

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСІВ**

**СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ТА  
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ**

**МАТЕРІАЛИ**

**XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції  
здобувачів вищої освіти і молодих вчених  
26 вересня 2024 р.**

Рекомендовано до друку  
вченою радою ННІ  
Маріупольського державного  
університету  
(протокол № 3 від 25.10.2024 р.)

**Київ 2024**

УДК 338.48:658(043)

ББК 65.43

Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом:  
Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і  
молодих вчених 26 вересня 2024 р. – Укл.: Балабаниць А.В., Горбашеська М.А., Горюнова  
К.А., Рібейро Рамос О.О., та інш.; за заг. редакцією д.е.н., професора Балабаниць А.В., Київ:  
МДУ, 2024. – 142 с.

Сфера туризму та готельно-ресторанного бізнесу є однією з найбільш динамічних галузей сучасної економіки, що зазнає постійних змін через технологічний прогрес, глобалізацію та зміну поведінкових моделей споживачів. Матеріали конференції, що висвітлюють нові підходи до управління, використання інноваційних технологій, впровадження стійких практик, є актуальними як для наукової спільноти, так і для практиків галузі.

На конференції розглянуто актуальні питання державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

У збірнику тез висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми розвитку туристичної та готельно-ресторанної сфери України і світу.

© Автори текстів, 2024 р.

© МДУ, 2024 р.

розвитку винного туризму, розробці маркетингових стратегій винних брендів, популяризації виноробних регіонів з метою покращення їх соціально-економічного розвитку, загального підвищення рівня життя.

Врахування цих принципів в управлінні розвитком винного туризму дозволяє збільшити кількість туристичних прибуттів, продовжити тривалість туристичного сезону у регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок розробки винних екскурсій, дегустацій та презентацій, фестивалів тощо [2].

#### Література:

1. Галузева Програма розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року [Електронний ресурс] // Міністерство аграрної політики та продовольства України. : веб-сайт. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/14024>вільний. – Назва з екрана. – Мова : укр.
2. Стратегія сталого розвитку України [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу : <http://www.ecolabel.org.ua/index.php?id=253>.

БАЛАБАНИЦЬ А.В.,  
д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та туризму  
Маріупольського державного університету, м. Київ

### ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІМПЕРАТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сталий розвиток у бізнесі - це стратегія і дії компанії, спрямовані на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище і одночасно збільшення позитивного впливу на розвиток суспільства. Це тренд здорового, відповідального бізнесу із цінностями, бізнесу, який прагне не лише заробляти, а й ефективно взаємодіяти з партнерами, формуючи таке бізнес-середовище, яке здатне робити цей світ трошечки кращим місцем для майбутніх поколінь.

Щоб оцінити, як компанія впливає на довкілля, а також зворотній процес, - як довкілля впливають на бізнес компанії, існують міжнародні стандарти.

Один з таких - Global Reporting Initiative (GRI), в рамках якого бізнес-практики компаній аналізуються на основі екологічних, соціальних та управлінських показників (ESG) [1]. Аббревіатуру ESG можна розшифрувати як «екологія, соціальна політика та корпоративне управління». У широкому значенні це сталий розвиток всієї діяльності компанії.

Попри те, що ця система з'явилася порівняно недавно, ряд стандартів, які спочатку були добровільними, тепер поступово стають обов'язковими у Європі та інших регіонах. Зокрема, з 2024 року звітність в аспектах сталого розвитку стає обов'язковою для більшої кількості європейських компаній.

Серед реальних драйверів сьогодення, які націлюють туристичні підприємства на розробку екологічно-відповідальних стратегій, наступні:

- фокус інвесторів на тому, як компанії управляють своїми екологічними, соціальними і управлінськими ризиками. За прогнозами Deutsche Bank, до 2030 року всі інвестори звертатимуть увагу на ESG [2].
- споживачі туристичних послуг акцентують увагу на екологічних туристичних продуктах та підтримці соціальних кейсів.
- персонал туристичних підприємств вимагає від підприємств еко-практик і корпоративного волонтерства. Так, 25% глобальних компаній мають структуровані програми корпоративного волонтерства, коли команди залучені до вирішення соціальних або екологічних викликів у партнерстві з громадськими організаціями.

- 76% туристів, за даними дослідження Booking.com (2023), вважають екологічну відповідальність важливим критерієм при виборі туристичних послуг; близько 40% мандрівників шукають готелі з екологічною сертифікацією, такими як Green Key чи EarthCheck; 64% туристів готові платити більше за екологічно відповідальні послуги [3].

Екологічна відповідальність у туристичній галузі є важливою складовою сталого розвитку, адже туризм значною мірою впливає на природні ресурси, екосистеми та клімат. Проте лише 10–15% малих і середніх підприємств у туристичній галузі активно дотримуються принципів сталого розвитку через обмежені фінансові ресурси та недостатню обізнаність [4].

Партнерство між туроператорами відіграє ключову роль у впровадженні екологічно відповідальних практик, зменшенні негативного впливу на довкілля та популяризації сталого туризму.

Одним із напрямів співпраці є розробка екологічно відповідальних маршрутів, які мінімізують вплив на природне середовище. Це включає обмеження відвідування вразливих територій та створення інфраструктури, що відповідає принципам «зеленого туризму».

Спільні ініціативи сприяють раціональному використанню ресурсів, зокрема економії води та енергії в туристичних об'єктах, а також використанню екологічного транспорту, наприклад електромобілів або велосипедів, для перевезення туристів. Важливим аспектом є зменшення викидів та відходів. Доведено, що туризм відповідає за близько 8% глобальних викидів CO<sub>2</sub>, причому значна частина припадає на авіаперевезення, готельний сектор та автомобільний транспорт. Щороку туристи генерують понад 35 мільйонів тонн пластику, з яких значна частина не підлягає переробці [5].

Тому туроператори повинні працювати над зниженням вуглецевого сліду своєї діяльності, впровадженням програм відмови від одноразового пластику, сортуванням і переробкою відходів у туристичних зонах.

Партнерство між туроператорами повинно бути спрямовано також на підвищення екологічної свідомості туристів. Це включає проведення інформаційних кампаній про важливість екологічної відповідальності, навчання екологічно безпечній поведінці під час подорожей та популяризацію сталого способу життя.

Залучення місцевих громад також є важливою частиною співпраці. Туроператори підтримують проекти, що спрямовані на охорону природи, розвиток місцевої економіки та інтеграцію локальних виробників у туристичний ланцюжок поставок.

Впровадження інноваційних технологій сприяє моніторингу впливу туризму на довкілля. Наприклад, використання цифрових платформ, дронів та додатків допомагає оцінювати стан екосистем і зменшувати негативний вплив діяльності.

Партнерство туроператорів у фінансуванні екологічних проєктів, таких як збереження біорізноманіття, лісовідновлення або очищення водойм, забезпечує значний внесок у розвиток сталого туризму.

У 2000 р. низка туроператорів з таких країн, як Швейцарія (Hotelplan), Франція (ACCOR), Німеччина (TUI Group), Велика Британія (First Choice) та інші, за участю Програми ООН із захисту навколишнього середовища, Комісії ООН з освіти, науки і культури, Всесвітньої туристичної організації створили добровільне некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму». Партнерство є відкритою організацією, залучає 41 інших суб'єктів, для яких сталий розвиток є сумісним з власною підприємницькою діяльністю, характеризує відносини з партнерами, сприяє скороченню і мінімізації відходів, попередженню забруднення оточуючого середовища. Компанії, які є членами партнерства, націлені на охорону рослин, тварин, ландшафтів, зон, що охороняються і екологічних систем, біологічного різноманіття, культурної і природної спадщини. Важливим є збереження цілісності місцевих культур, недопущення негативного впливу на соціальні культури, співробітництво з місцевим співтовариством і народами, використання місцевих продуктів і майстерності працівників [6 с.40-41].

Таким чином, співпраця туроператорів сприяє поширенню екологічно відповідальних практик, популяризації сталого туризму та створенню гармонійного балансу між економічними потребами галузі й захистом довкілля.

До екологічних інструментів, що сприяють сталому та інклюзивному розвитку туристично-рекреаційної індустрії як важливої складової національного господарства, включають:

1. Екологічний аудит, який є дієвим елементом екологічного менеджменту. Він забезпечує незалежну оцінку дотримання екологічних вимог у туристично-рекреаційній діяльності. Аудит включає перевірку екологічної безпеки обладнання та технологій, аналіз потенційного впливу на довкілля, моніторинг екологічних проблем і ризиків. Він також спрямований на виявлення проблемних аспектів, розробку рішень для їх усунення та підготовку науково обґрунтованих рекомендацій щодо екологізації цієї сфери.

У звітах VCG, присвячених сталому розвитку туристичного сектору зазначено, що використання екологічних додатків для планування подорожей допомагає зменшити викиди CO<sub>2</sub> на 5–10% шляхом оптимізації маршрутів [7].

2. Зелені інновації, що формують основу для "зеленого" імперативу сталого розвитку туристично-рекреаційної галузі. Цей підхід передбачає впровадження екологічної сертифікації та маркування послуг, а також застосування принципів і методик екологічного менеджменту. Дослідники наголошують, що близько 60% туристичних компаній почали впроваджувати "зелені інновації" в операційну діяльність, (в електротранспорт, у відновлювані джерела енергії) [7].

Впровадження сертифікаційних стандартів, таких як «зелені сертифікати» допомагає забезпечити відповідність діяльності міжнародним екологічним стандартам. Такі сертифікати видаються туристичним організаціям, які захищають навколишнє середовище, раціонально використовують водні та паливно-енергетичні ресурси, застосовують природо-зберігаючі методи збору та утилізації сміття, пропонують туристам види діяльності, які не є шкідливими для навколишнього середовища, а також здорові продукти харчування місцевого виробництва та детальну інформацію про місцеві природні, історичні та культурні атракції.

Знак якості, що надається Європейським центром екологічного та сільського туризму (ESEAT), визнається в усьому світі як туроператорами, так і туристами. У Європі більше 1300 ферм, пансіонатів та готелів отримали знак якості ESEAT. Це додатковий показник якості, що вказує на екологічну, соціальну, культурну та економічну сталість житла та послуг [8].

3. Раціональне природокористування, яке охоплює заходи з охорони та відтворення природних туристичних і рекреаційних ресурсів. Це включає екологічний моніторинг стану їх використання, а також контроль за споживанням, що сприяє збереженню та сталому використанню природних багатств. На сьогодні за даними UNWTO більше 30% популярних туристичних об'єктів знаходяться у зонах, що потребують охорони через ризики деградації довкілля. 25% природних туристичних ресурсів світу перебувають під загрозою через перевантаженість туристами.

Європейська комісія затвердила Європейську систему показників туризму – ЕСПТ (The European Tourism Indicator System – ETIS) як інструмент управління, моніторингу та оцінки на рівні туристичної дестинації [8]. ЕСПТ має 43 основних і 33 додаткових показники. 43 основні показники охоплюють основні аспекти моніторингу сталого розвитку туризму та забезпечують основу для ефективного управління дестинаціями, також дозволяють здійснювати порівняння за часом і простором.

Окремий розділ D «Вплив на довкілля» розкриває 17 показників впливу, у т.ч.: відсоток туристів та одноденних відвідувачів, які використовують різні види транспорту, щоб прибути до місця призначення; середня кількість викидів вуглекислого газу від туристів та одноденних відвідувачів, які подорожують із дому до пункту призначення; відсоток туристичних підприємств, залучених до програм пом'якшення наслідків зміни клімату, таких як компенсація CO<sub>2</sub>; системи, що використовують мало енергії та ін.; кількість сміття на туристську ніч порівняно з кількістю сміття на одну людину населення (кг); відсоток

підприємств туризму, що розділяють різні види відходів; відсоток стічних вод з дестинації, що очищується, до середнього рівня перед скиданням; відсоток туристичних підприємств, які вживають заходів щодо зниження енергоспоживання; споживання енергії за одну туристську ночівлю порівняно із споживанням енергії на одну ночівлю резидента; відсоток місцевих туристичних підприємств, що активно підтримують захист, збереження та управління місцевим біорізноманіттям і ландшафтами [6, с.50-51].

Таким чином, можна зробити висновок, що екологічна відповідальність є ключовим імперативом сталого розвитку туристичних підприємств, забезпечуючи баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами їхньої діяльності. Реалізація принципів екологічної відповідальності сприяє зменшенню негативного впливу туристичної діяльності на довкілля, підвищенню конкурентоспроможності підприємств та формуванню їх позитивного іміджу на ринку. Перехід на екологічно відповідальну модель діяльності потребує інтеграції сучасних технологій, впровадження інновацій та підвищення екологічної обізнаності туристичного персоналу, що формує нові можливості для розвитку туристичної галузі в умовах глобальних екологічних викликів.

#### Література:

1. Нове: Стандарти звітності про сталий розвиток GRI - Огляд основних змін. URL: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/navchajtesya/blog/nove-standarti-zvitnosti-pro-stalij-rozvitok-gri-oglyad-osnovnih-zmin>
2. PERSPECTIVES-Special-Survey-ESG-e-di-Sostenibilita. URL: <https://www.deutsche-bank.it/files/documents/2023-CIO/PERSPECTIVES-Special-Survey-ESG-e-di-Sostenibilita-2024.pdf>
3. Ключевые выводы из прогноза Booking.com о будущем путешествий на 2023 год. URL: <https://partner.booking.com/ru/click-magazine/trends-insights/key-takeaways-bookingcoms-2023-travel-predictions>
4. We bring together government, businesses and civil society to improve the state of the world URL: <https://www.weforum.org/>.
5. Tourism is responsible for a staggering 8% of global greenhouse emissions URL: <https://www.weforum.org/stories/2018/05/booming-tourism-emits-8-percent-of-greenhouse-gases-study-shows/>.
6. Павліха Н. та ін. *Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України*: монографія аталія. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 211 с.
7. Steering Consumers to Greener Travel and Tourism Choices. URL: <https://www.bcg.com/publications/2023/steering-consumers-to-more-sustainable-travel-choices>
8. Зінько Ю., Рутинський М., Кудла Н. та ін. *Збереження і сталий розвиток Карпат*: навч. посіб. зі сталого туризму / за ред. М. Катсакіорі, М. Алемпакі, П. Джеракіс. Київ, 2009. 60 с.
9. Бурик З. М. Прогнозування показників сталого розвитку України. *Демократичне врядування*. 2017. Вип. 20. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2017\\_20\\_8/](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2017_20_8/).