

**Гулянська О. В., 43 ТР-1 гр.**  
Національний університет фізичного виховання та спорту України  
*Науковий керівник – д. пед. н., доцент,*  
*завідувач кафедри туризму*  
**Бабушко С. Р.**

## **РОЗВИТОК СТАЛОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

На сьогодні сталий туризм задовольняє всі наявні потреби, але розвивається при цьому таким чином, щоб забезпечити усіма можливостями майбутнє покоління. З цією метою, він забезпечує оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримує соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та забезпечує життєздатність багатьох економічних процесів. Сталий розвиток в туризмі передбачає також позитивний загальний баланс екологічних, соціально-культурних та економічних ефектів, у тому числі й позитивний вплив відвідувачів один на одного.

Крім того, розвиток сталого туризму має й загальний позитивний вплив, а саме сприяє продуктивному використанню земель, які не мають сільськогосподарського призначення, що дозволяє зберігати природну флору, сприяє зростанню самосвідомості серед місцевих жителів і дає можливість домагатися більш глибокого взаєморозуміння і тісних контактів між представниками різних культур, сприяє створенню рекреаційних об'єктів, якими можуть користуватись місцеві жителі, а також туристи [1, с. 367].

Розвиток сталого туризму торкається й економічної сторони країни, а саме сприяє диверсифікації місцевої економіки, особливо в сільських районах, де зайнятість населення може носити сезонний і випадковий характер, стимулює прибуткові внутрішні галузі (готелі та інші засоби розміщення, транспортні системи, народні промисли та екскурсійно-інформаційну справу). Крім того, він сприяє притоку в країну іноземної валюти і забезпечує інвестиції в економіку. Проте затяжна фінансово-економічна та політична кризи

(революція 2014 року, анексія Криму, воєнні дії на сході України) зумовили ситуацію, коли спостерігається суттєве зменшення обсягів діяльності та значна втрата туристичного потенціалу країни. За оцінками експертів Асоціації лідерів туристичного бізнесу, розмір втрат українського туризму з початку 2014 р. складає 70-80%, значна частка якого пов'язана з переорієнтацію попиту громадян України, котрі раніше відпочивали в Криму, на інші регіони південної частини материкової України (Миколаївська, Херсонська та Одеська області) [2].

За прогнозами, найближчими роками погіршення ситуації на туристичному ринку може відбуватися через низку чинників: безробіття, повільні темпи зростання економіки на основних ринках, зокрема в Європі та США, скорочення заходів зі стимулювання ринку, постійне збільшення розміру оподаткування, що призводить до додаткового тиску на сімейні бюджети, досвід попередніх пандемій, ціни на енергоносії, які продовжують збільшуватися.

Позитивними чинниками, що спонукатимуть до покращення ситуації, є:

- зростання впевненості бізнесу та споживачів;
- відновлення, яке настає після різкого спаду;
- перехід на новий життєвий цикл за «новими» правилами провадження бізнесу.

Індустрія туризму поєднує в собі низку елементів, що мають на меті зробити подорожі комфортними та корисними. Одним із таких елементів є засоби розміщення. У сучасних умовах туристи стають все більш вибагливими клієнтами: вимагають не стільки місця, де можна було б поспати та поїсти, скільки комфортних умов та комплексу різноманітних, а іноді й унікальних, готельних послуг. Зважаючи на це і на зростаючу потребу збереження та відповідального ставлення до навколишнього середовища і ресурсів, готельні підприємства активно впроваджують у свою діяльність інноваційні технології обслуговування та надають гостям абсолютно нові та

неочікувані для них послуги. Водночас готельні підприємства намагаються дбати про зменшення негативного впливу на навколишнє середовище від перебування туристів.

Інноваційна діяльність у готельному секторі спрямована на створення і впровадження нововведень. До інновацій тут можна віднести: використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення технології надання готельних послуг, створення нових видів готельних послуг, моделей готельного бізнесу, формування стратегічних альянсів, впровадження сучасних форм управління підприємствами.

Сьогодні інновації в процесі виробництва товарів і послуг є обов'язковою умовою розвитку або навіть виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Інновації в готельному бізнесі приносять додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Впровадження інновацій у готелях сприяє сталому розвитку. Оскільки екологічні проблеми поглиблюються, то нині набуває популярності практикування усього екологічного. Тому багато готелів - від більш бюджетних до більш розкішних - дотримуються екологічних або «зелених» ініціатив. Зокрема, готелі ініціюють різноманітні програми для забезпечення сталого розвитку, що охоплюють ресурсні, маркетингові, організаційні та продуктові інновації.

Так, ресурсні інновації уособлюють впровадження енерго- та водозбереження. Готелі у всьому світі працюють над зменшенням споживання енергії. Задля цього встановлюються різноманітні енергоощадні котли, покращуються системи освітлення та автоматизується система енергозбереження. Що стосується водо-збереження, то більшість готелів продовжують впроваджувати енергоефективні технології, що зменшує витрати води і забруднення її різними хімічними препаратами. Наприклад,

заміна полотенець за потреби, а не щодня. Так, витрачається менша кількість води на щоразове прання та зменшується кількість викидів хімікатів у довкілля [3, с. 238-246].

Також важливою ініціативою є те, що багато готелів переходить зі звичних нам пластикових ключів, які виготовляються з небезпечного матеріалу на карткові, виготовлені з паперу, дерева та біопластику, які більш підходять для навколишнього середовища.

Маркетингові інновації пов'язані з появою повторного використання різноманітних відомих косметичних засобів для ванни. Найпершою компанією, що почала впроваджувати це, стала «RockResorts». Її ініціатива полягає в тому, що косметика виготовлена лише з натуральних компонентів та ефірних масел і упакована в контейнери для багаторазового використання.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління. До них належать новітні методики навчання персоналу, зокрема працівників готелю усіх рівнів навчають відповідальному ставленню та ефективному використанню усіх видів ресурсів.

Щодо продуктових інновацій, то вони спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування, наприклад, клінінгових (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія), енергозберігаючих (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води, оснащення номерів новітніми панелями Grow, повітряні генератори для вироблення електроенергії); екологічних (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями, скло на вікнах з вторинної сировини, меблі повністю виготовлені з матеріалів вторинної переробки).

Отже, в умовах жорсткої конкуренції готельні господарства змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого сталого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати найвищі

позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування [4].

Таким чином, на нинішньому етапі розвитку суспільства готельні підприємства стають невід'ємною частиною сталого туризму. Для вирішення проблем подальшого інноваційного шляху розвитку закладам розміщення необхідно розробити стратегію саме сталого розвитку, де були б визначені пріоритетні завдання та необхідні для їх реалізації механізми та інструментарій.

Подальше інноваційне зростання з урахуванням екологічних питань дозволить підняти конкурентоспроможність кожного готелю на ринку послуг гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія [вид. 2-ге, перероб. та доп.] / Т. І. Ткаченко. – К.: Видавництво КНТЕУ, 2009. – 463 с.
2. Турпром – туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tour.prom.ru/news/25488>.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент / Ю.П. Морозов. – М.: ЮНИТИ-Диана, 2011. - 446 с.
4. Найбільш поширені та екологічні готельні ініціативи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.thebalancesmb.com>.