

Товма В.Р., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти групи ФТБ-4-10 «Державного торговельно-економічного університету», м. Київ
Салімон О.М., кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
«Державного торговельно-економічного університету», м. Київ

Стратегія «зелених» івентів у готелях: оцінка впливу на довкілля та підвищення конкурентоспроможності через ESG- підхід

В умовах стрімких трансформацій перебуває сучасна готельно-ресторанна індустрія, які спричинені глобальними екологічними викликами, зміною споживчих цінностей та зростанням ролі корпоративної соціальної відповідальності. Сталий розвиток у XXI столітті набуває значення не лише тренду, а й необхідної умови конкурентоспроможності бізнесу. Сегмента івент-послуг у готелях це особливо стосується, який здатен поєднувати високу ресурсомісткість з потужним маркетинговим потенціалом.

Значним споживанням води, енергії, матеріалів та утворенням відходів супроводжується традиційно організація конференцій, весіль, форумів та корпоративних подій. У відповідь на ці виклики відбувається формування стратегії «зелених» івентів, яка базується на принципах соціальної відповідальності, екологічної ефективності та доброго корпоративного управління (тобто мова йде про **ESG-підхід**). Даній стратегії притаманний комплексний перегляд процесів планування, комунікації, закупівель та після івентового аналізу з метою мінімізації негативного впливу на довкілля. Таким чином, «зелені» івенти являються заходами, організація яких у рамках принципів сталого розвитку передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля та використання ресурсів. Вони охоплюють наступні аспекти:

- **екологічний** (представлений зменшенням викидів CO₂, сортуванням та утилізацією відходів, енергоефективністю, використанням локальних продуктів, відмовою від одноразових матеріалів);
- **соціальний** (представлений навчанням персоналу, забезпеченням інклюзивності та етичних стандартів, підвищенням екологічної свідомості учасників);
- **корпоративне управління** (представлений прозорістю процесів, впровадженням політик ESG та звітності відповідно до міжнародних стандартів (ISO 20121, GRI).[4]

Впроваджуючи такі івенти готелі мають змогу не лише зменшити екологічний слід, а й підвищити свою конкурентоспроможність завдяки позитивному іміджу та привабливості для корпоративних клієнтів.

Ключові напрями впровадження стратегії «зелених» івентів у готелях характеризуються:

- **ресурсозбереженням** — скороченням споживання таких складових, як: електроенергія, вода, папір та одноразові матеріали;
- **використанням екологічно чистих технологій** — енергозберігаючого освітлення, автоматичного регулювання мікроклімату, систем переробки відходів;
- **екологічною логістикою і закупівлями** — співпрацею з постачальниками, які дотримуються принципів “зеленого” бізнесу;
- **просвітницькою діяльністю** — інформуванням про екологічні ініціативи готелю гостей та учасників заходів, мотивацією до відповідальної поведінки;
- **контролем і моніторингом результатів** — оцінкою ефективності впроваджених заходів за допомогою екологічних та економічних показників.

Не лише зниження операційних витрат забезпечує успішна реалізація стратегії “зелених” івентів, а й підвищення конкурентоспроможності готелю на ринку. Завдяки стратегії формується довіра з боку клієнтів, розвиток корпоративної соціальної відповідальності та зміцнення позицій підприємства у сфері сталого туризму. [5]

Важливо проводити комплексну оцінку на всіх етапах життєвого циклу івенту для ефективного управління екологічним впливом заходів у готелях, що дозволяє виявити ключові джерела споживання ресурсів і утворення відходів.

Розгляд усіх етапів організації події передбачає аналіз життєвого циклу:

1. Планування. На даному етапі здійснюється оцінка вибору постачальників, матеріалів та кейтерингу враховуючи екологічні критерії). Пріоритет отримують локальні і сертифіковані постачальники, мінімізація одноразових матеріалів та оптимізація ресурсів.
2. Транспорт та логістика. До уваги береться переміщення учасників та постачальників, обираються способи транспортування з найменшим вуглецевим слідом, здійснюється оптимізація маршрутів та використання транспортних засобів.
3. Енергоспоживання. На цьому етапі відбувається аналіз використання електроенергії для опалення, освітлення та охолодження, роботи AV-техніки та іншого обладнання. Метою є визначення можливостей для зменшення споживання ресурсів та енергоефективності.
4. Відходи. Здійснюється оцінка кількості харчових відходів, упаковки, друкованих матеріалів та інших одноразових предметів. Їхній утилізації, сортуванню та можливостям повторного використання приділяється основна увага.
5. Післяівентна діяльність. Включає сортування та переробку відходів, повторне використання матеріалів, а також оцінку ефективності заходів щодо зменшення екологічного впливу.

Щоб комплексно оцінити екологічний вплив застосовуються такі методи, як: аудит споживання енергії та води (порівнюються показники «до» і «після» впровадження екологічних практик, що дає змогу визначити економію ресурсів); розрахунок вуглецевого сліду (облік прямих і непрямих викидів (Score 1–3), що допомагає виміряти вплив транспорту, енергоспоживання та постачання матеріалів); аналіз відходів і ресурсів(визначаються обсяги відходів, використаних матеріалів і одноразових виробів, щоб в подальшому

планувати заходи із мінімізації негативного впливу). Завдяки систематичному аналізу цих параметрів готелі можуть визначати ефективність впроваджених екологічних практик і коригувати стратегію сталого розвитку.

Завдяки застосуванню цього підходу готелі системно можуть контролювати екологічний вплив івентів та розробляти стратегії його зменшення, інтегруючи у всі етапи організації подій принципи сталого розвитку. [2]

Слід відмітити, що суттєві конкурентні переваги на сучасному ринку гостинності забезпечує Впровадження ESG-підходу у діяльність готелів та організацію «зелених» івентів.

По-перше, завдяки екологічній складовій знижуються витрати і підвищується ефективність використання ресурсів. Завдяки використанню енергоощадних технологій, переходу на відновлювані джерела енергії, мінімізації відходів і раціональному споживанню води готелі можуть не лише зменшити негативний вплив на довкілля, а й скоротити операційні витрати. Крім того, серед гостей «зелені» ініціативи формують позитивний імідж, особливо серед тих, хто екосвідомим брендам надає перевагу.

По-друге, завдяки соціальному аспекту посилюється довіра та лояльність як клієнтів, так і працівників. Підприємства, які спроможні дотримуватися принципів соціальної відповідальності, здатні забезпечити безпечні умови праці, рівність можливостей, підтримувати місцеві громади й інклюзивність у сервісі. Це створює роботодавцю позитивний імідж, підвищує якість обслуговування і стимулює повторні візити гостей.

По-третє, завдяки управлінській складовій забезпечується прозорість діяльності, здійснюється ефективне управління ризиками та отримується довіра з боку інвесторів і партнерів. Підвищує репутацію готелю і спрощує залучення фінансування для розвитку запровадження політик ESG, систем екологічного менеджменту (ISO 14001, ISO 20121) та звітності за міжнародними стандартами. [1]

Запровадження ESG-підходу у сфері готельного менеджменту забезпечує **зростання конкурентоспроможності** закладу за рахунок:

- формування позитивного бренду відповідального бізнесу;
- підвищення лояльності клієнтів та партнерів;
- розширення можливостей співпраці з міжнародними туроператорами та екологічними асоціаціями;
- залучення інвестицій, орієнтованих на стійкі проєкти.

Отже, стратегія “зелених” івентів, заснована на ESG-принципах, є дієвим інструментом не лише зниження екологічного навантаження, але й формування довгострокових конкурентних переваг готелю. Її реалізація сприяє підвищенню ефективності управління ресурсами, зміцненню репутації та створенню нової цінності для споживачів і суспільства загалом. [6]

Загалом, завдяки ESG-підходу готелі не лише відповідають сучасним вимогам сталого розвитку, але й отримують конкретні бізнес-переваги: знижуються витрати, розширюються ринки, зміцнюється бренд, підвищується довіра клієнтів і партнерів. Таким чином, важливим чинником довгострокової конкурентоспроможності готельного бізнесу стає стратегія, що поєднує екологічну відповідальність, соціальну залученість та ефективне управління.

Список використаних джерел

1. Вичівський П.П., Зарічняк А.П., Калакура О.Я., Худик Н.І. Івентивний туризм: навчальний посібник. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2024. 115
2. Салімон ОМ, Сидоренко ТМ. [Вплив діджиталізації та гібридних форматів на формування продуктової політики івент-послуг у готельно-ресторанному бізнесі](#) - Здобутки економіки: перспективи та інновації, випуск 22. 2025
3. How to build an ESG strategy for your hotel or resort URL: https://earthcheck.org/news/hotel-esg-strategy/?utm_source=chatgpt.com
4. ISO_20121 URL: https://en.wikipedia.org/wiki/ISO_20121
5. Guide – Sustainable Event Management URL: https://reporting.giz.de/wp-content/uploads/sites/8/2019/03/GIZ-Guide-to-Sustainable-Event-Management.pdf?utm_source=chatgpt.com
6. How to build an ESG strategy for your hotel or resort URL: https://earthcheck.org/news/hotel-esg-strategy/?utm_source=chatgpt.com