

Перспективи розвитку екоготелів в Україні: економічний і психологічний аспекти

Шувар Н.М.

кандидат біологічних наук,
в.о. доцента кафедри харчових технологій і ресторанної справи
Львівського інституту економіки і туризму

Закалик Г.М.

старший викладач кафедри теоретичної та практичної психології
Інституту права та психології
Національного університету «Львівська політехніка»

Удуд І.Р.

кандидат економічних наук,
в.о. доцента кафедри туризму та готельної справи
Львівського інституту економіки і туризму

Екопідприємства індустрії гостинності України переважно дотримуються часткової екосертифікації. На основі проведеного аналізу нами показаний позитивний економічний ефект від пропонованого впровадження технологій для водоощадності. Якісне інформування громадськості про той вагомий внесок, який готель робить у добробут країни, регіону, конкретного району, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності самого готелю. Розглянуто можливість управління споживчим попитом на «зелений» готель через нейромаркетингові технології.

Ключові слова: екоготель, зелений готель, екосертифікація, «Зелений Ключ», екологічний менеджмент, водозбереження, екологізації підприємства, нейромаркетинг.

Шувар Н.М., Закалык Г.М., Удуд И.Р. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКО-ОТЕЛЕЙ В УКРАИНЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Экопредприятия индустрии гостеприимства Украины преимущественно придерживаются частичной экосертификации. На основе проведенного анализа нами показан положительный экономический эффект от предлагаемого внедрения водосберегающих технологий. Качественное информирование общественности о весомом вкладе отеля в благосостояние страны, региона, конкретного района будет способствовать повышению конкурентоспособности самого отеля. Рассмотрена возможность управления потребительским спросом на «зеленый» отель через нейромаркетинговые технологии.

Ключевые слова: экоотель, зеленый отель, экосертификация, «Зеленый Ключ», экологический менеджмент, водосбережение, экологизация предприятия, нейромаркетинг.

Shuvar N.M., Zakalyk H.M., Udud I.R. PROSPECTS FOR THE ECO-HOTELS DEVELOPMENT IN UKRAINE: ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS

Environmental Sustainability in the Hospitality Industry is usually followed partly. Based on the analysis we have shown positive economic impact of the proposed implementation of water-saving technologies. High-quality informing the public about the hotel's contribution to the welfare of the country or region contributes to the competitiveness of the hotel itself. We have studied the possibility of influencing consumer demand for the "green" hotel through neuromarketing technologies.

Keywords: eco-hotel, green hotel, environmental sustainability in the hospitality industry, green certification, "Green Key", green management, water-saving technologies, the greening of business, neuromarketing.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для задоволення потреб зростаючих туристичних потоків збільшується кількість підприємств готельного господарства (ПГГ). Найчастіше вони сконцентровані у «важливих» екосистемах, до яких належать пляжі, узбережжя річок і озер, гори неподалік гірських хребтів, території з гарними краєвидами недоторканої природи [1, с. 109].

З одного боку, готелі, кемпінги, курорти стають усе більш популярними і залучають нових, екологічно свідомих і підготовлених туристів [2]. З іншого – таке «сусідство» призводить до забруднення довкілля та пошкодження найцінніших природних об'єктів. Туристична діяльність впливає на атмосферне повітря, водні ресурси, ландшафти туристичних дестинацій. Виявлено суттєву пряму кореляційну

залежність між показниками туристичних потоків, купівельною спроможністю туристів, кількістю населення туристичних дестинацій та обсягами утворення твердих відходів у межах туристичних дестинацій [3, с. 129]. Так, гість ПГГ використовує води в середньому на 1/3 більше, ніж місцевий житель; використання енергії на 1 м² площі у «незірковому» готелі становить 157 кВт/год., у 4-зірковому – вже 380 кВт/год. [1, с. 109]; кількість використаних ресурсів на 150 готельних номерів у тиждень дорівнює використаним ресурсам на 100 сімей на рік [4].

Екологічні (зелені) ПГГ є яскравим прикладом застосування принципів циркулярної економіки (економічної моделі, заснованої на енергозбереженні, розвитку регенеративного екологічно чистого виробництва, обігу та споживання [5, с. 25]). Система екологічного маркування є дієвим інструментом маркетингу, що сприяє як розвитку туристичного бізнесу, так і збереженню довкілля. У світі є низка організацій, що розробляють і впроваджують системи екологічного менеджменту: British Airways Holidays (BAH), Certification for Sustainable Tourism (CST), Green Globe, HAC Green Leaf, HVS Eco Services, Touristik Union International (TUI), Green Hotel, Green Key тощо [6, с. 160]. Так, світове господарство налічує понад 124 ПГГ, відзначених сертифікацією програми Green Key. Україна знаходиться на 4-му місці за кількістю «зелених» готелів світу з відзнакою Green Key (майже 11%) [7, с. 1219]. Згідно з даними експертів організації з розвитку екологічного туризму The Ecotourism Society 85% американських туристів надають перевагу туристичним операторам, що опікуються довкіллям [8, с. 156]. Варто задуматися над тим, що за 2017 р. Україну відвідували з метою туризму лише 695 американців, тоді як у приватних цілях – 152,4 тис. осіб. Так само, на жаль, туристично непривабливою наша держава є для громадян таких країн, як Саудівська Аравія (1 особа з 2,6 тис. осіб), Об'єднані Арабські Емірати (1 особа з 1,7 тис. осіб), Данія (9 осіб з 13,2 тис.), Швейцарія (391 особа з 19,9 тис. осіб) [9], де екотехнології широко застосовуються у галузі туризму та гостинності. Для порівняння: частка екоготелів у країнах Західної Європи та США відносно невелика і рідко перевищує 20% від загальної кількості готелів, тоді як в Україні їх набагато менше [10]. Така ситуація створює перспективи для розвитку вітчизняних екоготелів та залучення екоорієнтованих туристів, котрі

готові платити більше за звичайного туриста з метою охорони довкілля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кількість закладів розміщення, що вводилися в експлуатацію для проведення «Євро-2012», є значно більшою, ніж потребує український туристичний ринок. Згідно з даними ВТО, середня завантаженість у готелях світу становить 65–75%. В Україні з 2013 по 2015 р. цей показник коливався від 13% у Херсонській області до 65% у Києві. Однак про розвиток ринку готельних послуг свідчить кількість готельних місць на 1 тис. населення, тобто для України мало би бути 440–450 тис. ліжко-місць [11, с. 66]. У 2015 р. в Україні функціонувало близько 110 тис. номерів, що у чотири рази нижче від міжнародного нормативу. За даними Державної служби статистики України, на ринку готельних послуг переважають малі готельні підприємства (до 100 місць) [9]. Це є ще одним сприятливим показником для розвитку екоготелів чи еко-сертифікації вже наявних.

За останнє десятиріччя організовано і проведено сотні конференцій і круглих столів, наприклад «Зелений бізнес: життя заради майбутнього» (Міжнародна науково-практична конференція, Київ, 2016), опубліковано тисячі наукових праць як про важливість застосування циркулярної економіки (за даними пошукової платформи Web of Science, лише за період 1970–2016 рр. було 826 публікацій з різних напрямів досліджень, що частково або повністю стосуються циркулярної економіки [цит. за 12, с. 55]), так і про екологізацію засобів розміщення (наприклад, праці львівських науковців М.В. Клапчука [13], Н.Є. Кудли і О.М. Замрій [14], Н.Є. Паньків [1], Н. Шувар та ін. [15.1]; 15.2)].

Слід зазначити, що принцип 3R як основа циркулярної економіки впродовж уже більш ніж півстоліття не змінюється. Так принцип 3R, як зазначає Ді Бу [16, с. 64], «полягає у скороченні споживання ресурсів, повторному їх використанні та рециклінгу». Принцип зменшення (Reducing) полягає у максимальному зменшенні витрат матеріальних ресурсів на процес виробництва та, у свою чергу, споживання. Натомість принцип повторного використання (Reusing) покликаний забезпечувати якнайдовший термін використання продукції. Економічна ефективність проявляється у тому, що використання вторинної сировини дає змогу досягти суттєвої економії порівняно з використанням первинних ресурсів, а також досягти екологічного ефекту

завдяки зниженню забруднення вод і викидів різних шкідливих речовин в атмосферу. Принцип переробки (Recycling) передбачає забезпечення повторного використання, відновлення продукції або ж відходів з метою продовження їх корисного «існування».

Незважаючи на вищеописане, 1) вітчизняні публікації містять лише описові відомості менеджменту окремих зарубіжних чи українських зелених готелів без наведення економічного обґрунтування; 2) екоготелі в Україні досі статистично не обліковуються (згідно з довідкою Держстату); 3) далі побутує міф про «великі капіталовкладення під час переходу підприємства на засади, визначені екосертифікацією»; 4) відзначається неготовність українських внутрішніх туристів споживати екологічні послуги та товари.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення стану використання напрямів екоменеджменту в ПГГ України та розкриття економічного і психологічного аспектів у перспективі розвитку екоготелів. Завдання: 1) навести приклади ведення екоменеджменту згідно з міжнародною екосертифікацією Green Key; 2) встановити економічний ефект від впровадження водозберігаючих технологій у готелі; 3) висвітлити психологічні аспекти виробництва і споживання екологічних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Приклади ведення екоменеджменту ПГГ України згідно з міжнародною екосертифікацією Green Key [17] висвітлено у табл. 1. Сертифікація готельних послуг (послуг із розміщення) в Україні є добровільною процедурою (з 05.09.2012 р.). Як бачимо, окремі готелі позиціонують себе як «еко» завдяки впровадженню екотехнологіям без проходження процедури екосертифікації.

Економічний ефект впровадження водозберігаючих технологій у ПГГ. Нами проведено розрахунки для впровадження водозберігаючих технологій (принцип Reducing) в одному зі львівських готелів, а саме водозберігаючої насадки на кран (53 шт.), арматури зливної до бачка унітазу марки Т-003 (44 шт.) і лійки-аератора для душу (39 шт.) німецької компанії Eco-Water. Так, сумарні витрати становлять 27,6 тис. грн. (за цінами станом на 30.04.2017 р. на офіційному сайті компанії Eco-Water, URL: <http://eco-water.com.ua>). При цьому річна економія на платі за водокористування та водовідведення від впровадження водозберігаючих технологій становить 28,9 тис. грн./рік. Розрахований коефіцієнт економічної ефективності капіталовкладень

Ер повинен порівнюватися з нормативним коефіцієнтом Ер, який встановлюється Міністерством економіки України на певний період. [18]. Так, абсолютний ефект або коефіцієнт економічної ефективності капітальних витрат (Ер) від впровадження ресурсозберігаючих технологій становить 0,98, що є вищими за Ер (0,15), тобто капіталовкладення є доцільним. Термін (період) окупності капіталовкладень (Тр) нами прогнозується як 1 рік. Показником порівняльної ефективності капітальних вкладень у розвиток ресурсозберігаючих технологій є мінімум приведених витрат (З прив.) [18]. Згідно з нашими розрахунками цей показник становить 32 365,4 тис. грн. Якщо прийняти дисконтвану ставку – 0,15%, то теперішня приведена вартість (PV) становить 44,0 тис. грн. Цей показник більшість фахівців розглядає як найприйнятніший критерій оцінювання капітальних інвестицій. Чиста приведена вартість показує вірогідну величину приросту капіталу підприємства у разі реалізації інвестиційного проекту. А оскільки основною метою управління підприємством є збільшення власного капіталу (власності акціонерів), то такий критерій цілком відповідає потребам і завданням, які виникають перед управлінським персоналом [19, с. 73]. Визначення чистого приведенного ефекту (NPV) показало 24,9 тис. грн., тобто значення NPV є позитивним і вказує на доцільність інвестування, оскільки проект буде прибутковим. Під час розрахунків нами виявлено індекс прибутковості (PI) більший за 1 (а саме 1,6), тобто проект приймається. Таким чином, нами показаний позитивний економічний ефект від пропонованого впровадження технологій для водоощадності,

Психологічні аспекти виробництва і споживання екологічних послуг. Мотивацією до впровадження екологічного менеджменту в українських готелях є:

– подвійний вигаш – впровадження ресурсо- і природоохоронних заходів може давати економічну вигоду. «Зелені» готелі, що впроваджують енергоефективні технології, озеленення прилеглих територій і самих будівель значно скорочують викиди CO і CO₂ у довкілля;

– нова бізнес-етика – соціальна відповідальність бізнесу, яка базується на концепції сталого розвитку;

– вплив та співвідношення сил між групами менеджерів (тими, що підтримують екологічні рішення, нейтральними та скептиками) [20, с. 10];

Таблиця 1

Ведення екоменеджменту зеленими готелями України згідно з Green Key

№ п/п	Зелений готель	Наявність екосертифікату	Принципи екоменеджменту	
			застосовані	не реалізовані*
1.	Radisson Blu Hotel Kiev	міжнародний екосертифікат Green Key, 2011 р.	1–4, 6–8	5, 9–13
2.	Дністер Прем'єр Готель (Львів)	міжнародний еко-сертифікат Green Key, 2012 р.	2–4, 6–8, 11, 12, 13	1, 5, 9, 10
3.	Екоготель «Ковчег»	1) Екологічний сертифікат «Зелений журавлик» СОУ OEM 059 2) «Господа шанує природу», виданий Інформаційним центром «Зелене досє», 2011 р. 3) «Кращий об'єкт зеленого туризму» за версією Green Awards Ukraine, 2011 р.	1, 3, 4, 6–8, 10, 11, 13	2, 5, 9, 12
4.	Maison Blanche міні-готель Київ	1) міжнародний екосертифікат Green Key 2) «Кращий об'єкт зеленого туризму» за версією Green Awards Ukraine	1, 3–8, 10	2, 9, 11–13
5.	Сіті Парк Готель Київ	*	1, 3–8	2, 9–13
6.	Готель «Театральний»	*	1–8, 10, 11	9, 12, 13
7.	Екоготель «Романтик Спа»	*	7, 8	1–6, 9–13

Примітка:

- п. 1. Екологічний менеджмент.
- п. 2. Залучення персоналу.
- п. 3. Інформування гостей.
- п. 4. Споживання води.
- п. 5. Використання миючих засобів.
- п. 6. Відходи.
- п. 7. Споживання енергії.
- п. 8. Харчування.
- п. 9. Внутрішній клімат на підприємстві.
- п. 10. Зелені насадження.
- п. 11. Екологічне просвітництво.
- п. 12. Адміністрування та співпраця з партнерами/постачальниками.
- п. 13. Транспорт.

* – інформація на офіційному сайті ПГГ відсутня

Джерело: складено нами на основі офіційних сайтів ПГГ

– здоров'я персоналу – компанії, які створюють екологічні умови праці для персоналу (органічна їжа у кафетерії чи використання екологічно чистих засобів для чищення), можуть зменшити витрати на медичне обслуговування персоналу за страховкою та підвищити продуктивність праці. При цьому кількість лікарняних днів, використаних співробітниками, скорочується в середньому на 20% [21, с. 134].

Щодо самих еко-орієнтованих споживачів, то портрет покупця органічної продукції – це

жінки віком від 21 до 40 років, освіта вища, сфера діяльності – службовець, робітник, підприємець, щомісячні витрати на харчування становлять 26–50% сімейного бюджету [22, с. 73].

Екоорієнтованого гостя готелю за видом споживача можна визначити згідно з моделлю ValS2 [цит. за 23, с. 342] як «борця» – віддає перевагу товарам (послугам у нашому прикладі, прим. авторів) тільки одних марок, довіряє рекламі. Тобто такий гість завжди

вибиратиме «зелені» готелі. Управляти споживчим попитом на екоготелі через нейромаркетинг варто акцентуючись на рекламі безпеки для здоров'я та екологічно чистої їжі, використовуючи у слоганах «вічні цінності». Також ефективним є проведення екологічних заходів із залученням місцевого населення та іноземних туристів, із висвітленням через ЗМІ, наприклад, екофоруму (подібний відбувся у 2017 р. у вище згадуваному екоготелі «Дністер Прем'єр Готель», м. Львів), екологічних фестивалів тощо. Залучення нових споживачів можливе шляхом створення програм стимулювання лояльності до екоготелю (у тому числі знижки, промоушн-акції, програми «відданого гостя»), використання вербальної та невербальної поведінки обслуговуючого персоналу як складника визнання гостя та іміджу закладу. Такими нейромаркетинговими технологіями можуть бути залучені ще 4 із 8 видів споживача: «такий, що прагне», «такий, що експериментує», «діяльний» і «консервативний».

Мотивуючи до споживання послуг екоготелів із використанням нейромаркетингових

технологій, потрібно враховувати етичний бік, щоб не викликати зворотного ефекту від відчуття маніпулювання, описаного у публікації О.Г. Зими «Мотивація і маніпуляція як інструменти впливу на людину» [24, с. 479].

Висновки. Таким чином, 1) нами встановлено відповідність ведення екоменеджменту екоготелями України до міжнародної екосертифікації Green Key; 2) показано, що окремі готелі позиціонують себе як «еко» завдяки впровадженню екологічним технологіям без проходження процедури екосертифікації; 3) виявлено позитивний економічний ефект від запропонованого впровадження технологій для водоощадності; 4) розглянуто можливість управління споживчим попитом на «зелений» готель через нейромаркетингові технології; 5) доведено перспективи для розвитку вітчизняних екоготелів та залучення екоорієнтованих туристів, котрі готові платити більше за звичайного туриста з метою охорони довкілля чи екосертифікації вже наявних ПГГ.

Надалі планується дослідження ефективності управління відходами готельно-ресторанними комплексами.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Паньків Н.Є., Гунько В.М. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток еко-готелів як інноваційної концепції гостинності // Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Вип. 27(3). С. 108–112.
2. Звенигородський В.В. Туристський потенціал України у розвитку міжнародного туризму // Інноваційні моделі розвитку туристичної інфраструктури України. Буковинське та світове старообрядництво: історія, культура, туризм : Матеріали Міжнар. наук.-практич. конференції. (Чернівці, 23–24 вересня 2006 р.). Ч. I. Чернівці, 2006. С. 85–89.
3. Коробейникова Я.С., Юрас Ю.І. Моделювання обсягів утворення твердих побутових відходів в туристичних дестинаціях // Екологічна безпека та збалансоване природокористування. 2017. № 1. С. 129–133.
4. Чому Еко? // Екосадиби «Мезон Бланш». URL: <http://maison-blanche.com.ua/?q=ua/chomu-eco> (дата звернення: 3.04.2018)
5. Собкевич О.В., Шевченко А.В., Михайличенко К.М. та ін. Реальний сектор економіки України: пріоритети розвитку в умовах зміни вектора економічної політики : аналіт. доп. К. : НІСД, 2017. 40 с. ISBN 978-966-554-291-9
6. Полянничко О. В., Катоніна Т. В. Екологізація готельно-ресторанної сфери в Україні // Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку : Матеріали Міжнар. наук.-практич. Інтернет-конференції (Київ, 16 березня 2018 р.). К.: КНЕУ, 2018. С. 160–163.
7. Остапенко Я.О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 8. С. 1216–1221.
8. Матвійчук Л.Ю., Тищук І.В. Регіональні особливості поширення зеленого туризму в Україні // Економічні науки. Сер. Регіональна економіка. Зб. наук. праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2014. Вип. 11 (43). С. 149–157.
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Некрашук О. В Україні зростає попит на екоготелі [Електронний ресурс] //Finance.UA : інтернет-видання. (18.06.2014) URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/328187/v-ukrayini-zrostaye-popyt-na-ekogoteli> (дата звернення: 18.04.2017)
11. Відоменко І.О., Діденко Н. С. Дослідження сучасного стану готельного господарства України та його вплив на формування стратегії просування послуг індустрії гостинності // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 21. С. 64–68.

12. Сергієнко Л.В. Впровадження циркулярної економіки в Україні: державно-управлінський аспект. Дис. ... канд. наук з держ. управління : 25.00.02. – Житомир, 2017. 265 с.
13. Клапчук М.В., Несп'як В.І. Інноваційні аспекти розвитку готелів // Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. – Львів : ЛІЕТ, 2016. № 11. С. 70–77.
14. Кудла Н.Є., Замрій О.М. Еко-інноваційна концепція у готельно-ресторанному бізнесі // Туристичний, готельний і ресторанный бізнес: інновації та тренди : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.). Київ : КНТЕУ, 2016. С. 167-168. ISBN 978-966-629-767-2
15. Шувар Н. 1) Шувар Н., Пасельський Д. Сучасні напрями екологізації закладів готельно-ресторанного господарства України // Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку : матеріали ХХХVIII Всеукр. наук. інтернет-конференції (Переяслав-Хмельницький, 14 грудня 2017 р.). Зб. наук.праць – Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 38. С. 186–189; 2) Шувар Н., Романчук С., Закалик Г. Розміщення екологічної інформації на сайті як психологічний чинник підвищення конкурентоспроможності готелів України // Там само. С. 189–192.
16. Wu, Di, A study on regional circular economy system and its construction, operation and suggestion for Shanghai, Master's Thesis, Michigan Technological University, 2014. 72 p.
17. Екомаркування // Зелене досьє : Green Dossier, Kiev (Ukraine). URL: https://ecolabeling.wordpress.com/certification_how_to/recomendations/#management (дата звернення: 20.03.2017)
18. Ахромкін Є.М. Методична база оцінки ефективності впровадження ресурсозберігаючих технологій [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. 2011. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_1_14 (дата звернення: 15.04.2017)
19. Влащенко Н.М. Інноваційні технології в готельному господарстві. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. 89 с.
20. Пономаренко Є.Г., Ломакіна О.С. Екологічний менеджмент і аудит. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 64 с.
21. Громов В.Б. Соціально-економічні аспекти мотивації підприємства до виробництва екологічно чистої продукції // Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Зб. матеріалів IV Міжнарод. наук.-практич. конференції. – К.: ДП «Прінт Сервіс», 2016. – С. 133–135.
22. Волкова І.М. Маркетингове дослідження переваг споживачів органічної продукції // Органічне виробництво і продовольча безпека. Житомир: «Полісся», 2013. С. 70–74.
23. Астахова І.Э., Полякова Н.А. Этические проблемы нейромаркетинговых исследований в процессе управления потребительским спросом // Економіка і суспільство. 2017. Вип. 13. С. 340–344.
24. Зима О.Г. Мотивація і маніпуляція як інструменти впливу на людину // Економіка і суспільство. 2017. Вип. 13. С. 474–480.

REFERENCES

- Pankiv, N.Ye., & Gunko, V. M. (2017). The impact on environment of accommodation establishments and development of eco-hotels as an innovative concept of hospitality. *Scientific Bulletin of UNFU*, 27(3), pp. 108–112.
- Zvenyhorodskiy, V.V. (2006) Turystskiy potentsial Ukrainy u rozvytku mizhnarodnoho turizmu [The tourist potential of Ukraine in the development of international tourism]. *Proceedings of the Innovatsiini modeli rozvytku turystychnoi infrastruktury Ukrainy. Bukovynske ta svitove staroobriadnytstvo: istoriia, kultura, turizm : Materialy Mizhnar. nauk.-praktych. konferentsii.* (Chernivtsi, September, 23–24, 2006). Ch. I.. pp. 85–89.
- Korobeinykova, Ya.S., Yuras, Yu.I. (2017) Modeliuvannia obsiahiv utvorennia tverdykh pobutovykh vidkhodiv v turystychnykh destynatsiiakh [Modeling of solid waste generation in tourist destinations]. *Ekolohichna bezpeka ta zbalansovane pryrodokorystuvannia.* № 1. С. 129–133.
- Chomu Eko? [Why Eco?]. *Ekosadyby "Mezon Blansh"*. URL: <http://maison-blanche.com.ua/?q=ua/chomu-eco> (accessed 3 April 2018)
- Sobkevych, O. V. at all. (2017) Realnyi sektor ekonomiky Ukrainy: priorityety rozvytku v umovakh zminy vektora ekonomichnoi polityky [The real sector of Ukraine's economy: the development priorities in the context of changing the economic policy vector] : analit. dop. K. : NISD, (in Ukrainian)
- Polianychko, O.V., Katonina, T.V. (2018) Ekolohizatsiia hotelno-restoranoi sfery v Ukraini [Ecologization of hotel-restaurant sphere in Ukraine]. *Proceedings of the Turystychnyi biznes: suchasni trendy ta stratehii rozvytku : Mizhnar. nauk.-praktych. Internet-konferentsia* (Kyiv, March, 16, 2018 r.). K.: KNEU, pp. 160-163.
- Ostapenko, Ya.O. (2015) Statystychnyi analiz pidpriemstv hotelnoho hospodarstva ta prohozuvannia yoho rozvytku [Statistical analysis of the hotel industry and prognosis of its development]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky.* no. 8. pp. 1216–1221.

8. Matviichuk, L.Yu., Tyshchuk, I.V. (2014) Rehionalni osoblyvosti poshyrennia zelenoho turyzmu v Ukraini [Regional distribution features green tourism in Ukraine]. *Ekonomichni nauky. Ser. "Rehionalna ekonomika"*. Zb. nauk. prats. – Lutsk: RVV Lutskoho NTU, vol. 11 (43). pp. 149–157.
9. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Nekrashchuk, O.V (2014) Ukraini zrostaie popyt na ekohoteli [In Ukraine, the demand for eco-labels is growing]. *Finance.UA* (electronic journal). URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/328187/v-ukrayini-zrostaye-popyt-na-ekogoteli> (accessed 18 June 2014)
11. Vidomenko, I.O., Didenko, N. S. (2016) Doslidzhennia suchasnoho stanu hotelnoho hospodarstva Ukrainy ta yoho vplyv na formuvannia stratehii prosuvannia posluh industrii hostynnosti [The study of current state of the hotel industry of Ukraine and its influence on the strategy formation of promotion of hospitality industry services]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser. Ekonomika i menedzhment*. vol. 21. pp. 64–68.
12. Serhiienko, L.V. (2017) Vprovadzhennia tsyркуliarnoi ekonomiky v Ukraini: derzhavno-upravlinskyi aspekt [The introduction of the circular economy in Ukraine: the state-management aspect] (PhD Thesis), Zhytomyr.
13. Klapchuk M. V., Nespiak, V. I. (2016) Innovatsiini aspekty rozvytku hoteliv [Innovative aspects of hotel development]. *Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism : collection of scientific works*. Lviv : LIET, no. 11. pp. 70–77.
14. Kudla, N.Ye., Zamrii, O.M. Eko-innovatsiina kontsepsiia u hotelno-restorannomu biznesi [Eco-innovative concept in the hotel and restaurant business]. *Proceedings of the Turystychnyi, hotelnyi i restorannyi biznes: innovatsii ta trendy: Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Kyiv, April, 7, 2016 r.)*. Kyiv : KNTEU, pp. 167–168.
15. Shuvar N. 1) Shuvar, N., Paselskyi, D. (2017) Suchasni napriamky ekolohizatsii zakladiv hotelno-restorannoho hospodarstva Ukrainy [Modern directions of ecologization of hotel and restaurant economy establishments of Ukraine]. *Proceedings of the Vitchyzniana nauka na zlami epokh: problemy ta perspektyvy rozvytku : XXXVIII Vseukr. nauk. internet-konferentsii (Pereiaslav-Khmelnitskyi, December, 14, 2017)*. Zb. nauk.prats – Pereiaslav-Khmelnitskyi, vol. 38. pp. 186–189; 2) Shuvar, N., Romanchuk, S., Zakalyk, H. Rozmishchennia ekolohichnoi informatsii na сайti yak psykhologichnyi chynnyk pidvyshchennia konkurentospromozhnosti hoteliv Ukrainy [Placement of environmental information on the site as a psychological factor for improving the competitiveness of hotels in Ukraine]. *Ibid*, pp. 189–192.
16. Wu, Di, (2014) A study on regional circular economy system and its construction, operation and suggestion for Shanghai, Master's Thesis, Michigan Technological University. 72 p.
17. Ekomarkuvannia [Eco-labeling]. *Zelene dosie : Green Dossier*, Kiev (Ukraine). URL: https://ecolabeling.wordpress.com/certification_how_to/recomendations/#management (accessed 20 March 2017)
18. Akhromkin, Ye. M. (2011) Metodychna baza otsinky efektyvnosti vprovadzhennia resursozberihaiuchykh tekhnolohii [Estimation methodical base of implementation efficiency of resource-saving technologies]. *Efektivna ekonomika*. no. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_1_14 (accessed 15 April 2017)
19. Vlashchenko, N. M. (2016) Innovatsiini tekhnolohii v hotelnomu hospodarstvi [Innovative technologies in the hotel industry]. Kharkiv: KhNUMH im. O.M. Beketova
20. Ponomarenko, Ye. H., Lomakina, O. S. (2017) Ekolohichniy menedzhment i audyt [Ecological management and audit]. Kharkiv: KhNUMH im. O.M. Beketova
21. Hromov, V.B. (2016) Sotsialno-ekonomichni aspekty motyvatsii pidpriemstva do vyrobnytstva ekolohichno chystoi produktsii [Socio-economic aspects of enterprise's motivation to produce environmentally friendly products]. *Proceedings of the Zelenyi biznes: zhyttia zarady maibutnoho: IV Mizhnarod. nauk.-praktych. konferentsia*. K.: DP "Print Servis", pp. 133–135.
22. Volkova, I. M. (2013) Marketynhove doslidzhennia perevah spozhyvachiv orhanichnoi produktsii [Marketing research of the organic products consumers benefits]. *Orhanichne vyrobnytstvo i prodovolcha bezpeka*. Zhytomyr: "Polissia", pp. 70–74.
23. Astakhova, Y.Э., Poliakova, N.A. (2017) Eticheskiye problemy neyromarketingovykh issledovaniy v protsesse upravleniya potrebitelskim sprosom [Ethical problems of neuromarketing researches in process of management of the consumer demand]. *Ekonomika i suspilstvo*. vol. 13. pp. 340–344.
24. Zyma, O.H. (2017) Motyvatsiia i manipuliatsiia yak instrumenty vplyvu na liudynu [Motivation and manipulation as tools of influence on the person]. *Ekonomika i suspilstvo*. vol. 13. pp. 474–480.