

УДК 502-022.32:[338.48:640.4]

Кириченко О.В.¹, Капліна Т.В.²

¹ студ.гр. ГРС-21м, ПУЕТ, м. Полтава

² д-р. техн. наук., проф., ПУЕТ, м. Полтава

ЕКОЛОГІЧНА СТАЛІСТЬ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Актуальність теми екологічної сталості в готельно-ресторанному бізнесі є надзвичайно високою та обумовлена кількома ключовими чинниками, що стосуються сучасних екологічних, соціальних та економічних тенденцій.

Сьогодні клієнти все більше звертають увагу на екологічні аспекти у своїх повсякденних виборах. Споживачі послуг готелів і ресторанів віддають перевагу закладам, які дотримуються принципів екологічної сталості, таких як енергозбереження, зменшення відходів, зниження вуглецевого сліду. Такий підхід не тільки позитивно впливає на природу, а й створює імідж відповідального бізнесу, приваблюючи екологічно свідомих клієнтів і підвищуючи їхню лояльність.

Зростання екологічної свідомості серед споживачів готельних послуг помітне як у світі, так і в Європі та Україні, зокрема через запити на сталий туризм і вибір екологічно відповідальних брендів.

Глобально екологічна свідомість споживачів у туристичній індустрії зросла, і люди очікують від бізнесу відповідального ставлення до природи. Зокрема, 66% опитаних споживачів підтримують ідею сталого розвитку, зокрема завдяки екологічно чистим готелям і сталим практикам. Ця тенденція спостерігається серед різних вікових груп, особливо серед молоді, яка схильна до вибору екологічних варіантів подорожей [1].

У Європі популярність екологічних практик у готельному бізнесі зростає, адже європейці більш схильні обирати готелі, що мають сертифікати екологічної відповідності, такі як Green Key чи EU Ecolabel. Згідно з дослідженнями CBRE, у готелях ЄС активно впроваджуються стратегії сталого розвитку, що включають скорочення споживання енергії, води та перехід на безвідходні технології. Це забезпечує конкурентну перевагу для готелів, адже екологічно відповідальні споживачі схильні вибирати саме такі варіанти розміщення [2].

В Україні теж зростає популярність екологічно сталого туризму, що відображається у збільшенні попиту на екотуризм. За даними Української асоціації готельєрів, туристи дедалі частіше обирають готелі, які пропонують екологічно чисті умови й мінімізують вплив на навколишнє середовище. Наприклад, у Карпатах та інших природних регіонах України відкриваються екологічні готелі, що підвищують обізнаність про важливість екологічної відповідальності під час подорожей, зберігаючи ресурси та підтримуючи місцеві екосистеми [3].

Зростання екологічної свідомості свідчить про те, що готельний бізнес адаптується до нових трендів сталого розвитку, реагуючи на потреби екологічно свідомих туристів у всьому світі.

Однак, незважаючи на позитивні зрушення, існують і значні перешкоди для широкомасштабного впровадження сталих практик. Багато готелів відзначають, що вартість модернізації є досить високою, особливо для історичних будівель, і їх власники іноді опираються необхідності змін. Світові лідери готельного бізнесу активно впроваджують екологічні рішення, спрямовані на зменшення свого впливу на довкілля. Наприклад, мережі Marriott і Accor інтегрують широкомасштабні програми сталого розвитку, що охоплюють управління водними та енергетичними ресурсами, а також зменшення викидів і відходів. Marriott має намір досягти нульових викидів до 2050 року, а Accor ставить амбітні цілі – скоротити викиди на 46% до 2030 року, орієнтуючись на управління власними операціями та контроль викидів постачальників і партнерів [4] .

Окрім зменшення споживання ресурсів, готелі все частіше орієнтуються на екологічні технології, такі як відновлювана енергія та інноваційні методи переробки відходів. Наприклад, The Lux Collective запровадила програму «Tread Lightly» яка дозволяє гостям компенсувати свої вуглецеві викиди за невелику плату. Зібрані кошти йдуть на кліматичні проекти, зокрема, на встановлення сонячних панелей у готелях на Маврикії та на Мальдівах.

Також є намагання стандартизувати зусилля щодо зниження викидів у готельному бізнесі. Міжнародні організації, такі як «Sustainable Hospitality Alliance», пропонують інструменти для обчислення цільових показників, допомагаючи готелям ефективніше реалізовувати науково обґрунтовані цілі щодо зменшення викидів, що є особливо актуальним для нових ринків у Азії та США, де викиди від готельного сектору є особливо високими.

Завдяки комплексним підходам і зростанню обізнаності щодо сталого розвитку, світові готельні мережі сприяють не лише захисту навколишнього середовища, а й покращенню репутації та задоволенню клієнтів, що позитивно впливає на бізнес та його конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Лідери готельного бізнесу вирішують питання екологічної сталості, впроваджуючи різні стратегії з метою мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище та задоволення зростаючого попиту на еко-відповідальні послуги. Наприклад, мережі Accor, Hilton, та Marriott впроваджують масштабні програми зменшення викидів CO₂, збереження водних ресурсів та скорочення відходів. Так, Hilton прагне зменшити свої викиди на 61% до 2030 року, тоді як Marriott націлюється на 30% скорочення викидів до того ж терміну, керуючись науково обґрунтованими показниками (Science-Based Targets) для досягнення кліматичних цілей, встановлених ООН[5].

Також, такі готелі, як Six Senses, демонструють сталість через відповідальний туризм, включаючи підтримку місцевих громад, культурне збереження, і зменшення споживання води та енергії. Більше того, готелі уникають використання одноразових пластикових виробів, організовують комплексні програми з повторного використання ресурсів і мають власні ферми для вирощування органічних продуктів.

Висновок. Такі ініціативи створюють позитивний імідж бренду та дозволяють залучати клієнтів, які віддають перевагу сталому туризму. Завдяки впровадженню нових технологій, наприклад, сонячних панелей для енергозабезпечення, готелі також досягають значної економії витрат у довгостроковій перспективі, отримуючи державні податкові пільги та інші фінансові стимули. Завдяки таким підходам лідери готельного бізнесу стають прикладом для інших компаній, сприяючи переходу індустрії гостинності до сталих та відповідальних бізнес-моделей.

Список використаних джерел:

1. The Global Environmental Awakening: How Consumers Contribute to Sustainable Development URL : <https://www.weforum.org/agenda/2021/05/eco-wakening-consumers-driving-sustainability/> (дата звернення:21.10.2024).

2. Megatrends: Understanding Key Takeaways for Consumer Sustainability in 2023. URL : <https://www.euromonitor.com/article/megatrends-understanding-sustainable-consumers-2023-key-insights> (дата звернення:21.10.2024).

3. Нові аналітичні дослідження сфери туризму і гостинності під час війни. URL : <https://nto.ua/> (дата звернення:23.10.2024).

4. The Global Environmental Awakening: How Consumers Contribute to Sustainable Development URL : <https://www.weforum.org/agenda/2021/05/eco-wakening-consumers-driving-sustainability/>(дата звернення:23.10.2024).

5. Ambitious corporate climate action URL : <https://sciencebasedtargets.org/> (дата звернення:23.10.2024).