

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**

**Факультет економіки та менеджменту**

(повна назва факультету)

**Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг**

(повна назва кафедри)

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня

**бакалавр**

(назва освітнього ступеня)

на тему: «Формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії  
гостинності (на прикладі готельно-ресторанного комплексу  
«Avalon Palace»)»

Виконав: студент IV курсу, групи БР-41

спеціальності 241 «Готельно-

ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності)

Крук І. М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник

Мельник Л. М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

Стойко І. І.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

Шерстюк Р. П.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Рецензент

Галушак М. П.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль  
2024

## АНОТАЦІЯ

**Крук І. М. Формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності (на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»).**

Кваліфікаційна робота бакалавра: 68 сторінок, 10 рисунків, 11 таблиць, 31 літературне джерело.

**Об'єкт дослідження** – готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace», до якого висуваються вимоги як до готелю категорії «три зірки».

**Предмет дослідження** – процес формування соціально відповідальної поведінки господарюючого суб'єкта індустрії гостинності.

**Метою роботи** є розроблення рекомендацій щодо формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності.

**Методи дослідження** – аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

**Практичне значення одержаних результатів.** У роботі сформульовано пропозиції щодо формування соціально відповідальної поведінки господарюючого суб'єкта індустрії гостинності.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, поведінка, управління, розвиток, послуга, готельно-ресторанний комплекс.

## ANNOTATION

**Kruk I. Development of socially responsible behavior of hospitality industry entities (hotel and restaurant complex “Avalon Palace” as a case study).**

Bachelor degree thesis contains of 68 pages, 10 pictures, 11 tables, 31 references.

**The object of investigation** is the hotel and restaurant complex “Avalon Palace”, which claims to be a three-star hotel.

**The subject of investigation** is the process of forming socially responsible behavior of the business entity of the hospitality industry.

**The aim of the work** is the development of recommendations for the formation of socially responsible behavior of subjects of the hospitality industry.

**The methods of investigation** are analysis and synthesis; comprehensive analysis; comparative and economic analysis, method of description.

**The practical significance of the results obtained.** The work formulates proposals for the formation of socially responsible behavior of the business entity of the hospitality industry.

**Key words:** social responsibility, behavior, management, development, service, hotel and restaurant complex.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5	
<b>1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ</b>		
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	8	
1.1. Поняття соціальної відповідальності у контексті економічного розвитку країни .....	8	
1.2. Зміст і форми соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів .....	15	
<b>2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ</b>		
АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГРК «АVALON PALACE» ТА ДОСЛІДЖЕННЯ КРИТЕРІЇВ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	24	
2.1. Характеристика діяльності готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» .....	24	
2.2. Фактори впливу на соціально відповідальну поведінку суб'єктів індустрії гостинності .....	34	
2.3. Особливості оцінювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності .....	38	
<b>3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....</b>		<b>42</b>
3.1. Прояви соціально відповідальної поведінки підприємств індустрії гостинності .....	42	
3.2. Розроблення концепції реабілітаційного центру, як соціальної ініціативи ГРК «Avalon Palace» .....	48	
<b>4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ</b>		<b>56</b>
4.1. Загальні положення організації пожежної безпеки у готельно-ресторанних комплексах .....	56	
4.2. Організація охорони праці у ГРК «Avalon Palace» .....	58	
ВИСНОВКИ .....	63	
БІБЛІОГРАФІЯ .....	65	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Пошук механізмів взаємодії підприємницьких структур і соціуму в цілому передбачає необхідність формування і реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, що виступає необхідною умовою сталого розвитку національної економіки, що направлене на задоволення поточних потреб без нанесення шкоди інтересам майбутніх поколінь.

На даний час формування і посилення соціально відповідальної поведінки бізнесу стає все більш актуальною і своєчасною проблемою економічної науки і практики господарювання. Це обумовлено тим, що під впливом глобалізаційних процесів, що характеризуються суперечливими наслідками, встановлюються інституціональні обмеження функціонування національних економічних систем при одночасному загостренні екологічних, демографічних проблем, поглиблення соціальної диференціації і трансформації системи цінностей.

Необхідність реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктами підприємництва набуває особливого значення у сучасному українському суспільстві, для якого характерні ознаки стагнації, що викликана зовнішніми і внутрішніми ризиками. У цих умовах виконання державою визначеного переліку функцій, що зорієнтовані на концепцію суспільного благополуччя, не дає можливості вирішити комплекс взаємопов'язаних завдань, зокрема: забезпечення сталого економічного розвитку, накопичення людського капіталу і забезпечення його ефективною реалізації за одночасного підвищення рівня і якості життя населення, попередження надмірної соціальної нерівності і трудового нігілізму як сукупності демографічного, трудового, освітнього потенціалів. Це передбачає необхідність включення до складу економічних агентів, що зорієнтовані на формування соціальних цінностей, суб'єктів

підприємництва, а також формування мотивів активізації соціально відповідальної поведінки.

Дослідженню питання соціальної відповідальності бізнесу присвятили свої роботи такі вчені як: Андрушків Б. М., Гусєва О. Ю., Дудкін П. Д., Кузьмін О. Є., Малюта Л. Я., Мельник Л. М., Нагорняк Г. С., Островська Г. Й., Паляниця В. А., Редькін О. С., Сақун Г., Сороківська О. А., Станкевич І., Струтинська І. В., Стойко І. І., Федішин І. Б., Шерстюк Р. П., Ціх Г. В. та інші.

Тим часом залишилося поза увагою певні питання пов'язані з процесом формування соціально відповідальної поведінки закладів індустрії гостинності. Це власне й обумовило вибір теми і значення кваліфікаційної роботи бакалавра.

**Зв'язок із науковими програмами, планами, темами.** Кваліфікаційна робота бакалавра виконана у відповідності з тематикою науково-дослідних робіт кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розроблення рекомендацій щодо формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені такі основні завдання:

- вивчити сутність соціальної відповідальності у контексті економічного розвитку країни;
- дослідити зміст і форми соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів;
- дати загальну характеристику діяльності готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»;
- систематизувати фактори впливу на соціально відповідальну поведінку суб'єктів індустрії гостинності;
- висвітлити особливості оцінювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності;
- описати прояви соціально відповідальної поведінки підприємств індустрії гостинності;

– розробити концепцію реабілітаційного центру, як соціальної ініціативи ГРК «Avalon Palace».

**Об’єкт дослідження** – готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace», до якого висуваються вимоги як до готелю категорії «три зірки».

**Предмет дослідження** – процес формування соціально відповідальної поведінки господарюючого суб’єкта індустрії гостинності.

**Методи виконання** – для вирішення поставлених у роботі завдань використано такі методи: аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

**Інформаційною базою** дослідження є документи і матеріали органів державної влади і управління, законодавчі і нормативні акти, державні і міжнародні стандарти України, матеріали і дані періодичного друку, монографічна і інша наукова література, а також дані бухгалтерської звітності досліджуваного закладу.

**Практичне значення одержаних результатів.** У роботі сформульовано пропозиції щодо формування соціально відповідальної поведінки господарюючого суб’єкта індустрії гостинності.

**Апробація результатів дослідження.** Основні висновки, положення та результати дослідження були розглянуті і схвалені на кафедрі управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**Обсяг і структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 68 сторінках комп’ютерного тексту, складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 31 найменування. Робота включає 11 таблиць, 10 рисунків.

# 1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

### 1.1. Поняття соціальної відповідальності у контексті економічного розвитку країни

Аналіз сучасних тенденцій суспільно-економічного розвитку вказує на значні зміни під впливом науково-технічного прогресу і глобалізації, що охоплюють практично усі сфери життєдіяльності людини. Відмінними рисами сучасного розвитку є такі:

- природньо-гуманітарний синтез людини і природи;
- посилення впливу на економічний ріст не лише інноваційних технологій, але й інформації і знань;
- зміна структури суспільного блага у сторону переваги людського (інтелектуального) капіталу;
- здатність суспільства забезпечити гармонійний розвиток особистості.

Нарощування визначених тенденцій і здатностей неминуче приводить до появи економічної системи нової якості, що свідчить про діалектичний характер розвитку суспільства (Андрушків Б. М., Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б., 2013).

Тим часом, разом з позитивними тенденціями у соціально-економічному розвитку, світова громадськість постійно зіштовхується з рядом економічних і соціальних проблем і загроз, що наростають під впливом глобалізації світової економіки. До них, перш за все, слід віднести руйнування природних комплексів і світової фінансової системи, посилення контролю над національними економіками зі сторони транснаціональних корпорацій,



посилення економічної нерівності країн, воєнні дії, ріст голоду, бідності та інше (Герасимчук З. В., Поліщук В. Г., 2011).

У цих умовах виникає об'єктивна необхідність у модифікації моделей поведінки економічних систем різного рівня у напрямі забезпечення їх стійкого розвитку. У науковій літературі зустрічається думка про так звану слабку і сильну стійкість. Слабка стійкість – це збереження вартості сукупного капіталу організації, включаючи такі його види як матеріальний, людський і природний. Ідея слабкої стійкості передбачає, що різні види капіталу можуть бути взаємозамінними. Сильна стійкість, навпаки, передбачає, що кожен вид капіталу повинен зберігатися не нижче певного мінімального рівня (Герасимчук З. В., Поліщук В. Г., 2011).

Загалом прийнято вважати, що основою стійкого розвитку є підвищення ефективності і якості економічного росту.

Відомо, що під ефективністю економічного росту прийнято розуміти покращення усіх складових багатогранного поняття «ефективність виробництва», до яких відноситься:

- покращення якості товарів і послуг, підвищення їх конкурентоспроможності на вітчизняному і міжнародному ринках;
- освоєння виробництва нових товарів, що задовільняють потреби або створюють можливості для їх задоволення найкращим чином;
- поглиблення спеціалізації і кооперації виробництва з врахуванням територіальних переваг країни у системі міжнародного поділу праці;
- подолання неефективності за рахунок підвищення управлінської майстерності і використання ефективних систем стимулювання зростання продуктивності праці всередині підприємств;
- покращення алокації виробничих ресурсів погазузях і регіонах країни;
- освоєння нових технологій, що дозволяють мінімізувати витрати обмежених виробничих ресурсів для випуску даного об'єму продукції.

Що стосується поняття «якість економічного росту», то воно пов'язується

науковцями з посиленням його соціальної направленості, а його основними складовими при цьому є: покращення матеріального благополуччя населення; підвищення рівня розвитку галузей соціальної інфраструктури; ріст інвестицій у людський капітал; забезпечення безпеки праці і життя людей; підтримка повної зайнятості на ринку праці (Андрушків Б. М., Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б., Стойко І.І., 2013).

Таким чином, лише ефективне і якісне економічне зростання здатне забезпечити у сучасних умовах дійсний розвиток економіки.

На даний час вже по-іншому усвідомлюється роль сучасного бізнесу і його функціональних одиниць – підприємств – у забезпеченні стійкого соціально-економічного розвитку. Ще до недавня зарубіжна та вітчизняна економічна теорія розглядала підприємство виключно як систему для перетворення ресурсів у продукцію певного обсягу, структури, якості і ціни згідно суспільного запиту. Зараз же відбувається переоцінювання ролі бізнесу у суспільстві, усвідомлення інституціональної ролі підприємства не лише як суб'єкта концентрації і відтворення ресурсів, формування майбутніх потреб і тенденцій, але і як складова суспільства – зацікавленого учасника системи соціальних відносин (за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, 2005).

Сучасні тенденції господарювання обумовлюють необхідність повсюдної інтеграції моделі соціально відповідальної поведінки, основною метою якої фактично є підкорення господарюючої системи завданням розвитку особистості. При цьому на макрорівні необхідність такої моделі визначається дією наступних факторів:

- гуманізація суспільних відносин, недопущення росту бідності і злочинності;
- необхідність створення нормальних умов життєдіяльності людини, коли рівень економічного розвитку в країні дозволяє задовільнити основні потреби населення;

– науково-технічна революція і творча високо інтелектуальна і продуктивна праця, що є неможливою без задоволення розумних потреб винахідників.

У даному контексті мова йде про створення такого типу господарюючої системи, рисами якої будуть високий рівень економічного і соціального благополуччя громадян, наявність соціальних та економічних інститутів, що забезпечують реалізацію цілей соціальної справедливості, високого рівня якості життя населення. У зв'язку з цим потребує особливого усвідомлення питання, що пов'язане з формуванням соціальної поведінки бізнесу.

Основними факторами, під впливом яких розвивалася концепція соціальної відповідальності бізнесу були, з однієї сторони, активне втручання бізнесу (особливо великого) у навколишнє середовище, зростання його впливу на питання міських громад, а, з другої, - поява так званих «громадських» рухів (екологів, споживачів, правозахисників).

У зв'язку з цим можна виділити три концепції соціально відповідальної поведінки бізнесу (Кузьмін О. Є., Пирог О. В., Чернобай Л. І., Станасюк Н. С., Пасінович І. І., 2020):

1) традиційна – передбачає, що єдиною відповідальністю бізнесу є збільшення прибутків для своїх акціонерів. Такий підхід є характерним для організацій англосаксонської моделі капіталізму;

2) теорія корпоративного альтруїзму – згідно цієї теорії корпорації повинні забезпечити значний внесок у покращення якості життя. У рамках даної концепції організація розуміється як соціальна спільнота, у якій власники співпрацюють з менеджерами, постачальниками, представниками громадськості, а соціальна відповідальність стає результатом їх спільних дій. Ця теорія характерна для континентальної моделі капіталізму і поширена в Японії;

3) теорія «розумного» егоїзму – найпоширеніша на сьогоднішній день позиція, яка передбачає, що соціальна відповідальність бізнесу – це просто «хороший бізнес», що скорочує втрати прибутку. Реалізуючи соціальні

програми, підприємства зменшують свої доходи, але у довгостроковому періоді часу формують благополучне соціальне середовище для своїх працівників і територій своєї діяльності, створюючи при цьому умови для стабільності своєї прибутковості. Відповідно, соціально відповідальна поведінка – це можливість для організації реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеці і стійкості розвитку.

Більшість дослідників, трактуючи соціальну відповідальність як добровільну допомогу бізнеса суспільству через реалізацію соціальних програм, розглядають наступні компоненти (напрями) соціально відповідальної поведінки:

- відповідальність перед суспільством, працівниками, партнерами і споживачами – виробництво високоякісної продукції;
- відкритість і доступність для суспільства у всіх аспектах діяльності, що не містять комерційної таємниці – дотримання вимог законодавства;
- пріоритетність вирішення соціальних завдань як на рівні фірми, так і на рівні суспільства загалом;
- активне використання усіх ініціатив, що націлені на розвиток бізнесу і покращення соціального клімату.

При цьому соціальна відповідальність частіше всього вивчається у двох аспектах:

1) на макрорівні, коли соціальна відповідальність передбачає участь бізнесу у реалізації соціальних програм для суспільства. Ці програми можуть стосуватися різних аспектів доброчинності, керівництва над закладами культури, соціального забезпечення, захисту навколишнього середовища;

2) на мікрорівні, коли соціальна відповідальність передбачає участь бізнесу (власників і керівників) у реалізації соціальних програм, що зорієнтовані на працівників підприємства.

Тут можна зробити висновок, що в сьогоденних умовах соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок у сталий розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, що прямо

пов'язаний з основною діяльністю господарюючої системи і виходить за межі визначеного законом мінімуму. У такому розумінні соціальна відповідальність бізнесу – це не правило, а етичний принцип або неформальний соціально-економічний інститут, який повинен бути задіяний у процесі прийняття рішень і базуватися на моральних нормах і цінностях, набутих у процесі соціалізації економічних відносин (Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З., 2021). На цьому фоні соціальну відповідальність бізнеса можна розглядати як спробу підприємства ідентифікувати економічні, соціальні та екологічні ризики у взаємозв'язку з усіма зацікавленими сторонами і мінімізувати ці ризик.

Одним із надзвичайно важливих напрямів і інструментів регулювання соціальних відносин у суспільстві по праву вважається управління соціальним розвитком на підприємствах, а поняття «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна культура» і «соціальний капітал» визначають основні напрями внутрішнього і зовнішнього функціонування організації, стратегію розвитку і процесу реалізації наявних внутрішніх програм. Сприяючи формуванню іміджу підприємства, соціальна політика виноситься на перший план при оцінюванні загальної корисності організації для суспільства не лише сторонніми спостерігачами, але і самими представниками підприємства.

Сьогодні відомі різні підходи до розуміння соціальної політики підприємства. Згідно першого (т. зв. «пасивного») основна діяльність підприємства має соціально значимий характер, що виражається у виробництві якісних товарів і послуг, сплаті податків і створенні добре оплачуваних робочих місць.

Прихильники другого підходу вважають, що підприємство у своїй діяльності виходить за рамки обов'язкових вимог законодавства і здійснює внесок у розвиток внутрішнього і зовнішнього середовища свого бізнесу. При цьому підприємство реалізує внутрішні і зовнішні соціальні програми, що погоджені зі стратегією його розвитку.

Згідно третього підходу, підприємство намагається мати репутацію соціально відповідальної організації і для цього приймає активну участь у

формуванні суспільних стандартів, що визначають сьогодні, поряд з іншими, пороговими значеннями економічної безпеки.

Поряд з цим, на наш погляд, вкрай важко визначити який з цих підходів є дійсно правильним. Підприємство самостійно визначає стратегію поведінки, виходячи із наявності виробничих, економічних, фінансових і соціальних можливостей.

Безперечно управління соціальним розвитком на виробництві не можна визнавати успішним, якщо воно не буде органічно пов'язаним з інтересами працівників і зі змінами у сфері виробництва. У зв'язку з цим для забезпечення соціального розвитку підприємства, перш за все, необхідно вирішити питання соціально-трудових відносин, що викликані змінами соціальних факторів праці і технологічних факторів, які, у свою чергу, визначають розвиток людського потенціалу.

Відтак, до сфери соціальної відповідальності відноситься коло проблем, що виникають у процесі взаємовідносин працівників, бізнесу, влади і суспільства загалом, вирішення яких не входить до сфери державного регулювання, але є важливим для розвитку гармонійних відносин у суспільстві. Усі учасники соціальних відносин (працівники, працедавці, влада), маючи різні, але тісно пов'язані інтереси, здійснюють свій внесок в розвиток соціальної відповідальності. У свою чергу соціально відповідальний бізнес створює необхідні передумови для формування основних елементів соціального капіталу (довіру, зв'язки, репутацію тощо), що призводить до зниження трансакційних витрат – витрат, що виникають при взаємодії з зацікавленими сторонами (укладення договорів, проведення переговорів, прийняття рішень, збір і оброблення інформації та ін.).

У табл. 1.1 відображено зміст напрямів соціальної відповідальності.

Таблиця 1.1

## Напрями соціальної відповідальності

Внутрішня соціальна відповідальність	Зовнішня соціальна відповідальність
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Безпека праці.</li> <li>2. Стабільність заробітної плати.</li> <li>3. Підтримка соціально значимої заробітної плати.</li> <li>4. Додаткове медичне і соціальне страхування працівників.</li> <li>5. Розвиток людських ресурсів через навчальні програми і програми підготовки і підвищення кваліфікації.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спонсорство і корпоративна доброчинність.</li> <li>2. Сприяння охороні навколишнього середовища.</li> <li>3. Взаємодія із місцевою громадськістю і владою.</li> <li>4. Підтримка соціальних проектів.</li> <li>5. Готовність брати участь у кризових ситуаціях.</li> <li>6. Відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів).</li> </ol>

Тим самим, незалежно від домінуючої моделі соціально відповідальної поведінки в національній економічній системі і від цільових орієнтирів суб'єктів підприємницької діяльності бізнес-спільнота виступає носієм інтересів у виробленні соціальних цінностей.

## 1.2. Зміст і форми соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів

Як показує дослідження у сучасних умовах ефективним і сталим може бути лише той бізнес, який забезпечує економічний прогрес у поєднанні з соціальним прогресом. Конкурентоспроможність сьогодні визначається ефективністю використання не лише виробничих активів, природних і грошових ресурсів, але і трудових ресурсів, якість яких є однією з головних конкурентних переваг підприємства.

Переваги реалізації соціально відповідальної політики очевидні, серед яких: високий імідж підприємства і його продукції; лояльність клієнтів; довіра партнерів і лояльне відношення персоналу; зацікавленість інвесторів до

організації, внаслідок чого збільшення розмірів і термінів інвестицій; простота вирішення соціальних і екологічних питань за рахунок соціально-екологічних аудитів; розвиток і збереження інтелектуального капіталу; управління ризиками компанії на основі діалогу з зацікавленими сторонами та інші.

Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф. наводять такі аргументи на користь соціальної відповідальності бізнесу: хороші для бізнесу довгострокові перспективи; зміна потреб і очікувань широкої громадськості; наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем; моральний обов'язок поводити себе соціально відповідально.

Таким чином, соціальна відповідальність підприємств поступово перетворюється із зобов'язання на один з найважливіших інструментів конкурентної боротьби. Дійсно, організації, спрямовуючи ресурси на вирішення соціальних проблем, з плином часу отримують дивіденди від цих інвестицій. Прояви соціальної відповідальності бізнесу виражається також у відновленні до навколишнього середовища. Компанії, що почали інвестувати в екологічно безпечне виробництво і виробництво екологічно чистих товарів, значно виграли, скоротивши штрафні екологічні виплати, оптимізувавши споживання сировини і розширивши свої ринки збуту за рахунок зростаючої споживчої аудиторії, що надає перевагу екологічно безпечним товарам. Також виграли ті компанії, які зайнялись утилізацією і переробкою виробів, у яких вже завершився термін експлуатації, тим самим покращивши свій імідж в очах громадськості і відкривши для себе цілком новий і перспективний ринок (Дерій Ж. В., Зосименко Т. І., 2016).

Однією з найважливіших переваг соціально відповідальної поведінки бізнесу, за твердженням більшості учених, є накопичення в результаті реалізації даної політики соціального капіталу підприємства. Останнім часом цей аспект привертає все більше уваги.

Досліджуючи соціальний капітал, багато науковців мають на увазі здатність до самоорганізації і спільних дій заради суспільного блага. Основними складовими соціального капіталу є зв'язки між організаціями і все, що сприяє



їхній сталості, для прикладу репутація фірми і довіра між партнерами. Запаси соціального капіталу можуть значно відрізнятись між громадами, регіонами і країнами, а сам соціальний капітал характеризується при цьому як найважливіший фактор сталого розвитку, що дозволяє певним країнам використовувати наявні у них ресурси значно ефективніше за інші.

У широкому понятті соціального капіталу виокремлюються його різновиди. Доволі часто зустрічаються думки щодо так званого відкритого соціального капіталу і закритого соціального капіталу.

«Відкритий» соціальний капітал є передумовою створення широких громадських спільнот. Для його виникнення необхідна довіра не лише до ближніх, членів родини, хороших знайомих, надійних друзів, але і до суспільства вцілому, що свідчить про широкий радіус довіри. Крім того, у суспільстві повинні широко розділятися одні і ті ж норми і цінності та діяти так звана універсальна мораль.

Закритий соціальний капітал ґрунтується на обмеженій моралі. Це означає, що радіус довіри у такому випадку невеликий і здатний підтримати виникнення вузьких груп інтересів.

Перевага у суспільстві відкритого соціального капіталу дозволяє забезпечити ріст ефективності діяльності організацій, сталий розвиток суспільства, його згуртованість і конкурентоспроможність.

Формування соціального ресурсу є одним з найскладніших і найважливіших в організаційному плані питань, що вимагає визначення ролі держави, інститутів громадянського суспільства і бізнесу у реалізації даного процесу.

Соціально відповідальна поведінка господарюючих суб'єктів передбачає різноманітні заходи, які підприємства та організації можуть впроваджувати для забезпечення гармонійного розвитку суспільства, економіки та навколишнього середовища. У табл. 1.2 наведено основні форми такої поведінки.

Таблиця 1.2

## Форми соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів

Форма	Приклади
Корпоративне громадянство	– філантропія та благодійність; – волонтерські програми.
Екологічна відповідальність	– управління відходами; – збереження ресурсів; – впровадження екологічних технологій.
Етична відповідальність	– дотримання прав людини; – відповідальне ведення бізнесу.
Соціальна відповідальність	– інвестиції у розвиток персоналу; – підтримка місцевих громад.
Відповідальність перед споживачами	– якість продукції та послуг; – безпека продукції; – відповідальний маркетинг.

1. Корпоративне громадянство – це концепція, що передбачає активну участь компанії у житті суспільства, включаючи підтримку соціальних, економічних та екологічних ініціатив. Це означає, що підприємство не лише прагне досягнення комерційних цілей, але й бере на себе відповідальність за свій вплив на суспільство та довкілля. Корпоративне громадянство охоплює:

– філантропію та благодійність у вигляді грошових пожертвувань (надання фінансової підтримки благодійним організаціям, школам, лікарням, науковим та культурним закладам), матеріальної допомоги (пожертвування товарів та послуг, що виробляє компанія, для потребуючих);

– волонтерські програми – заохочення працівників до участі у волонтерських ініціативах, надання оплачуваних днів для волонтерської діяльності; організація корпоративних заходів з участю працівників для допомоги громаді (прибирання територій, висадка дерев, допомога в притулках тощо).

2. Екологічна відповідальність – це зобов'язання підприємства мінімізувати свій негативний вплив на довкілля шляхом впровадження екологічно чистих технологій, зменшення відходів, економії ресурсів та підтримки сталого розвитку. Прикладами еко-ініціатив підприємства є:

- управління відходами, а саме рециклінг (запровадження програм з переробки та повторного використання матеріалів), зменшення відходів (впровадження практик мінімізації виробничих та побутових відходів);

- збереження ресурсів, тобто використання енергоефективних технологій та обладнання, застосування технологій економії води, очищення та повторного використання води;

- впровадження екологічних технологій – розробка та випуск товарів з меншим екологічним впливом, використання виробничих процесів, що зменшують забруднення довкілля.

3. Етична відповідальність підприємств – це зобов’язання компаній діяти чесно, прозоро та справедливо у відносинах із працівниками, споживачами, партнерами та суспільством, дотримуючись високих стандартів моральної та професійної поведінки. Вона включає:

- дотримання прав людини, тобто забезпечення гідних умов праці, рівної оплати, поваги до прав працівників; заохочення інклюзивності та рівності на робочому місці;

- відповідальне ведення бізнесу – забезпечення відкритості та прозорості у веденні бізнесу, регулярне звітування про свою діяльність; впровадження заходів з боротьби з корупцією та неетичною поведінкою.

4. Соціальна відповідальність підприємств – це зобов’язання компаній добровільно впроваджувати ініціативи, які сприяють розвитку суспільства та покращують умови життя працівників, місцевих громад і суспільства загалом. Сюди можна віднести:

- інвестиції у розвиток персоналу, тобто організація програм професійного навчання та підвищення кваліфікації працівників; забезпечення безпечних умов праці та підтримка здоров’я працівників;

- підтримка місцевих громад, зокрема спрямування інвестицій у проекти, що покращують інфраструктуру та якість життя місцевих громад; співпраця з місцевими організаціями та громадами для реалізації спільних проектів.

5. Відповідальність підприємства перед споживачами – це зобов'язання компаній забезпечувати високу якість і безпеку продукції та послуг, надавати правдиву інформацію, дотримуватися етичних стандартів у рекламі та взаємодії зі споживачами. Такий напрям передбачає:

- якість продукції та послуг, тобто забезпечення високої якості продукції та послуг, відповідність стандартам та нормативам;
- безпеку продукції як гарантія безпечності товарів для здоров'я споживачів.
- відповідальний маркетинг, тобто забезпечення правдивої та етичної реклами, що не вводить в оману споживачів; надання повної та точної інформації про продукцію та послуги.

Як видно, соціально відповідальна поведінка господарюючих суб'єктів включає різноманітні форми та ініціативи, спрямовані на гармонійний розвиток суспільства, економіки та довкілля. Впровадження таких практик сприяє покращенню репутації компанії, підвищенню довіри з боку споживачів та працівників, а також забезпеченню сталого розвитку бізнесу та суспільства в цілому.

Поряд з численними перевагами і формами прояву соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів процес її формування зустрічає ряд проблем, які можуть перешкоджати впровадженню ефективних ініціатив. Ці проблеми можна класифікувати на кілька категорій, для прикладу: внутрішні (пов'язані з самим підприємством) та зовнішні (обумовлені зовнішнім середовищем).

Внутрішні проблеми формування соціально відповідальної поведінки підприємств – це внутрішні чинники та бар'єри, які перешкоджають впровадженню соціально відповідальних ініціатив в організаціях. До них належать:

- обмежені фінансові та людські ресурси для реалізації соціальних програм;

- низький рівень розуміння важливості соціальної відповідальності серед керівництва і працівників, брак експертів;
- недостатня підтримка соціальних ініціатив у корпоративній культурі, опір змінам;
- пріоритет короткострокового прибутку над довгостроковими соціальними цілями;
- відсутність інтеграції соціальної відповідальності у загальну стратегію компанії;
- комунікаційні проблеми, тобто погане інформування працівників про соціальні ініціативи, відсутність зворотного зв'язку.

Ці проблеми можуть значно ускладнити впровадження та розвиток соціально відповідальних практик в організації.

Зовнішні проблеми формування соціально відповідальної поведінки підприємств – це зовнішні чинники та бар'єри, які перешкоджають впровадженню соціально відповідальних ініціатив. До них належать:

- економічна нестабільність, адже умови економічної кризи або нестабільності змушують компанії зосереджуватися на виживанні, а не на соціальних ініціативах;
- конкурентний тиск – високий рівень конкуренції може змусити компанії знижувати витрати, в тому числі на соціальні програми;
- недостатня підтримка або стимулювання з боку держави для впровадження соціально відповідальних практик;
- відсутність чітких законодавчих вимог та стандартів, що регулюють соціальну відповідальність;
- низький рівень очікувань та вимог з боку суспільства щодо соціально відповідальної поведінки бізнесу;
- недостатній доступ до сучасних технологій, які можуть підтримувати сталий розвиток та зменшувати екологічний вплив;
- відсутність інноваційних рішень та технологій, що сприяють соціально відповідальній поведінці;

- тиск з боку інвесторів, постачальників та інших зацікавлених сторін, які можуть не підтримувати соціальні ініціативи;

- негативне висвітлення в засобах масової інформації та вплив громадської думки можуть обмежувати можливості для соціально відповідальних ініціатив.

Вирішення цих зовнішніх проблем вимагає комплексного підходу, який включає співпрацю з урядом, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами для створення сприятливого середовища для соціально відповідальної поведінки підприємств. Такий комплексний підхід повинен бути спрямований на:

- підвищення обізнаності та навчання через організацію навчальних програм та тренінгів для керівництва та працівників щодо важливості та переваг соціально відповідальної поведінки;

- розгортання інформаційних кампаній для підвищення обізнаності про соціально відповідальні практики та їхній вплив на бізнес та суспільство;

- залучення ресурсів через використання грантів, державних програм підтримки та інших фінансових інструментів для реалізації соціальних ініціатив;

- налагодження співпраці з неурядовими організаціями та державними структурами для отримання підтримки та ресурсів;

- стратегічне планування, тобто включення соціально відповідальних практик у загальну стратегію розвитку компанії;

- розробку довгострокових планів, що враховують соціальні та екологічні аспекти;

- розвиток корпоративної культури, що підтримує соціальну відповідальність та сталий розвиток;

- заохочення керівників до впровадження та підтримки соціально відповідальних ініціатив;

- покращення внутрішньої комунікації щодо соціальних ініціатив, інформування працівників про їхні вигоди та результати;

- створення механізмів для отримання зворотного зв'язку від працівників і врахування їхніх пропозицій та думок;
- впровадження новітніх технологій, які сприяють сталому розвитку та зменшенню негативного впливу на довкілля;
- стимулювання використовувати екологічно чисті та енергоефективні технології у виробничих процесах;
- налагодження співпраці з урядом для розробки та впровадження законодавчих стимулів та стандартів для підтримки соціально відповідальної поведінки;
- активну роботу зі споживачами для підвищення їхньої обізнаності та підтримки соціально відповідальних ініціатив;
- створення альянсів та коаліцій з іншими компаніями для обміну досвідом та ресурсами.

Перелічені шляхи подолання проблем формування соціально відповідальної поведінки дозволить підприємствам ефективно впроваджувати соціально відповідальні практики та приносити користь як своєму бізнесу, так і суспільству в цілому.

## 2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ

### АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГРК «АVALON PALACE» ТА ДОСЛІДЖЕННЯ КРИТЕРІЇВ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

#### 2.1. Характеристика діяльності готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»

Готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace» є популярним закладом у м. Тернопіль. Зручне місцерозташування готелю безперечно надає йому перевагу, оскільки знаходиться поблизу центру і залізничного вокзалу міста, поруч є магазини і кафе.

Будівля готелю має сучасний вигляд (рис. 2.1).



Рисунок. 2.1. Будівля готелю «Avalon Palace»

Інтер'єр готелю виконаний у класичному стилі, характеризується елегантністю, розкішшю та вишуканістю. В архітектурі і дизайні закладу



переважають: натуральні матеріали (мармур, дерево, шкіра), високі стелі, теплі та нейтральні кольори з акцентами на темних елементах (рис. 2.2).



Рисунок. 2.2. Інтер'єр готелю «Avalon Palace»

«Avalon Palace» пропонує гостям великий вибір комфортних номерів різних категорій. Укрупнено можна так описати категорії номерів готелю:

- стандартний номер – найменші за площею номери (18, 21 м<sup>2</sup>), у номері, як правило, є одне двоспальне або два односпальні ліжка, робочий стіл, шафа, телевізор, кондиціонер, душ, санвузок, фен;
- покращений номер («плюс») – більший за площею (21, 27 м<sup>2</sup>), ніж стандартний номер з покращеними меблями, більше місця для відпочинку, іноді з балконом;
- номер люкс – значно більший за площею (40 м<sup>2</sup>), аніж інші категорії номерів, складається з кількох кімнат, має елетні меблі, окремі зони відпочинку і роботи, великі телевізори, високошвидкісний інтернет, у ванній може бути джакузі або ванна з гідромасажем, окрема душова кабіна, розширений набір косметичних засобів.

Кожен тип номеру має свої особливості. У таблиці 2.1 описано основні характеристики номерів готелю «Avalon Palace».

Умови поселення у готель є класичними для такого виду закладів: поселення відбувається з 14:00, а виселення з номера – 12:00. Можливість ранньої реєстрації або пізнього виселення може бути надана за додаткову плату або за попередньою домовленістю. При реєстрації необхідно пред'явити

паспорт або інший документ, що засвідчує особу.

Таблиця 2.1

## Категорії і характеристики номерів готелю «Avalon Palace»

Категорія номера	Оснащення	Вартість на 1 гостя, грн
Люкс	Площа 40 м <sup>2</sup> . У номері є двоспальне ліжко з ортопедичним матрацом, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	2600
Напівлюкс		2500
Стандарт Дабл	Площа 18 м <sup>2</sup> . У номері є двоспальне ліжко з ортопедичним матрацом, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	1850
Стандарт Дабл (окремий корпус)		
Стандарт Мансарда Дабл		1700
Бізнес Дабл	Площа 27 м <sup>2</sup> . У номері є двоспальне ліжко з ортопедичним матрацом, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	1950
Стандарт Плюс (окремий корпус)		1650
Стандарт Плюс Дабл	Площа 21 м <sup>2</sup> . У номері є двоспальне ліжко з ортопедичним матрацом, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	1950
Стандарт Плюс Мансарда Дабл		1700
Стандарт Плюс Мансарда Твін	Площа 21 м <sup>2</sup> . У номері є два односпальних ліжка з ортопедичними матрацами, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	1650
Бізнес Твін		1650
Стандарт Плюс Твін		1650
Стандарт Твін	Площа 18 м <sup>2</sup> . У номері є два односпальних ліжка з ортопедичними матрацами, шафа для зберігання речей, великий телевізор, кондиціонер, засоби гігієни, фен, набір рушників, мінеральна вода	1550
Стандарт Мансарда Твін		1430

Щодо оплати, то вона може здійснюватися при бронюванні, під час реєстрації або при виселенні. Можливими варіантами оплати є: готівка, кредитна картка або банківський переказ.

Готель дозволяє безкоштовне скасування бронювання за 48 годин до

поселення. У вартість номера входить сніданок «шведський стіл», Wi-Fi, паркування (рис. 2.3).



Рисунок. 2.3. Організація сніданку «шведський стіл» у ГРК «Avalon Palace»

Ресторан у готельно-ресторанному комплексі є важливою частиною, яка доповнює досвід гостей і часто стає однією з головних привабливих рис закладу. Ресторан Avalon Palace виконаний у вишуканому дизайну, що відповідає загальному стилю комплексу (рис. 2.4). У залі наявні просторі зони для комфортного розміщення гостей, затишне та атмосферне освітлення з можливістю регулювання яскравості.



Рисунок. 2.4. Інтер'єр ресторану у ГРК «Avalon Palace»

У ресторані гостям пропонується широкий вибір страв національної кухні, включаючи страви для вегетаріанці, веганів, людей з алергіями чи іншими особливими потребами. Також пропонується великий вибір вин, коктейлів, безалкогольних напоїв.

Персонал ресторану є професійним та доброзичливим, готовий допомогти з вибором страв і напоїв, надати рекомендації.

Задля забезпечення додаткового потоку доходів у комплексі «Avalon Palace» працює SPA-комплекс, у якому пропонуються якісні оздоровчі процедури (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

## Вартість спа-процедур у ГРК «Avalon Palace»

Спа-процедура	Вартість	Примітка
Турецький хамам	до 17:00 – 500 грн/год після 17:00 – 600 грн/год	Мінімальне замовлення 2 год., вартість вказана на 6 гостей, доплата за кожного наступного гостя 50 грн
Фінська сауна		
Римська парна		
Гуцульська парна		
Додаткові послуги оренди:		
рушника	40 грн	
простирадла	30 грн	
тапочок	30 грн	
халату	70 грн	

Значним додатком, що підвищує привабливість комплексу є басейн із протитечією та шийним масажем. Протитечія дозволяє гостям виконувати ефективні тренування на витривалість, імітуючи плавання у річці. Водяний струмінь, спрямований на шию, допомагає розслабити м'язи, зняти напругу та покращити кровообіг. Таким чином, ця функція додає спа-ефект до басейну,

надаючи гостям можливість поєднувати тренування з релаксацією.

Така додаткова послуга забезпечує додатковий дохід закладу за рахунок залучення нових клієнтів і підвищення задоволеності існуючих гостей, а також сприяє зниженню сезонності популярності закладу, оскільки такий басейн може бути привабливим у будь-яку пору року, допомагаючи заповнювати готель навіть у міжсезоння.

У ГРК «Avalon Palace» функціонує 4 конференц-зали, що приваблюють бізнес-туристів і корпоративних клієнтів, які шукають місце для проведення зустрічей, конференцій, семінарів, тренінгів та інших ділових заходів. Тим часом, проведення заходів стимулює використання інших послуг готелю, таких як проживання, ресторани послуги, кейтеринг, технічна підтримка тощо.

Нижче наведена коротка характеристика кожного із залу:

1. Білий зал – вартість оренди від 950 грн / год.



Особливості залу:

Площа залу: 300 м<sup>2</sup>

Кількість місць: 250

Оснащення: меблі

Додаткові послуги: мультимедійний проектор та екран; мікрофони і сучасна акустика; фліп чарт; канцтовари; доступ до Wi-Fi; безкоштовний паркінг

Рисунок. 2.5. Опис «білого» конференц-залу у ГРК «Avalon Palace»

2. Конференц-зал «Avalon Palace» у новому корпусі – вартість оренди від 850 грн / год.



#### Особливості залу:

Площа залу: 300 м<sup>2</sup>

Кількість місць: 40

Оснащення: меблі

Додаткові послуги: проектор;  
мікрофон; фліп чарт; канцтовари;  
доступ до Wi-Fi; безкоштовний  
паркінг

Рисунок. 2.6. Опис конференц-залу «Avalon Palace» у новому корпусі комплексу

### 3. Лаунж конференц-зал (укриття) – вартість оренди від 550 грн / год.



#### Особливості залу:

Площа залу: 75 м<sup>2</sup>

Кількість місць: 35

Оснащення: меблі

Додаткові послуги: мультимедійний  
проектор та екран; мікрофони і  
сучасна акустика; фліп чарт;  
канцтовари; доступ до Wi-Fi;  
безкоштовний паркінг

Рисунок. 2.7. Опис Лаунж конференц-зал (укриття) у ГРК «Avalon Palace»

### 4. Кімната переговорів – вартість оренди від 450 грн / год.



#### Особливості залу:

Площа залу: 35 м<sup>2</sup>

Кількість місць: 15

Оснащення: меблі

Додаткові послуги: мультимедійний  
проектор та екран; мікрофони і  
сучасна акустика; фліп чарт;  
канцтовари; доступ до Wi-Fi;  
безкоштовний паркінг

Рисунок. 2.8. Опис кімнати переговорів у ГРК «Avalon Palace»

Загалом конференц-зали в готелі «Avalon Palace» відіграють важливу роль у розширенні спектру послуг, залученні нових клієнтів та підвищенні прибутковості. Вони сприяють зміцненню позицій готелю на ринку, покращенню його іміджу та створенню довготривалих партнерських відносин. Індивідуальний підхід до організації та проведення заходів, забезпечення високого рівня обслуговування та технічної підтримки є ключовими факторами успіху у цій сфері.

Дослідження загальної характеристики готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» дало змогу визначити його статус як малого підприємства з організаційно-правовою формою – ФОП Оливко Оксана Степанівна з основним видом економічної діяльності: 55.10 «Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування». На ринку готельних послуг до даного закладу висувуються вимоги як до готелю категорії «три зірки». Комплекс позиціонує себе як готель для сімейного та корпоративного відпочинку. Головними конкурентними перевагами готелю визначено його вигідне місце розташування та презентабельну будівлю, у якій він розташовується.

Основною категорією гостей ГРК «Avalon Palace» виступають:

- бізнес-туристи (корпоративні клієнти, відрядження) – 73%;
- туристи (групи від турагенств) – 5%;
- індивідуальні клієнти – 22%.

У 2020-2022 рр. динаміка рівня завантаження готелю мала нединамічний характер: у 2020 році – 43%, у 2021 році – 76%, а у 2022 році – 65%.

Загальна сума доходу у 2020 році задекларована на рівні 1 120 829,75 грн, а у 2021 році – 5 768 522,11 грн., тобто бачимо зростання на 4 647 692,36 грн або у 5 разів надходжень від надання послуг у 2021 році порівняно з попереднім роком, але у 2022 році з об'єктивних причин внаслідок воєнних дій у країні дохід закладу знизився до рівня 3 147 526, 18 грн. або на 45% менше, ніж у 2021 році, але у 2 рази більше за 2020 рік.

Персонал у готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» грає

ключову роль у забезпеченні високоякісного обслуговування та задоволеності гостей. Від кваліфікації та злагодженої роботи команди залежить успіх бізнесу та репутація закладу.

У 2022 році штатних працівників було 6, проте потреба у кадрах забезпечувалася додатковим залученням працівників на умовах цивільно-правових договорів.

Сумарна кількість співробітників готелю у 2020 році була 16 осіб, у 2021 році – 19 осіб, а у 2022 році – 12 (рис. 2.9). Зменшення чисельності працівників в останній аналізований рік обумовлений воєнними діями на території України, що, безумовно, сильно вплинуло на діяльність як закладів готельно-ресторанної сфери.

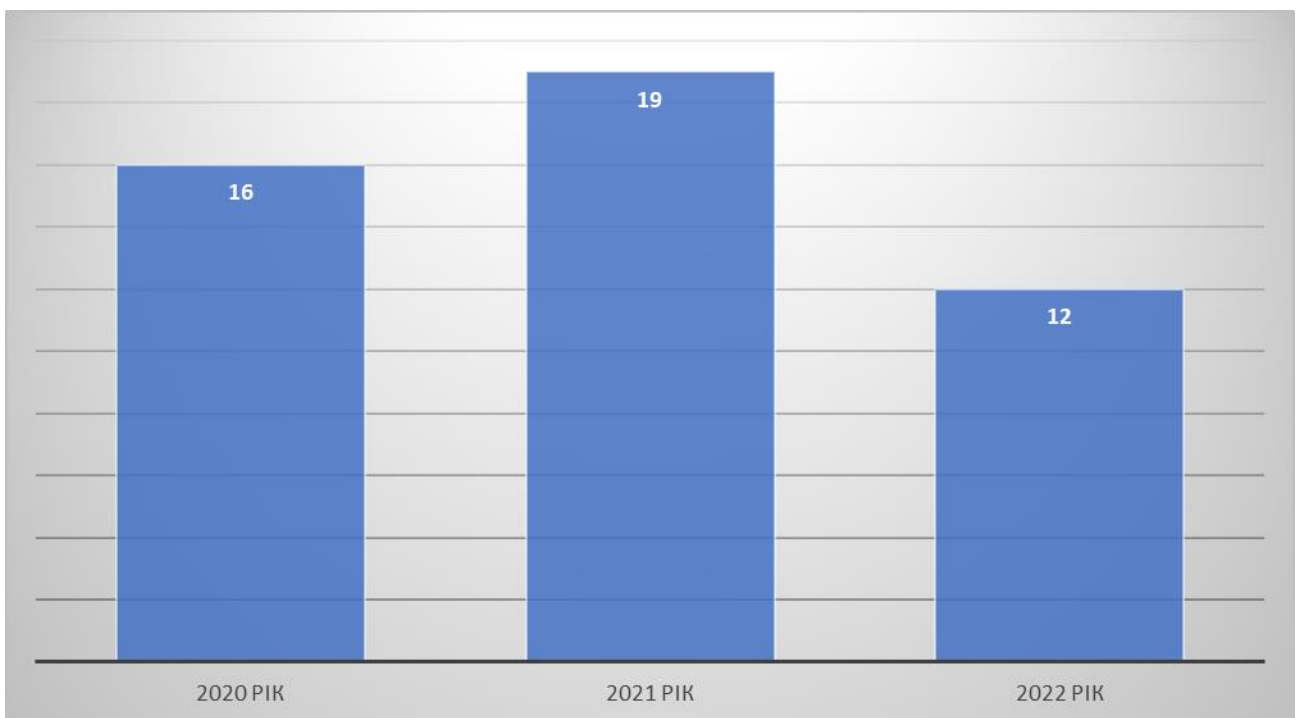


Рисунок. 2.9. Динаміка чисельності працівників ГРК «Avalon Palace» у 2020-2022 роках

У табл. 2.3 наведено інформацію про персонал готелю з описом обов'язків.



Таблиця 2.3

## Інформація про персонал у ГРК «Avalon Palace»

Посада	Обов'язки
<i>Менеджмент</i>	
Менеджер готельно-ресторанного комплексу	керує операційною діяльністю готелю, координує роботу всіх відділів, забезпечує комфорт та безпеку гостей; відповідає за операційну діяльність ресторану, планування меню, контроль якості страв та обслуговування, управління персоналом ресторану
<i>Адміністративний персонал</i>	
Адміністратор (рецепціоніст)	зустрічає гостей, проводить реєстрацію, відповідає на запити, забезпечує інформаційну підтримку
Бухгалтер	відповідає за фінансовий облік, підготовку звітності, управління бюджетом та витратами
<i>Готельний персонал</i>	
Кімнатний персонал (горничні)	здійснює прибирання номерів, забезпечує їх чистотою та порядком, замінює білизну та рушники
Обслуговуючий персонал	допомагає з багажем, супроводжує гостей до номерів, виконує дрібні доручення
<i>Ресторанний персонал</i>	
Шеф-кухар	керує кухнею, відповідає за розробку меню, контроль якості страв, навчання та координацію роботи кухарів
Кухарі	готують страви відповідно до меню, дотримуються санітарних норм, підтримують чистоту на кухні
Офіціанти	обслуговують гостей, приймають замовлення, подають страви та напої, забезпечують високий рівень сервісу
Бармени і сомельє	готують та подають напої, підтримують порядок на барній стійці, взаємодіють із гостями; рекомендують та подає вина, проводить дегустації, відповідає за винну карту ресторану
<i>Персонал спа-центру та конференц-залів</i>	
Адміністратор спа-центру і конференц-залів	взаємодіють з клієнтами, забезпечують дотримання графіку роботи; організовують і координують заходи у конференц-залах; відповідають за налаштування та обслуговування технічного обладнання для заходів, зокрема аудіо- та відеоапаратури
Масажист	надає оздоровчі та релаксаційні послуги в спа-центрі
<i>Підтримуючий персонал</i>	
Охорона	забезпечує безпеку гостей та персоналу, контролює доступ до комплексу, реагує на надзвичайні ситуації
Технічний персонал	відповідають за технічне обслуговування комплексу, ремонт та профілактику обладнання
Прибиральники	Підтримують чистоту в загальних приміщеннях, конференц-залах, ресторані та інших зонах комплексу

Кожна категорія персоналу в ГРК «Avalon Palace» має своє значення і важливість. Успіх закладу залежить від злагодженої роботи всієї команди, від кваліфікованого менеджменту до обслуговуючого персоналу. Правильний підбір, навчання та мотивація персоналу забезпечують високу якість послуг і задоволення гостей, що, у свою чергу, підвищує репутацію та прибутковість готельно-ресторанного комплексу.

Для повнішої характеристики особливостей діяльності закладів індустрії гостинності необхідно дослідити фактори впливу на їхню діяльність, зокрема у питаннях соціально відповідальної поведінки, що є необхідним для забезпечення їх стійкого розвитку, підвищення конкурентоспроможності та репутації.

## **2.2. Фактори впливу на соціально відповідальну поведінку суб'єктів індустрії гостинності**

Соціально відповідальна поведінка у готельно-ресторанному бізнесі є важливим аспектом, який впливає на репутацію закладу, залученість гостей та партнерів, а також на стійкий розвиток організації. Відтак компанії, що активно впроваджують принципи соціальної відповідальності, можуть розраховувати на підвищення довіри та лояльності клієнтів, зміцнення репутації та стійкий розвиток. Важливим аспектом є інтеграція цих принципів у щоденну діяльність і стратегічне планування бізнесу.

Така поведінка формується під впливом різних факторів, які традиційно можна розділити на дві групи: зовнішні та внутрішні (табл. 2.4).

1. Зовнішні фактори, що впливають на соціально відповідальну поведінку у готельно-ресторанному бізнесі, включають економічні, соціальні, екологічні та правові аспекти, які визначають контекст, у якому працює бізнес. Зокрема сюди можна віднести:

Таблиця 2.4

Фактори впливу на соціально відповідальну поведінку  
закладу індустрії гостинності

<i>Зовнішні фактори</i>	<i>Внутрішні фактори</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– економічні умови;</li> <li>– конкуренція на ринку;</li> <li>– соціальні тренди;</li> <li>– законодавчі та регуляторні вимоги;</li> <li>– інноваційні технології;</li> <li>– доступ до інформації;</li> <li>– екологічні фактори;</li> <li>– діяльність конкурентів;</li> <li>– вплив споживачів з точки зору їхніх уподобань;</li> <li>– роль медіа;</li> <li>– міжнародний вплив та глобалізація;</li> <li>– підтримка місцевої спільноти.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– корпоративна культура та цінності;</li> <li>– лідерство та управління;</li> <li>– навчання та розвиток персоналу;</li> <li>– мотивація та заохочення;</li> <li>– командна робота та внутрішня комунікація;</li> <li>– робоче середовище та умови праці;</li> <li>– етичні стандарти;</li> <li>– залученість працівників.</li> </ul>

– економічні умови – наприклад, стан економіки, що впливає на купівельну спроможність клієнтів і бюджет, який підприємство може виділити на соціальні ініціативи;

– конкуренцію на ринку, адже високий рівень конкуренції стимулює компанії виділятися шляхом впровадження соціально відповідальних практик, що може приваблювати клієнтів, які цінують етичний бізнес;

– соціальні тренди, що сформувалися на ринку – зростаюча увага до екологічної відповідальності, рівності та інклюзивності змушує компанії адаптувати свої стратегії та впроваджувати соціальні ініціативи;

– суспільний тиск – мова йде про очікування суспільства щодо етичної поведінки компаній, які підвищують вимоги до їх соціальної відповідальності;

– законодавчі та регуляторні вимоги – відповідність місцевим законам і нормативним актам щодо соціальної та екологічної відповідальності є обов’язковою умовою для ведення бізнесу; дотримання міжнародних стандартів і сертифікацій, таких як ISO 14001 (екологічний менеджмент), також впливає на соціально відповідальну поведінку;

– інноваційні технології – безперечно впровадження нових технологій може сприяти зменшенню впливу на довкілля та підвищенню ефективності соціальних програм;

– доступ до інформації – розвиток інформаційних технологій забезпечує прозорість діяльності компаній і можливість моніторингу їх соціальної відповідальності;

– екологічні фактори – тут слід наголосити, що підвищена увага до питань зміни клімату спонукає компанії впроваджувати екологічно дружні практики, а обмеженість природних ресурсів стимулює бізнес до впровадження стійких методів ведення діяльності;

– діяльність конкурентів – якщо конкуренти активно впроваджують соціально відповідальні ініціативи, це створює тиск на підприємство для підтримання конкурентоспроможності. Крім того, спільні проекти з партнерами та постачальниками щодо соціальної відповідальності можуть сприяти зміцненню позицій на ринку;

– вплив споживачів з точки зору їхніх уподобань – клієнти все більше надають перевагу закладам, які демонструють соціальну відповідальність, що впливає на репутацію та прибутковість бізнесу;

– роль медіа – позитивне або негативне висвітлення діяльності організації у ЗМІ може впливати на її репутацію та стимулювати до впровадження соціально відповідальних практик. Слід пам’ятати і активніше використовувати платформи соціальних мереж, які дозволяють швидко поширювати інформацію про діяльність закладу, що може впливати на його соціальну відповідальність;

– міжнародний вплив та глобалізація – дотримання міжнародних стандартів щодо соціальної відповідальності є важливим для закладів готель-ресторанної сфери, оскільки вони працюють у тому числі і з іноземними гостями, тому вплив різних культур і практик може стимулювати впровадження соціально відповідальних ініціатив;

– підтримка місцевої спільноти – зокрема підтримка місцевих громад через благодійні ініціативи та участь у соціальних проектах зміцнює зв'язки між бізнесом та суспільством.

Управління зазначеними зовнішніми факторами впливу на соціальну поведінку закладу індустрії гостинності допомагає йому не лише відповідати зовнішнім вимогам, але й активно впливати на їх формування, підвищуючи свою стійкість та конкурентоспроможність.

2. Внутрішні фактори, що впливають на соціально відповідальну поведінку у готельно-ресторанному бізнесі, стосуються аспектів управління, культури, навчання та робочого середовища всередині організації. Сюди, зокрема, можна віднести такі фактори:

– корпоративна культура та цінності – тут потрібно розуміти чи впроваджуються та підтримуються цінності, зорієнтовані на етику, сталий розвиток і соціальну відповідальність;

– лідерство та управління – керівники, які демонструють особистий приклад соціально відповідальної поведінки, мотивують персонал наслідувати їх приклад. Також підтримуючий та демократичний стиль управління сприяє відкритій комунікації та активному залученню персоналу до ініціатив соціальної відповідальності;

– навчання та розвиток персоналу – регулярне навчання та підвищення кваліфікації працівників з питань соціальної відповідальності та сталого розвитку, що формує особистісне відношення працівників до соціальної відповідальності;

- мотивація та заохочення – базується на наявності системи мотивації та заохочення працівників за участь у соціально відповідальних ініціативах;
- командна робота та внутрішня комунікація сприяють відкритому обміну інформацією щодо ініціатив соціальної відповідальності, залученості працівників до обговорень та прийняття рішень у соціально відповідальних проектах;
- робоче середовище та умови праці – підвищують загальне задоволення працівників та їхню готовність до реалізації проектів соціальної відповідальності;
- етичні стандарти – передбачає дотримання етичного кодексу, що регламентує поведінку працівників і взаємодію з клієнтами та партнерами;
- залученість працівників – часто соціальна поведінка підприємства залежить від ініціативності працівників і їхнього заохочення до пропозицій ідей та участі в соціально відповідальних проектах.

Варто наголосити, що ефективне управління внутрішніми факторами, що впливають на соціально відповідальну поведінку у готельно-ресторанному бізнесі, вимагає системного підходу. Це включає створення чіткої політики, активне залучення керівництва, навчання персоналу, мотивування працівників, забезпечення комфортних умов праці та постійний моніторинг результатів. Таким чином, організація може забезпечити високу якість обслуговування, задоволення клієнтів і стійкий розвиток бізнесу.

### **2.3. Особливості оцінювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності**

Оцінювання соціально відповідальної поведінки – це процес аналізу та вимірювання дій, ініціатив та результатів діяльності організації у сфері корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Цей процес включає оцінку екологічних, соціальних, економічних та етичних аспектів діяльності,

спрямованих на створення позитивного впливу на суспільство, довілля та стейкхолдерів (Кусик Н. Л., Ковалевська А. В., 2012).

У табл. 2.5 сформовано основні напрями оцінювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності.

Таблиця 2.5

Напрями та критерії оцінювання соціально відповідальної поведінки закладів індустрії гостинності

Напрямок відповідальності	Критерій оцінювання	Опис
Екологічна відповідальність	Управління енергією	Використання енергозберігаючих технологій, впровадження систем відновлювальної енергії (сонячні панелі, вітрові турбіни).
	Зменшення відходів	Програми зменшення відходів, включаючи сортування та переробку сміття, зменшення використання одноразових продуктів.
	Водозбереження	Впровадження систем економії води, такі як зменшення споживання води в санвузлах, повторне використання води.
	Екологічно чисті продукти та послуги	Використання екологічно безпечних продуктів для прибирання, організація зеленої зони.
Соціальна відповідальність	Взаємодія з місцевою спільнотою	Участь у місцевих благодійних проектах, підтримка місцевих шкіл, лікарень, спортивних та культурних заходів.
	Волонтерські програми	Заохочення персоналу до участі у волонтерських програмах, організація корпоративного волонтерства.
	Інклюзія та різноманітність	Забезпечення рівних можливостей для всіх працівників незалежно від їх раси, статі, релігії, національності або фізичних можливостей.
	Соціальні ініціативи для працівників	Підтримка здорового способу життя, забезпечення медичної підтримки, організація тренінгів та навчання для підвищення кваліфікації.

Економічна відповідальність	Справедливі умови праці	Забезпечення гідних умов праці, включаючи безпечне робоче середовище, справедливу оплату праці та соціальні пільги.
	Підтримка місцевих постачальників	Пріоритетна співпраця з місцевими виробниками та постачальниками, підтримка місцевої економіки.
	Ефективне управління ресурсами	Раціональне використання ресурсів, зниження витрат та підвищення ефективності роботи.
Етична відповідальність	Прозорість та підзвітність	Відкритість у веденні бізнесу, регулярне оприлюднення звітів про діяльність компанії, дотримання законодавства та етичних норм.
	Антикорупційна політика	Впровадження політик протидії корупції, регулярні тренінги для працівників щодо етичних норм та правил.
	Відповідальне споживання	Пропаганда відповідального споживання серед клієнтів, інформування про екологічні та соціальні аспекти продуктів та послуг.
Клієнтоорієнтованість	Задоволення клієнтів	Постійний моніторинг рівня задоволення клієнтів, врахування їхніх відгуків та побажань
	Якість обслуговування	Високий рівень сервісу, відповідність стандартам якості, постійне вдосконалення послуг.
	Інклюзивність для клієнтів	Забезпечення доступності послуг для всіх клієнтів, включаючи людей з обмеженими можливостями.
Інновації та сталий розвиток	Впровадження інновацій	Використання новітніх технологій для підвищення ефективності роботи та зменшення негативного впливу на довкілля.
	Сталий розвиток	Дотримання принципів сталого розвитку у всіх аспектах діяльності, впровадження довгострокових стратегій для зменшення екологічного сліду.



Як бачимо, оцінка соціально відповідальної поведінки готельно-ресторанного комплексу базується на ряді критеріїв, які охоплюють екологічну, соціальну, економічну та етичну відповідальність, а також орієнтацію на клієнтів та інновації (Затейщикова О. О., 2014). Впровадження цих критеріїв дозволить підвищити рівень соціальної відповідальності комплексу та забезпечити його стійкий розвиток.

Фактично неможливо дати єдину кількісну оцінку рівня соціально відповідальної поведінки господарюючого суб'єкта. Тому, очевидно, що тут переважає якісна ознака оцінки. Для цього найдоречнішими методами оцінювання будуть такі:

1. Аналіз документів та звітів – тобто оцінка корпоративних звітів про КСВ, екологічних та соціальних звітів; перевірка відповідності діяльності нормативним та етичним стандартам.

2. Опитування та анкетування серед працівників, клієнтів, постачальників та місцевої спільноти. Оцінка рівня задоволеності та сприйняття соціально відповідальних ініціатив закладу готельно-ресторанної сфери.

3. Моніторинг та аудит – проведення регулярного моніторингу виконання соціально відповідальних програм та незалежного аудиту для об'єктивної оцінки дій та результатів.

4. Порівняння з конкурентами та стандартами передбачає аналіз конкурентного середовища та порівняння з кращими практиками галузі; використання міжнародних стандартів та рейтингів для оцінки (наприклад, ISO 26000, GRI).

Як підсумок зауважимо, що оцінювання соціально відповідальної поведінки є критично важливим для розуміння ефективності та впливу соціальних ініціатив організації. Це допомагає виявити сильні та слабкі сторони, підвищити репутацію та довіру серед стейкхолдерів, а також сприяти сталому розвитку та відповідальному веденню бізнесу у готельно-ресторанній сфері.

### **3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

#### **3.1. Прояви соціально відповідальної поведінки підприємств індустрії гостинності**

Соціально відповідальна поведінка господарюючих суб'єктів в індустрії гостинності (готелі, ресторани, кафе тощо) включає заходи, спрямовані на покращення соціальних, економічних та екологічних умов. Це допомагає не лише підвищити репутацію підприємства, але й сприяє сталому розвитку та позитивному впливу на місцеві громади.

Основні прояви соціально відповідальної поведінки в індустрії гостинності є такими (Сақун Г., Станкевич І., Тардаскіна Т., 2019):

1. Екологічна відповідальність готельно-ресторанного комплексу – це впровадження практик і заходів, спрямованих на зменшення негативного впливу на довкілля. Це включає:

- енергоефективність – використання енергоощадних технологій та обладнання, впровадження систем контролю за споживанням енергії;
- управління відходами – роздільний збір та переробка відходів, зменшення використання одноразових матеріалів, впровадження програм переробки;
- водозбереження – використання технологій для зменшення споживання води, таких як системи повторного використання води та низькопоточкові сантехнічні прилади;
- використання екологічно чистих продуктів – впровадження екологічних стандартів при виборі постачальників, використання органічних продуктів у ресторанах.

2. Соціальна відповідальність готельно-ресторанного комплексу – це активна участь у покращенні соціальних умов для працівників, гостей та місцевої громади. Це включає:

- рівні можливості та інклюзія – забезпечення рівних можливостей для працівників незалежно від статі, раси, релігії чи інвалідності;
- справедливі умови праці – надання безпечних і здорових умов праці, справедливих зарплат та соціальних пільг для всіх працівників;
- навчання та розвиток – проведення тренінгів, курсів підвищення кваліфікації та професійного розвитку для персоналу;
- підтримка місцевих громад – співпраця з місцевими організаціями, підтримка соціальних проектів, інвестування у розвиток інфраструктури.

3. Економічна відповідальність готельно-ресторанного комплексу – це ведення бізнесу з урахуванням етичних стандартів, підтримка місцевої економіки через співпрацю з місцевими постачальниками, прозорість фінансових операцій та відповідальне інвестування у проекти, що сприяють сталому розвитку. Це включає:

- етичне ведення бізнесу – дотримання законодавства, прозорість фінансових операцій, запобігання корупції;
- підтримка місцевої економіки – закупівля продуктів та послуг у місцевих виробників, сприяння розвитку місцевого бізнесу;
- відповідальне інвестування – інвестування у проекти, які сприяють сталому розвитку та інноваціям.

Як уже зрозуміло, соціально відповідальна поведінка в індустрії гостинності включає заходи та ініціативи, спрямовані на покращення соціальних, економічних та екологічних умов. У табл. 3.1 наведено конкретні приклади таких ініціатив.

Таблиця 3.1

## Приклади соціально відповідальної поведінки в індустрії гостинності

Складові соціальної поведінки	Прояви	Приклад
Екологічні ініціативи	Енергоефективність	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Готелі Marriott впроваджують енергоощадні технології, такі як LED-освітлення, системи автоматичного вимкнення електрики в кімнатах та використання сонячної енергії.</li> <li>▪ Hilton Worldwide реалізувала програму «LightStay», яка моніторить споживання енергії та води, а також управління відходами в усіх своїх готелях.</li> </ul>
	Управління відходами	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ InterContinental Hotels Group (IHG) впровадила програму «Green Engage», яка допомагає готелям зменшувати відходи шляхом роздільного збору сміття та переробки.</li> <li>▪ Accor Hotels використовує біорозкладні упаковки та надає гостям можливість використовувати багаторазові контейнери для їжі.</li> </ul>
	Збереження води	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hyatt Hotels встановлюють системи низького споживання води в душових кабінах та туалетах, а також системи повторного використання води для поливу садів.</li> <li>▪ Fairmont Hotels &amp; Resorts реалізували програму «Eco-Innovation», яка включає збирання дощової води та її використання для санітарних потреб.</li> </ul>
Соціальні ініціативи	Рівні можливості та інклюзія	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Four Seasons Hotels and Resorts впроваджують політику різноманітності та інклюзії, забезпечуючи рівні можливості для всіх працівників незалежно від їхнього походження.</li> </ul>
	Справедливі умови праці	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hilton Hotels забезпечують справедливі умови праці, включаючи медичне страхування, програми підтримки працівників та можливості для професійного розвитку.</li> <li>▪ Hyatt Hotels пропонують своїм</li> </ul>

		працівникам гнучкі графіки роботи, можливості для навчання та кар'єрного росту.
	Підтримка місцевих громад	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ AccorHotels проводить програми соціальної підтримки, такі як забезпечення житлом для безпритульних та організація місцевих благодійних заходів.</li> <li>▪ IHG впровадила програму «IHG Academy», яка надає місцевим громадам доступ до навчання та можливостей працевлаштування у готельній індустрії.</li> </ul>
Економічні ініціативи	Етичне ведення бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hilton Worldwide здійснює регулярні аудити для забезпечення відповідності етичним стандартам та законодавству.</li> <li>▪ Marriott International публікує щорічні звіти про свою соціальну відповідальність, що включають фінансову прозорість та дотримання етичних норм.</li> </ul>
	Підтримка місцевої економіки	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Four Seasons Hotels закупають продукти та послуги у місцевих постачальників, підтримуючи тим самим місцеву економіку.</li> <li>▪ AccorHotels співпрацює з місцевими ремісниками та виробниками для створення унікального досвіду для своїх гостей.</li> <li>▪ Hyatt Hotels реалізує програму «Hyatt Thrive», спрямовану на підтримку місцевих економік через співпрацю з місцевими постачальниками та інвестування у місцеві проекти.</li> </ul>

Приклади соціально відповідальної поведінки в індустрії гостинності демонструють як готелі та ресторани можуть зробити свій внесок у покращення соціальних, економічних та екологічних умов. Ці ініціативи не лише сприяють сталому розвитку, але й демонструють, що заклади отримують значно більше переваг для свого майбутнього розвитку. До таких переваг можна віднести:

- покращення репутації та іміджу – соціально відповідальні практики можуть стати важливим фактором для гостей при виборі готелю чи ресторану, збільшуючи кількість клієнтів;
- економічні вигоди – впровадження енергоефективних та екологічно чистих технологій допомагає зменшити витрати на енергію та ресурси. У зарубіжних країнах є чудові приклади як у деяких регіонах соціально відповідальні компанії можуть отримувати податкові пільги або фінансову підтримку від держави та організацій;
- підвищення конкурентоспроможності – соціально відповідальна поведінка може стати унікальною відмінністю, яка виділяє готель або ресторан серед конкурентів;
- залучення інвесторів – інвестори часто віддають перевагу компаніям, які демонструють стійкі та відповідальні бізнес-практики;
- мотивація та лояльність працівників – працівники більш лояльні та мотивовані працювати в компаніях, які дбають про їхнє благополуччя та підтримують соціальні ініціативи;
- зменшення плинності кадрів – поліпшення умов праці та можливості для професійного розвитку сприяють утриманню кваліфікованих працівників;
- позитивний вплив на місцеву громаду – підтримка соціальних ініціатив та співпраця з місцевими організаціями сприяє розвитку місцевої інфраструктури та покращенню умов життя;
- сприяння економічному розвитку регіону – закупівля продуктів та послуг у місцевих виробників підтримує місцевий бізнес та сприяє розвитку регіональної економіки;
- збереження довкілля – використання екологічних технологій та зменшення відходів сприяє збереженню природних ресурсів та покращенню екологічної ситуації;
- довгострокова перспектива – соціально відповідальні практики допомагають забезпечити стійкий розвиток компанії, зменшуючи ризики, пов'язані з екологічними та соціальними проблемами.

Безперечно впровадження визначених практик є важливим кроком до успішного та стійкого ведення бізнесу індустрії гостинності. Разом з тим, на даний час формування соціально відповідальної поведінки в готельно-ресторанному комплексі в Україні стикається з численними перешкодами, такими як: економічні, регуляторні та правові, культурні та соціальні, інформаційні та освітні, перешкоди у сфері управління (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Перешкоди формування соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів готельно-ресторанного комплексу в Україні

Приклад	Опис
<i>Економічні перешкоди</i>	
Високі витрати	Впровадження соціально відповідальних практик, таких як енергоефективні технології чи екологічні програми, потребує значних фінансових інвестицій, які можуть бути недоступними для багатьох підприємств.
Недостатнє фінансування	Відсутність державних програм підтримки та недостатнє фінансування з боку приватних інвесторів утруднюють впровадження соціально відповідальних ініціатив.
<i>Регуляторні та правові перешкоди</i>	
Слабка нормативна база	Недостатність чітких законодавчих вимог та стандартів щодо соціально відповідальної поведінки ускладнює впровадження таких практик.
Бюрократичні перепони	Високий рівень бюрократії та корупції може перешкоджати реалізації соціально відповідальних програм та отриманню необхідних дозволів та ліцензій.
<i>Культурні та соціальні перешкоди</i>	
Низький рівень обізнаності	Багато підприємств та їх керівників не мають достатнього розуміння значення та переваг соціально відповідальної поведінки, що знижує мотивацію до її впровадження.
Слабка корпоративна культура	Відсутність традицій корпоративної соціальної відповідальності та недостатнє залучення працівників у процеси прийняття рішень.
<i>Інформаційні та освітні перешкоди</i>	
Недостатність інформації	Обмежений доступ до інформації про найкращі практики соціально відповідальної поведінки та проекти, що можуть бути адаптовані до українського контексту.
Брак навчальних програм	Відсутність спеціалізованих освітніх програм та тренінгів з питань соціальної відповідальності для керівників та працівників готельно-ресторанного бізнесу.

<i>Перешкоди у сфері управління</i>	
Низький рівень стратегічного планування	Відсутність довгострокового стратегічного планування у багатьох підприємствах ускладнює інтеграцію соціально відповідальних практик у загальну стратегію розвитку.
Спротив змінам	Опір змінам з боку працівників та керівництва, що бояться нововведень та можливих ризиків, пов'язаних з впровадженням нових підходів.

Для подолання цих перешкод необхідно розробляти комплексні програми підтримки, підвищувати обізнаність та рівень освіти у сфері соціальної відповідальності, а також покращувати нормативно-правову базу та знижувати рівень бюрократії.

Підприємства індустрії гостинності були і є вагомими структурними одиницями національної економіки регіону і країни загалом. Відповідно і вплив їхній на забезпечення розвитку суспільного добробуту є дуже відчутним як з економічної, так і соціальної точки зору (Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., 2020). У наступному підрозділі роботи буде сформовано пропозицію розвитку нового виду послуг досліджуваного закладу як прояв його соціально відповідальної поведінки.

### **3.2. Розроблення концепції реабілітаційного центру, як соціальної ініціативи ГРК «Avalon Palace»**

Серед основних проявів соціально відповідальної поведінки підприємств виокремлюємо соціальну складову, оскільки саме такі ініціативи спрямовані на покращення соціальних умов та вирішення суспільних проблем, що, у свою чергу, позитивно впливає на репутацію підприємства та його взаємодію з різними зацікавленими сторонами.

В сучасних умовах господарювання готельно-ресторанні комплекси є активними гравцями на ринку не лише з точки зору суб'єкта бізнесу, а й як



підприємства, що виконують важливу соціальну функцію як роботодавці, платники податків, меценати різних соціальних заходів тощо. Зараз в Україні відбуваються дуже складні процеси, що пов'язані з воєнними діями. Війна глибоко впливає не лише на економіку, а й на всі аспекти соціального життя, включаючи демографічні зміни, психологічний стан населення, соціальні відносини, освіту, охорону здоров'я та фізично-психологічну адаптацію громадян.

Адаптація ветеранів війни до соціального життя є складним та багатограним процесом, що включає численні виклики та потребує комплексної підтримки, що повинна включати:

- психологічну допомогу, тобто надання професійної психологічної підтримки, терапії та консультування для ветеранів та їхніх родин;
- медичну допомогу, що передбачає забезпечення доступу до якісних медичних послуг та реабілітації;
- розробку програм перекваліфікації, навчання та підтримки працевлаштування для ветеранів;
- соціальну підтримку – створення та підтримка спільнот ветеранів, організація соціальних заходів, забезпечення житлом та соціальними послугами.

Зараз, мабуть, нема жодної людини і підприємства, які б стояли осторонь даної ситуації і не залучалися до подолання її наслідків, зокрема у питанні інтеграції ветеранів у цивільне життя. Не виключенням є і заклади готельно-ресторанного бізнесу. Для прикладу, досліджуваний заклад ГРК «Avalon Palace» може стати своєрідним майданчиком – центром реабілітації ветеранів війни.

Організація реабілітаційного центру для ветеранів у готельно-ресторанному комплексі є чудовим прикладом соціально відповідальної поведінки. Така ініціатива не лише сприятиме оздоровленню та відновленню ветеранів, а й підвищить репутацію комплексу, показуючи його відповідальність перед суспільством.

Основна мета реабілітаційного центру полягає у забезпеченні ветеранам доступу до якісної відновної фізичної терапії та психологічної допомоги.

Як уже зазначалося у розділі 2 даної кваліфікаційної роботи, у структурі ГРК «Avalon Palace» є басейн із протитечією та шийним масажем (рис. 3.1). Власне наявність такого басейну, як стартовий фундамент, наштовхнули на ідею щодо відкриття реабілітаційного центру.



Рисунок 3.1. Зображення басейнів у ГРК «Avalon Palace»

Використання басейну під час реабілітації ветеранів війни має багато позитивних ефектів як для фізичного, так і для психоемоційного стану. Вода створює унікальне середовище, що дозволяє зменшити навантаження на суглоби та м'язи, полегшуючи виконання фізичних вправ і сприяючи загальному оздоровленню. Від використання басейну в реабілітаційних програмах можуть бути досягнені такі ефекти для ветеранів, які отримали різні травми, пошкодження чи впливи воєнних дій:

1) фізичні ефекти:

– зменшення навантаження на суглоби (плавучість води знижує вагу тіла, що допомагає зменшити навантаження на суглоби та хребет, зменшуючи біль і дискомфорт під час фізичних вправ);

– поліпшення рухливості (вода забезпечує м'який опір, що сприяє розвитку м'язової сили, витривалості та гнучкості. Це особливо важливо для ветеранів із обмеженою рухливістю або після травм);

– реабілітація після травм (гідротерапія ефективна для реабілітації після фізичних травм, оскільки вона допомагає зменшити набряк, поліпшити кровообіг та прискорити відновлення тканин);

– зниження м'язових спазмів (тепла вода в басейні допомагає розслабити м'язи і знизити спазми, що часто виникають у ветеранів після тривалих фізичних навантажень або травм);

20) психоемоційні ефекти:

– зниження стресу (заняття у воді мають заспокійливий ефект, допомагаючи зменшити рівень стресу та тривожності);

– соціальна інтеграція (заняття в басейні можуть проводитися в невеликій групі, що сприяє соціалізації та допомагає ветеранам відчувати себе частиною спільноти, зменшуючи відчуття ізоляції).

Загалом використання басейну в реабілітаційних програмах сприяє комплексному підходу до відновлення здоров'я ветеранів, допомагаючи їм адаптуватися до мирного життя та підвищувати якість життя.

Окрім наявних басейнів для повноцінної роботи центру необхідно виділити спеціальне приміщення для фізичної терапії та психологічних консультацій, а також придбати першочергове сучасне реабілітаційне обладнання, як-от тренажери, масажні столи, медичні монітори тощо. У табл. 3.3 наведено типовий перелік необхідного обладнання для реабілітаційного центру відновної фізичної терапії.

Таблиця 3.3

Типовий перелік необхідного обладнання для реабілітаційного центру відновної фізичної терапії

Група обладнання	Вид обладнання	Функціональне призначення
Фізіотерапевтичні тренажери	Механічні тренажери	Наприклад, велотренажери, бігові доріжки з підтримкою, тренажери для верхньої частини тіла.
	Електростимулятори м'язів	Допомагають у відновленні м'язової сили та функції.

Обладнання для ерготерапії	Тренажери для рук та ніг	Для відновлення дрібної моторики та координації.
	Інтерактивні пристрої	Комп'ютерні програми та інтерактивні системи, які допомагають поліпшити когнітивні функції та координацію рухів.
	Спеціальні меблі	Регульовані столи, стільці та інші пристосування для проведення занять з ерготерапії.
Масажне обладнання	Масажні столи	З підігрівом і різними функціями для проведення різних видів масажу.
	Масажні крісла	Автоматичні крісла з функціями масажу шиї, спини та ніг.
	Техніка для гідромасажу	Наприклад, підводний масаж або масажні форсунки в басейні.
Обладнання для лікувальної фізкультури	Тренажери для рівноваги та координації	Наприклад, балансувальні платформи та тренажери для стабілізації.
	Лікувальні м'ячі та гумові еспандери	Для розвитку гнучкості, сили та витривалості.
	Спеціальні килимки	Для проведення фізичних вправ та розтяжок.
Медичне обладнання	Монітори стану здоров'я	Вимірювачі артеріального тиску, пульсометри, глюкометри.
	Обладнання для електротерапії	Використання струмів для стимуляції м'язів і нервів.
	Озокеритотерапія та парафінотерапія	Для теплових процедур, які допомагають у лікуванні суглобів і м'язів.

Для початку роботи центру пропонуємо зосередитися на тих напрямках відновної фізичної терапії, які будуть легшими для старту, а саме масажне обладнання, обладнання для лікувальної фізкультури та дрібне медичне обладнання.

Таблиця 3.4

Перелік рекомендованого обладнання для реабілітаційного центру  
відновної фізичної терапії

Тип обладнання	Кількість, од.	Вартість за од., грн	Орієнтовна вартість, грн
Реабілітаційний стіл з ручним регулюванням висоти	1	138 000	138 000
Диск балансувальний Стабіліті-вел	2	3 500	7 000
Балансувальна платформа Bosu Pro Balance Trainer	1	10 000	10 000
М'яч сенсорний Терасенсор	2	1 500	3 000
Мат гімнастичний трьохсекційний 180x60x5 см	2	1 900	3 800
Тонometr механічний	1	600	600
Глюкометр	1	1 000	1 000
Парафінонагрівач ПН-10 MICROmed	1	40 000	40 000
Всього			203 400

З таблиці видно, що для початку можна обмежитися таким переліком обладнання для центру реабілітації. Проте для надання більшої кількості послуг та готовності працювати з непростими клієнтами, з часом слід розширювати номенклатуру обладнання. Ретельне планування і впровадження такого обладнання допоможе забезпечити клієнтам високоякісну реабілітацію та підвищить загальну привабливість готельно-ресторанного комплексу.

Безперечно для досягнення мети реабілітаційного центру необхідно залучити висококваліфікованих професіоналів своєї справи – медичних працівників, фізіотерапевтів та психологів. Для початку роботи центру достатньо було б залучити лікаря-ортопеда, 3 фізіотерапевти та 1 психолога.

Необхідно розуміти, що для повноцінного запуску роботи центру повинні бути розроблені програми реабілітації:

– для фізичної реабілітації слід розробити програми відновлення фізичних функцій через фізичні вправи, масажі, гідротерапію та інші процедури з урахування передбаченого обладнання;

– для психологічної підтримки передбачається проведення індивідуальних і групових консультацій та інших методів для зняття стресу та покращення психічного здоров'я.

Зрозуміло, що розробка ефективної програми фізичної реабілітації для ветеранів війни потребує комплексного підходу та повинна бути адаптована до індивідуальних потреб кожного клієнта, враховуючи його стан здоров'я, тип і тяжкість травм, а також особисті цілі та мотивацію. Процес розробки програми доцільно розбити на кілька кроків:

1. Початковий етап – оцінка фізичного стану, тобто аналіз медичних даних, історії травм і поточного стану здоров'я та оцінка психоемоційного стану – визначення рівня стресу, наявності ПТСР та інших психоемоційних проблем.

2. Розробка індивідуальної програми фізичної реабілітації на основі:

– формування структури програми, тобто обґрунтування оптимальної тривалості реабілітаційного курсу (наприклад, 12 тижнів), частоти занять (наприклад, 3-5 разів на тиждень);

– визначення видів фізичної активності (спеціальних вправ);

– використання водних процедур (заняття в басейні з протитечією та шийним масажем для зменшення навантаження на суглоби та поліпшення рухливості).

3. Розробка індивідуальної програми психоемоційної підтримки на основі:

– визначення прийомів психотерапії (робота з психологом або психотерапевтом для зменшення рівня стресу та вирішення проблем ПТСР);

– визначення оптимальних релаксаційних технік (наприклад, проведення регулярних сеансів масажу для розслаблення м'язів і зняття напруги).

4. Моніторинг та оцінка ефективності програми базується на:

– регулярних медичних оглядах (періодичні огляди для оцінки прогресу фізичної реабілітації);

- вимірюванні досягнення поставлених цілей;
- корекція програми при необхідності.

#### 5. Зворотний зв'язок:

- оцінка задоволеності програмою та виявлення можливих проблем або побажань;
- регулярні звіти від тренерів, психологів та інших залучених спеціалістів про хід реабілітації.

Така комплексна програма сприяє всебічному відновленню клієнтів, допомагаючи їм повернутися до повноцінного життя.

Загалом запуск роботи реабілітаційного центру фактично повинен відіграти подвійну роль:

- допомогти громадянам, що потребують як відновної фізичної, так і психологічної реабілітації внаслідок отриманих травм за різних обставин (воєнні дії, побутові, виробничі травми, нещасний випадок);
- покращення іміджу та репутації ГРК «Avalon Palace» як такого, що позиціонує себе соціально відповідальним закладом і, на цій основі, забезпечення більшого потоку відвідувачів.

Для правильного сприйняття громадськістю запропонованої соціальної ініціативи необхідно забезпечити активне інформування громадськості про існування та послуги реабілітаційного центру через ЗМІ, соціальні мережі, презентації та інші канали. Також корисним буде залучення волонтерів для допомоги в організації та проведенні реабілітаційних заходів.

Підсумовуючи дане питання, хочемо зауважити, що організація реабілітаційного центру в ГРК «Avalon Palace» для ветеранів війни, які віддали багато заради своєї країни, і для інших громадян може стати важливим елементом соціальної відповідальності бізнесу та покращити імідж закладу.

## 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

### 4.1. Загальні положення організації пожежної безпеки у готельно-ресторанних комплексах

Найбільш серйозною небезпекою для життя і здоров'я гостей і персоналу готельно-ресторанного комплексу, збереження їхнього майна, а також майна і будинку закладу є пожежі.

Найчастішими причинами виникнення пожеж у закладах індустрії гостинності є необережне поводження з вогнем, несправність електромереж і електрообладнання, порушення технологічного процесу і правил експлуатації, недотримання заходів пожежної безпеки при ремонтних й інших видах робіт.

Процес створення системи протипожежної безпеки в готельно-ресторанних комплексах складається з таких етапів:

- 1) проведення організаційних заходів щодо створення пожежної охорони в закладі;
- 2) проведення протипожежної підготовки працівників;
- 3) проведення протипожежної профілактики.

I. Проведення організаційних заходів щодо створення пожежної охорони в готелі передбачає таку послідовність дій:

– директор готельно-ресторанного комплексу, який відповідно до діючого законодавства несе відповідальність за забезпечення пожежної безпеки, наказом призначає відповідального за організацію заходів із забезпечення протипожежної безпеки закладу;

– призначаються також відповідальні за пожежну безпеку в кожному підрозділі готелю. Таблички із зазначенням осіб, відповідальних за пожежну безпеку, вивішуються на видних місцях;



- розробляються правила, положення пожежної безпеки для кожного підрозділу й інструкції із заходів протипожежної безпеки на кожному робочому місці;
- створюються пожежні бригади з числа чергових адміністраторів, чергових менеджерів, працівників служби безпеки готелю й іншого чергового персоналу, що здійснюють цілодобовий контроль за пожежною безпекою;
- розробляється система оповіщення у випадку виникнення пожежі;
- розписуються основні обов'язки кожного члена пожежної бригади під час пожежі. Після сигналу пожежної тривоги по системі оповіщення всі особи, призначені наказом директора відповідальними за пожежну безпеку, повинні прибути до готелю, з'ясувати причину тривоги, почати евакуацію людей, а також вжити всіх необхідних заходів для гасіння і запобігання поширення вогню до прибуття пожежних.

## II. Проведення протипожежної підготовки працівників.

Протипожежна підготовка складається з протипожежного інструктажу (вступного, первинного і повторного) і занять за програмою пожежно-технічного мінімуму.

Вступний і первинний інструктажі з пожежної безпеки проводяться при прийомі на роботу. Інструктажі проводить на робочому місці особа, відповідальна за пожежну безпеку в цьому підрозділі.

Для забезпечення суворого протипожежного режиму в готелях розробляються спеціальні пам'ятки, у яких викладено основні рекомендації з заходів пожежної безпеки і правила поведінки при пожежі. Ці пам'ятки знаходяться в кожному номері в папці з рекламними матеріалами.

## III. Проведення протипожежної профілактики.

Протипожежна профілактика – це комплекс організаційних і технічних заходів з попередження, локалізації та ліквідації пожеж, а також із забезпечення безпечної евакуації людей і матеріальних цінностей на випадок пожежі.

Протипожежна профілактика полягає у профілактиці пожеж на етапі проектування і будівництва, застосуванні системи автоматичної пожежної

сигналізації, використанні засобів і систем пожежогасіння, застосуванні системи оповіщення про пожежу, відпрацьовуванні системи дій у випадку пожежі й евакуації людей.

#### **4.2. Організація охорони праці у ГРК «Avalon Palace»**

На основі Закону України «Про охорону праці» можна поставити такі основні завдання у галузі охорони праці:

- забезпечення умов праці, які не нестимуть загроз для життя та здоров'я працівників підприємства;
- використання на підприємстві доступних сучасних технологій, створених для охорони праці;
- забезпечення матеріальних виплат у випадку нещасного випадку на підприємстві, які повністю покриватимуть витрати представників персоналу на лікування;
- контроль стану здоров'я працівників з певною періодичністю;
- проведення тренінгів та навчань, що підвищуватимуть навички персоналу, які відповідають за безпеку їх життєдіяльності, наприклад, на тему правильної поведінки при стихійних лихах;
- проведення опитувань стосовно рівня задоволеності працівників умовами праці та впливу роботи на загальний стан їх здоров'я.

З вище поданих завдань впливає мета даного розділу: провести аналіз стану охорони праці; виявити (якщо наявні) порушення чи недопрацювання, які стосуються даної сфери, та надання рекомендацій щодо їх виправлення; проаналізувати соціально-економічну ефективність наданих рекомендацій.

Об'єкт дослідження – ГРК «Avalon Palace». Він поєднує у собі готель і ресторан. Це забезпечує наявність на підприємстві сфери гостинності локацій, котрі мають свої особливості умов праці. Через широку номенклатуру послуг, які надає підприємство, і невелику кількість персоналу, розробка питань з

охорони праці є доцільною з боку економічної ефективності. Адже тимчасова втрата хоча б одного працівника може спричинити серйозні проблеми у функціонуванні одного або декількох підрозділів підприємства (для прикладу, травмування шеф-кухаря ускладнить функціонування ресторану у структурі готельного підприємства, що може зменшити зацікавленість потенційних клієнтів готелю). Важливим є і те, що травмування представника персоналу відштовхуватиме потенційних користувачів послуг підприємства (адже праця відбувається у ресторані, готелі – локаціях, які передбачені саме для прямого відвідування клієнтами). Таким чином, охорона праці суттєвим чином впливає на імідж підприємства готельного господарства.

Охорона праці є важливим чинником і для соціальної ефективності. Через особливості функціонування готельне підприємство зацікавлене у пошуку персоналу на довготривалій період, а безпека діяльності є важливим фактором для потенційних працюючих. Саме заходи, які стосуються охорони праці, допомагають зберегти здоров'я працівників та полегшити умови праці для них.

Оскільки ГРК «Avalon Palace» поєднує у собі декілька локацій, доречно розглядати умови праці на підприємстві сфери гостинності у цілому. У протилежному випадку, результати теоретичного аналізу можуть відрізнятись від дійсного стану (для прикладу, умови праці у ресторані та у готелі мають чимало відмінностей).

Через особливості діяльності підприємства, конкретна характеристика робочих місць є неможливою, оскільки праця більшості працівників вимагає постійної зміни перебування. Тому далі буде наведено загальну характеристику об'єкта дослідження. На підприємстві поєднується природне та штучне освітлення (віконні отвори наявні у достатній кількості, штучне світло використовується у темну пору доби та при недостатній освітленості через погодні умови). У всіх приміщеннях готельного закладу присутня вентиляція. У більшості приміщень є кондиціонери. Неподалік від кожної локації розташовані аптечки з ліками першої необхідності. Присутня тепла завіса, у холодні пори року приміщення опалюються.

Оскільки підприємство сфери гостинності не є виробничого призначення, то на ньому відсутні такі фактори, як надлишковий шум чи вібрація, викиди небезпечних газів та інших речовин, електромагнітне випромінювання тощо. Єдиним виробничим приміщенням можна вважати кухню ресторану, на котрій вживаються необхідні заходи для забезпечення відсутності забруднень. У цілому, мікроклімат на підприємстві є сприятливим для праці.

За аналізований період дослідження (2020-2022 роки) не траплялось випадків захворювань у ГРК «Avalon Palace», які були б спричинені умовами праці. Фактором, котрий спричиняє найбільший вплив на стан здоров'я працівників, є наявність нічних змін для персоналу деяких професій. Це пов'язано зі специфікою професій, а не технічними умовами підприємства, проте теж є частиною умов праці.

Оскільки робота на підприємстві часто передбачає роботу з клієнтами та взаємодію працівників різних підрозділів підприємства, важливу роль у діяльності готельного закладу відіграє психологічний клімат. Аналіз взаємин у колективі готельного підприємства у ході дослідження не виявив проблем. Загалом, взаємини можна охарактеризувати, як задовільні. Спілкування часто буває неформальним, що покращує загальний стан психологічного клімату.

Окрема служба пожежної безпеки на підприємстві відсутня. Відповідальність за стан пожежної безпеки несе директор підприємства. На підприємстві наявні чутливі датчики диму, що здатні відреагувати навіть на дим від цигарки. Завдяки цьому, ризик того, що пожежа у випадку виникнення залишиться непоміченою, мінімальною. Це також зумовлює убезпечення підприємства від виникнення пожеж через порушення заборони про паління у приміщеннях, що розповсюджується як на працівників, так і на клієнтів.

За аналізований період на підприємстві не траплялось пожеж. Були випадки порушення норм пожежної безпеки клієнтами, котрі виявлялись і не спричиняли серйозних наслідків. У цілому, об'єкт можна віднести до категорії з низьким рівнем пожежної небезпеки. Винятком може бути кухня. Проте і на цій локації вживаються необхідні заходи з метою підвищення пожежної безпеки.

Так, наприклад, на кухні використовуються нагрівні поверхні та електричні джерела тепла з метою мінімізації роботи з прямим джерелом вогню, а використання грилів відбувається на відкритому повітрі, правила забороняють проведення дій, котрі можуть нести за собою негативні наслідки.

Розташування ГРК «Avalon Palace» теж є позитивним фактором для пожежної безпеки: у безпосередній близькості немає локацій з високою пожежною небезпекою, огорожувальні конструкції підприємства виконані з вогнестійких матеріалів. Сам об'єкт також виконаний переважно з матеріалів, що належать до вогнестійких. На готельному підприємстві наявні первинні засоби гасіння пожеж, такі як порошкові та водопінні вогнегасники. Також присутня система виявлення пожеж, котра, однак, не забезпечена засобами автоматичного пожежогасіння. Евакуація на випадок виникнення пожежі чи іншого нещасного випадку організована на високому рівні. Всього передбачено 6 запасних виходів, розташованих поруч з кожним підрозділом підприємства, чого цілком достатньо, якщо враховувати його розміри. Також легко можна знайти плани евакуації, котрі складені так, щоб не створювати штовханини у випадку надзвичайної ситуації та забезпечити легке та безпечне покидання приміщень працівниками та клієнтами. Загалом, стан пожежної безпеки підприємства є задовільний, проте покращення можливі.

На основі наведеного вище аналізу умов праці, їх впливу на стан здоров'я та пожежної безпеки, можна надати декілька рекомендацій стосовно їх поліпшення.

Перша рекомендація стосується психологічному клімату. Як було сказано вище, його стан може бути покращено. Стосовно методів його покращення, можна порекомендувати проведення тим-білдингів та інших корпоративних заходів. Вони можуть допомогти налагодити атмосферу у колективі, покращити взаємини між керівництвом та працівниками.

Важливою є згадана вище проблема наявності нічних змін, котрі впливають на фізичний та психологічний стан працівників. Керівництву підприємства варто задуматись над розширенням колективу. Це може

забезпечити стабільність робочих змін без негативних наслідків для активності досліджуваного готельного комплексу у цілому.

Пожежна безпека підприємства теж може бути покращена. Цього можна досягнути шляхом встановлення автоматичних систем пожежогасіння, які будуть кориснішими, ніж наявні системи, що дозволяють лише виявити можливу загрозу. Також корисним буде забезпечення наявності на підприємстві додаткових засобів пожежогасіння, крім наявних вогнегасників, таких як пожежний кран чи інвентар (конус, лопата тощо).

Соціальна ефективність рекомендованих заходів є очевидною. Кожен із них направлений на покращення умов праці та зменшення можливого негативного впливу праці на стан здоров'я працівників (перший – на психологічне здоров'я, другий – на психологічне та фізичне, третій – на фізичне). Економічна ефективність рекомендацій відрізняється. Проведення першої категорії заходів (спрямованих на покращення клімату в колективі) є економічно вигідним. Хоч, на перший погляд, такі заходи несуть лише витрати, проте вони дозволяють підвищити дружність колективу, що тягне за собою покращення праці, і, як наслідок, зростання ефективності підприємства. Не варто забувати і про те, що на підприємстві перебувають клієнти, і атмосфера всередині колективу може відігравати значну роль у тому, чи скористаються вони послугами повторно.

Друга рекомендація потребує детальнішого дослідження. З одного боку, такі зміни несуть за собою затрати часу та коштів (адже для них потрібне переформатування підприємства). З іншого боку, вони можуть зменшити негативний вплив на стан здоров'я працівників.

Третя рекомендація, аналогічно до другої, несе чималі витрати. Проте проведення таких заходів може бути економічно вигідним у перспективі, адже підвищення рівня пожежної безпеки знижуватиме не лише кількість матеріальних у випадку виникнення пожежі, але й зменшуватиме шкоду, котру може понести імідж підприємства (клієнти навряд чи оберуть для проживання чи перебування готельний заклад, котрий не докладает максимум можливих зусиль для забезпечення їх безпеки).

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалавра здійснено теоретичне обґрунтування та розроблено практичні рекомендації щодо формування соціально відповідальної поведінки закладу індустрії гостинності, на прикладі ГРК «Avalon Palace». Основні теоретико-практичні результати дослідження дозволяють зробити такі висновки:

1. У сьгоднішніх умовах соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок у сталий розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, що прямо пов'язаний з основною діяльністю господарюючої системи і виходить за межі визначеного законом мінімуму. Соціальна відповідальність бізнесу – це не правило, а етичний принцип або неформальний соціально-економічний інститут, який повинен бути задіяний у процесі прийняття рішень і базуватися на моральних нормах і цінностях, набутих у процесі соціалізації економічних відносин.

2. Встановлено, що соціальна відповідальність частіше всього вивчається у двох аспектах: 1) на макрорівні, коли соціальна відповідальність передбачає участь бізнесу у реалізації соціальних програм для суспільства; 2) на мікрорівні, коли соціальна відповідальність передбачає участь бізнесу (власників і керівників) у реалізації соціальних програм, що зорієнтовані на працівників підприємства.

3. Сформовано класифікацію форм соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів, що включає: корпоративне громадянство, екологічну відповідальність, етичну відповідальність, соціальну відповідальність та відповідальність перед споживачами.

4. За базу дослідження соціально відповідальної поведінки взято готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace». На ринку готельних послуг до даного закладу висуваються вимоги як до готелю категорії «три зірки». Комплекс позиціонує себе як готель для сімейного та корпоративного

відпочинку. Головними конкурентними перевагами готелю визначено його вигідне місце розташування та презентабельну будівлю, у якій він розташовується.

5. Здійснено аналіз основних показників діяльності ГРК «Avalon Palace» за 2020-2022 роки. Встановлено, що загальна сума доходу у 2020 році задекларована на рівні 1 120 829,75 грн, а у 2021 році – 5 768 522,11 грн., тобто відбулося зростання на 4 647 692,36 грн або у 5 разів надходжень від надання послуг у 2021 році порівняно з попереднім роком, але у 2022 році з об'єктивних причин внаслідок воєнних дій у країні дохід закладу знизився до рівня 3 147 526, 18 грн. або на 45% менше, аніж у 2021 році, але у 2 рази більше за 2020 рік.

6. Доведено, що соціально відповідальна поведінка закладу індустрії гостинності формується під впливом різних факторів. У роботі традиційно згруповані ці фактори впливу на зовнішні і внутрішні.

7. Визначено напрями оцінювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів індустрії гостинності, зокрема: екологічна відповідальність; соціальна відповідальність; економічна відповідальність; етична відповідальність; клієнтоорієнтованість; інновації та сталий розвиток.

8. Виокремлено основні прояви соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів в індустрії гостинності є: екологічна відповідальність, соціальна відповідальність і економічна відповідальність.

9. Розроблено концепцію центру реабілітації ветеранів війни на базі досліджуваного закладу ГРК «Avalon Palace». Організація такого центру для ветеранів у готельно-ресторанному комплексі буде чудовим прикладом соціально відповідальної поведінки. Така ініціатива не лише сприятиме оздоровленню та відновленню ветеранів, а й підвищить репутацію комплексу, показуючи його відповідальність перед суспільством.



**БІБЛІОГРАФІЯ**

1. Андрушків Б. М., Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б. Семіотика визначення економічної стратегії підвищення господарсько-фінансової стабільності підприємства в умовах трансформаційного суспільства // Вісник економічної науки України. 2013. №1(23). С. 3-7.
2. Андрушків Б. М., Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б., Стойко І.І. Інноваційні механізми посилення відповідальності за результати фінансово-економічної діяльності підприємства // Вісник економічної науки України. 2013. №2 (24). С. 3-6.
3. Андрушків Б., Кирич Н., Погайдак О. Удосконалення управління природоохоронною діяльністю обслуговуючих підприємств на інноваційних засадах [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2012. Вип. 1(6). С. 5-16. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12abmniz.pdf>.
4. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр. 2020. № 1-2. С. 57-64.
5. Борисова В. А. Екологізація підприємницької діяльності. Суми: Вид-во «Довкілля», 2004. 128 с.
6. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. Вісник НТУ «ХП», 2013. № 46 (1019). С. 53-58.
7. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. Проблеми економіки. 2012. № 3. С. 137-141.
8. Затейщикова О. О. Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. № 2 (53). С. 189-194.

9. Герасимчук З. В., Поліщук В. Г. Стимулювання сталого розвитку регіону: теорія, методологія, практика: монографія. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. 516 с.
10. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1 / [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.
11. Грішнова О. А., Думанська В. П. Екологічний вектор соціальної відповідальності // Економіка і управління. 2011. № 3. С. 32-38.
12. Гусєва О. Ю., Марценюк Н. О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: поточний стан та перспективи розвитку // Економіка. Менеджмент. Бізнес». 2018. №04 (26). С. 47-55.
13. Дерій Ж. В., Зосименко Т. І. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності: світовий досвід та українські реалії // Актуальні проблеми економіки. 2016. №11(185). С. 278-290.
14. Дишкантюк О. В. Теоретичні основи функціонування індустрії гостинності. Економіка: реалії часу. 2015. №6(22). С. 96-101.
15. Дишкантюк О. В., Мартієнко А. І. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. 2017. №2(30). С. 72-78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>.
16. Затейщикова О. О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу // Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 200-205.
17. Золотарьова О. В., Лебедева В. К. Соціальна відповідальність: конспект лекцій. Дніпро: НМетАУ, 2018. 175 с.
18. Капліна Т. В., Капліна А. С. Індустрія гостинності України: тенденції розвитку // Збірник наукових праць «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва». 2021. №27. С. 116-127. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/index>.
19. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М. А. (гл. 1-14), Ляшенко О. (гл. 4, гл. 10), Саєнсус М. А. і Місько Г. А. (гл.1, гл. 9), Зінченко А. Г. (гл.8), (за науковою

редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О. С.). К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480 с.

20. Кузь Т. І., Малюта Л. Я., Островська Г. Й., Нагорняк Г. С. Підходи стратегічного управління у контексті забезпечення розвитку туристичної індустрії // Галицький економічний вісник. 2021. № 4 (71). С. 85-91.

21. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування [Електронний ресурс] // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2021. Вип. 2(6). С. 56-64. Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25482/nzmened-56-64.pdf>.

22. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства // Галицький економічний вісник. 2020. № 3 (64). С. 174-184.

23. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148-158. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

24. Основи стійкого розвитку: навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 654 с.

25. Островська Г. Й., Гузар У. Є. Управління креативністю персоналу в закладах індустрії гостинності // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2023. Вип. 9(42). С. 83-90.

26. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.

27. Сакун Г., Станкевич І., Тардаскіна Т. Соціальна відповідальність готелів як фактор подолання вхідних бар'єрів на ринок готельних послуг. Соціально-економічні проблеми і держава. 2019. Вип. 2 (21). С. 122-131. URL:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19sgorhp.pdf>.

28. Соціальна відповідальність: практичний аспект: навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, О. В. Пирог, Л. І. Чернобай, Н. С. Станасюк, І. І. Пасінович. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 244 с.

29. Смоленніков Д. О. Роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху сталого розвитку // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2013. № 4. С. 35-39.

30. Стойко І., Шерстюк Р. Сучасні тренди і перспективи у ресторанній індустрії [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2023. Вип. 1 (28). С. 66-78. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siiuri.pdf>

31. Шерстюк Р., Мельник Л., Стойко І. Підприємства ресторанного господарства в індустрії туризму: проблеми і перспективні рішення / Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції: колективна монографія. ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351 с. С. 307-318.