запровадив різні екологічні практики, такі як використання енергоефективного освітлення та використання місцевих органічних інгредієнтів для свого ресторану [58]. Готель Alpina Gstaad це перший готель у Швейцарії, який отримав золотий сертифікат від міжнародної консультативної групи з туризму EarthCheck [48]. Розпочавши цей шлях до більш цілісного підходу до сталого розвитку у 2016 році, готель отримав свій перший Срібний сертифікат у 2017 році. З того часу готель п'ять років поспіль проходив суворий процес аудиту та сертифікації. З самого початку

свого існування Alpina Gstaad прагне стати глобальною платформою, яка залучає своїх відвідувачів до сталого розвитку. Купольний еко-готель Монті має 9,5/10 у екологічному рейтингу готелів ETIS що у перекладі-стандарт етичних готелів [47]. Потік зовнішнього повітря всередині купола є безперервним, без застійних кутів, що вимагає менше енергії для циркуляції повітря і підтримки рівномірної температури. Енергія, необхідна для обігріву та охолодження купола, приблизно на 30% менша, ніж для звичайної будівлі. По-друге, це високе співвідношення об'єму до площі, що вимагає менше будівельних матеріалів[47,с.45]. Чим менше відношення зовнішнього периметру будівлі до її закритої житлової площі, тим менше енергії потрібно для будівництва, опалення та охолодження споживання води та енергії. У готелі застовуються закриті каміни для зменшення споживання деревини, наявне використання електроприладів класу А, встановлені таймери на водонагрівачах, а також проводяться такі сталі практики як встановлення водозберігаючих пристроїв на водопровідні крани та душові лійки, використовується місцева джерельна вода та деревини з навколишніх лісів [65]. У Pod-house використовується система опалення на дерев'яних пелетах, проводиться підвищення обізнаності гостей про навколишню фауну та флору, економія світла за рахунок обмеження нічного освітлення. Запровадження злиття з ландшафтом, колір купола адаптований до кожної пори року: взимку - білий, влітку – зелений; здійснюється екологічне поводження з відходами, надається перевага купівлі товарів оптом, щоб зменшити кількість упаковки, застосовується суворе сортування органічних та неорганічних відходів. Бутік-готель Майя розташований біля підніжжя гори Майя. Екологічний рейтинг готелів ETIS: 9,5/10. Готель побудований із натуральних матеріалів соломи, глини, вапна та скла. Необхідне опалення, гарячу воду та електроенергію виробляють сонячні панелі та дров'яна піч. Завдяки цьому Maya Boutique Hotel & Spa чинить низький вплив на навколишнє середовище і повністю слідує сталому туризму [41,55].

Нідерланди приділяють значну увагу екологічному розвитку та мають багато готелів, які впровадили екологічні методи. Одним із прикладів є QO Amsterdam, який використовує низку стійких технологій, таких як сонячні батареї та збір дощової води, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище. Готель сертифікований провідним міжнародним сертифікатором сталого функціонування та управління подорожами та туризмом Green Globe [67].

Основою готелю Voat&Co є екологічність. Він збудований відповідно до принципів Cradle-to-Cradle, використовуючи стійкі будівельні матеріали, які не утворюють відходів. Так само екологічним є обслуговування. Наприклад, будівля має інноваційну систему зберігання теплової енергії для сталого опалення та охолодження. Крім того, вона вкрита сонячними панелями та містить багато шпаківень. В готелі встановлені водозберігаючі душові кабінки, туалети, крани та змішувачі, а також здійснюється сортування відходів та використовуються екологічно чисті продукти та методи прибирання й прання. Навіть вогнегасники є екологічними [67].

Hotel Jakarta - це вражаюча будівля зі сталим індустріальним характером, великою кількістю прозорих скляних фасадів та унікальною дерев'яною головною опорною конструкцією заввишки 30 метрів. Балки, колони та стелі виготовлені з натурального дерева. Вибрані матеріали довговічні та мають знак якості FSC або PEFC. Майже всі використані елементи, які мають короткий термін служби або підлягають переробці, повторно використовуються шляхом демонтажу [54].

У готелі Jakarta Amsterdam застосовується багато енергозберігаючих заходів. Дощова вода збирається для обприскування субтропічного критого саду. Фотоелектричні панелі на фасаді та даху атриуму збирають сонячну енергію, яка перетворюється на електрику і нагріває воду для душу. Система зберігання тепла і холоду подбає про опалення та охолодження готелю. Навіть персонал має фірмовий одяг, розроблений модним лейблом By Rockland | HACKED by, виготовлений з екологічно чистих матеріалів[63].

Серед інших прикладів:

1. Готель Accor у Парижі, що знизив витрати на електроенергію на 15% завдяки використанню енергоефективного освітлення та оптимізації використання енергії.

2. Готель NH у Брюсселі, який встановив систему очищення повітря, що дозволило знизити викиди вуглекислого газу на 97%.

3. Готель Radisson Blu в Амстердамі, що запровадив програму утилізації відходів, що дозволяє переробляти до 90% відходів готелю та зменшити вплив на навколишнє середовище.

4. Готель Marriott у Лондоні, де запущено програму "Нуль відходів", яка передбачає повне використання відходів та повторне використання ресурсів.

5. Готель Four Seasons в Берліні, де запроваджено систему збору та переробки дощової води, що дозволяє знизити споживання води та знизити вартість експлуатації готелю.

Ці приклади показують, що європейські готелі активно впроваджують КСВ та ЕСУ, забезпечуючи баланс між соціальною відповідальністю, економічною ефективністю та збереженням навколишнього середовища [45,60].

ЕСУ стає одним з головних пріоритетів розвитку в умовах зростання глобальних ризиків – так вважають фахівці KPMG та Eurasia Group: попри складні часи попереду, за даними дослідження KPMG 2022 CEO Outlook, 71% керівників світових компаній знову відчують впевненість у глобальній економіці в найближчі три роки. Для того щоб скористатися цим оптимізмом, чотири взаємопов'язані питання мають вийти на перший план в обговореннях на рівні рад директорів: стагфляція, енергетична та продовольча кризи, зростання вартості життя та нерівність, а також ЕСУ [47].

Прихильність світової готельної індустрії до сталого розвитку та ЕСУ буде продовжувати зростати, що зумовлено новими регуляторними режимами, які вимагають від компаній рухатися до нульового рівня викидів.

Хоча багато готельних брендів, власників і операторів пообіцяли поліпшити показники ЕСУ і досягти нульових показників, уповільнення економічного зростання в ЄС, Великобританії та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, а також очікувана рецесія в США можуть уповільнити прогрес у найближчій перспективі. Інші виклики, такі як постійна інфляція і високі процентні ставки, а також посилення геополітичної невизначеності, можуть змусити готельні компанії, обмежені в капіталі, відкласти ініціативи в галузі ESG і перенести терміни їх реалізації на більш пізній термін [52].

### **2.3. Основи сталого розвитку готелів - новітній інструмент WTTC**

Основи сталого розвитку готелів — це всесвітньо визнані основні показники сталого розвитку. Розроблені індустрією гостинності, вони представляють 12 дій, які є фундаментальними для сталого розвитку готелю. Критерії були розроблені під керівництвом Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC) та робочою групою з 11 готельних компаній за підтримки Альянсу сталої гостинності [43]. Вони були переглянуті, обговорені та перероблені після кількох раундів галузевих консультацій, щоб вони дійсно представляли спільний знаменник і охоплювали більшість наскрізних питань щодо сталого розвитку. Членами робочої групи є Accor, Barcelo Hotel Group, Huazhu Group Limited, включаючи їх філію Deutsche Hospitality, Indian Hotels Company Limited, Jin Jiang Hotels, Louvre Hotels Group, Meli Hotels International, Minor International, NH Hotel Group, Radisson Hotel Group [45]. WTTC закликає власників готелів запровадити критерії протягом наступних трьох років. Туристична галузь економіки з кожним роком стає більш сталою проте багато закладів розміщення продовжують зіштовхуватись із серйозними перепонами на шляху до сталого розвитку, часто через нестачу фінансових і людських ресурсів. Основи створені, щоб

запропонувати відправну точку для всіх зацікавлених сторін, особливо для тих, хто розпочинає свій шлях до сталого розвитку. Вони також допомагають підвищити обізнаність про мінімальний рівень сталого розвитку, очікуваний у світовій готельній індустрії.

Основи належать до відкритих ресурсів, які доступні для зацікавлених сторін стейкхолдерів та власників готелів, по всьому світу. Вони були розроблені на протипагу вже існуючим сертифікатам, таким як Шлях до позитивної гостинності (Pathway to Positive Hospitality) Альянсу сталого гостинності, критеріям готелів Глобальної ради сталого туризму (GSTC), UNESCO/Expedia Pledge, Travalyst, Booking.com, Google, LQA Стандарти сталого розвитку, Путівник Forbes Стандарти сталого розвитку та Цілі сталого розвитку [52].

Починаючи з основ, готель може рухатися вперед, використовуючи будь-яку з систем сертифікації, щоб ще більше покращити свою ефективність сталого розвитку. Об'єднавшись за 12 критеріям сталого розвитку, готельна індустрія може зміцнити сталість туристичного сектору в цілому:

- 1) Забезпечуючи узгодженості між різними групами зацікавлених сторін щодо очікувань галузі та способів їх формулювання;
- 2) Забезпечуючи підвищення стійкості стандартів бренду через загальну структуру, яка є передумовою конкурентності ;
- 3) Залучаючи інвестиції та спільноти до розвитку готелів, щоб сталість могла бути вбудована на ранніх етапах циклу інвестицій і розвитку стратегії розвитку готельного підприємства.

Основи складаються з 12 критеріїв, згрупованих у три області: управління, ефективність, планета та люди [53]. З 12 критеріїв готелі спочатку повинні

відповідати лише восьми, тоді як інші можуть бути прийняті та введені в дію протягом трьох років (Додаток Ж).

Кожен критерій містить чіткий опис і додаткову інформацію про обґрунтування його включення, а також вказівки щодо того, як це можна зробити добре, і де це необхідно запровадити[63].

Чільне місце посідають критерії «Менеджмент та ефективність». Перші чотири показники вимагають від готелів надійних підходів до вимірювання та скорочення споживання енергії та води, відходів і викидів вуглецю. Це загальні критерії для більшості передових практик, структур і стандартів. Ініціативи щодо вимірювання та скорочення викидів енергії та води повинні бути запроваджені з самого початку, а ініціативи щодо вимірювання та скорочення викидів відходів і вуглецю – із третього року. Загалом перехід до ефективного споживання енергії, води, скорочення засмічення й викидів є не тільки екологічно вигідним, але й має фінансовий сенс.

Критерій 1 передбачає вимірювання споживання енергії щонайменше на щорічній основі (на основі галузевих стандартів та методологій) та дії щодо скорочення цього показника. Використання енергії та інших ресурсів є складовою, що має найбільший вплив на навколишнє середовище від готелів. Вимірювання ефективності має вирішальне значення для визначення та стимулювання прогресу. Приблизно 3-6% операційних витрат готелю припадає на електроенергію яка є другим після зайнятості за величиною компонентом операційних витрат [64]. Енергія також є причиною значної більшості викидів вуглецю в готелі.

Критерій 2 важливий тому, що у середньому на воду припадає 10% витрат на комунальні послуги готелю, а з впровадженням екологічних практик споживання води можна скоротити до 50% на одного гостя [5]. Для довгострокової стабільності дестинації особливо важливо вимірювати

використання води та визначати пріоритетність збереження води в місцях, які стикаються з дефіцитом води.

Значимість Критерію 3 визначається тим, що очікується, що до 2050 року утворення побутових відходів у всьому світі сягне 3,4 мільярда метричних тон, проте щороку переробляється менше п'ятої частини цих відходів. 40% з них припадає на продукти харчування, а кожен дев'ятий мешканець Африки не має достатньо їжі. Продукти харчування є основним джерелом викидів вуглецю, а зменшення харчових відходів сприяє боротьбі зі зміною клімату. Боротьба з утворенням великої кількості відходів під час приготування їжі та впровадження зусиль з перенаправлення відходів значно зменшить кількість відходів у готелі. Це буде значним плюсом при виборі готелю відвідувачами, а також зможе залучити більше соціально-відповідальних працівників. Заходи щодо перенаправлення відходів можуть варіюватися від повторного використання до компостування, переробки, дарування, переробки тощо.

Критерій 4 ґрунтується на нагальності настанов Паризької угоди, відповідно до якої готельна індустрія має скоротити викиди вуглецю на 66% на один номер до 2030 року та на 90% на один номер до 2050 року, щоб гарантувати, що подальший розвиток готелю не призведе до збільшення викидів вуглецю[45]. Усі готелі повинні знати про свій вуглецевий слід, про те, що його зумовлює, і працювати над його зменшенням.

Розділ «Планета» присвячений деяким фундаментальним діям щодо захисту навколишнього середовища. Більшість із них спрямовані на відвідувачів, щоб гості могли ознайомитись із методами екологічного розвитку готелю та залучитися до них. Ці показники є загальними для всіх стандартів, структур і найкращих практик. Із шести критеріїв, які містяться в розділі «Планета», чотири є обов'язковими з самого початку. Встановлено три, тоді як четвертий можна вибрати з трьох критеріїв,

орієнтованих на пластик. Інші два критерії пластику мають бути введені до третього року.

Критерій 5 щодо програми повторного використання білизни (заміна раз на дві або більше ночей) розглядається як такий, що має виконуватися за замовчуванням. Це загальний критерій для всіх стандартів, рамок і найкращих практик. Під час прання білизни витрачається значна кількість води, енергії та миючих засобів. Зважаючи на те, що постільну білизну не так часто міняють вдома, зменшення частоти заміни білизни дає чудову можливість заощадити воду, енергію та використання миючих засобів. Гості також можуть замовити ранню зміну білизни за бажанням. Повторне використання рушників також вітається, але постільна білизна є пріоритетною, оскільки вона є найважчою, і для неї легше внести зміни в стандартну операційну процедуру (SOP). Крім того, на відміну від рушників, спілкуватися з менш заплутано, оскільки існує лише один тип постільної білизни порівняно з кількома типами рушників - рушник для ванної кімнати, рушник для рук, рушник для обличчя, рушники для підлоги тощо. Також, на відміну від рушників, на рахунок постільної білизни легше пояснити покоївкам щодо заміни предмету білизни, оскільки існує лише один вид постільної білизни порівняно з кількома видами рушників - банний, для рук, рушник, рушник для підлоги тощо. Постільна білизна є загальним знаменником для відправної точки, яку потім можна покращити для інших, наприклад повторного використання рушників, а також для таких процесів, як повна відмова від щоденного прибирання кімнати.

Вимоги щодо використання пластику за Критерієм 6, Критерієм 7 та Критерієм 8 можуть бути обрані вже на першому році, або мають бути досягнутими протягом трьох років. Одноразові пластикові соломинки та мішалки є одними з найпопулярніших пластикових предметів, які забруднюють океан, їх важко переробити, і їх легко пропустити зі сміттєвих баків. Вони є звичайним видимим сміттям які псують загальну

картинку дистионації. Вони також рідко є функціонально необхідними, за винятком окремих груп клієнтів (наприклад, людей з обмеженими можливостями). Кращі альтернативи легко доступні на ринках, якщо це потрібно для окремих груп клієнтів або за запитом гостей.

Пластикові пляшки зазвичай вважаються одним із найбільших джерел пластикових відходів у готелі після мішків для сміття, і більше піддаються ризику неправильної утилізації. Щороку 8 мільйонів тонн пластику потрапляє до океанів [49]. Щохвилини викидається мільйон пластикових пляшок [60]. Хоча пластикові пляшки можна переробляти, переробляють вони у недостатній кількості. Крім того, не всі ринки мають відповідні потужності для переробки. Перехід на багаторазові пляшки допомагає зменшити слід купівлі та викидання речей загалом.

Міні-пляшечки для туалетних приналежностей є значним відходом як пластику, так і рідкого мила. Ці пляшки складно переробити, оскільки наполовину наповнені пляшки потрібно очистити, і навіть якщо вони чисті та порожні, вони все одно можуть провалитися крізь щілини під час переробки через свій малий розмір. Залишки мила в цих пляшках також викидаються. Заміна цих пляшок дозаторами може допомогти зменшити відходи, зберегти природні ресурси та скоротити витрати.

Починаючи з пластикових соломинок і мішалок (починаючи саме з них найшвидше вирішити проблему), підвищується обізнаність і стає першою зміною процесу/специфікації, яку можна застосувати до інших виробів, щоб перейти на шлях відмови споживача від пластику. Вжиття заходів щодо пластикових пляшок, міні-пляшок для туалетного приладдя сприяє підвищенню обізнаності, оскільки це звичайний пластиковий предмет для готелів, і досвід можна застосувати до інших предметів, щоб пройти шлях відмови споживача від пластику .

Важливість Критерію 9 вимагає його запровадження від самого початку й послідовного вдосконалення протягом трьох років, адже зазвичай гостям не подобається думка про те, що в готелі застосовуються

токсичні хімічні речовини. Більш того, надмірний вплив шкідливих хімічних речовин може негативно вплинути на здоров'я обслуговуючого персоналу. Якщо шкідливі хімічні речовини, що містяться в миючих засобах, потрапляють у навколишні водні шляхи, вони можуть становити небезпеку для водних організмів і якості води, а також спричинити евтрофікацію, знижуючи привабливість туристичного напрямку. Цей показник також є кроком до більш широких дій щодо екологічних закупівель, які зазвичай зустрічаються в критеріях сталого розвитку в усіх галузях.

Так само від початку вимагається запровадження Критерію 10 з подальшим засвідченням прогресу протягом трьох років. Виробництво харчових продуктів становить одну третину глобальних викидів, а м'яса — понад половину від цієї частини [51]. Ринковий попит на веганську їжу стрімко зростає і, як очікується, у 2025 році становитиме понад 22 мільярди доларів США [42]. Веганські варіанти меню також вітаються, але якщо немає окремого такого меню, повинні принаймні бути хоча б вегетаріанські варіанти страв у звичайному меню.

Важливо, щоб вибір був доступний у будь-якій ситуації - для кожного прийому їжі (включаючи основну страву), для всіх варіантів (включаючи сніданок, обід і вечерю) і для обслуговування в номері, щоб гості-вегетаріанці постійно мали вибір. Хоча не у всіх готелях є ресторани, усім людям потрібно їсти, і це допомагає підвищити обізнаність серед гостей і персоналу, про стале використання продуктів.

Це також хороший перший крок на шляху до більш здорових і стійких джерел харчування (наприклад, органічних, місцевих і сезонних), створення овочевих і фруктових садів на території готелю, які можуть скоротити транспортні викиди, а також впровадження ініціатив щодо скорочення викидів харчових продуктів і пов'язаних з ними відходів. У розділі "Люди" основна увага приділяється заходам, які готелі повинні вживати, щоб забезпечити свій позитивний внесок у розвиток громад, в

яких вони розташовані. Оскільки кожна локація є унікальною з точки зору демографії, інфраструктури та потреб, ці два обов'язкові критерії є навмисно широкими і дають готелям гнучкість у визначенні того, де вони можуть вжити заходів, які будуть найбільш ефективними. Відчутний прогрес і розширення програм мають бути продемонстровані до третього року.

За Критерієм 11, готель робить внесок у розвиток громади щонайменше раз на рік. Гостям пропонуються можливості для участі (через волонтерство, екскурсії, фінансові або негрошові пожертви). Широке визначення дозволяє розглядати різні теми в контексті місцевої громади та дестинації. Основна увага приділяється впливу на громаду (наприклад, підтримка місцевої інфраструктури та розвиток соціальної спільноти). Щоб сприяти повазі до гостей і збереженню місцевої природної та культурної спадщини, готелі можуть надавати відповідну інформацію та інтерпретацію, а також пояснювати належну поведінку туристів. Цей досвід можна поширювати для підвищення обізнаності про потенційні негативні наслідки безвідповідального або несталого туризму, такі як торгівля людьми, сексуальна експлуатація та погіршення стану довкілля через неправомірну поведінку туристів.

Критерій 12 вимагає визначити найкращі практики та реалізувати принаймні одну ініціативу, спрямовану на зменшення нерівності у сфері зайнятості в колективі готелю або в суспільстві загалом через вибір ланцюжка поставок. Ця тема важлива для готелів, де різноманітність може бути звичним явищем для рядового персоналу, але не для керівництва. Клієнти також різноманітні. Зменшення нерівності, як правило, пов'язане з кількома сферами важливих принципів, таких як боротьба з домаганнями, доступність, рівні можливості та антидискримінація. Цей критерій дозволяє готелю виявити проблеми, пов'язані з проблемами рівності та інклюзією, оскільки найкращі практики в цій сфері починаються з діалогу,

а потім з освіти. Крім того, готель буде краще підготовлений до вирішення проблем, пов'язаних із робочою силою, громадою та клієнтською базою. Окрім безпосередньої діяльності, готелі можуть мати ширший вплив на зменшення нерівності через свої покупки. Готелі можуть підтримувати різноманітних і місцевих постачальників і збільшувати закупівлю товарів і послуг, вироблених з дотриманням етичних принципів, справедливої торгівлі, щоб сприяти зменшенню нерівності в ширшій спільноті.

Усі перелічені 12 критеріїв сталого розвитку лежать у основі маркетингових стратегій міжнародних готельних брендів і відповідно є основою їх сталої звітності. Виключенням не стали і ЕСУ критерії, які є дуже актуальними для українських готелів сьогодні та у майбутньому під час післявоєнної відбудови економіки країни.

#### **2.4 Актуальність ЕСУ звітності в Україні**

ЕСУ – обов'язкова річ для бізнесу. 2020 рік став ключовим катализатором, який спонукав більшу кількість керівників компаній до впровадження екологічних, соціальних стандартів і стандартів управління і сертифікації. Від COVID-19 і зростаючих вимог до расової рівності до постійних нагадувань про реальність кліматичних змін, керівники провели 2020 рік, реагуючи відкритими жестами, як-от переведення своїх заводів на виробництво медичних приладів або засобів для дезінфекції рук [35,с,18].

ЕСУ стає довгостроковою стратегією підприємства для зростання та захисту від ризиків. Такі компанії, як Alibaba та Huawei, віддані соціально відповідальним проектам, узгодженим з їхніми основними цінностями, такими як розвиток сільських районів або інклюзивні технології, які об'єднують людей у віддалених районах. ЕСУ об'єднує лідерів усіх функцій, щоб остаточно впливати на думки зовнішніх зацікавлених сторін, таких як інвестори, клієнти, регулятори та спільноти. Потрясіння, викликані збройними конфліктами, вносять глибокі зміни в туристичний "ландшафт" країн.

Як менеджеру зі сталості підприємства сьогодні долати перепони:

Інвестиції в ЕСУ сьогодні відображають як зменшення ризиків, так і потенціал прибутку від нових можливостей сталого розвитку. Настрої бізнесу дещо стабілізувалися після стабілізації фронту. Після перших місяців повномасштабної війни й після усвідомлення її тривалості, бізнес почав перелаштовувати свої стратегії [18].

За 8,5 років війни українці напрацювали досить стійкий імунітет до зовнішніх викликів, навіть таких, як військова агресія. І це дає нам додаткову впевненість, що найближчі місяці, роки, ми однозначно будемо успішними. Нова геополітична та енергетична ринкова реальність вимагає різкого прискорення переходу на чисту енергетику та підвищення енергетичної незалежності Європи від ненадійних постачальників та викопного палива. Крім того, зростанню бізнесу сприятимуть структурні реформи в боротьбі з корупцією й у судовій системі, а також макроекономічна стабілізація. Перешкодою для розвитку бізнесу є й бюрократизація [24,12].

Звісно, питання страхування ризиків інвесторів стосується не лише України. Однак воно варте обговорення, оскільки це важлива база для інвестицій в Україну. Зокрема, про це свідчить Індекс інвестиційної привабливості України, який показав найнижче значення з 2013 року. За даними ЄБА, у першій половині 2022 року показник упав на пів пункту та склав 2,17 бали з 5 можливих. Оцінка піврічної динаміки інвестклімату також відчутно погіршилася. Негативну динаміку спостерігають 79% інвесторів. Однак наявний показник інвестиційної привабливості України – доволі непоганий результат, зважаючи, що в країні триває повномасштабна війна. Це свідчить і про стійкість українського бізнесу, і про мужність наших людей, а також про те, що реформи та позитивні зміни останніх восьми років дали нам певний запас міцності. Навіть попри війну, 91% компаній – членів Європейська Бізнес Асоціація (ЄБА) планують продовжувати працювати на ринку України, а 55%

збираються інвестувати в Україну навіть у воєнний час. Тож якщо в комплексі покращення відбуватимуться по всіх напрямках, прогнози справдяться або будуть іще кращими.

Інтерес інвесторів до екологічних, соціальних та управлінських даних (ЕСУ) частково зріс через низку корпоративних помилок, пов'язаних із соціальними та екологічними впливами, які призвели до значних втрат для інвесторів. Ці помилки чітко демонструють, що наші поточні методи вимірювання ефективності ЕСУ не в змозі охопити природу багатьох ризиків, з якими стикаються компанії. Вони також не оцінюють корпоративну стійкість і здатність компаній пом'якшувати фінансовий вплив ризиків, пов'язаних із ЕСУ. Інвесторам потрібні кращі показники корпоративного управління, які б охоплювали ці виклики екологічного та соціального менеджменту та сигналізували про те, як ці проблеми будуть втілені у фінансах компанії. Необхідний набір більш детальних показників, які конкретно розглядають здатність компанії зменшувати екологічні та соціальні ризики за допомогою більш надійних структур управління та управлінського контролю. Розуміння того, чи існують системи управління та чи які також розраховані на виявлення та пом'якшення екологічних і соціальних ризиків ( $G^{ES}$ ) буде важливим для інвесторів, які хочуть виграно вкласти свої кошти та інвестують заради довгострокової фінансової вартості[32].

Актуальною на сьогодні є розробка системи управління яка базується на трьох показниках екологічне, соціальне та корпоративне управління (Додаток Г).

Інтеграція ЕСУ в бізнес модель компанії стає ключовим елементом для зростання капіталу та керування ризиками. Кожна компанія, не залежно від галузі, розміру, місця розташування може інтегрувати критеріїв екологічної, соціальної та управлінської сталості (ЕСУ-критеріїв) в свою стратегію, операційну діяльність, комунікацію зі стейкхолдерами та

звітність [28,32]. Нефінансові звіти повинні готуватися із залученням топ-менеджерів, комунікуватися ними серед співробітників та зовнішніх стейкхолдерів. Для того, щоб бізнес міг активно включитися в процес досягнення ЕСУ-критеріїв, він має бути озброєним відповідними знаннями у цій сфері та розуміти алгоритм інтеграції звітності компанії за допомогою впровадження ESG-критеріїв (рис. 2.2).

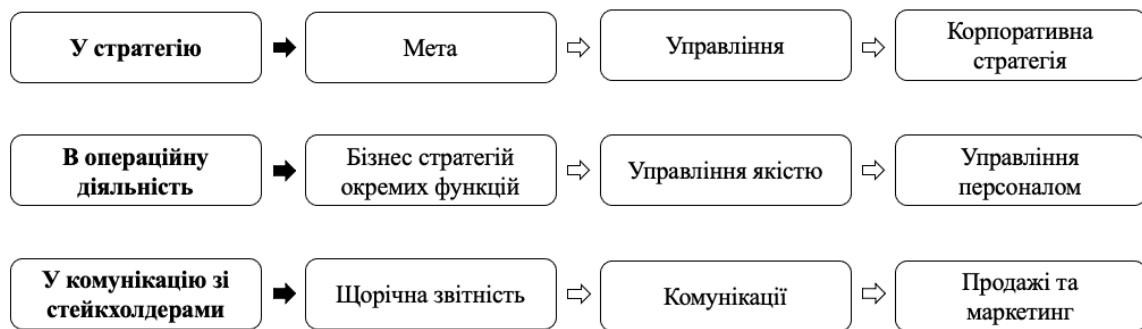


Рис. 2.2 Алгоритм повної інтеграції принципів та ЕСУ в бізнес-стратегії [7]

Важливим для виконання такої стратегії є запровадження моніторингу та звітності щодо її реалізації в поточну діяльність компанії. Така звітність має оприлюднюватися на національному та міжнародному рівнях.

Внаслідок гармонізації українського бухгалтерського обліку з європейським в Україні у 2019 р. з'явився Звіт про управління [7, 8, 9], який щорічно подається середніми та великими підприємствами, і містить фінансову й нефінансову інформацію, що характеризує стан і перспективи розвитку підприємства і розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності. Це саме той документ, в якому бізнес може відобразити вплив на досягнення ЦСР.

Основною метою звітності та розкриття інформації щодо ЕСУ часто є задоволення інформаційних вимог постачальників капіталу та ключових зацікавлених сторін. З іншого боку, діяльність із КСВ (і навіть звітність на основі цієї діяльності) часто спрямована на залучення працівників і

створення позитивної корпоративної репутації в очах споживачів та спільнот, у які інвестується[18]. Дотримання ЕСУ означає відповідність комплаєнс-контролю тобто запобіганню фінансовим, операційним та бізнес-ризикам. У багатьох частинах світу для багатьох типів компаній звітність ESG більше не є добровільною: це акт корпоративної відповідності. Вимоги до розкриття ЕСУ швидко стають стандартизованими та регламентованими, що спонукає більше компаній збирати, відстежувати та повідомляти інформацію ЕСУ. Між тим, компанії зазвичай не зобов'язані займатися КСВ — якщо вони й роблять це, то роблять це за власним бажанням[24].

## РОЗДІЛ 3

### СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КСВ та ЕСУ ГОТЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ

#### 3.1 Середовище запровадження КСВ та ЕСУ в готельному бізнесі України

Готельна галузь-одна з найбільш перспективних передових галузей економіки України. Особливість готельного бізнесу полягає у необхідності слідувати європейським стандартам обслуговування і швидкому переході на них [16].

У 2020 році в Україні налічувалося 4 523 готелів і інших закладів колективного розміщування із загальною кількістю номерів 37497 і середньою – 52 номери [40]. Кількість готелів та аналогічних закладів розміщення у 2020 році склала 4523 номерів житловою площею понад 1,5 млн м<sup>2</sup>, в них розташовано 78955 тисячі місць, в яких проживало 3379475 осіб, а дохід сягав 6 710 155,2 тис.грн. Більшість відвідувачів (77%) віддали перевагу готелям і аналогічних об'єктів розміщення з яких 932,6 тис. осіб - іноземні туристи [40,16].

За даними держстатистики України починаючи з 2014 року кількість колективних засобів розміщування на території України суттєво зменшилася. Це пов'язано з тим, що із дослідження вилучена інформація щодо наявності колективних засобів розміщування на окупованій території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях [16]. Зменшення колективних засобів розміщування в Україні з 4719 од. у 2018 р. до 4523 од. у 2020 р. (-4,2 %) свідчить про негативний вплив факторів зовнішнього середовища, в першу чергу поширення COVID-19. Станом на 2023 рік статистичні данні по Україні неможливо використати оскільки від 24 лютого 2022 р. на території України триває повномаштабна війна однак стан готельної індустрії

залежить від регіону. Найкраща ситуація у західній частині України: Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській і Закарпатській областях[40].

На сучасному етапі розвитку готельна індустрія України має ряд певних проблем, які перешкоджають відповідності європейським стандартам якості послуг у підприємствах готельного господарства. Незначна їх кількість є готелями міжнародного класу однак більшість із них на період війни призубинили свою діяльність на території України в цілях безпеки і іноземного менеджменту. Нині у столиці відновили роботу такі міжнародні готелі, як Hilton Kyiv, InterContinental Kyiv, обидва об'єкти Radisson Blu Hotel, а також Fairmont Grand Hotel Kyiv, Mercure Kyiv Congress, Holiday Inn Kyiv та інші . Лише 197 готелів від загальної кількості мали підтверджений рейтинг класифікації готелів за зірками (5 зірок – 36; 4 зірки – 71; 3 зірки – 59; дві зірки – 15; одна зірка – 16 готелів) станом на 2019 рік[16]. З 1993 року Програма розвитку ООН(ПРООН) допомагає уряду України в розробці рішень для переходу від планової до ринкової економіки[6]. Побудова зеленої економіки в Україні є ядром угоди про асоціацію з ЄС і сприяння зеленому та стійкому поствоєнному відновленню країни, це стало ключовим напрямком підтримки Уряду від ПРООН[23]. В Україні початок запровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як окремої області від всіх інших галузей економіки, відбувся 25 квітня 2006 року. Кодекс корпоративного управління запроваджений в Україні із 2003 року. КСВ стала офіційним органом(інструментом) управління Глобального договору ООН в Україні і об'єднала 34 провідних українських та міжнародних приватних компанії, асоціацій та громадських організацій[30]

Однією з перших ініціатив КСВ Глобальний договір ООН, що був розпочатий Генеральним Секретарем ООН Кофі Аннаном: на Всесвітньому економічному конгресі в 1999 році лідери бізнесу були запрошені приєднатися до глобальної ініціативи з метою партнерства та підтримки принципів у сфері прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього

середовища, протидії корупції [36]. Глобальний договір містить десять пунктів – орієнтирів діяльності бізнесу, які мають стати кодексом поведінки для всіх компаній, що приєднуються до ініціативи. Зокрема, серед пунктів зобов'язання бізнесу протидіяти корупції, підтримувати і поважати захист прав людини, сприяти розвитку і розповсюдженню екологічно безпечних технологій, виступати проти всіх форм примусової праці, дитячої праці, не допускати расової дискримінації серед співробітників. Україна приєдналася до Глобального договору в 2006 році, а в 2007 ініціативу ООН підтримали 85 українських компаній. Натомість уже в 2013 році Глобальний договір повідомив про виключення 4 українських компаній із лав ініціативи [27]. Причина – відмова компаній звітувати про прогрес протягом двох років поспіль. Станом на 16 липня 2016 року від України зареєстровано 266 учасників Глобального договору ООН [8]. Для зростаючої корпоративної стабільності у всьому світі запроваджуються корпоративна звітність використовуючи ЕСУ- фактори які кількісно вимірюють сталу діяльність готелю. За показниками ESG формується звіт про сталу діяльність підприємства, який потім впливає на інвестиційну привабливість готелю[24]. Підзвітність є важливою передумовою дотримання бізнесом доктрини сталого розвитку. Управління сталим розвитком неможливе без системи показників ESG, що відображають конкурентоздатність бізнесу та його вплив на довкілля й суспільство однак в Україні поки показники ЕСУ практикуються рідко.

На відміну від багатьох інших європейських країн, розвиток КСВ в Україні носить особливий характер: спочатку саме компанії добровільно взяли на себе провідну роль у розвитку практики соціально відповідальної поведінки, залучаючи своїх партнерів (споживачів, незалежну пресу, представників уряду на регіональному та національному рівнях).

Власники українських компаній почали замислюватись над проблемою стабільності прибутку - заміною бізнес-моделей типу "тут і зараз" на стратегічно орієнтований підхід. Українські компанії почали

усвідомлювати це, чесно сплачуючи податки і сподіваючись, що держава виконає свої функції соціального захисту, однак держава не дотримується своїх обов'язків перед населенням України.

На сьогодні нова геополітична та енергетична ринкова реальність спричинена війною, вимагає різкого прискорення переходу на чисту енергетику та підвищення енергетичної незалежності Європи від ненадійних постачальників та викопного палива. Наразі ЄС імпортує 90% необхідного для свого споживання газу, причому росія забезпечує близько 45% цього імпорту у різних країнах-членах. На росію також припадає близько 25% імпорту нафти та 45% імпорту вугілля. За два попередні роки пандемії COVID-19 український бізнес скоригував стратегію розвитку компаній та бізнес стратегії – керівники опанували нові способи роботи, адаптувались до умов сучасності та переспрямували свої інвестиції [5].

Дворічний період пандемії допоміг багатьом компаніям в Україні частково підготуватись до нового виклику – повномасштабної війни в Україні, попри яку багато компаній продовжують працювати та підтримувати економіку країни. На сьогоднішній день спостерігається дуже значне зростання попиту на інформацію про корпоративну стійкість та екологічне ведення бізнесу, особливо з боку інвестиційної спільноти, що збільшення попиту зумовлене зміною характеру ризиків для підприємств та зростання обізнаності інвесторів щодо фінансових наслідків цих ризиків. Саме принципи сталості та критерії ЕСУ визначають чітку політику запобігання війнам, конфліктам і порушенням прав людини. Війна не є екофрендлі ,війна це завжди екологічна ,геополітична і гуманітарна катастрофа. За останні роки від початку пандемії COVID-19 та війни росії проти України тренди гугл запитів демонструють різке збільшення інтересу до УСН (Додаток Є) .

Сьогодні рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні поступається міжнародному. Відповідно до дослідження експертної організації Центр «Розвиток КСВ», КСВ все ще не стала

частиною корпоративного управління в компаніях, оскільки лише у 24% компаній є окремий бюджет на програми з соціальної відповідальності і тільки 12% компаній мають систему вимірювання показників ефективності з КСВ. Третина компаній в Україні підтверджують, що їм не вистачає знань та досвіду для впровадження таких програм. Аби змінити такий стан речей, Центр «Розвиток КСВ» разом із компаніями 1+1, Астарта, Делойт, ДТЕК і Енергоатом запровадили освітній онлайн-курс з корпоративної соціальної відповідальності. Курс є безкоштовним для зареєстрованих користувачів.

Програма включає такі теми:

1. Що таке КСВ;
2. Вплив КСВ на компанію;
3. Суттєві питання і стейкхолдери;
4. Стратегія КСВ;
5. Нефінансова звітність;
6. Помилки під час реалізації КСВ;
7. Корпоративне управління;
8. Чесні операційні практики;
9. Права людини;
10. Охорона довкілля і «зелений» офіс;
11. Розвиток і залучення громад;
12. Робота зі споживачами;
13. Трудові відносини;
14. Відповідальні мережі постачальників.

Презентацію курсу відвідали викладачі університетів, студенти, КСВ-менеджери, власники малого і середнього бізнесу, представники громадських організацій і благодійних фондів, а також ті, хто цікавиться темою корпоративної соціальної відповідальності [19]. Данний курс є одним із багатьох прикладів позитивної динаміки у просвітництві населення щодо сталого розвитку. Показники нефінансової звітності ЕСУ стали головною тенденцією успішного бізнесу, їх критерії є невід'ємною частиною роботи успішних інвесторів. Попри війну в Україні важливо

ЕСУ зробити частиною ризик-менеджменту та стратегічного розвитку компанії[13].

### **3.2 Впровадження принципів сталого розвитку у готельним господарством України**

Незважаючи на те, що досліджень щодо впровадження практик КСВ та ЕСУ готелями в Україні обмежено, є деякі ознаки того, що українські готелі починають усвідомлювати важливість сталого розвитку [12].

Наприклад, Українська готельно-курортна Асоціація (UHRA) наголошує на важливості сталого туризму та заохочує готелі до прийняття екологічних практик [11]. Крім того, деякі готелі почали впроваджувати стійкі практики, такі як зменшення споживання енергії та води, переробка та використання екологічно чистих продуктів. Водночас, деякі готелі в Україні отримали сертифікати сталого розвитку, такі як сертифікація Green Key, яка визнає готелі, які впровадили екологічні практики в таких сферах, як управління енергією та водою, зменшення відходів та екологічна обізнаність.

Хоча запровадження практик КСВ та ЕСУ в Україні може відбуватися повільніше порівняно з іншими країнами, є ознаки того, що українські готелі починають розуміти важливість сталого розвитку та вживають заходів для впровадження екологічних практик. Станом на вересень 2021 року в Україні було чотири готелі, які отримали сертифікат Green Key: Готельний комплекс "Перлина АРКАДІЇ" в Харкові ІнтерКонтиненталь Київ Готель Прем'єр Палац в Києві Готель Radisson Blu в Києві Важливо зазначити, що ця інформація може бути неактуальною, і в Україні можуть бути інші готелі, які отримали сертифікат Green Key з того часу[26].

Кілька прикладів готелів в Україні, які впровадили екологічні практики:

*Дизайн-готель «11 Mirrors»* у Києві: цей бутик-готель запровадив низку екологічних практик, таких як використання енергоефективного освітлення, встановлення водозберігаючих світильників та використання екологічно чистих засобів для чищення. Вони також заохочують гостей повторно використовувати рушники та постільну білизну, а також запровадили програму переробки[7]

*Готель «Прем'єр Палац»* у Києві: цей розкішний готель реалізував низку ініціатив щодо сталого розвитку, таких як зменшення споживання енергії та води, переробка відходів і використання екологічно чистих засобів для чищення. Вони також запровадили програму зі зменшення харчових відходів і пожертвували надлишки їжі на благодійність[17].

*Готель «Дністер»* у Львові: цей готель реалізував низку екологічних ініціатив, таких як зменшення споживання енергії та води, впровадження програми переробки та використання екологічно чистих засобів для чищення. Вони також встановили партнерські відносини з місцевими постачальниками, щоб отримати продукти харчування та інші продукти, і вони заохочують гостей користуватися громадським транспортом або пішки до найближчих визначних пам'яток.

*Готель Rixwell Elephant* у Львові: цей готель реалізував низку ініціатив щодо сталого розвитку, таких як зменшення споживання енергії та води, використання екологічно чистих засобів для чищення та впровадження програми переробки. Вони також заохочують гостей повторно використовувати рушники та постільну білизну, і вони запровадили програму пожертвування надлишкової їжі місцевим благодійним організаціям.

Це лише кілька прикладів готелів в Україні, які впровадили екологічні практики. Хоча запровадження практик ЕСУ та КСВ в готельній індустрії в Україні все ще перебуває на ранніх стадіях, відрадно бачити, що деякі готелі

вживають заходів для впровадження екологічних практик та зменшення свого впливу на навколишнє середовище[17].

Вивчення практики відповідального виробництва і споживання готельних послуг потребує обізнаності споживачів щодо практик КСВ та досвіду функціонування українських готельних закладів у цьому сенсі. З цією метою було проведено соціологічне опитування серед жителів Вінницької області різної вікової категорії. Анкета містила питання, які дозволяють з'ясувати частоту подорожей за останній рік, рівень купівельної спроможності, обізнаність у сфері стійкого розвитку а також ставлення населення до сталого ведення готельного бізнесу (Додаток И, І).

Опитування було проведено опосередкованим способом- анкетування у соціальних мережах фейбук і інстаграм а також за допомогою мобільного додатку вайбер. Було опитано 107 респондентів у 2023 році порівняно з 204 респондентами у 2021 році.

За гендерною складовою переважає жіноча стать (Рис.3.1), яка більше часу проводить у соціальних мережах, за даними статистики GlobalDigitalReport 2021 [2].

Більшість опитаних (8,4%) підпадають під вікову категорію 21-25 років, що пов'язується із низькою купівельною спроможністю, однак високим рівнем активності. Крім того, ця категорія – легка «на підйом» що сприяє розвитку внутрішнього туризму у країні. З опитаних, 3,9 %- підпадають під вікову категорію 40-45 років. Респонденти цієї категорії мають вищий рівень купівельної спроможності а отже їх відповіді більш точно відображають кількість еко-готелів в Україні.

Водночас, 46 осіб (25 %) відпочивали у готелях де встановлені сонячні панелі альтернативного енергопостачання. Це свідчить про те що з кожним роком більшість готелів переходять на систему сталого енерго-користування.

Отримані 118 (58%) позитивних відповідей щодо доцільності повторного використання води, свідчить про бажання населення змінювати екологічну ситуацію на краще. Відповідно, необхідно доступне донесення і популяризація сталого використання природних ресурсів підвищення обізнаності суспільства що значно покращить екологічний стан природного середовища України (Додаток І).

Порівнюючи результати опитування 2021 і 2023 року варто зазначити що обізнаність серед населення щодо сталого розвитку починає зростати (Додаток І,І) .

Україна досить перспективна з точки зору інвестиційної привабливості в еко-бізнес, оскільки має ряд переваг в порівнянні з сусідніми країнами: наявність рекреаційних ресурсів і територій, придатних для еко-готелів; створення і розвиток виробництва екологічно сертифікованої будівельної продукції; наявність значної кількості навчальних закладів для підготовки фахівців готельного бізнесу; наявність науково-дослідних центрів, що спеціалізуються на розробці енерго-водо-зберігаючих технологій, підготовка фахівців відповідного профілю; виробництво екологічно чистих продуктів харчування; наявність широкого спектра додаткових послуг; ослаблення податкового тиску в готельному секторі. Перспективним є впровадження принципів сталого розвитку в готельній індустрії країни і управління готельними компаніями відповідно до світових стандартів.

### **3.3. Напрями впровадження міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку в Україні**

Дослідження й проведеній аналіз демонструють, що концепції соціальної відповідальності тільки починають запроваджуватись на ринку готельних послуг. Активно розвиваються міжнародні готельні мережі, які здійснюють позитивний вплив на розвиток вітчизняних середнього і малого бізнесу в готельній сфері. Для впровадження екологічних та смарт-

технологій відповідного рівня, підприємствам необхідно ще досить багато часу та додаткових можливостей, зокрема фінансових. Однак для того щоб змінити готель на екологічно стійкий не потрібно вкладення великих коштів: достатньо змінити поведінку діяльності готелю: заощадження природних ресурсів, повторне використання води, гуманне ставлення до працівників[8].

Задля підвищення якості готельних послуг стійкості до ризиків ,і приваблення інвесторів та виведення якості готельних послуг на конкурентоспроможний європейський ринок не достатньо ініціативи самих лише підприємців, необхідне сприяння держави. Взаємодія держави із приватним бізнесом має бути на чесній, стійкій основ . Необхідне створення відповідних умов для підприємців, що працюють у сфері готельного бізнесу та проведення просвітницької роботи для управлінців закладами розміщення а також серед населення, що є потенційними гостями готельних закладів. Створення відповідного іміджу та проведення стійкої маркетингової політики – важливий крок до реформації підприємств готельного господарства .

Найбільш важливим для вітчизняних готелів є впровадження міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку. Звітність потребує чітких дій. Сектор подорожей і туризму робить важливі кроки до більшої сталості та нульової чистої діяльності. Тим не менш, багато зацікавлених сторін в індустрії гостинності продовжують стикатися з серйозними проблемами на початку свого шляху сталого розвитку через обмеження фінансових і людських ресурсів [9,12].

Існує кілька кроків, які готельна індустрія в Україні може зробити, щоб запровадити практики КСВ та ЕСУ:

Проведіть аудит сталого розвитку. Першим кроком до впровадження практик КСВ та ЕСУ є оцінка поточного впливу готелю на навколишнє середовище та визначення областей, де можна зробити покращення. Аудит сталого розвитку може допомогти готелям визначити можливості для

зменшення споживання енергії та води, покращення управління відходами та отримання більш екологічно чистих продуктів[13].

Розробіть стратегію сталого розвитку: після того, як готель визначив області для покращення, він повинен розробити стратегію сталого розвитку, яка окреслює конкретні цілі та дії для досягнення цих цілей. Стратегія має включати графік впровадження змін, а також показники для відстеження прогресу.

Залучайте зацікавлених сторін: впровадження практик КСВ та ЕСУ вимагає підтримки та залучення низки зацікавлених сторін, включаючи працівників, постачальників і гостей. Готелі повинні повідомляти зацікавленим сторонам про свої цілі та ініціативи щодо сталого розвитку та шукати їхнього внеску та підтримки[16,с.23].

Запровадження екологічних практик: після розробки стратегії сталого розвитку та залучення зацікавлених сторін готель повинен почати впровадження екологічних практик. Це може включати такі заходи, як встановлення енергоефективного освітлення та систем опалення, вентиляції та кондиціонування, зменшення споживання води, впровадження програми переробки та пошук місцевих екологічно чистих продуктів.

Моніторинг і звітність про прогрес: щоб гарантувати ефективність ініціатив сталого розвитку, готелі повинні регулярно контролювати та звітувати про їхній прогрес. Це може допомогти визначити сфери, де можна зробити подальші покращення, і продемонструвати зацікавленим сторонам прихильність готелю до сталого розвитку [23].

Загалом ключем до успішного впровадження практик КСВ та ЕСУ у готельній індустрії в Україні є системний та стратегічний підхід. Проводячи аудит сталого розвитку, розробляючи стратегію сталого розвитку, залучаючи зацікавлених сторін, впроваджуючи екологічні практики, а також відстежуючи та звітуючи про прогрес, готелі можуть зменшити свій вплив на навколишнє середовище та підвищити свою соціальну та економічну стійкість.

Так, є кілька факторів, які свідчать про те, що практики КСВ та ЕСУ є здійсненними та вигідними для українських готелів:

**Зростання обізнаності та інтересу:** серед споживачів в Україні зростає обізнаність та інтерес до сталого розвитку, що може створити попит на екологічно чисті готелі та спонукати готелі до впровадження практик КСВ та ЕСУ [27].

**Потенційна економія:** багато екологічних методів, як-от зменшення споживання енергії та води, можуть призвести до економії коштів для готелів у довгостроковій перспективі.

**Покращена репутація:** впровадження практик КСВ та ЕСУ може підвищити репутацію готелю серед клієнтів і зацікавлених сторін, що допоможе залучити нових клієнтів і утримати існуючих[30].

**Підвищення конкурентоспроможності:** оскільки все більше готелів у всьому світі впроваджують практики КСВ та ЕСУ, українські готелі, які цього не роблять, можуть опинитися в невідповідному конкурентному становищі.

**Доступ до підтримки та ресурсів.** Зростає кількість організацій та ресурсів, які допомагають готелям в Україні запровадити екологічні практики, включно з урядовими ініціативами, неурядовими організаціями та консультантами зі сталого розвитку [35].

Загалом, впровадження практик КСВ та ЕСУ у діяльність підприємств готельної індустрії України має багато потенційних переваг, які варто розглянути. Застосовуючи методи сталого розвитку, готелі в Україні можуть покращити свою екологічну, соціальну та економічну стійкість, підвищити свою репутацію та залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку, що все більше орієнтується на стійкий розвиток [29].

## ВИСНОВКИ

У сучасному суспільстві, люди все більше починають приділяти увагу проблемам навколишнього середовища і формувати більш свідоме ставлення до стійкості. Основною причиною цьому служить поступове виснаження світових ресурсів, із зростанням попиту на їх споживання. Туристичний та готельно-рестораний бізнес став одним із найважливіших драйверів світового економічного розвитку. Готельні підприємства мають значний вплив на соціально-економічний розвиток території, а саме: створення робочих місць та розвиток туристичного продукту регіону, забезпечення підтримки місцевих виробників. Також дуже важливим є вплив на навколишнє середовище. На сьогодні до проблем глобального потепління, стихійних лих, повеней, промислових катастроф приєдналась ще війна на території України всі ці проблеми потребують негайної реакції й подолання їх наслідків.

Екологічна модернізація та перехід до концепції стійкого розвитку є перспективним напрямом розвитку готельного бізнесу, проте цей процес потребує зміни організаційної діяльності, екологічній трансформації, використанні нових, більш екологічних технологій, змін системи цінностей керівництва та персоналу, створення свідомого менеджменту підприємства, а також підвищення ефективності використання енергії та ресурсів для створення «стійкої інфраструктури» готельних підприємств та інших заходів, що пов'язані із реформами у сфері гостинності.

Власне, актуальною відповіддю на виклики сьогодення є запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності та сталої звітності.

У процесі дослідження було проаналізовано теоретико-методологічні засади впровадження принципів сталого розвитку в індустрії гостинності. Вивчення поглядів вітчизняних і міжнародних науковців дозволяє узагальнити, що КСВ - це зобов'язання бізнесу здійснювати добровільний

внесок у розвиток суспільства, включаючи соціальну, економічну та екологічну сфери, яке приймається компанією понад те, що вимагає закон та економічна ситуація. Кількісні виміри діяльності КСВ мають фіксуватись у звіті про сталу діяльність-ЕСУ.

.Власники готельних підприємств мають самостійно усвідомлювати всю важливість концепції КСВ, і слідувати їй без примусу з боку держави та добровільно вести прозоре звітування своєї діяльності.

Міжнародний досвід готельних корпорацій засвідчує, що КСВ все більшою мірою інтегрується в бізнес стратегію підприємств і займає належне місце в політиці та практиці в усьому світі у деяких країнах носить добровільний характер а ось ЕСУ звітність поступово стає обов'язковою складовою діяльності підприємства.

У країнах із розвиненою економікою, успішно реалізуються державні програми, які надають соціально відповідальним компаніям значні преференції у сферах оподаткування, державних закупівель та кредитування. На міжнародному рівні ряд фірм за участю багатьох зацікавлених сторін, некомерційних організацій, а також міжурядових організацій запроваджують ініціативи щодо КСВ в якості невід'ємної частини своєї діяльності.

Організації беруть КСВ та ЕСУ на озброєння в рамках своєї політики з метою підвищення попиту і залучення різних зацікавлених сторін. Це також посилює вагу компанії на конкурентному ринку.

Найбільших успіхів у розвитку КСВ та ЕСУ досягли ті країни, які запровадили державну систему регулювання, і встановили дотримання КСВ на обов'язковій основі. Це зазвичай високорозвинені держави такі як Велика Британія і Швеція, на противагу, наприклад, Словаччині і Північній Америці, де корпоративна соціальна відповідальність реалізується на добровільних засадах слідування концепції.

Сьогодні велика кількість закладів розміщення використовують у своїй діяльності альтернативні джерела енергії, грамотно утилізують

відходи від виробництва, повторно очищують воду, займаються навчанням персоналу, тощо.

В результаті дослідження визначено, що головним драйвером КСВ є здобуття довіри споживачів і ділових партнерів а ЕСУ звітність виступає взаємодоповнюючим фактором, робить компанію стійкою в критичних моментах, підвищує конкурентоспроможність на вітчизняному і міжнародному ринках та створює інвестиційну привабливість готелю. Найважливіші аспекти які викликають довіру це: якісний продукт, інноваційне прозоре та чесне ведення бізнесу і сприятливий вплив на навколишнє середовище, турбота про споживачів, працівників і підтримка інтересів суспільства. Задля впровадження принципів сталого розвитку для українських готелів необхідно:

- Проведення аудиту сталого розвитку
- Розробка стратегії сталого розвитку
- Залучення зацікавлених сторін
- Запровадження екологічних практик
- Моніторинг і звітність про прогрес

Загалом ключем до успішного впровадження практик КСВ та ЕСУ у готельній індустрії в Україні є системний та стратегічний підхід. Проводячи аудит сталого розвитку, розробляючи стратегію сталого розвитку, залучаючи зацікавлених сторін, впроваджуючи екологічні практики, а також відстежуючи та звітуючи про прогрес, готелі можуть зменшити свій вплив на навколишнє середовище та підвищити свою соціальну та економічну стійкість.

Результати опитувань, проведених у 2021 та в рамках даного дослідження у 2023 році, засвідчують низьку обізнаність населення про екологічно спрямовані готелі. Деякі з опитуваних лише чули про еко-готелі, проте більшість сталих ініціатив таких як, заощадження води і зменшення використання пластику були очевидно схвалені опитуваними. Це свідчить про те що українці готові змінювати екологічний стан на краще, не вистачає

лише достатньої проінформованості населення. Висока обізнаність дозволила б кожному громадянину щоденно покращувати стан навколишнього середовища.

На сучасному етапі індустрія гостинності України має низку організаційних проблем та сама створює суттєві екологічні проблеми, вирішення яких у більшості випадків можна досягнути переходом на оптимальний розвиток готельного господарства.

Проаналізувавши сучасну ситуацію у готельному бізнесі України, визначено, що він лише починає переходити на принципи сталого розвитку у своїй діяльності. Для впровадження екологічних та смарт-технологій відповідного рівня, підприємствам необхідно ще досить багато часу та додаткових можливостей, зокрема фінансових, залучення держави до цього процесу, створення відповідних умов для підприємців, що працюють у цій галузі та проведення просвітницької роботи серед жителів країни, що є потенційними гостями готельних закладів. Створення відповідного іміджу та проведення стійкої маркетингової політики—важливий крок до реформації підприємств готельного господарства. Проте, найбільш важливим кроком для готелів є імплементація міжнародного досвіду організації готельної справи на засадах сталого розвитку й відповідного запровадження КСВ та ЕСУ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімова І. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна. – К. : Видавн. компанія “КІТ”, 2005. – 41 с.
2. Антонов А. В. Конкурентні переваги соціально відповідального підприємництва Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2015.-№ 9. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur\\_2015\\_9\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2015_9_5)(Дата звернення 01.05.2023).
3. Байлик С. І. Організація готельного господарства: підручник / І. С. Байлик, І. М. Писаревський. –Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.
4. Біла С. О. Соціальна відповідальність бізнесу // Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Соціальна відповідальність бізнесу](https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу) (Дата звернення: 4.05.2023).
5. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка). Навч. пос. 2-ге вид. перероб. та доп. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — С.600- 688.
6. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. – 2009. – Вип. 7. – С. 74-85.
7. Бойко М.Г.,Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник.-К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. - 448 с.
8. Брикова Т.М. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна

- стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг». 18 жовтня 2012 р., м. Харків. - Ч.1. - С.239-240.
9. Влащенко Н. М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни „Інноваційні технології в готельному господарстві” (для студентів 5 курсу всіх форм навчання освітнього рівня магістр, спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа. Готельна і ресторанна справа) / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. –72- 89 с.
  10. Воробей В. «Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.svb.org.ua](http://www.svb.org.ua) (Дата звернення:03.04.2023)
  11. Впровадження системи екологічного менеджменту. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://pidruchniki.com/13680428/menedzhment/vprovadzheniya\\_sistemi\\_ekologichnogo\\_menedzhmentu\\_pidpriyemstvi](http://pidruchniki.com/13680428/menedzhment/vprovadzheniya_sistemi_ekologichnogo_menedzhmentu_pidpriyemstvi)(Дата звернення: 17.04.2023)
  12. Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления. // Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусствоуправления»), 2011 г., С. 45-53.
  13. В Україні перший еко-сертифікований готель – RadissonBlu // Туристичні новини. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.tourismnews.com.ua/news-235.html>(Дата звернення:03.04.2023)
  14. Готелі та місця тимчасового проживання. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/hotel\\_05u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/hotel_05u.html)
  15. Гостиничный бизнес. [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://prohotelia.com.ua/2013/01/12-events-and-trends-of-2012/>(Дата звернення:18.04.23)

16. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 03.04.2023)
17. Екологічні готелі як інноваційна концепція гостинності. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635a3bc68a5d43a88521306c26\\_0](https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635a3bc68a5d43a88521306c26_0) (Дата звернення: 02.01.2023).
18. ЄС посилює контроль за звітністю у сфері сталого розвитку [Електронний ресурс] // Платформа рішень для менеджерів природоохоронної діяльності. – 2707. – Режим доступу до ресурсу: <https://ecolog-ua.com/news/yes-posylyuue-kontrol-za-zvitnistyu-u-sferi-stalogo-rozvytku> (Дата звернення: 06.04.2023).
19. Жорсткі вимоги до звітності з CSR в ЄС з 2023 року: чи стане зовнішній аудит обов'язковим? [Електронний ресурс] // DQS Holding GmbH. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/blog/zhorstki-vimogi-do-zvitnosti-z-csr-v-es-z-2023-roku-chi-stane-zovnishnij-audit-obov'yazkovim> (Дата звернення: 02.02.2023).
20. “Зелені” Інвестиції у сталому розвитку: світовий досвід та український контекст. // Видання здійснене за підтримки Представництва Фонду Фрідріха Науманна за Свободу в Україні. – 2019. – №978. – С. 312.
21. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : проблеми, концепції, методи : навч. посіб. / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 278 с.
22. Ільїн В.В., Скринник З.Е., Хоружий Г.Ф. та ін. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність: монографія / ред. Г. Ф. Хоружий. Національний банк України, Університет банківської справи. К.: УБС НБУ, 2009. 255 с.

- 23.Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/yurchenko.html](http://tourlib.net/statti_ukr/yurchenko.html)(Дата звернення:09.03.2023).
- 24.Інноваційні впровадження та їх вплив на підприємства готельного господарства. [Електронний ресурс] / Режим доступу:[http://tourlib.net/statti\\_ukr/kravec.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kravec.htm)(Дата звернення:03.04.2023).
- 25.Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення [Електронний ресурс] // 26.2. – 2016. – Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/pauk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/pauk2.htm)(Дата звернення:08.04.2023).
- 26.Клименко В.І., Мормітко Л.О. Проблема якості послуг на сучасному етапі. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/31\\_PRNT\\_2010/Economics/74111.doc.htm](http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/74111.doc.htm)(Дата звернення:09.04.2023)
- 27.Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://economics.opu.ua/ejoru/2019/No3/143.pdf>(Дата звернення:08.04.2023)
- 28.Король С. Інституційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу / Вісник КНТЕУ. - 2013.-№3. – С.74-79.
- 29.Косій Т.М. Сучасний стан розвитку готельного господарства України / Т.М. Косій // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності в країнах Європи» (4-6 грудня 2009 р.). – Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – 176 с.
- 30.Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Обществ. науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122-139
- 31.Кравченко А.І. Особливості організації обслуговування в еко-готелях / А.І. Кравченко, Д.І. Басюк // Готельно-ресторанний

- бізнес: інноваційні напрями розвитку: матер. Міжнар. наук.-практ. конф, 25-27 березня 2015 р. К.: Вид-во НУХТ, 2015. С.212-213.
32. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
33. Липинский Д.А. Общая теория юридической ответственности : дис. д-ра юридических наук : 12.00.01 / Липинский Д.А. – Саратов, 2004. С.400-490.
34. Лімонов Л. Е. Соціальний капітал і креативність [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://stud.com.ua/24497/ekonomika/sotsialniy\\_kapital\\_kreativnist](https://stud.com.ua/24497/ekonomika/sotsialniy_kapital_kreativnist) (Дата звернення: 03.03.2023).
35. Маначинська Ю.А. Готельне господарство України: проблеми та перспективи функціонування в сучасних умовах кризової економічної ситуації. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2009. - Вип.2. - С.217-222.
36. Моніторинг за ESG-принципами та його вплив на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. – 2023. – С. С. 60–66.
37. Поняття та види соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ebk.net.ua/Book/law/zauchuk\\_tdp/part3/2401.htm](http://ebk.net.ua/Book/law/zauchuk_tdp/part3/2401.htm) (Дата звернення: 05.04.2023).
38. Соціальна відповідальність: практичний аспект / Навчальний посібник/ О.Є. Кузьмін, О.В. Пирог, Л.І. Чернобай, Н.С. Станасюк, І.І. Пасінович
39. Туристичний барометр України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2020.pdf>.

40. Цінності на роботі [Електронний ресурс] // Пелгрейв Макміллан Чам. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-55613-6#keywords> (Дата звернення: 19.03.2023).
41. Annual Report 2017 – Marriott International, Inc., 2017 [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://marriott.gcs-web.com/static-files/057a8e1a-a5c5-4c20-a51c-0b20bf8a0bc1> (Дата звернення: 01.03.2023)
42. Building a sustainable future [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/standards/> (Дата звернення: 13.03.2023)
43. Carroll, A. (1979), «A three-dimensional conceptual model of corporate performance», *Academy of Management Review*, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.
44. Corporate social responsibility (CSR) in different countries [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <https://www.transparenthands.org/corporate-social-responsibility-csr-in-different-countries/> (Дата звернення: 09.04.2023).
45. Department of Real Estate and Construction Management / KTH Architecture and the Built Environment. Stockholm, 2012. Thesis Number 152. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:552583/fulltext01.pdf> (Дата звернення: 03.04.2023).
46. Every fifth hotel in Denmark is green [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.greenkey.global/stories-news-1/2020/3/10/every-fifth-hotel-in-denmark-is-green>. (Дата звернення: 21.03.2023)
47. ESG UA NVD platforms ESG in Ukraine [Електронний ресурс]. – 504. – Режим доступу до ресурсу: <https://esg-ua.team/archives/2422>. (Дата звернення: 22.04.2023)

48. EU Space for Green Transformation [Электронный ресурс] // EUSPA Executive Director. – 2023. – Режим доступа до ресурсу: [https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu\\_space\\_for\\_green\\_transformation\\_a\\_new\\_tool\\_for\\_companies\\_to\\_monitor\\_their\\_sustainability\\_targets\\_2023\\_issue\\_1.pdf](https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf). (Дата звернення:08.01.2023)
49. Finnish EU Presidency Conference on Corporate Social Responsibility, Innovation and Competitiveness [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: [https://ec.europa.eu/growth/content/finnish-eu-presidency-conference-corporate-social-responsibility-innovation-and\\_mt](https://ec.europa.eu/growth/content/finnish-eu-presidency-conference-corporate-social-responsibility-innovation-and_mt)
50. Goncharov S. Corporate Social Responsibility [Электронный ресурс] .2006 – Режим доступа: <http://www.krichevsky.ru/files/kso.pdf>(Дата звернення:10.01.2023)
51. Green paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC\\_01\\_9](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9)(Дата звернення:28.03.2023).
52. Green and Good? The Investment Performance of US Environmental Mutual Funds [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-011-0865-2>(Дата звернення:07.03.2023).
53. Global Ecolabelling Network: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://globalecolabelling.net/>
54. Hotel Riverton Design hotel in Gothenburg [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.riverton.se/en>. (Дата звернення:29.02.2023).
55. Hotel Sustainability Basics Logo Terms & Conditions [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу:

- <https://wtcc.org/LinkClick.aspx?fileticket=54ipwVB8d4A%3d&portalid=0>(Дата звернення:09.02.2023).
- 56.Hospitality and COVID-19: How long until ‘no vacancy’ for US hotels? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/hospitality-and-covid-19-how-long-until-no-vacancy-for-us-hotels#>(Дата звернення:21.03.2023).
- 57.Health impacts and social costs associated with air pollution in larger urban areas of Ukraine [Електронний ресурс] // United Nations Development Programme. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.undp.org/ukraine/publications/health-impacts-and-social-costs-associated-air-pollution-larger-urban-areas-ukraine>. (Дата звернення:13.03.2023).
- 58.More commentary on ESG, or: save our heart and soul! [Електронний ресурс] // Blog at WordPress.com.. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://disclosurehub.org/2023/04/05/more-commentary-on-esg-or-save-our-heart-and-soul/>.(Дата звернення:16.02.2023).
- 59.P.,Ochona, J., (2008), ‘Understanding and developing strategic corporate social responsibility’, *Organizational Dynamics*, Vol. 37, No. 2, pp. 125–144.
- 60.Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.socialcapitalgateway.org/content/person/putnam-robert-d>(Дата звернення:08.04.2023).
- 61.Scandic Hotels joins ITP to help hotel industry achieve Sustainable Development Goals [Електронний ресурс] // PRESS RELEASE. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.mynewsdesk.com/uk/scandic\\_hotels/pressreleases/scandic-hotels-joins-itp-to-help-hotel-industry-achieve-sustainable-development-goals-2644244](https://www.mynewsdesk.com/uk/scandic_hotels/pressreleases/scandic-hotels-joins-itp-to-help-hotel-industry-achieve-sustainable-development-goals-2644244). (Дата звернення:20.02.2023).

- 62.SDG Compass a guide to achieving the Sustainable Development Goals in business [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://sdgcompass.org/wpcontent/uploads/2016/09/SDG\\_Compass\\_Guide\\_Ukrainian.pdf](https://sdgcompass.org/wpcontent/uploads/2016/09/SDG_Compass_Guide_Ukrainian.pdf)(Дата звернення:01.04.2023).
- 63.Sustainable Hotel Management: Trends Hoteliers Should Keep Track Of [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/sustainable-hotel-management>. (Дата звернення:22.04.2023).
- 64.Sustainable Hotel Alliance [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://sustainablehospitalityalliance.org>. (Дата звернення:18.01.2023).
- 65.Sustainability and ESG Adoption in the Hotel Industry: A Global Status Update [Электронный ресурс] // CBRB – Режим доступа до ресурсу: <https://www.cbre.com/insights/reports/sustainability-and-esg-adoption-in-the-hotel-industry>. (Дата звернення:07.03.2023).
- 66.The 8 Most Sustainable Hotels in Switzerland [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа до ресурсу: <https://etichotels.com/journal/the-8-most-sustainable-hotels-in-switzerland/>(Дата звернення:12.04.2023).
- 67.The 10 Most Sustainable Hotels in the Netherlands [Электронный ресурс] // All Rights Reserved. – Режим доступа до ресурсу: <https://niood.com/the-12-most-sustainable-hotels-in-south-east-asia/>(Дата звернення:17.02.2023).
- 68.World travel and tourism council.Hotel Sustainability Basics [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://wtcc.org/initiatives/hotel-sustainability-basics>. (Дата звернення:09.03.2023).

# ДОДАТКИ

## Додаток А

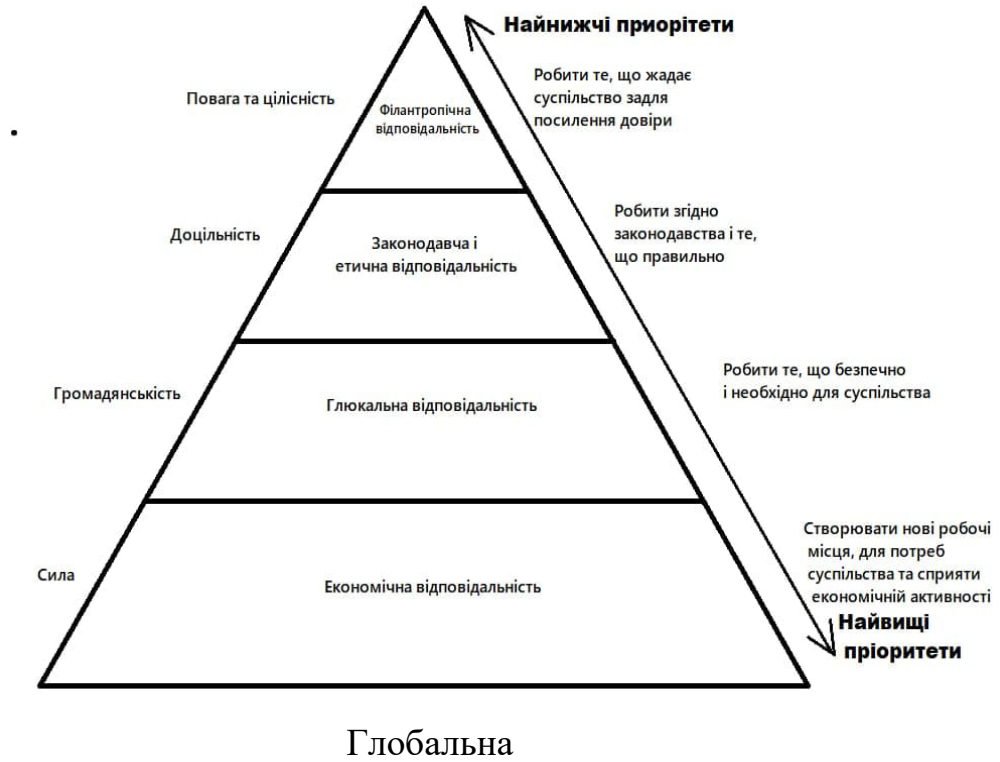


Рис. 1.1 Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності

[72]

## Додаток Б

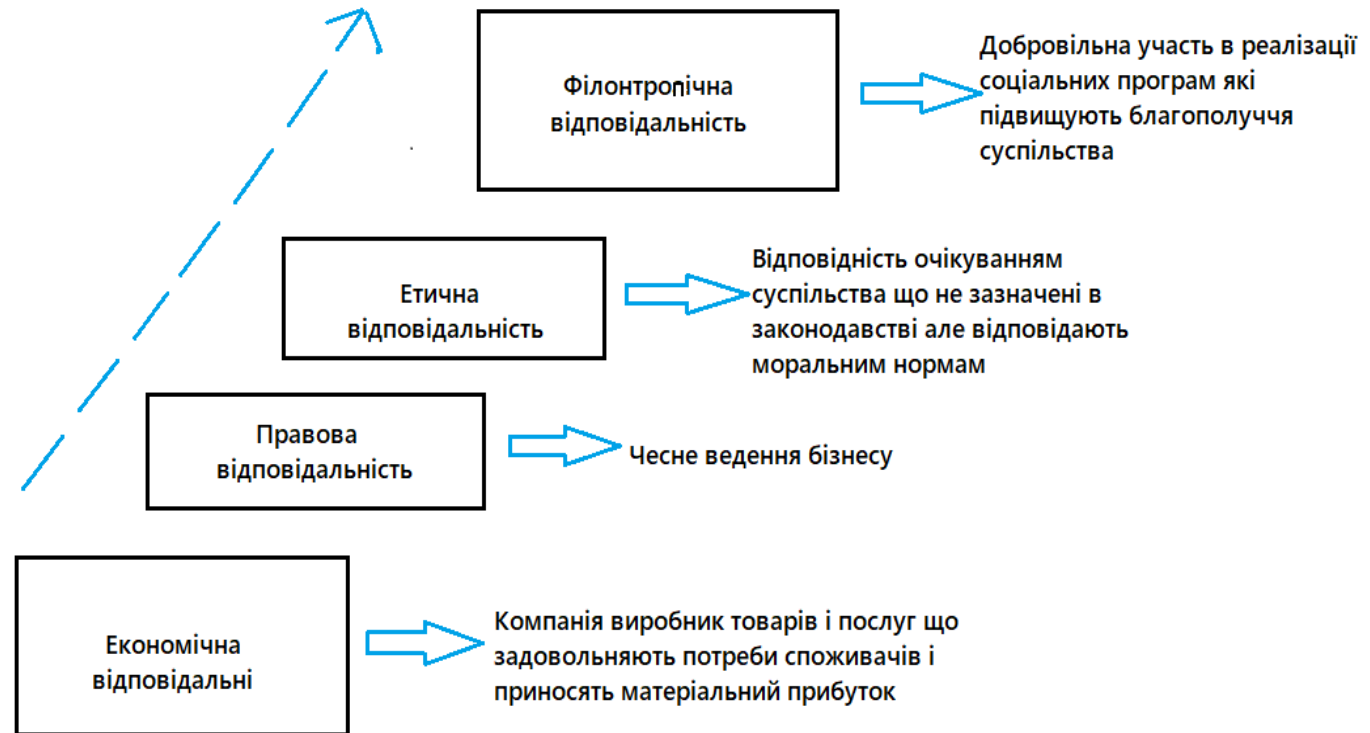


Рис. 1.2. Піраміда А. Керрола[72]

## Додаток В

Таблиця 1.2.

Основні підходи до визначення поняття соціальної відповідальності бізнесу,

[65,5,63,28,42]

Автор	Визначення
Акімова І.	Соціальна відповідальність – необхідність врахування підприємством індивідуального або колективного впливу від прийнятих підприємством рішень на суспільну систему
М. Бутко	Соціальна відповідальність – це ведення або зупинення діяльності підприємства без очікування безпосередніх прибутків або збитків, спрямована на підвищення рівня добробуту суспільства або певної його частини
Стандарт ISO-26000 "Керівництво з соціальної відповідальності"	Соціальна відповідальність – відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці взаємовідносин
Л. Білецька	Соціальна відповідальність – обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у разі порушення їх – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання
Д. А. Ліпінський	Соціальна відповідальність – діалектичний взаємозв'язок між особою і суспільством, який характеризується взаємними правами і обов'язками щодо дотримання і виконання приписів соціальних норм, що тягне за собою схвалення, заохочення, а у випадках безвідповідальної поведінки, яка не відповідає приписам соціальних норм, – обов'язок перетерпіти несприятливі наслідки і їх перетерпіння
О. Полякова	Соціальна відповідальність – зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що порушують соціальну комунікацію, яка є легітимною соціальною відповіддю на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання
О. Ростигаєв	Соціальна відповідальність є виразом всієї багатоманітності соціальних відносин та узагальненим виразом всіх форм відповідальності

	<p>сті. Специфіка конкретних видів відповідальності обумовлена природою тих суспільних відносин, всередині яких вони виникли та існують у власній якісній визначеності</p>
І. Семякін	<p>Соціальна відповідальність – обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом</p>
Р. Хачатурова та Р. Ягутяна	<p>Соціальна відповідальність – дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, який реалізується у випадках безвідповідальної поведінки, що дисонує приписам цих норм та порушує суспільний порядок, перетерпіння винним позбавлень особистісного чи майнового характеру</p>

## Додаток Г

Таблиця 1.3.

Основні підходи до визначення та порівняння понять екології соціальної сфери та управління ESG соціальної відповідальності бізнесу CSR

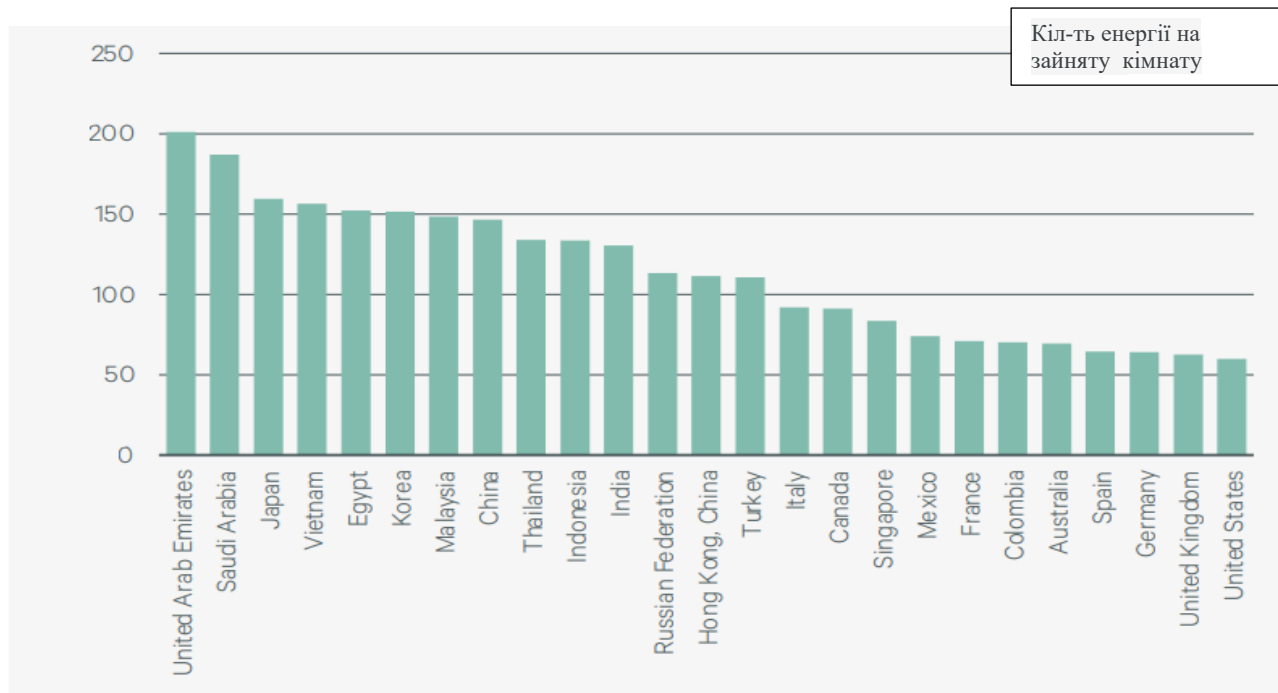
[43,65,56]

ЕСКУ		КСВ	
1	ЕСКУ (у пер. з англ. екологія соціальна сфера та управління)- це термін який використовують інвестори для оцінки корпоративних або майбутніх фінансових показників бізнесу	1	КСВ (у пер. з англ. корпоративна соціальна відповідальність)-це форма саморегулювання , яка забезпечує позитивний вплив
2	ЕСКУ –вимірюється, піддається кількісному виміру та ґрунтується на критеріях, що дозволяють підприємствам повністю інтегрувати кращі екологічні соціальні та управлінські стратегії у систему управління компанією.	2	Діяльність з КСВ робить бізнес підзвітним щодо сталого розвитку, ЕСУ кількісно вимірює діяльність бізнесу щодо сталого розвитку
3	Компанії з ефективними практиками ЕСКУ мають нижчу вартість капіталу, зменшення коливання цін та менше випадків хабарництва, корупції та шахрайства	3	КСВ -це легкий дотик до соціального впливу, це доповнення до стратегії розвитку компанії, примітка у річному звіті. Вона допомагає компаніям свідчити про хороший вплив на суспільство та навколишнє середовище однак КСВ звіт не містить конкретних дат які б підтвердили цей вплив а також у звіті не йдеться про сфери в яких компанія зазнала невдач.
4	Збільшення інвестицій у компанії які застосовують ЕСКУ практики	4	КСВ – це стратегічне управління бізнесом яка включає благодійність спонсорство і філантропію.



Рис.1.2. Номер.Основні сфери оцінювання ЕСКУ,[47]

## Додаток Д

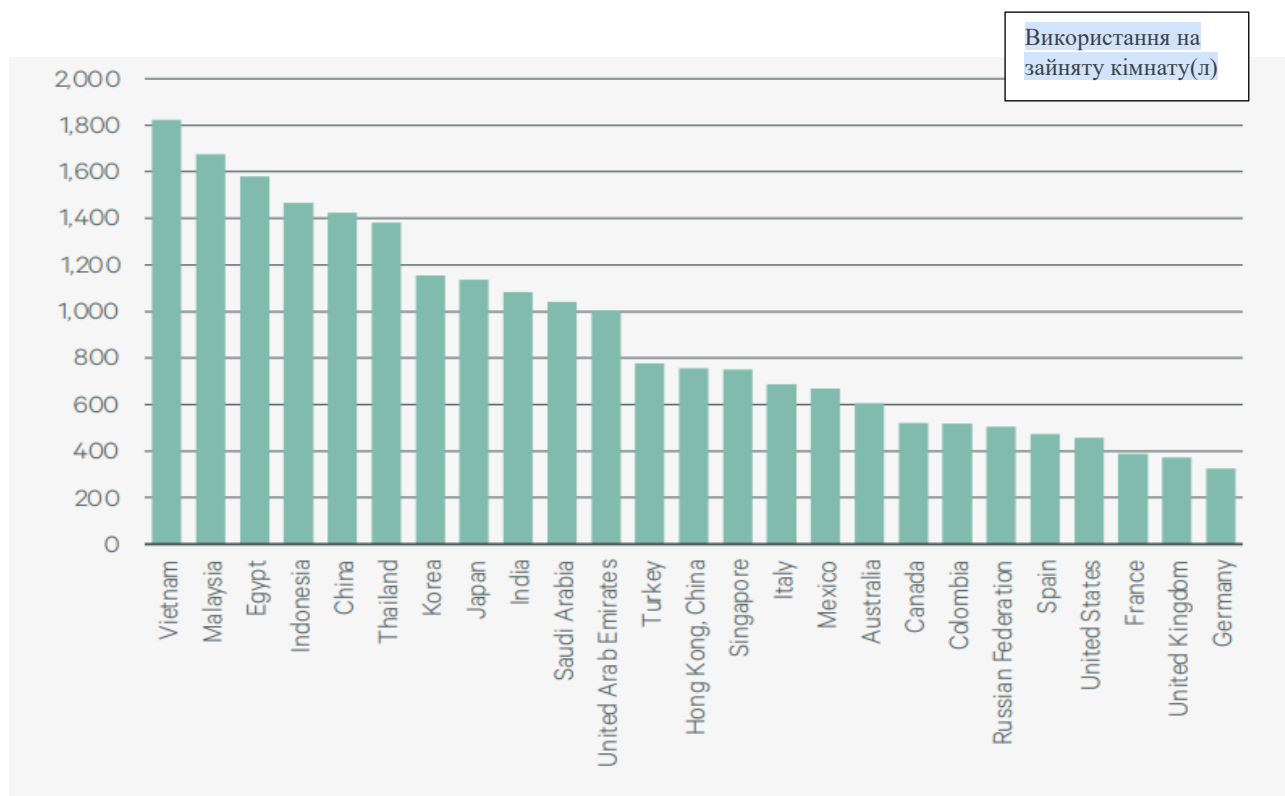


## Легенда

- |                              |                            |                       |                  |             |
|------------------------------|----------------------------|-----------------------|------------------|-------------|
| 1.Об'єднані Арабські Емірати | 5.Єгипт                    | 6.Таїланд             | 10.Гонконг,Китай | 14.Сінгапур |
| 2.Саудівська Аравія          | 6.Корея                    | 7. Індонезія          | 11.Турція        | 15.Мексика  |
| 3.Японія                     | 7.Малайзія                 | 8.Індія               | 12.Італія        | 16.Франція  |
| 4.В'єтнам                    | 8.Китай                    | 9.Російська Федирація | 13.Канада        | 17.Колумбія |
| 18.Австралія                 | 22.Сполучені Штати Америки |                       |                  |             |
| 19.Іспанія                   |                            |                       |                  |             |
| 20.Німеччина                 |                            |                       |                  |             |
| 21.Велика Британія           |                            |                       |                  |             |

Рис.2.3 Середнє енергоспоживання на житлову кімнату в 25 країнах Greenview (кВт-год).,[65]

## Додаток Е



## Легенда

- |                             |            |                                |                    |                         |
|-----------------------------|------------|--------------------------------|--------------------|-------------------------|
| 1. В'єтнам                  | 5. Китай   | 9. Індія                       | 13. Гонконг, Китай | 17. Австралія           |
| 2. Малайзія                 | 6. Таїланд | 10. Саудівська Аравія          | 14. Сінгапур       | 18. Канаді              |
| 3. Єгипт                    | 7. Корея   | 11. Об'єднані Арабські Емірати | 15. Італія         | 19. Колумбія            |
| 4. Індонезія                | 8. Японія  | 12. Турція                     | 16. Мексика        | 20. Російська Федерація |
| 21. Іспанія                 |            | 26. Німеччина                  |                    |                         |
| 22. Сполучені Штати Америки |            |                                |                    |                         |
| 23. Франція                 |            |                                |                    |                         |
| 24. Велика Британія         |            |                                |                    |                         |

Рис.2.4. Середній рівень викидів вуглекислого газу на зайняту кімнату в 25 провідних країнах світу(л),[65]

Додаток Є



Рис.2.5 Номер.Сертифікати сталого розвитку по всьому світу,[65]

Додаток Ж

Таблиця 2.1,12 критеріїв сталого розвитку готелів

Джерело[63]

<b>Менеджмент та ефективність</b>	1. Вимірювати та скорочувати використання енергії	Обов'язковий вид самого початку
	2. Вимірювати та скорочувати використання води	
	3. Виявляти та скорочувати сміття	Мають бути впроваджені на 3-й рік
	4. Вимірювати та скорочувати викиди	

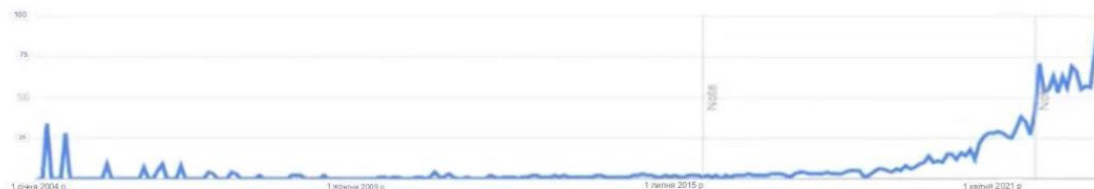
<b>Планета</b>	5. Програма повторного використання білизни	Як мінімум один з трьох має бути
	6. Не використовувати одноразові пластикові соломинки або мішалки	впроваджений від початку, решта за 3 роки
	7. Замінити одноразові пластикові пляшки з водою	Обов'язково від початку з засвідченням
	8. Замінити одноразові пластикові міні-пляшечки для туалетних приналежностей	покращень протягом 3 років
	9. Зелені чистячі засоби	
	10. Вегетаріанські варіанти	
<b>Люди</b>	11. Вигоди для громад	Обов'язково від початку із засвідченням
	12. Зменшення нерівності	покращення за 3 роки

## Додаток 3

## Google Trends: що таке ESG?

Тема ESG ніколи не була такою популярною

Пошуковий термін: "що таке esg"



### Споріднені теми

"інвестиції"

"стійкість"

"екологічне, соціальне та корпоративне управління"

"звіт"

"інвестиційний фонд"

### Пов'язані запити

"інвестування esg"

"що означає esg"

"що таке esg"

"що таке esg інвестиції"

"що таке esg"

6 Економічне відновлення у воєнний та післявоєнний період через підхід ESG

Рис.2.6,Ріст тенденції гугл пошуку на тему ЕСКУ від початку COVID-19 та війни,[54]

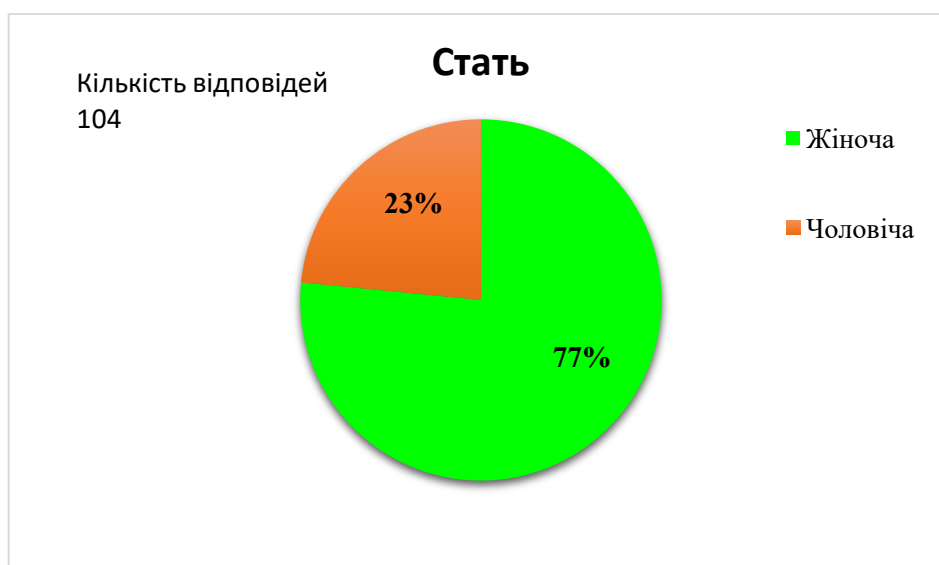
## Додаток И

### Результати соціологічного опитування

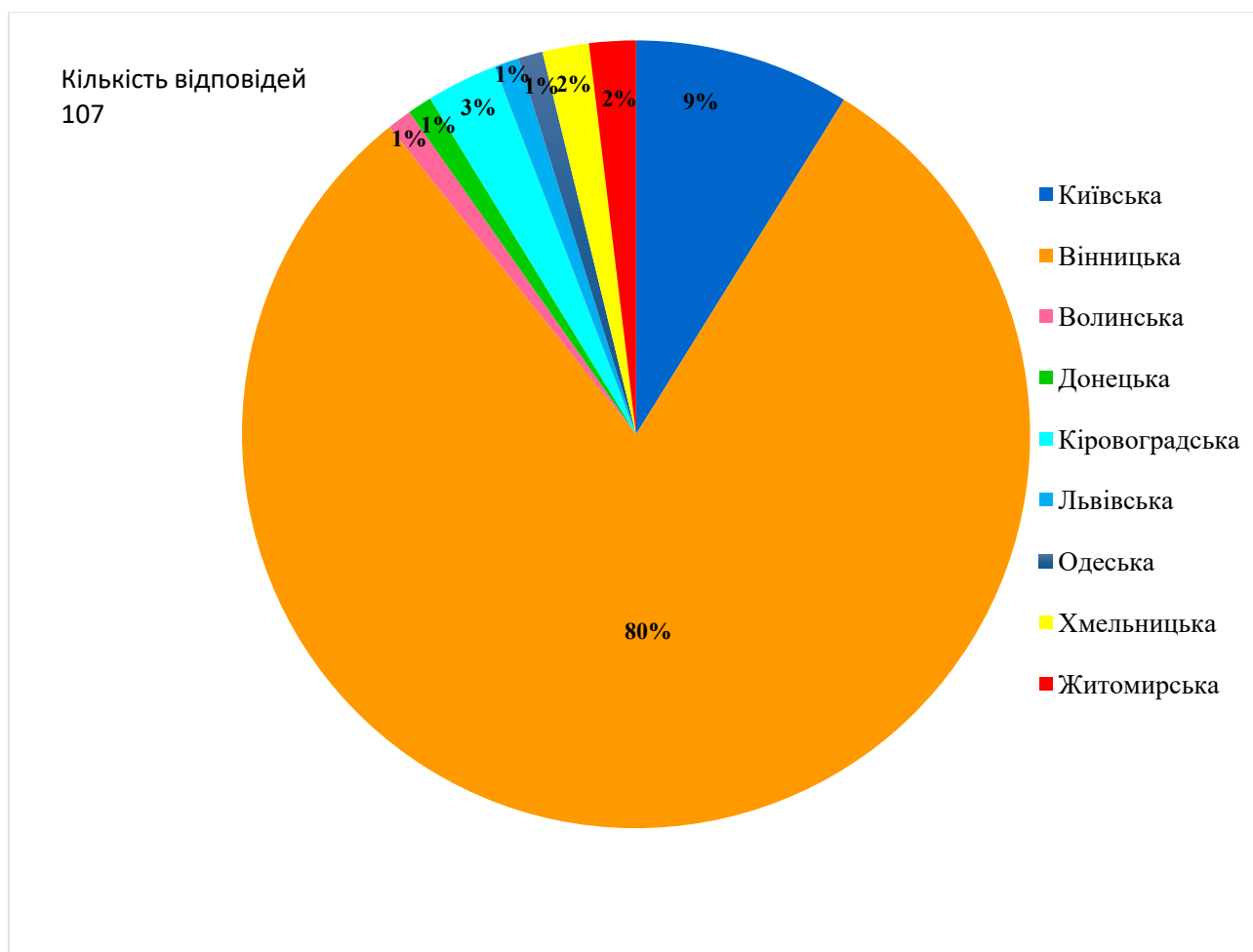
«Соціальна відповідальність готельного бізнесу України за 2023 р.»

Посилання на форму з опитуванням: [https://docs.google.com/forms/d/1Pp9z\\_SU\\_jmm1t9qW4RmnqnYPW2U-uk8-uwR\\_y\\_I1FjU/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1Pp9z_SU_jmm1t9qW4RmnqnYPW2U-uk8-uwR_y_I1FjU/edit#responses)

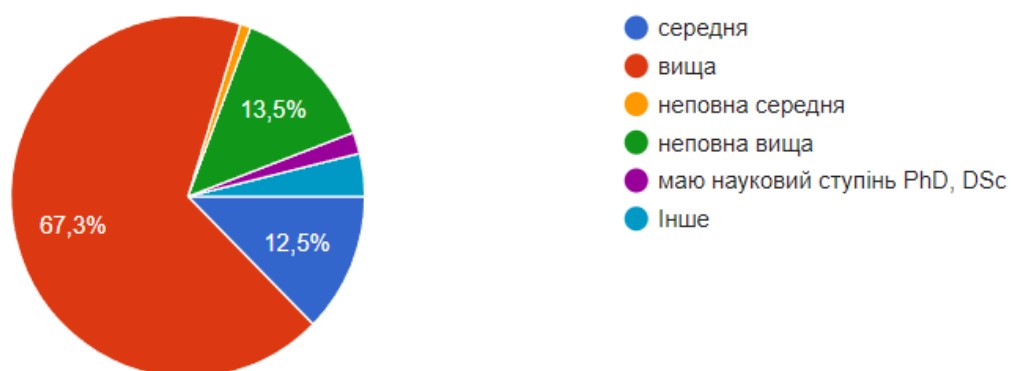
**Вік (скільки повних років Вам виповнилися? )**



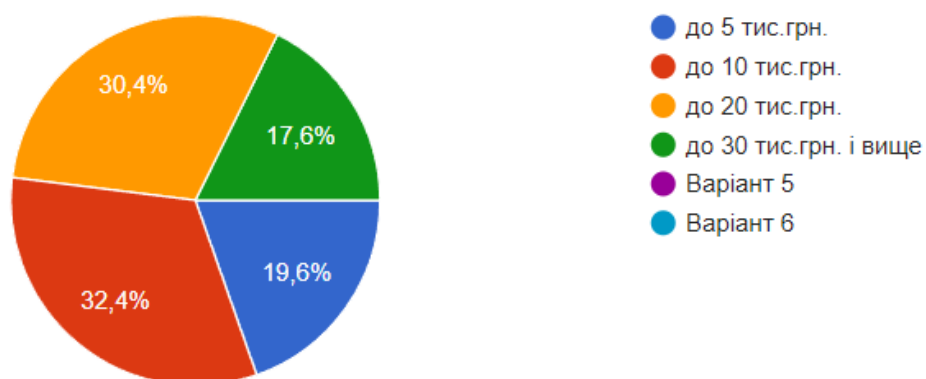
**Область , в якій ви проживаєте?**



Рівень освіти 104 відповіді



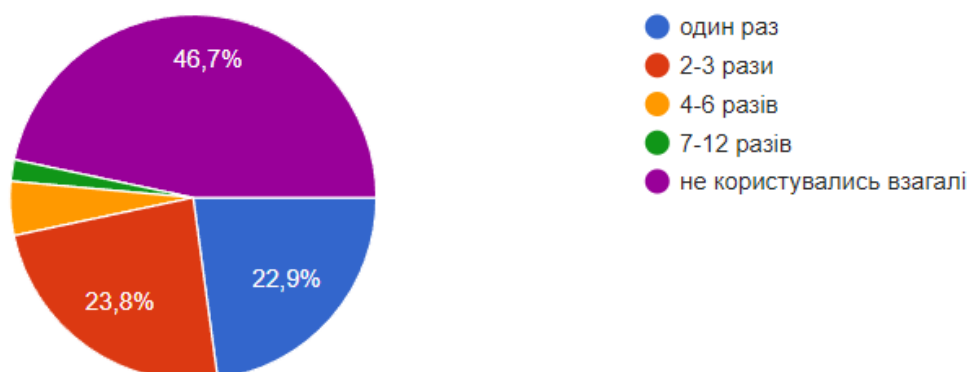
### Рівень доходів на місяць ? 102 відповіді



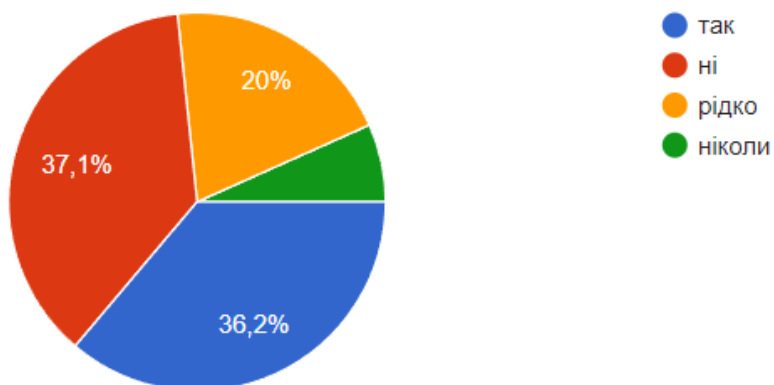
### До якого типу людей ви себе відносите ? 105 відповідей



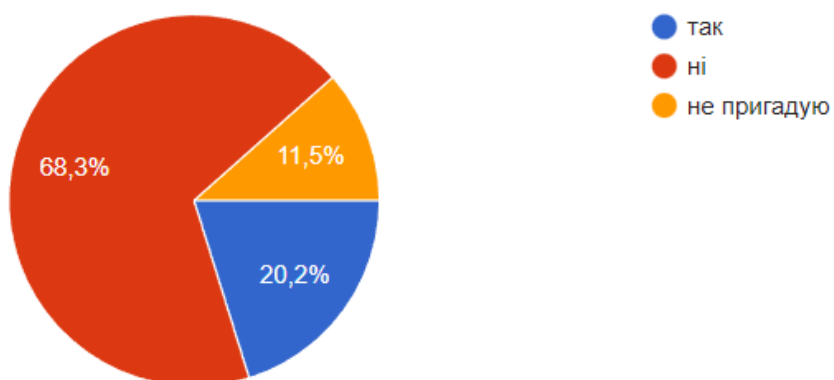
### За останній рік Ви користувались послугами готелів ? 105 відповідей



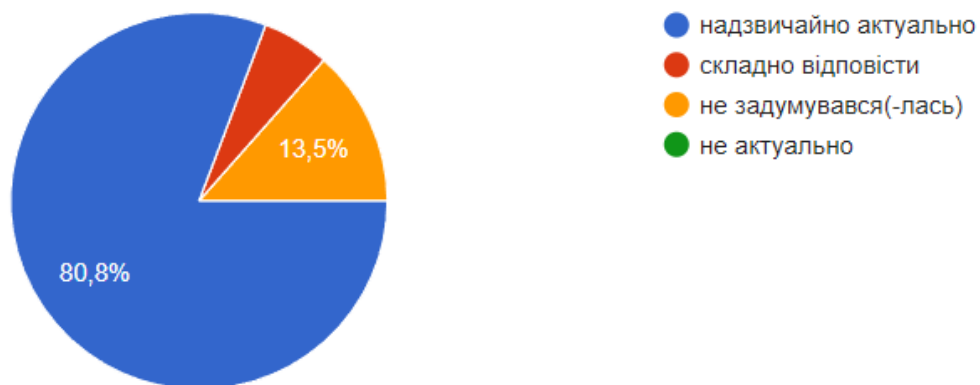
**Чи чули ви про екологічно-спрямовані готелі в Україні? 105 відповідей**



**Чи доводилось вам проживати у готелі , який дбає про навколишнє середовище? 105 відповідей**

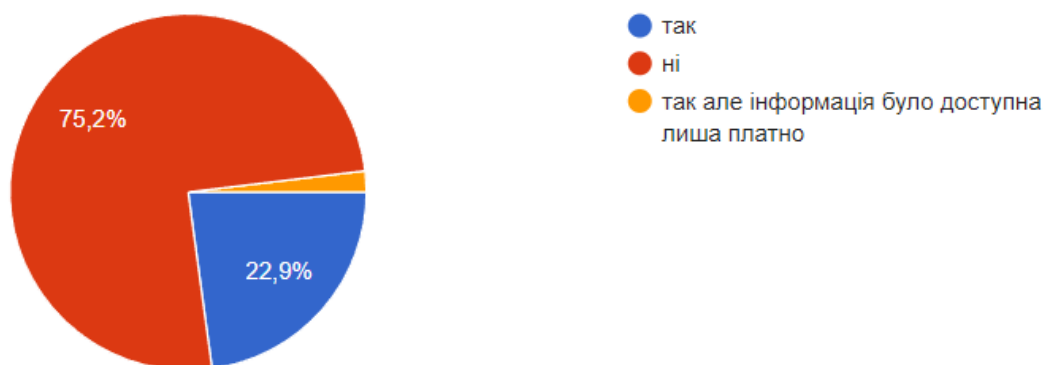


**Наскільки актуальним є заощадження водних ресурсів на сьогодні ?  
104 відповідей**



Чи проживали Ви у готелі який надає інформацію про інтерпретацію природного оточення, місцеву культуру та культурну спадщину, а також пояснення відповідальної поведінки під час відвідування природних районів, та об'єктів культурної спадщини.

105 відповідей



## Додаток І

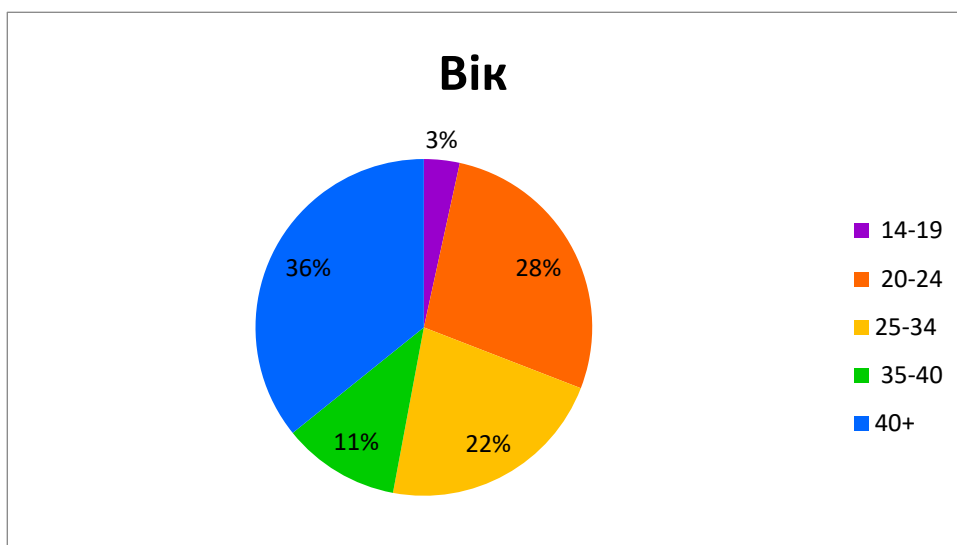
## Результати соціологічного опитування

*«Соціальна відповідальність готельного бізнесу України за 2021 р.»*

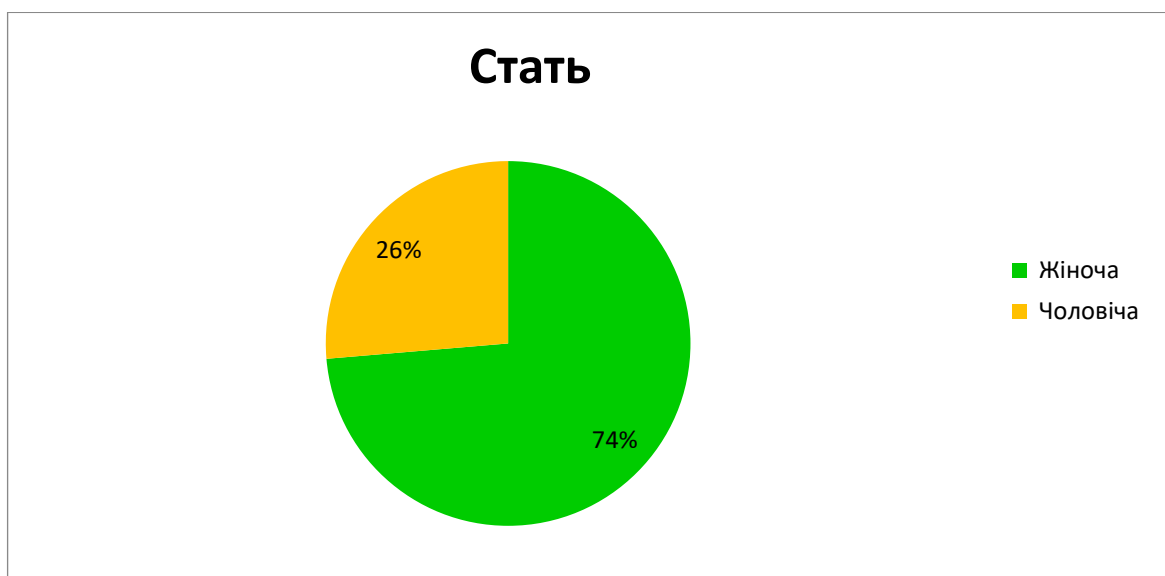
Посилання на форму з опитуванням: [https://docs.google.com/forms/d/2xsecOE-](https://docs.google.com/forms/d/2xsecOE-Tjf_3NHjtjYxUZxw1Jc2PHz0ZbbT0P3IuzxI/edit#respo)

[Tjf\\_3NHjtjYxUZxw1Jc2PHz0ZbbT0P3IuzxI/edit#respo](https://docs.google.com/forms/d/2xsecOE-Tjf_3NHjtjYxUZxw1Jc2PHz0ZbbT0P3IuzxI/edit#respo)

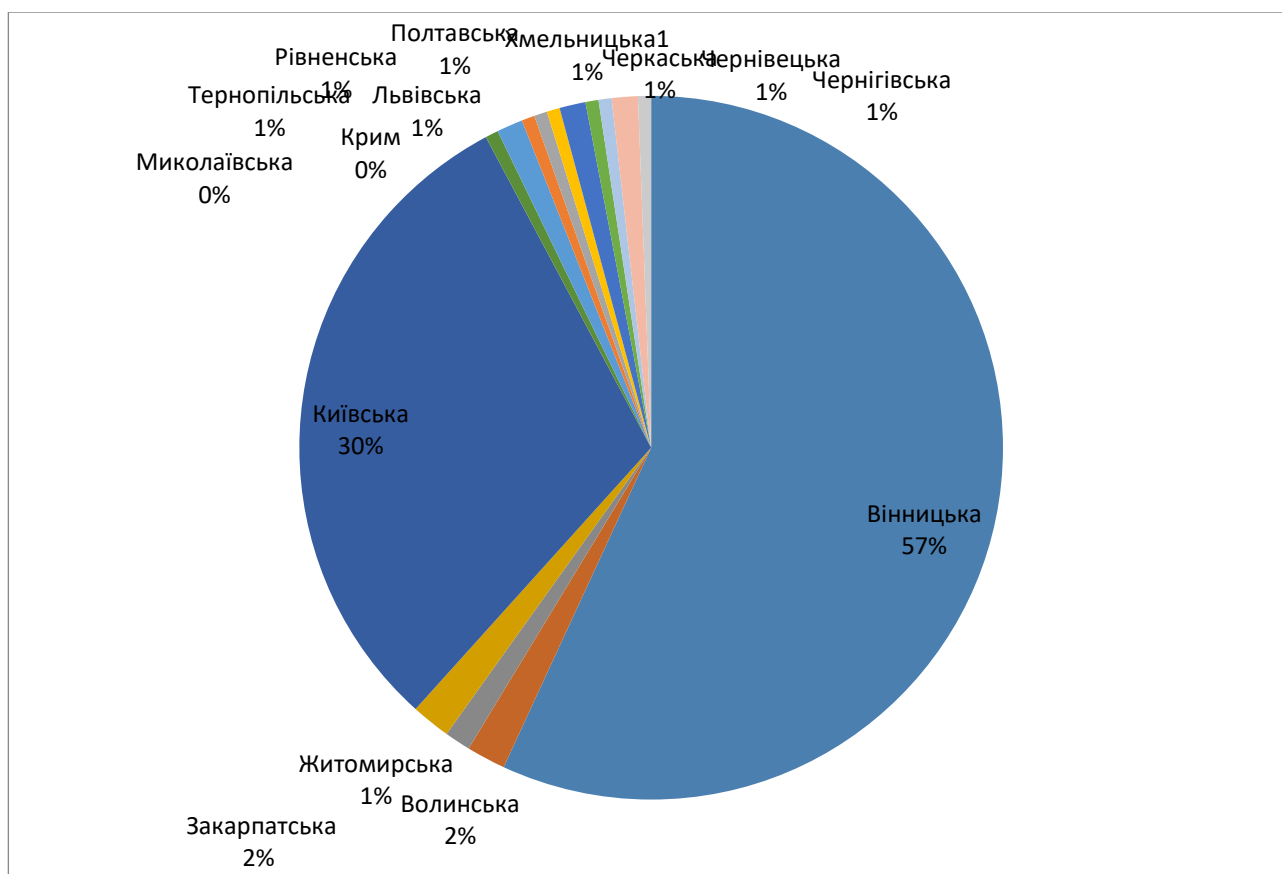
**Вік (скільки повних років Вам виповнилося? ) 204** відповіді



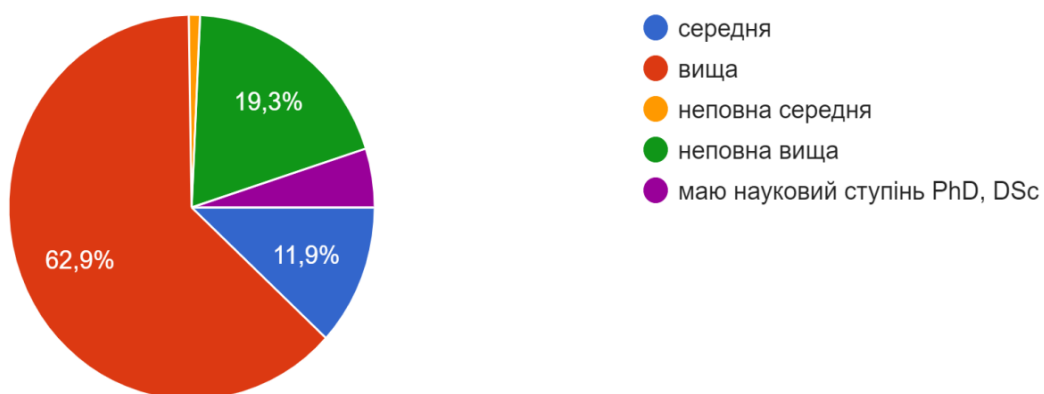
**Стать 204** відповіді



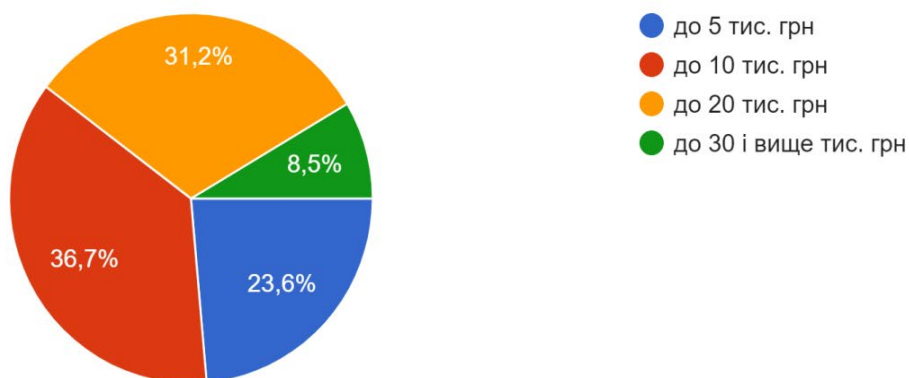
**Область , в якій ви проживаєте? 204** відповіді



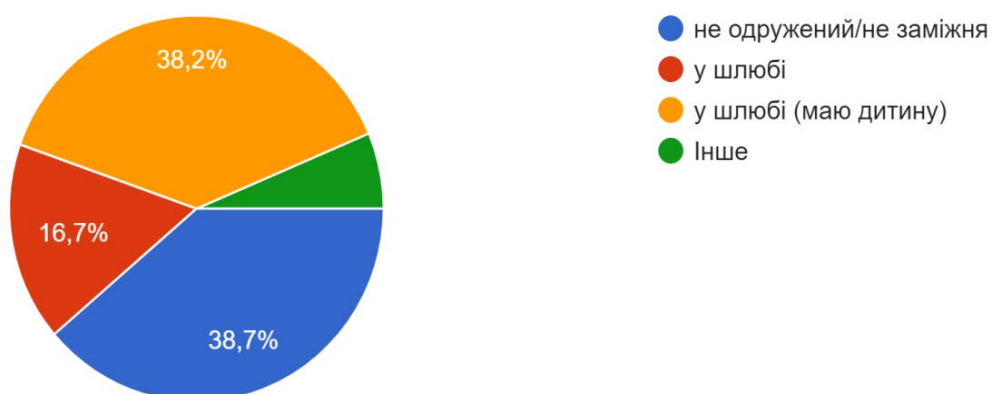
### Рівень освіти 202 відповіді



### Рівень доходів на місяць ? 299 відповіді



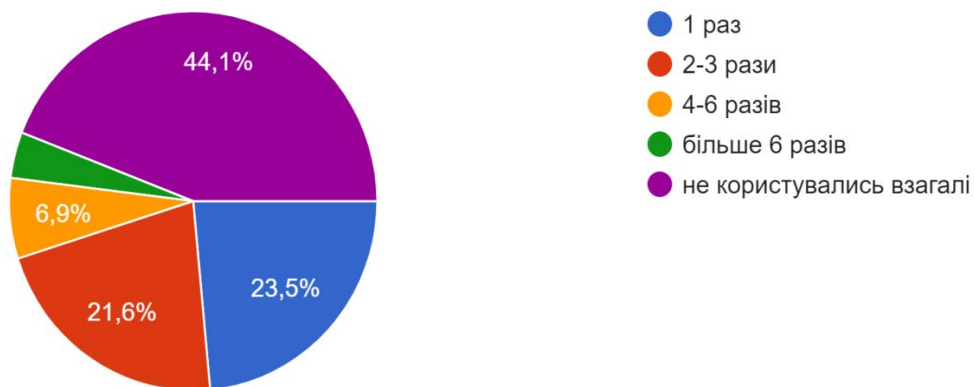
### Сімейний стан 204 відповіді



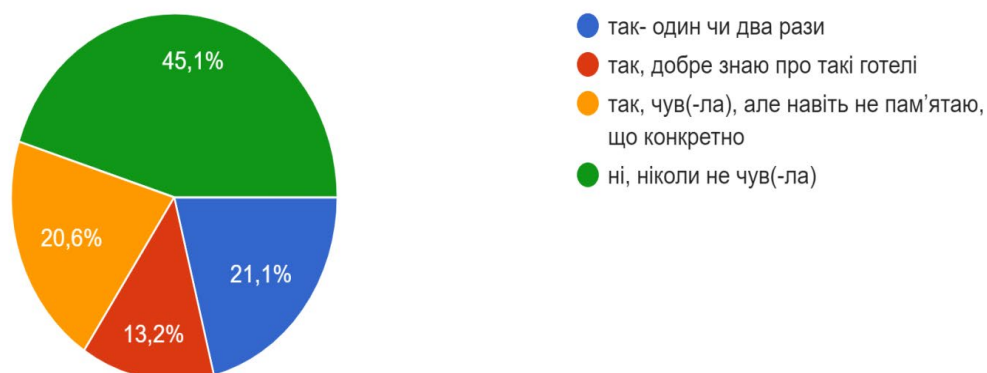
### До якого типу людей ви себе відносите ? 202 відповіді



### За останній рік Ви користувались послугами готелів ? 204 відповіді



### Чи чули ви про екологічно-спрямовані готелі в Україні? 204 відповіді



**Чи доводилось вам проживати у готелі , який дбає про навколишнє середо**

**вище? 283** відповіді

