

нині суттєвого відновлення, проте привабливі для формування туристичних комплексів).[1,с.287]

Таким чином, результати проведеного аналізу фортифікаційної замкової спадщини Тернопільської області, дає змогу впевнено зробити висновок про забезпеченість туризму замковим потенціалом, який відкриває багато нових можливостей для організації і успішної реалізації різних видів туризму історико – культурного, пізнавального, етнічного, тематичного тощо.

Проте, з іншого боку, бачимо занедбаність, зруйнованість замкових споруд та байдужість суспільства до нагальної потреби відродження замків. [2,с.450]

Розробка конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому ринку, в основі якого пізнавальні тури, що переходять до об'єктів історико – культурної спадщини України з використанням цікавих екскурсійних програм та стимулювання попиту на такі тури.

Необхідність розвитку замкового туризму є обґрунтованою і очевидною для становлення конкурентного туристичного ринку, на якому поки що даний сегмент вільний, а тому дуже привабливий.

Список використаних джерел

1. Божук Т. Дослідження замків Тернопілля. – Тернопіль, 2008. – с. 364.
2. Возницький Б. Про замки України. – Київ, 2010. – с 575.
3. Петранівський В. Туристичне краєзнавство. – Львів, 2012. – с. 45.

Юрій МОРГУН

Науковий керівник

канд. екон. наук., дент Вовк С.В.

Тернопільський національний
економічний університет

«КОНЦЕПЦІЯ «ЗЕЛЕНИЙ ГОТЕЛЬ»: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ»

Актуальність теми дослідження обумовлена швидким зростанням загрози екологічної кризи, до якої призводить людська діяльність та ростом рівня запитів суспільства до проблем раціонального природокористування, які досить гостро постають у сучасній готельній індустрії.

Навколишнє середовище має важливе значення для туризму та готельної галузі зокрема. Діяльність готелю характерна безліччю факторів, які можуть як позитивно, так і негативно впливати на навколишнє середовище. Негативні наслідки діяльності готелю можуть поступово зруйнувати природні ресурси, від яких залежить готельна галузь [7].

У світовій готельній індустрії вже давно сформувалась тенденція до розвитку концепції «зелених готелів». Використання такої концепції повинне бути продуманим, адже вона не тільки підвищує соціальну відповідальність готелю, але і значно впливає на його імідж, фінансові результати та ефективність готельного менеджменту. Існує три основні проблеми впливу готельної індустрії на навколишнє середовище: енергія, відходи та вода.

Проте, при хорошому управлінні, готель має потенціал стати «зеленим» і приносити користь місцевій екосистемі та безпосередньо людям. Однак, більшість готельних закладів не є екологічно відповідальними і не розглядають навколишнє середовище як сферу своїх інтересів. Якщо об'єднати це зі забрудненням води, викидами в атмосферу, неналежною увагою до утилізації сміття та нераціональним енергокористуванням – готельна індустрія та індустрія туризму в цілому має суттєвий негативний вплив на природу, а загальне впровадження концепції «зеленого готелю» на всеукраїнському рівні могло б радикально це змінити [8].

Основним фактором, який згубно діє на навколишнє середовище, є нераціональне використання природних ресурсів. Щоб нормалізувати це явище, потрібно обмежувати використання ресурсів та поступово переходити на альтернативні джерела електроенергії. Через загрози навколишньому середовищу у світі сформувалась чітка концепція «зеленості» по відношенню до всіх аспектів людського життя. Готельний бізнес – один із таких аспектів, тому важливо дотримуватися природоохоронних норм під час його ведення [5].

Згідно концепції «зеленого готелю» у світі сформувалась думка, що такий готель повинен бути екологічно відповідальним, щоб звести до мінімуму вплив на навколишнє середовище у процесах організації, експлуатації та управління підприємством. Керівництво готелю також повинне займатися зміцненням здоров'я та благополуччя гостей і персоналу. Важливим є зменшення кількості відходів та оптимізація екологічної політики готелю, що, своєю чергою, зменшить загальні витрати і забезпечить стійкі та позитивні економічні, соціальні та іміджеві ефекти. Впровадження концепції позитивно впливає на економію готелів та дає їм змогу значно покращити свої фінансові результати. Також було з'ясовано, що за допомогою впровадження концепції, готель може скоротити споживання енергії на 20-40% без негативного впливу на продуктивність [3].

«Зеленість» готелю зовсім не означає пожертву комфортом клієнтів або якістю продукції і послуг через будь-які екологічні впровадження. Будь-який екологічний продукт або послуга повинні працювати добре у всіх сферах діяльності, інакше «зеленість» готелю не має жодного сенсу. Гості готелю повинні бути задоволені як його «зеленими», так і стандартними ознаками, такими як якість надання послуг, номерний фонд тощо. «Зелена» концепція поширюється на всі типи готельних закладів, а припущення, що екологічно чисті продукти обов'язково повинні бути дорожчими – неправильне [5].

У світовому готельному середовищі існує велика кількість стандартів та систем сертифікації екологічного рівня готелів, таких як Hospitality Valuation Services (HVS), Ecoservices ECOTEL, Leaf™ Eco-Rating Program, Green Seal, The Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) та інші [7]. Але спершу потрібно розібратись в базових підходах, які роблять готель «зеленим». Насамперед, це важливо для керівництва готелю, адже стійкий екологічний розвиток – довготривала процедура, яка вимагає належної уваги.

Як вже зазначалось, діяльність готельних підприємств впливає на навколишнє середовище як позитивно, так і негативно. Важливим тут є ефективне управління готелем у всіх сферах його функціонування. У своїй діяльності готелі, як і інші суб'єкти господарювання, є споживачами природних

ресурсів, тому актуальним є питання вирішення проблеми мінімізації шкоди на навколишнє середовище та дотримання «зеленої» концепції. Багато «зелених» ініціатив не є дорогими в плані впровадження та використання, але вони становлять надзвичайну вигоду для готельних підприємств [5]. Було визначено, що 75% всього негативного впливу готелів на навколишнє середовище є пов'язаним із надмірним та нераціональним споживанням природних ресурсів. Ця нераціональність створює додаткові фінансові витрати для підприємства [8].

Проаналізувавши міжнародний досвід у питаннях становлення, розвитку та слідування «зеленої концепції», було доведено, що така концепція є надзвичайно актуальною і в сучасних українських реаліях. Готельна галузь в Україні перебуває на такому етапі, що рівень надання послуг та обслуговування у готелях вже наближається до європейського, проте екологічна компонента соціальної відповідальності все ще знаходиться на низькому рівні.

Поєднавши «зеленість» разом з фінансовими результатами та покращенням іміджу готельних підприємств, можна стверджувати, що концепція «зелених готелів» була б позитивно сприйнята українським споживачем на фоні росту екологізації суспільства.

Список використаних джерел

1. *UNWTO Tourism Highlights, Edition 2009 [Електронний ресурс]* / – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm>.
2. *20 Gut-Wrenching Statistics About the Destruction of the Planet and those Living Upon It [Електронний ресурс]* / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.treehugger.com/files/2009/04/20-gut-wrenching-statistics-about-the-destruction-of-the-environment.php>.
3. *State of the Air Transport Industry [Електронний ресурс]* / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.iata.org/pressroom/speeches/Pages/2010-06-07-01.aspx>.
4. *Greyhound Commercial [Електронний ресурс]* / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.greyhoundcommercial.com/green.htm>.
5. *Cruise Lines International Association [Електронний ресурс]* / – Режим доступу до ресурсу: <http://www.cruising.org/vacation/about-clia>.
6. Bohdanowicz, P. (2006). *Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries-survey results. International Journal of Hospitality Management*. 25(4): 662-682.
7. *Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. S Gössling, D Scott, CM Hall, JP Ceron, G Dubois Annals of Tourism Research* 39 (1), 36-58.
8. *Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. S Gössling, P. Peeters, C.M. Hall, J.P. Ceron, G. Dubois, D. Scott. Tourism management* 33 (1), 1-15.