

## **ПРОБЛЕМИ НА ШЛЯХУ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

В останні десятиліття обізнаність споживачів про навколишнє середовище збільшується, оскільки поняття «кліматичний дисбаланс», або спрощено – «глобальне потепління», набуло загальну популярність. Дослідження й аналіз поняття «екологічність середовища» показали його важливість у питаннях створення безпечних умов діяльності. Гостро стоїть завдання і в необхідності розроблення кількісної системи оцінювання екологічності середовища [1]. Зростаючий інтерес до принципів сталого розвитку та виникаючий тиск з боку громадських організацій змушує багато компаній все частіше впроваджувати більш дружню політику до навколишнього середовища [2]. Практика сталого розвитку в ділових колах розглядається як можливість підтримувати бізнес у довгостроковій перспективі завдяки прибутку, екологічній ефективності і соціальній взаємодії, які разом формують далекоглядну політику сталості. Сталий розвиток у готельно-ресторанній індустрії включає інноваційні способи управління безперервно зростаючими потребами в електриці, витратах на воду, а також моральні, етичні, соціальні і політичні аргументи, які стоять за цією практикою.

Сталий розвиток вимагає цілісного підходу до бізнесу, що охоплює три ключові сфери – навколишнє середовище, соціальні питання й економіку.

Тому діяльність готельєрів, яка спрямована на створення більш екологічного іміджу, є найбільш важливим фактором, що впливає на рішення менеджерів впроваджувати екологічно безпечні схеми управління. Проте їх мотивація до прийняття зеленої стратегії частіше пов'язана із маркетинговою стратегією, а не із загальним підходом до охорони навколишнього середовища.

Відносини між навколишнім середовищем і суспільством стають все більш зрозумілими для споживачів. Тому кроки назустріч сталості можуть стати джерелом конкурентної переваги, оскільки деякі споживачі можуть віддати перевагу купувати більш проекологічну продукцію. Зростаючі споживчі вимоги і зміни в купівельній поведінці, а також поява нових моделей споживання можуть підштовхнути індустрію гостинності до адаптації.

Але зважаючи на численні позитивні приклади використання у своїй стратегії заходів, спрямованих на екологічну стійкість, екологічність все ще вважається менш важливим аргументом для гостей готелю, ніж ціна і зручність.

Прагнення готельної індустрії до сталого розвитку є результатом впливу кількох факторів.

По-перше, кількість потенційних клієнтів, стурбованих проблемами навколишнього середовища, стає дедалі більшою. Ринок туристичних послуг переживає появу нового типу споживача, здатного платити більше за екологічно орієнтовані продукти і послуги.

По-друге, дослідження показали, що понад 60 % гостей вважають, що готелі повинні робити певні проекологічні кроки, які пов'язані з охороною навколишнього середовища, зниженням експлуатаційних витрат і різними рекламними програмами для позитивного впливу на готельний публічний імідж [3]. Однак певні парадокси складно не помітити. Ось деякі з них:

1. Готельна індустрія створює умови для доступу до туристичних пам'яток. З іншого боку, існують побоювання про правильність розміщення готелів у природних екопривабливих районах, адже це суперечить ідеї сталого розвитку.

2. Часто в цілях зменшення антропогенного тиску на природний об'єкт рекомендується відмовитися від будівництва великого мережевого комплексу. І це дійсно виправдано за багатьма показниками. Однак у дрібних готелів часто не вистачає коштів на впровадження сталих параметрів господарювання, та й розмістити всіх бажаючих вони часто не в змозі. Навпаки, у великих мережевих готельних корпораціях все більш охоче впроваджуються практики сталого розвитку. Вони часто підкреслюють свою причетність до принципів сталого розвитку, вписуючи їх у свою основну бізнес-стратегію.

Бар'єри, пов'язані з реалізацією принципів сталого розвитку, багато в чому поєднані із перешкодами на шляху реалізації у сфері туризму в цілому. Відсутність єдиного виміру ступеня реалізації сталості служить слабким місцем у всій системі, в тому числі і в готельному бізнесі.

Екологічний тиск на туризм відбувається з кількох сторін. Коли власники готелів починають впроваджувати програми сталості, виникають певні труднощі на переконання багатьох гостей у добровільному прийнятті певних обмежень. Часто гості вважають, що зниження витрат, пов'язаних зі зниженням витрат електроенергії, води і стічних вод, у значній мірі йде в прибуток власникам готелів. В цьому випадку необхідно проінформувати гостей про переваги економії для природного середовища і створити систему стимулів, які переконують гостей покласти добровільні обмеження на себе.

Тому однією із важливих причин, через яку фірма приймає зелений менеджмент, є створення сприятливого іміджу, який покращує відносну конкурентну позицію фірми на ринку. Здатність індустрії гостинності створювати більш екологічний імідж грає життєво важливу роль у впливі на рішення клієнтів та їхнього наміру зробити покупку. Екологічні переконання клієнтів є ключовими драйверами для прийняття зеленої політики

підприємства. Більш того, готовність клієнтів платити більш високу ціну за більш екологічні послуги переконує готелі прийняти більш екологічний менеджмент [4].

У той час як великі міжнародні готельні мережі вже створили спрямовані на сталість інформаційні механізми, менші готелі, як правило, не володіють таким досвідом в інформуванні громадськості.

З іншого боку, «мистецтво» перетворення екології в символ деякими комерційними структурами часто є не тільки безглуздом, але й викликає негатив. Особливо коли використовуються не в темі крилаті фрази, поширюється неправдива інформація, яка описує екологічні властивості різних продуктів, або надається реклама, яка не відповідає реальній поведінці компанії.

Однак, незважаючи на те, що сучасний ринок вимагає екологічно чистих продуктів, впровадження сталих схем управління часто виявляється непростим завданням через значні перешкоди. Наприклад, проблеми з логістикою можуть перешкодити організаціям докласти зусиль для зменшення впливу на навколишнє середовище. Свій негативний внесок може зробити й застаріла інфраструктура підприємства. Вартість впровадження більш екологічного управління завжди є ключовою проблемою, хоча з часом вона компенсується зниженням експлуатаційних витрат. Однією з важливих перешкод на шляху до екологічного менеджменту є здатність підтримувати очікуваний рівень обслуговування. Іншими перешкодами на шляху до «екологічності» готелю є нестача знань, навичок, капіталу, експертних рад, ресурсів, невизначеності майбутнього результату, відсутність офіційної сертифікації і додаткові витрати.

Політичні, правові та економічні механізми, які можуть перенаправити готельний сектор на програми просування до сталості:

- міжнародні угоди;
- системи управління довкіллям;
- національні і місцеві законодавства;
- правила туристичного сектору;
- ініціативи компаній;
- кодекси етичних норм;
- екологічні сертифікати і додаткові фінансові стимули;
- формування нових територій, що охороняються;
- оцінка впливу на навколишнє середовище;
- індикатори сталого розвитку;
- екологічна звітність і системи управління відвідувачами.

Важливо відзначити, що в основі комплексного підходу до реалізації принципів сталого розвитку в туризмі є співпраця суб'єктів, зацікавлених в його розвитку, включаючи власників готелів. Однак співпраця – це швидше виняток, ніж правило. В Україні рівень знань у цій царині залишається недостатнім, і сталий розвиток залишається вузькою темою аналізу для відносно невеликої групи професіоналів.

#### Список використаних джерел

1. Протасенко О. Ф., Івашура А. А. Роль екологічності середовища у створенні безпечних умов діяльності людини. *Открытые информационные и компьютерные технологии*. Харьков : Нац. аэрокосм. ун-т «ХАИ», 2018. Вып. 80. С. 210–216.
2. Івашура А. А., Винник О. П. Еколого-економічний світогляд і традиції природокористування в українській культурі : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 91 с.
3. Yeh S. S., Fotiadis A. K., Huang M. L., Huan T. C. Barriers to Implementing Green Management in the Hospitality Industry. *Advances in Hospitality and Leisure*. 2017. Vol. 13. P. 47–61.
4. Івашура А. А., Борисенко О. М., Логвінков С. М. Сталість як позитивна тенденція у виробництві. *Новые и нетрадиционные технологии в ресурсо- и энергосбережении: Материалы международной научно-технической конференции (22–24 сентября 2021 г.)*. Одесса: Государственный университет «Одесская политехника», 2021. С. 43–45.