

старший викладач Полянничко Олена Володимирівна

ст.гр.СТ-23 Катоніна Тетяна Володимирівна

м.Одеса, Україна

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Зацікавлення екологією й збалансованим розвитком проникає у різні сфери нашого життя, в тому числі у професійну діяльність готельно-ресторанного бізнесу.

Розвиток еко-готельного бізнесу є перспективним напрямом для України, адже в країні є значна кількість територій придатних для зведення еко-готелів, порівняно низький рівень індустріалізації певних територій, наявний попит на еко-послуги як серед внутрішніх, так й іноземних туристів. Тож, припускаємо, що Україна має усі передумови для успішного функціонування сертифікованих еко-готелів у середовищі, яке відповідає екологічним вимогам [1].

Відомо, що в світі існує ряд організацій, які займаються розробкою і впровадженням систем екологічного менеджменту. Серед них «British Airways Holidays» (BAH), «Certification for Sustainable Tourism» (CST), «Green Globe», «Green Key», «НАС Green Leaf», «HVS Eco Services», «Touristik Union International» (TUI), «Green Hotel» («Зелений готель»). Дані організації присвоюють знак якості готелям, що засвідчує відповідність послуг закладу екологічним вимогам [2].

Поняття екологічний готель, за визначенням О.М. Данілової та І.В. Погинайко – це екологічно-сертифіковане житло, яке слідує меті поліпшення стану навколишнього середовища шляхом зведення до мінімуму негативного впливу на довкілля, і знаходиться в екологічно чистій місцевості. Крім того екологічні готелі повинні дотримуватись суворих «зелених» принципів для того, щоб їх відвідувачі були впевнені у тому, що вони перебували в безпечному, нетоксичному і енергозберігаючому житлі [3].

Отже, плануючи й проектуючи готельні об'єкти особливу увагу власники мають приділяти екологізації у прийнятті рішень за для

задоволення потреб своїх гостей й покращення довкілля. Переваги такого підходу полягають у:

- створенні іміджу готелю, приязного для довкілля;
- зменшенні витрат підприємства завдяки більш раціональному використанню ресурсів, тобто енергії, води й поводження з відходами;
- підвищенні конкурентоспроможності завдяки впровадженню технологічних інновацій;
- підвищенні екологічної свідомості клієнтів й працівників підприємства.

Для того щоб готельно-ресторанний бізнес міг гармонійно функціонувати із природнім середовищем необхідно використовувати принципи збалансованого розвитку в управлінні. Керівництво багатьох готелів, усвідомивши необхідність удосконалення природоохоронних заходів і підвищення конкурентоспроможності, почало активно проводити екологічну політику та упроваджувати екологічно орієнтовані програми. Тобто, концепція екологічного готелю полягає у приязності для туризму й довкілля, що у підсумку дозволяє зменшити витрати.

При впровадженні еко- інноваційної концепції необхідно враховувати принципи збалансованого розвитку туризму, які у країнах Європейського союзу, вказують на потребу розвитку еко об'єктів шляхом:

- представлення позитивних прикладів, які туризм здійснює на довкілля;
- підвищення привабливості регіону для туристів й інвесторів;
- зменшення витрат функціонування туристичних об'єктів;
- впровадження організаційних інновацій.

Концепція екологічного готелю має на меті зменшити негативні явища між наданням послуг з розміщення та природою й одночасно має особливе значення для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Розвиток екологічно орієнтованого підприємництва в Україні здійснюється без координації взаємодії всіх

суб'єктів природоохоронної діяльності, крім того відсутній механізм формування, підтримки та стимулювання такої діяльності. Світовий досвід свідчить, що неможливо забезпечити екологічну та економічну ефективність без активної маркетингової стратегії на всіх рівнях природоохоронної діяльності. Маркетингова діяльність сприятиме поєднанню інтересів суспільства і природного середовища; виробника і споживача; формуванню еколого-орієнтованих потреб споживача і виробника. Автори розглядають маркетингову діяльність (як в сфері товарного виробництва, так і в системі послуг), в основі якої лежить концепція екологічного маркетингу, яка, в свою чергу, ґрунтується на використанні концепції соціально-етичного маркетингу і є її складовою частиною.

Створення та розвиток екоготелів є новим трендом функціонування сфери готельного господарства для нашої країни. Впровадження екологізації готельних підприємств сприяє підвищенню їх туристичної привабливості і дає конкурентні переваги на туристичному ринку. В Україні найактивніше екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства займається Green Key («Зелений Ключ»), яка є одним із п'яти проектів міжнародної недержавної незалежної організації Foundation for Environmental Education (Міжнародної організації з екологічної освіти).

Екотуризм в Україні найчастіше пов'язаний із проживанням в екокотеджах, у садибі чи на хуторі. Серед них можна виділити: екокурорт «Віта Парк Ізки» (Закарпатська обл.), заміський клуб «Шишкін», садиби «Соколинний хутір», «Андріївські озера» або «Кінний двір» (Чернігівська обл.), екокурорт «Хутір тихий» (Чернівецька обл.), садиба «Родинне гніздо» (Вінницька обл.), екокурорт «Шешори» (Івано-Франківська обл.), садиби «Звенигород» або «Медова» (Київська обл.) та ін. В Україні багато красивих, екологічно чистих місць, які можна називати екокурортами.

Отже, плануючи й проектуючи готельні об'єкти особливу увагу власники мають приділяти екологізації у прийнятті рішень за для

задоволення потреб своїх гостей й покращення довкілля. Переваги такого підходу полягають у:

- створенні іміджу готелю, приязного для довкілля;
- зменшенні витрат підприємства завдяки більш раціональному використанню ресурсів, тобто енергії, води й поводження з відходами;
- підвищенні конкурентоспроможності завдяки впровадженню технологічних інновацій;
- підвищенні екологічної свідомості клієнтів й працівників підприємства.

Список використаних джерел:

- 1.Електронний ресурс
<http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/26633/1/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C.pdf>
2. Bohdanowicz, P. Environmental Awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results / P. Bohdanowicz // International journal of hospitality management. – 2009. - № 6. – С. 36-52.
- 3.Електронний ресурс https://collectedpapers.com.ua/wp-content/uploads/2013/10/035_633_634_Danilova_And.pdf
- 4.Електронний ресурс
<https://knteu.kiev.ua/file/NzM1OQ==/adb099cfb596b8fe5a685807aa58dd2e.pdf>
- 5.Вартанян Г.В.Роль екологічного маркетингу в організації туристичної діяльності // Вісник Одеського державного екологічного університету: зб. наук. праць. - Одеса, 2011. - Вип. 13. - С. 100-105.