

## ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СПРИЙНЯТТЯ ТУРИСТАМИ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАКТИК ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

*Крайнюк Л. М., канд. техн. наук, професор*

*Полчанінова І.Л., канд. екон. наук*

*Покоłodна М.М., канд. геогр. наук, доцент*

*Харківський національний університет міського господарства імені  
О. М. Бекетова*

**Постановка проблеми.** Двадцять років тому визначальним фактором при виборі готельного підприємства була пропозиція «Сніданок включено», але сьогодні пріоритети мандрівників змінилися. Зростаюче суспільне розуміння екологічних проблем торкнулося і готельного сектору. Туристи, небайдужі до екологічних проблем, вибирають, де зупинитися під час перебування у подорожі, не тільки виходячи з ціни та місця розташування засобу розміщення, а й з-за прагнення готелю знизити свій вплив на навколишнє середовище. Про те, що багато людей при плануванні відпусток все частіше враховують такий фактор, як екологічність готелю, говорять і результати сучасних досліджень [1 - 3]. Мандрівники готові платити більше за «зелені» продукти та послуги (за дослідженням П. Хвідберга більше 80% споживачів [4]). Відповідно до тренду зростаючого попиту на екологічно чисті готелі, профільна американська інтернет-платформа TripAdvisor запустила програму пошуку готелів EcoLeader, щоб виділити екологічні засоби розміщення і допомогти мандрівникам всього світу планувати більш екологічні поїздки. Мандрівники можуть налаштувати власний пошук і переглянути детальний список екологічно стійких методів, прийнятих кожним засобом розміщення, або вибрати готель відповідно до присвоєного рівня екологічної відповідальності. На платформі представлено більше 6000 готельних об'єктів, удостоєних визнання EcoLeader [5].

У міру того, як прагнення до екологічності в індустрії гостинності зростає, менеджери готельних підприємств стикаються з необхідністю рішень, що стосуються екологічних дій, ділової етики та соціальної відповідальності, та в той же час вони мають забезпечувати економічний успіх діяльності власних закладів. Критичне завдання для готельного менеджменту полягає в тому, щоб краще зрозуміти бажання клієнтів щодо екологічного споживання. Більш глибоке розуміння «зелених» споживачів може призвести готельні заклади до розробки більш ефективних і дієвих «зелених» програм і ініціатив.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження ролі екологічної складової в забезпеченні сталого розвитку готельного комплексу в Україні є відносно новим напрямком досліджень. Аналіз наукових праць вітчизняних науковців показав, що основними напрямками досліджень у сфері екологічної стійкості ринку гостинності є екологічні інновації (Н. М. Влащенко [6], В. М. Гунько, Н. Є. Паньків [7], О. Є. Паук [8]), використання екотехнологій в готельному господарстві (А. В. Маселков, О. Ю. Поясник, Т. І.

Іщенко, О. Б. Шидловська, А. В. Гавриш [9]), аналіз зарубіжного досвіду впровадження концепції екоготелів (В. В. Савченко, Г. М. Агеєва [10], Л. В. Польова, О. В. Філюстін [11]). Роботи М. С. Авдєєвої, Г. В. Кравчук [12], Л. С. Безручко, М. В. Клапчук, Ю. І. Жук [13], О. С. Пушка, Д. Ю. Тіхонової [14] присвячені територіальним особливостям діяльності еко-готелів. У зарубіжній літературі питанням екологічного розвитку готельного господарства присвячено більше уваги, хоча дослідження споживачів послуг екологічних готелів висвітлені тільки частково в декількох фундаментальних роботах, таких як книги Х. Л. Рубрайт [15], В. Легранда, Ф. Слоуна, Дж. С. Чена [16] та К. Вебстер [17].

**Невирішені складові загальної проблеми.** В умовах зростаючої важливості сталого розвитку готельного комплексу для отримання довгострокових конкурентних переваг, виникає необхідність в оцінці споживчих переваг щодо екологічної продукції та послуг.

**Формулювання цілей статті.** Мета дослідження полягала в вивченні ставлення туристів до еко-відповідальних практик засобів розміщення Харківського регіону, уточненні аспектів, потребуючих поліпшення, та встановленні, чи може орієнтація на навколишнє середовище являти собою вірну стратегію щодо отримання конкурентних переваг для готельних підприємств Харківського регіону. Головним чином, отримані результати мають стати інструментом, який керівництво готельних закладів може використовувати для поліпшення обслуговування клієнтів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В останні роки такі терміни, як «сталий розвиток туризму», «екологічно чистий туристський напрям», «екологічний готель», набувають все більшого значення, в деяких випадках визначаючи реальні зміни звичок і способу життя тисяч людей, визначаючи вибір споживачів і рішення, що приймаються на туристському ринку.

Сталий розвиток не є новою ідеєю, багато культур протягом всієї історії людства визнавали необхідність гармонії між навколишнім середовищем, суспільством і економікою. Але саме після публікації в 1987 р. доповіді Всесвітньої комісії з навколишнього середовища і розвитку «Наше спільне майбутнє» (також відомою як «доповідь Брундтланд») концепція сталого розвитку завжди фігурувала в порядку денному політичних дискусій про взаємини між довкіллям і розвитком. У цьому звіті сталий розвиток було визначено наступним чином: «Сталий розвиток – це розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні» [18].

Виходячи з цієї концепції, в 1988 р. Всесвітня туристична організація (UNWTO) дала перше визначення сталого туризму, стверджуючи, що «туристська діяльність є стійкою, якщо вона розвивається таким чином, щоб залишатися життєздатною в туристській зоні протягом деякого часу. необмежений, не змінює навколишнє середовище (природне, соціальне і естетичне) і не перешкоджає розвитку інших соціально-економічних видів діяльності» [19].

У 1996 р. Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC) і Міжнародна асоціація готелів і ресторанів спільно з Радою Землі запустили програму політичних дій під назвою «Порядок денний на XXI століття» для індустрії подорожей і туризму: на шляху до екологічно стійкого розвитку [20]. У Хартії про сталий розвиток Європейська асоціація готельєрів та рестораторів HOTREC зазначила, що екологічна стійкість стає все більш важливою для підвищення якості обслуговування клієнтів і загальної задоволеності туристів [21].

2017 р. був оголошений «Міжнародним роком ООН зі сталого розвитку туризму». Це визнання ясно показує, що мандрівники все більше уваги приділяють екологічним проблемам. Не випадково 78% заявили, що зацікавлені в проживанні в екологічно чистому готелі, в порівнянні з 30% в попередньому році. У цьому рейтингу рекорд дістається китайським мандрівникам (93%), за якими слідує бразильці (83%) і іспанці (80%). Приблизно для 38% туристів повага до навколишнього середовища під час поїздок означає, перш за все, економію води, зменшення кількості змін і прання постільної білизни та рушників, а також менше використання миючих засобів, таких як шампунь, мило, зубна паста і леза. Інші прояви екологічності визначаються у споживанні більш автентичних і «місцевих» продуктів харчування, покупки виробів місцевих виробників [22].

Для сфери гостинності наразі пропонується багато важливих екологічних показників. Враховуючи важливість туризму та ключову роль, яку готелі мають відігравати у сталому розвитку цього сектору, Міжнародна асоціація готелів (IHA), Міжнародна ініціатива з охорони навколишнього середовища (IHEI), Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP) та UNEP Промисловість та навколишнє середовище (UNEP / IE) видали посібники під назвою «Пакет екологічних дій для готелів» [23] та «Екологічна практика в готелях» [24], в яких намагаються сприяти екологічному менеджменту готелів та нарощуванню потенціалу з цього важливого питання.

Відповідно до [23], екологічно стійкі готелі повинні прагнути зменшити свій вплив на навколишнє середовище за допомогою таких заходів, як енергозбереження, скорочення відходів та збереження води. У [24] зазначено, що екологічні готелі створюють природне та здорове середовище, заохочуючи тим самим своїх працівників та гостей уважно перевіряти кожен свою оперативну процедуру для мінімізації впливу на навколишнє середовище. Окрім цього, готелі повинні звертатися до екологічної обізнаності своїх гостей, закликаючи їх повторно використовувати рушники та утримуватися від користування одноразовими зручностями під час перебування. Вживаючи ці заходи, готелі сприяють охороні навколишнього середовища та сталому розвитку, привертаючи при цьому гостей, які ототожнюються з цими концепціями [25 - 26].

Варто відзначити, що в Харківському регіоні функціонує досить багато закладів розміщення, що не позиціонують себе як еко-готелі, проте вони активно беруть участь в програмах ресурсозбереження, пропаганді «зеленого» способу життя і мають еко-сертифікати. За відомостями офіційних сайтів

готельних підприємств, серед них: Reikartz, Premier Hotels and Resorts (готелі Харків Палас, Аврора, Космополіт), Hotel Meduza і багато інших. Проте немає жодного закладу, який би мав назву «еко-готель», тобто на практиці «еко-тренди» ще є дуже слабкими. Це обумовлюється значними витратами на будівництво, експлуатацію та інновації, необізнаністю споживачів про існування та особливості таких засобів розміщення. У зв'язку з цим бачиться абсолютно неможливим і неприпустимим абстрагуватися від попиту на екологічний компонент готельних послуг, який, в кінцевому підсумку, визначається особистісними інтересами споживачів.

Більшість менеджерів готелів дуже специфічно ставляться до конфіденційності клієнтів, тому для проведення дослідження обиралися лише такі готельні заклади, керівництво яких висловило бажання прийняти участь. Після першої співбесіди 10 готелів погодилися співпрацювати з опитуванням. За умови, що конфіденційність клієнтів буде захищена, та що їх не будуть турбувати, анкету розміщували в папці з інформаційними матеріалами в номерах гостей. Загалом у готелях було видано 500 анкет та отримано назад 408 заповнених з відповідями. За зібраними демографічними даними, 53,6% респондентів були чоловіки та 46,4% - жінки; найбільша вікова група становила 31–40 років (34,6%), далі 21–30 років (29,7%); більшість учасників одружені (57,8%); більшість – випускники вищих навчальних закладів (53,3%).

З урахуванням великого розмаїття підходів до оцінки екологічного складника сталого розвитку, питання в анкеті було згруповано за двома блоками, а саме раціональність використання ресурсів готелю та його екологічна відповідальність. У таблиці 1 можна побачити важливість чотирьох показників, пов'язаних з мінімізацією споживання ресурсів і утворенням відходів (особливо це стосується використання одноразових предметів).

Таблиця 1

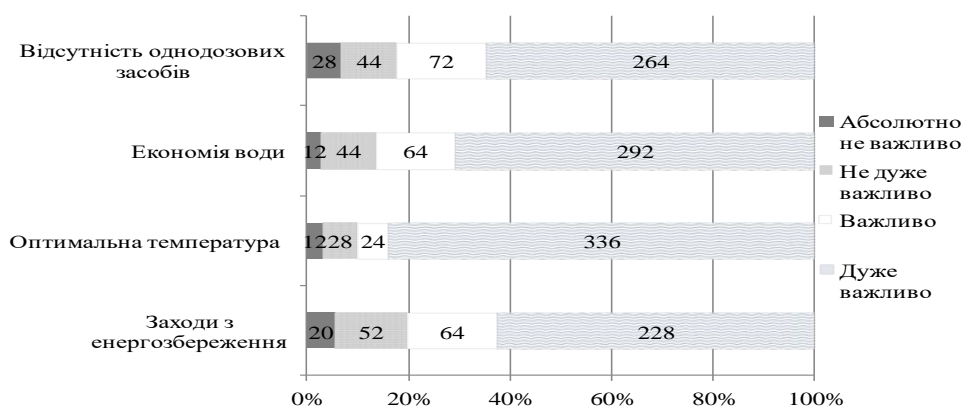
**Важливість складників екологічного використання ресурсів готелю**

Оцінка	Заходи з енергозбереження		Оптимальна температура		Економія води		Відсутність одноразових засобів	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
0	8	2,2	4	1	8	1,9	20	4,9
1	0	0	4	1	0	0	4	1
2	12	3,3	4	1	4	1	4	1
3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	8	2,2	8	2	12	2,9	8	2
5	44	12,1	20	5	32	7,8	36	8,8
6	32	8,8	8	2	28	6,8	20	4,9
7	32	8,8	16	4	36	8,7	52	12,7
8	44	12,1	68	17	104	25,2	96	23,5
9	84	23,1	100	25	80	19,4	80	19,6
10	100	27,5	168	42	108	26,2	88	21,6
Середнє значення	9		9		8		8	

Відразу ж виділяється велика кількість неотриманих відповідей стосовно економії енергії, оскільки сто респондентів не відповіли на це питання. Що стосується інших аспектів, то деякі клієнти також не виставили їм оцінку

важливості, проте відсоток неотриманих відповідей нижче, ніж щодо відношення до енергозбереження.

Щоб краще зрозуміти значення цих перших чотирьох аспектів, доцільно розподілити оцінки респондентів на інтервали, які характеризують ступінь важливості факторів екологічної стійкості для споживачів. В дослідженні використано модифікацію шкали Лайкерта, при чому ступінь важливості оцінювалася як «неважливо» (оцінка від 0 до 3 балів), «деякою мірою важливо» (оцінка від 4 до 5 балів), «важливо» (оцінка від 6 до 7 балів) та «дуже важливо» (оцінка від 8 до 10 балів). Графічно важливість перших чотирьох аспектів, пов'язаних з екологічною складовою сталого розвитку наведено на рис. 1.



**Рис. 1. Важливість показників раціонального використання ресурсів за інтервальною оцінкою**

*\* авторська розробка*

З рис. 1 видно, що аспект, який набув найбільшого значення, пов'язаний з комфортною температурою в приміщеннях. Фактично, 84% респондентів оцінили важливість цієї характеристики від восьми до десяти балів. Цей факт також відображає незадоволеність значної кількості клієнтів температурним режимом під час їх перебування в готелях, тому забезпечення оптимальної температури у приміщеннях є одним із пріоритетних завдань для менеджменту, виконання якого здатне підвищити задоволеність клієнтів.

Іншим аспектом, який вважається дуже важливим майже для 71% гостей, та які поставили йому оцінку від восьми до десяти, є ощадливе споживання води. Під цим поняттям в даному дослідженні мається на увазі як обізнаність гостей готелю про зважене споживання води і так раціональне використання цього ресурсу персоналом готелю. З іншого боку, 10,7% респондентів вважають, що цей аспект не дуже важливий, а 2,9% взагалі не зважають на економію води.

Нарешті, відмова готелю від використання однодозових продуктів, таких як шампунь, гель для душу, мило, бальзам для волосся, крем, набір для гоління у міні-флаконах. Важливість цього аспекту отримує найвищу оцінку (від восьми до десяти) для майже 65% опитаних, і, якщо врахувати кількість гостей, які вважають цей аспект важливим (оцінюючи від шести до десяти балів), то їх питома вага зросте до 82,3%. Екологічна відповідальність готельних

підприємств спрямована на зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище, сприяння реалізації сталого управління готельним бізнесом, а також на підвищення екологічної інформованості гостей і персоналу.

Дані таблиці 2 показують важливість, яку надають опитані гості готелів Харківського регіону наступним чотирьом аспектам, пов'язаним з екологічною відповідальністю в готелях.

Таблиця 2

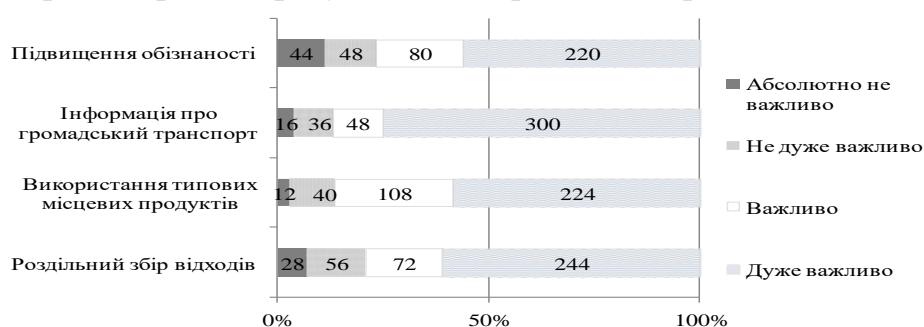
**Важливість складників екологічної відповідальності готелів**

Оцінка	Роздільний збір відходів		Використання типових місцевих продуктів		Інформація про громадський транспорт		Підвищення обізнаності	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
0	12	3	8	2,1	12	3	16	4,1
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	4	1	4	1	4	1	8	2
3	12	3	0	0	0	0	20	5,1
4	12	3	20	5,2	12	3	16	4,1
5	44	11	20	5,2	24	6	32	8,2
6	24	6	32	8,3	12	3	24	6,1
7	48	12	76	19,8	36	9	56	14,3
8	64	16	52	13,5	92	23	72	18,4
9	84	21	72	18,8	72	18	64	16,3
10	96	24	100	26	136	34	84	21,4
Середнє значення	8		8		9		8	

\* авторська розробка

В отриманих анкетах так само є більше десяти пропущених відповідей по кожному складнику, окрім того відносно важливості використання типових місцевих продуктів дві анкети не розглядалися, оскільки в одній було оцінка була виставлена двічі, а в іншій анкеті відповідь не можна зрозуміти.

Аналогічно показникам першого блоку, було розподілено отримані оцінки складників екологічної відповідальності готельних підприємств за шкалою Лайкерта. Отримані результати зображено на рис. 2.



**Рис. 2. Важливість показників екологічної відповідальності за інтервальною оцінкою**

\* авторська розробка

Беручи до уваги оцінки складників блоку екологічної відповідальності готельних підприємств, розділені на інтервали, видно, що аспект, який вважається менш важливим, пов'язаний з обізнаністю гостей про екологічну поведінку. 23,4% респондентів не визнають це важливим, і серед них 11,2% взагалі вважають це марним. Та поруч із такою думкою, більше половини

гостей, які відповіли на це питання, привласнюють цьому аспекту вісім або більше балів.

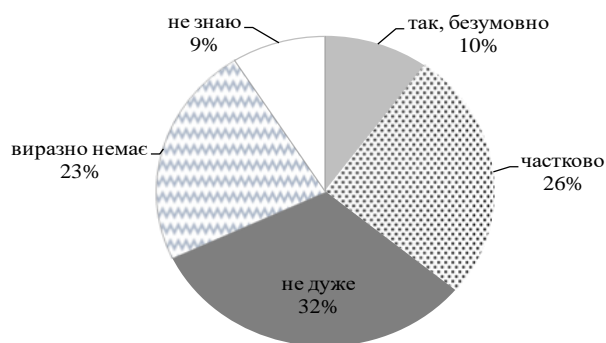
Наступним є здійснення готелем роздільного сортування відходів. 21% респондентів заявили, що цей аспект не важливий. Маємо сказати, що ми були дещо здивовані цим відсотком, оскільки вважаємо, що, поряд з правильною температурою у номерах, це одна з характеристик, яка повинна мати нижчий відсоток негативних оцінок. Незважаючи на це, в будь-якому випадку питома вага оцінок від восьми до десяти безумовно велика (майже 61%).

Щодо важливості використання типових місцевих продуктів, якій високу оцінку поставили майже 60% гостей, які відповідали на це питання. 13,5% гостей вважають це неважливим атрибутом, з яких 3% вважають його взагалі неважливим.

Нарешті, аспект, який вважається найбільш важливим, безсумнівно, пов'язаний з інформацією про громадський транспорт, для якого 75% респондентів дали найвищу оцінку, а враховуючи на оцінки від шести до семи, то вже 87% респондентів вважають надання такої інформації готелем важливим фактором екологічної відповідальності.

Наприкінці клієнти готелів відзначали, чи помітили вони особливе відношення до навколишнього середовища з боку готельних підприємств, в тому числі завдяки впровадженню передового досвіду.

На рис. 3. показані відповіді респондентів: тільки 10% гостей, які відповіли на це питання, звернули увагу на чітку екологічну спрямованість з боку готелів Харківського регіону, а 26% - лише часткову. Найбільша кількість респондентів (32%), не бачать особливої чутливості готельних закладів до навколишнього середовища, і якщо врахувати клієнтів, які вважають, що готелі Харківщини не є дуже уважними до навколишнього середовища, то питома вага таких респондентів зросте до 55%.



**Рис. 3. Розподіл думок респондентів щодо уваги готельних підприємств до навколишнього середовища**

*\* авторська розробка*

Виходить, що більша частина клієнтів думають, що в готелях недостатньо уваги приділяють хорошим екологічним практикам. Для готельного комплексу Харківського регіону, безумовно, це є значним резервом для поліпшення екологічної складової сталого розвитку. У результаті проведеної класифікації виділено чотири типи гостей готельних підприємств Харківського регіону.

Перший тип – це гості, зацікавлені в захисті навколишнього середовища, які виставили середній бал від 7,71 (за важливість інформування гостя про поведінку для забезпечення екологічної стійкості) до 9,00 за правильну температуру в приміщеннях. Більшість гостей цього типу – молодь до 30 років, переважно жінки. Другий тип складається з клієнтів, для яких екологічна стійкість надзвичайно важлива, оскільки всі середні значення, пов'язані з важливістю, притаманної різним аспектам, вище 9,5 балів. Гости третього типу відрізняє істотна важливість правильної температури в приміщеннях готелю, в той час як інші складники, за винятком роздільного збору відходів та інформування гостя щодо поведінки, відповідної екологічної стійкості, отримали середнє значення важливості менше 5 балів. До складу цього типу входять як молодь до 30 років, так і зрілі люди старші 60 років, особливо жінки та керівники. Четвертий тип представлений клієнтами готелів, які жодним чином не зацікавлені в темі екологічної стійкості готельних об'єктів. Фактично важливість будь-якого складника екологічної стійкості отримала низьку оцінку. Це найменша група за кількістю, так як вона складається всього з 32 респондентів. Вона характеризується насамперед чоловіками, в основному в вікових групах від 30 до 39 років і від 50 до 59 років.

У таблиці 3 наведено середні значення, які отримали вісім складників екологічної стійкості у кожного типу клієнтів.

Таблиця 3

**Середні значення показників екологічної стійкості для виділених типів клієнтів готелів**

Показники	Номер типу клієнтів			
	1	2	3	4
Заходи з енергозбереження	8,40	9,87	6,47	2,75
Оптимальна температура	9,00	9,87	8,30	4,50
Економія води	8,46	9,75	7,30	3,25
Відсутність однодозових засобів	8,34	9,54	6,17	3,50
Роздільний збір відходів	8,60	9,83	5,83	2,87
Використання типових місцевих продуктів	8,34	9,58	7,13	3,00
Інформація про громадський транспорт	8,43	9,83	7,60	4,25
Підвищення обізнаності	7,71	9,67	5,97	3,12

\* авторська розробка

Більшість клієнтів, що належать до першого типу, відповіли, що помітили деяку чутливість до навколишнього середовища з боку готелю (30%). Однак слід зазначити, що до 26% респондентів відповіли, що взагалі не помічають уваги до навколишнього середовища.

Більшість клієнтів другого типу вважають, що екологічності приділяється особлива увага, в той час як більшість клієнтів четвертого типу, навпаки, вважають, що не слід приділяти особливої уваги передовим методам захисту навколишнього середовища в готелі. Нарешті, більшість клієнтів, що належать до третього типу, вважають, що особливої чутливості до екологічної стійкості в готелях немає. Тому в цьому відношенні у готелів регіону є хороші можливості для вдосконалення своєї діяльності. Отримані профілі гостей за відношенням до екологічної стійкості готелів можуть бути використані при розробці



інвестиційних проектів, а також при обґрунтуванні управлінських рішень в області державного регулювання туристсько-готельної сфери.

**Висновки з проведеного дослідження.** Дослідження було здійснено з метою вивчення ставлення клієнтів до екологічно чистих практик готелів Харківського регіону у спробі зрозуміти, як сприймають екологізацію різних аспектів діяльності колективних засобів розміщення споживачі готельних послуг. Звертаючись до важливості, яку надають клієнти окремим характеристикам готелю, значно виділяється аспект, пов'язаний із комфортною, правильною температурою в приміщеннях, без перевитрат теплової енергії. Чимала питома вага респондентів, яка визнала важливим цей показник, підтверджує необхідність роботи готелів для поліпшення в цьому напрямку.

Дуже важливими споживачі готельних послуг вважають надання туристам інформації про роботу громадського транспорту і необхідність економного споживання води в готелі, наприклад, за допомогою сенсорних кранів, щоб уникнути непотрібних перевитрат.

Сортування відходів за допомогою схеми роздільного збору та обмежене використання одnodозових засобів гості готелів вважають менш важливими, в той час як заходи із підвищення обізнаності гостей щодо екологічної стійкої поведінки вважається несуттєвими. Таким чином, керівництво готельних підприємств може не надто турбуватися цими трьома аспектами, оскільки вони не пов'язані з формуванням задоволеності клієнтів.

Завдяки аналізу відповідей респондентів були визначені чотири групи, дві з яких особливо зацікавлені в екологічній стійкості готельних закладів. Тільки одна група, найменш численна, заявила, що не зацікавлена цьому питанні. Хоча більшість клієнтів зацікавлені у впровадженні передових практики, що сприяють збереженню навколишнього середовища, багато респондентів вважають, що в готелі Харківського регіону не приділяють особливої уваги до цього питання, або, в кращому випадку, вони помітили запровадження деяких еко-практик, але менше 10 % гостей заявили, що вони бачили чітке розуміння з боку готелю щодо збереження навколишнього середовища.

Великий інтерес до екологічної стійкості спостерігається з боку наймолодших споживачів віком до 30 років. З огляду на те, що нові покоління представляють потенційних майбутніх гостей готельних підприємств регіону, запровадження еко-практик для поліпшення навколишнього середовища може надати в перспективі значну перевагу перед конкурентами. У цьому сенсі в готельних закладів Харківського регіону є великий резерв розвитку, зокрема, завдяки розробці цільових маркетингових стратегій для залучення екологічно свідомих споживачів, чисельність яких стабільно збільшується.

#### **Перелік посилань**

1. Modica P. D., Altinay L., Farmaki A., Gursoy D., Zenga M. Consumer perceptions towards sustainable supply chain practices in the hospitality industry. *Current Issues in Tourism*. 2018. DOI:10.1080/13683500.2018.1526258
2. Agarwal S., Kasliwal N. Going Green: A Study on Consumer Perception and Willingness to Pay towards Green Attributes of Hotels. *International Journal of*

*Emerging Research in Management & Technology*. 2017. Vol. 6, Is. 10. P. 16 – 28. DOI: <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i10.63>

3. Sindhuri P., Julianna P., Timo O., Friederike V., Werner W. The Effect of Consumer Scepticism on the Perceived Value of a Sustainable Hotel Booking. *Journal of Tourism & Hospitality*. 2017. Vol. 6. Iss. 5. 7 p. DOI: 10.4172/2167-0269.1000312

4. Hvidberg P. Moving towards sustainability: future-proofing in the hospitality sector. *Hotel Yearbook 2018. Special edition on sustainable hospitality*. 2018. P. 8 – 12. <https://www.hotel-yearbook.com/edition/37000021.html>

5. Leal Londoño M. P., Hernandez-Maskivker G. Green practices in hotels: the case of the GreenLeaders Program from TripAdvisor. *Proceedings of the 7th International Conference on Sustainable Tourism*. 2016. Vol. 1-13. DOI: 10.2495/ST160011.

6. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. Навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.

7. 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.

8. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С. 29-32.

9. Маселков А. В., Поясник О. Ю., Іщенко Т. І., Шидловська О. Б., Гавриш А. В. Інноваційний підхід до впровадження концепції «Екологічний готель». *Scientific World Journal*. Minsk, Belarus : PE Yolnat, 2017. Iss. № 15. Vol. 3. P. 49-57.

10. Савченко В. В., Агєєва Г. М. Об'єкти готельного бізнесу: пошук екологічних рішень. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2016. Вип. 42. С. 272-279.

11. Польова Л. В., Філюстін О. В. Концептуалізація діяльності еко-готелів екологічного спрямування. *Карпатський край*. 2015. № 1-2. С. 169-173.

12. Авдєєва М. С., Кравчук Г. В. Підхід до проблеми екологізації готелів на територіях наближених до аеропортів. *Проблеми розвитку міського середовища*. 2017. Вип. 1. С. 20-27.

13. Безручко Л. С., Клапчук М. В., Жук Ю. І. Екологізація готельного господарства Карпатського регіону як складова досягнення сталого розвитку. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 48-54.

14. Пушка О. С., Тіхонова Д. Ю. Розвиток сучасних еко-тенденцій у готельних господарствах міста Києва. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 739-742.

15. Heather L. Rubright. Consumer Purchasing in Sustainable Tourism: Attraction Sustainability and Its Impact on Decision-Making. East Carolina University. 2014. 124 p. сайт. URL: <http://hdl.handle.net/10342/4707>. (дата звернення 20.08.2019)

16. Legrand W., Sloan Ph., Chen J. S. Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of sustainable operations. 3rd edition. London Routledge. 2016. 524 p. сайт. URL: <https://www.researchgate.net/publication/311400377> (дата звернення 20.08.2019)
17. Webster K. Environmental Management in the Hospitality Industry: A Guide for Students and Managers. Cengage Learning EMEA. 2000. 270 p. DOI: 10.1111/j.1471-5740.2001.00014.pp.x
18. World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford, New York. Oxford University Press. 1987. 400 p.
19. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. UNEP, Paris, France and WTO, Madrid, Spain. 2005. 210 p. сайт. URL: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf> (дата звернення 20.08.2019)
20. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» / пер. з англ. : ВГО «Україна. Порядок денний на XXI століття». Київ : Інтелсфера. 2000. 360 с.
21. Hotrec Sustainability Charter: Promoting the use of sustainable energy and improving energy efficiency in the hospitality sector. UNWTO; EURACE; EuroCommerce; ETOA; ETC; Metro; Necstour; SMEUnited; EU-ASE; HOTREC. 36 p. сайт. URL: <https://www.hotrec.eu/hotrec-charter-promoting-the-use-of-sustainable-energy-and-improving-energy-efficiency/> (дата звернення 20.08.2019)
22. Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller Gr. Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*. 2017. Vol. 25:1, P. 1-9. DOI: 10.1080/09669582.2017.1251689
23. Environmental action pack for hotels : practical steps to benefit your business and the environment. Paris : IHRA/UNEP. 1996. 64 p. сайт. URL: <https://digitallibrary.un.org/record/249061?ln=es> (дата звернення 20.08.2019)
24. Environmental Good Practice in Hotels. Case Studies from the International Hotel & Restaurant Association Environmental Award. Paris : IHRA/UNEP. 1998. 54 p. сайт. URL: <https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/13641/retrieve> (дата звернення 20.08.2019)
25. García de Leaniz P. M., Crespo Á. H., López R. G. Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*. 2018. Vol. 26:7. P. 1160-1177. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>
26. Esparon M., Gyuris E., Stoeckl N. Does ECO certification deliver benefits? An empirical investigation of visitors' perceptions of the importance of ECO certification's attributes and of operators' performance. *Journal of Sustainable Tourism*. 2014. Vol. 22:1. P. 148-169. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802325>

## References

1. Modica P. D., Altinay L., Farmaki A., Gursoy D., Zenga M. (2018), Consumer perceptions towards sustainable supply chain practices in the hospitality industry, *Current Issues in Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2018.1526258.
2. Agarwal S., Kasliwal N. (2017), Going Green: A Study on Consumer Perception and Willingness to Pay towards Green Attributes of Hotels, *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*, Vol. 6, Is. 10, P. 16-28, DOI: <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i10.63>.
3. Sindhuri P., Julianna P., Timo O., Friederike V., Werner W. (2017), The Effect of Consumer Scepticism on the Perceived Value of a Sustainable Hotel Booking, *Journal of Tourism & Hospitality*, Vol. 6. Iss. 5. 7 p., DOI: 10.4172/2167-0269.1000312.
4. Hvidberg P. (2018), Moving towards sustainability: future-proofing in the hospitality sector, *Hotel Yearbook 2018. Special edition on sustainable hospitality*, P. 8- 2. <https://www.hotel-yearbook.com/edition/37000021.html>
5. Leal Londoño M. P., Hernandez-Maskivker G. (2016), Green practices in hotels: the case of the GreenLeaders Program from TripAdvisor, *Proceedings of the 7th International Conference on Sustainable Tourism*, Vol. 1-13. DOI: 10.2495/ST160011.
6. Wlaschenko N. M. (2018), *Innovative technologies in restaurant, hospitality and tourism*. Tutorial [Innovatsiini tekhnologii u restorannomu, hotelnomu hospodarstvi ta turyzmi. Navchalnyi posibnyk], Kharkiv: O. M. Beketov National University of Urban Economy, 373 p.
7. Pankiv N. E., Gunko V. M. (2017), Influence of tourist infrastructure on the environment and development of eco-hotels as an innovative concept of hospitality [Vplyv zakladiv turystychnoi infrastruktury na navkolyshnie seredovyshe ta rozvytok eko-hoteliv yak innovatsiinoi kontseptsii hostynnosti]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, Vol. 27 (3), P. 108-112.
8. Pauk O. Ye. (2016), Innovative directions of development of the hotel industry of Ukraine: greening of accommodation facilities. [Innovatsiini napriamy rozvytku hotelnoho hospodarstva Ukrainy: ekolohizatsiia zasobiv rozmishchennia], *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, Vol. 26.2, P. 29-32.
9. Maselkov A. V., Poyasnyk O. Yu., Ishchenko T. I., Shidlovskaya O.B., Gavrish A.V. (2017), Innovative approach to the implementation of the concept of «Ecological hotel». [Innovatsiinyi pidkhid do vprovadzhennia kontseptsii «Ekolohichnyi hotel»], *Scientific World Journal*, Minsk, Belarus: PE Yolnat, Iss. Vol. 3, P. 49-57.
10. Savchenko V. V., Ageeva G. M. (2016), Hotel business objects: search for environmental solutions [Obiekty hotelnoho biznesu: poshuk ekolohichnykh rishen], *Modern problems of architecture and urban planning*, Vol. 42, P. 272-279.
11. Polova L.V., Filyustin O.V. (2015), Conceptualization of activity of eco-hotels of ecological direction [Kontseptualizatsiia diialnosti eko-hoteliv ekolohichnoho spriamuvannia], *Carpathian region*, № 1-2, P. 169-173.

12. Avdeeva M. S., Kravchuk G. V. (2017), Approach to the problem of greening of hotels in the territories close to the airports [Pidkhid do problemy ekolohizatsii hoteliv na terytoriiakh nablyzhenykh do aeroportiv], *Problems of urban environment development*, Vol. 1, P. 20-27.
13. Bezruchko L. S., Klapchuk M. V., Zhuk Yu. I. (2018), Ecologization of the hotel industry of the Carpathian region as a component of achieving sustainable development [Ekolohizatsiia hotelnoho hospodarstva Karpatskoho rehionu yak skladova dosiahnennia staloho rozvytku], *Geography and Tourism*, Vol. 43, P. 48-54.
14. Pushka O. S., Tikhonova D. Yu. (2017), Development of modern eco-tendencies in hotel farms in Kyiv [Rozvytok suchasnykh eko-tendentsii u hotelnykh hospodarstvakh mista Kyieva], *Young scientist*, No. 4, P. 739-742.
15. Heather L. Rubright. Consumer Purchasing in Sustainable Tourism: Attraction Sustainability and Its Impact on Decision-Making. East Carolina University. 2014. 124 p., available at: <http://hdl.handle.net/10342/4707>. (last accessed 20.08.2019)
16. Legrand W., Sloan Ph., Chen J. S. Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of sustainable operations. 3rd edition. London Routledge. 2016. 524 p., available at: <https://www.researchgate.net/publication/311400377> (last accessed 20.08.2019)
17. Webster K. (2000), Environmental Management in the Hospitality Industry, *A Guide for Students and Managers. Cengage Learning EMEA*, 270 p., DOI: 10.1111/j.1471-5740.2001.00014.pp.x
18. World Commission on Environment and Development (1987), *Our Common Future*, Oxford, New York, Oxford University Press, 400 p.
19. Making Tourism More Sustainable (2005), *A Guide for Policy Makers*, UNEP, Paris, France and WTO, Madrid, Spain, 210 p., available at: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf> (last accessed 20.08.2019)
20. Action Program «Agenda for the 21st Century» / trans. from English. : «Ukraine. The Agenda for the 21st Century» (2000), [Prohrama dii «Poriadok dennyi na XXI stolittia» / per. z anhl. : VHO «Ukraina. Poriadok dennyi na XXI stolittia»], Kiev: Intelsphere, 360 p.
21. Hotrec Sustainability Charter: Promoting the use of sustainable energy and improving energy efficiency in the hospitality sector. UNWTO; EURACE; EuroCommerce; ETOA; ETC; Metro; Necstour; SMEUnited; EU-ASE; HOTREC. 36 p., available at: <https://www.hotrec.eu/hotrec-charter-promoting-the-use-of-sustainable-energy-and-improving-energy-efficiency/> (last accessed 20.08.2019)
22. Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller Gr. (2017), Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 25:1, P. 1-9, DOI: 10.1080/09669582.2017.1251689
23. Environmental action pack for hotels : practical steps to benefit your business and the environment (1996), Paris : IHRA/UNEP, 64 p., available at: <https://digitallibrary.un.org/record/249061?ln=es> (last accessed 20.08.2019)

24. Environmental Good Practice in Hotels. Case Studies from the International Hotel & Restaurant Association Environmental Award (1998), Paris : IHRA/UNEP, 54 p., available at: <https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/13641/retrieve> (last accessed 20.08.2019)
25. García de Leaniz P. M., Crespo Á. H., López R. G. (2018), Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 26:7, P. 1160-1177, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>
26. Esparon M., Gyuris E., Stoeckl N. (2014), Does ECO certification deliver benefits? An empirical investigation of visitors' perceptions of the importance of ECO certification's attributes and of operators' performance, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 22:1, P. 148-169, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802325>

## РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

**УДК 332.8; JEL Classification: L 85**

### **Крайнюк Л. М., Полчанінова І.Л., Покоłodна М.М. ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СПРИЙНЯТТЯ ТУРИСТАМИ ЕКО-ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПРАКТИК ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ**

*Мета дослідження* полягає у вивченні ставлення туристів до еко-відповідальних практик засобів розміщення Харківського регіону, в уточненні аспектів, потребуючих поліпшення, а також у встановленні, чи може орієнтація діяльності засобів розміщення на захист навколишнього середовища надати їм конкурентні переваги. *Методика дослідження.* У дослідженні крім загальнонаукових методів, таких як систематизація, порівняльний аналіз, синтез, застосовувалися методи емпіричних досліджень. Було проведено анкетування, результати якого оброблені статистичними методами. *Результати дослідження.* Розкрита сутність сталого розвитку індустрії подорожей і туризму. Розглянуто значення екологічної стійкості з позицій забезпечення якісного обслуговування клієнтів і загальної задоволеності туристів. Систематизовано підходи міжнародних організацій до оцінювання екологічної стійкості підприємств сектору гостинності. З розгляду характеристик ринку засобів розміщення Харківського регіону виявлено відсутність офіційних еко-готелів, та поряд із цим активне запровадження еко-відповідальних практик та отримання еко-сертифікатів. Для визначення ступеня важливості складників екологічної стійкості та захисту навколишнього середовища для клієнтів готелів проведено анкетування. Отримано 408 заповнених опитувальники, та зібрані дані піддано статистичному аналізу. Окреслено основні соціально-демографічні характеристики респондентів, більшість з яких чоловіки віком від 31 до 40 років, одружені, та мають вищу

освіту. Оцінювання відповідей проведено з використанням інтервальної шкали Лайкерта. З поміж показників, що характеризують екологічність використання ресурсів засобів розміщення, найбільш важливими вважаються комфортність температури у приміщеннях та раціональне використання води. З показників екологічної відповідальності особливо значущими є надання інформації про місцевий громадський транспорт та використання типових місцевих продуктів в ресторанному закладі. Проведено типізацію туристів за їхнім ставленням до еко-відповідальних практик засобів розміщення, виокремлено характерних 4 типи туристів. Визначено, що дві найбільші за чисельністю групи є дійсно зацікавленими в екологічності засобів розміщення. В цілому відповіді респондентів продемонстрували значну екологічну орієнтацію та незадоволеність діями засобів розміщення Харківського регіону щодо захисту навколишнього середовища. **Наукова новизна.** Запропоновано авторський підхід до розподілу показників оцінювання екологічної стійкості засобів розміщення на два блоки: показники раціонального використання ресурсів та показники екологічної відповідальності підприємств. **Практичне значення отриманих результатів.** Отримані результати є інструментом, який керівництво засобів розміщення може використовувати при розробленні власної маркетингової політики, спрямованої на залучення сегменту екологічно орієнтованих споживачів. Краще розуміння екологічної культури туристів і їх відношення до екологічних інновацій є необхідним для стратегічного планування розвитку регіонального туристського комплексу та прогнозування споживчого попиту на екологічні послуги індустрії гостинності.

**Ключові слова:** індустрія гостинності; засоби розміщення; сталий розвиток; екологічна стійкість; еко-готель; «зелені» споживачі; споживчі переваги.

УДК 332.8; JEL Classification: L 85

Крайнюк Л. Н., Полчанинова И.Л., Покогодна М.Н.  
**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА: ВОСПРИЯТИЕ  
ТУРИСТАМИ ЭКО-ОТВЕТСТВЕННЫХ ПРАКТИК СРЕДСТВ  
РАЗМЕЩЕНИЯ**

**Цель исследования** заключается в изучении отношения туристов к эко-ответственным практикам средств размещения Харьковского региона, в уточнении аспектов, нуждающихся в улучшении, а также в установлении, может ли ориентация деятельности средств размещения на защиту окружающей среды предоставить им конкурентные преимущества. **Методика исследования.** В исследовании кроме общенаучных методов, таких как систематизация, сравнительный анализ, синтез, применялись методы эмпирических исследований. Было проведено анкетирование, результаты которого обработаны статистическими методами. **Результаты исследования.** Раскрыта сущность устойчивого развития индустрии путешествий и туризма. Рассмотрено значение экологической устойчивости с позиций обеспечения

качественного обслуживания клиентов и общей удовлетворенности туристов. Систематизированы подходы международных организаций к оценке экологической устойчивости предприятий сектора гостеприимства. Из рассмотрения характеристик рынка средств размещения Харьковского региона выявлено отсутствие официальных эко-отелей, и наряду с этим активное внедрение эко-ответственных практик и получение эко-сертификатов. Для определения степени важности составляющих экологической устойчивости и защиты окружающей среды для клиентов отелей проведено анкетирование. Получено 408 заполненных опросников, и собранные данные подверглись статистическому анализу. Определены основные социально-демографические характеристики респондентов, большинство из которых мужчины в возрасте от 31 до 40 лет, состоящие в браке, имеющие высшее образование. Оценивание ответов проведено с использованием интервальной шкалы Лайкерта. Из показателей, характеризующих экологичность использования ресурсов средств размещения, наиболее важными считаются комфортность температуры в помещениях и рациональное использование воды. Из показателей экологической ответственности особо значимыми оказались предоставление информации о местном общественном транспорте и использование типичных местных продуктов в ресторанном заведении. Проведена типизация туристов по их отношению к эко-ответственным практикам средств размещения, выделены характерных 4 типа туристов. Определено, что две крупнейшие по численности группы действительно заинтересованы в экологичности средств размещения. В целом ответы респондентов продемонстрировали значительную экологическую ориентацию и недовольство действиями средств размещения Харьковского региона по защите окружающей среды. **Научная новизна.** Предложен авторский подход к распределению показателей оценки экологической устойчивости средств размещения на два блока: показатели рационального использования ресурсов и показатели экологической ответственности предприятий. **Практическое значение полученных результатов.** Полученные результаты являются инструментом, который руководство средств размещения может использовать при разработке собственной маркетинговой политики, направленной на привлечение сегмента экологически ориентированных потребителей. Лучшее понимание экологической культуры туристов и их отношения к экологическим инновациям необходимо для стратегического планирования развития регионального туристского комплекса и прогнозирования потребительского спроса на экологические услуги индустрии гостеприимства.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства; средства размещения; устойчивое развитие; экологическая устойчивость; эко-отель; «зеленые» потребители; потребительские предпочтения.



**UDC 332.8; JEL Classification: L 85**

**Kraynyuk L.M., Polchaninova I. L., Pokolodna M.M. ECOLOGICAL SUSTAINABILITY OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE KHARKIV REGION: TOURISTS' PERCEPTION OF ECO-RESPONSIBLE PRACTICES FOR ACCOMMODATION FACILITIES.**

*Purpose* is investigating the tourists' attitudes towards eco-responsible practices for accommodation facilities of the Kharkiv region, clarifying the aspects needed to be improved, and identifying if accommodation facilities' focus on environmental protection can provide them competitive advantages. *Methodology of research*. In the study, in addition to general scientific methods such as systematization, comparative analysis, and synthesis, empirical study methods were used. The survey was conducted, which results were processed through statistical methods. *Findings*. The essence of sustainable development in the travel and tourism industry was revealed. Ecological sustainability's importance from a position of providing high-quality customer service and tourists' overall satisfaction was considered. International organizations' approaches to the evaluation of ecological sustainability for the hospitality sector's enterprises were systematized. After reviewing characteristics of the tourist accommodation market of the Kharkiv region, the absence of official eco hotels with the active implementation of eco-responsible practices, and eco-certificates' obtaining were found. In order to identify the importance level of components of ecological sustainability and environmental protection for hotel clients, the survey was conducted. The 408 questionnaires were completed, and the collected data were subjected to statistical analysis. The main socio-demographic features of respondents were outlined, most of whom were men aged 31-40 years, married, and with higher education. The answers were evaluated with the use of the Likert interval scale. Among the indicators characterizing the environmental friendliness in using accommodation facilities' resources, the comfort of room temperature and rational use of water are considered as the most important. Among the environmental responsibility indicators, informing about local public transport and typical restaurants' food are particularly important. In line with tourists' attitudes towards eco-responsible practices for accommodation facilities, their classification was made, and four typical kinds of tourists were identified. It was found that the two largest groups are really interested in the environmental friendliness of tourist accommodation. In general, the answers of respondents displayed a significant ecological orientation and dissatisfaction with the actions of accommodation facilities towards environmental protection in the Kharkiv region. *Originality*. There was the author's approach introduced to dividing the ecological sustainability estimates for accommodation facilities into the two clusters: the indicators of rational use of resources and the indicators of an enterprise's eco-responsibility. *Practical value*. The obtained results are the tool, which management of tourist accommodations can use in developing their own marketing policy aiming to attract a segment of environmentally friendly customers. A better understanding of tourists' environmental culture and their attitudes towards ecological innovations is necessary for strategic planning of regional tourist complex development and

forecasting consumer demand for environmentally friendly services of the hospitality industry. **Keywords:** hospitality industry, accommodation facilities, sustainable development, ecological sustainability, eco hotel, environmentally friendly consumers, consumer benefits.

### **Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors**

Крайнюк Людмила Миколаївна – кандидат технічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, професор кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Liudmyla.Krainiuk@kname.edu.ua; Моб. 050-921-90-93.

Крайнюк Людмила Николаевна – кандидат технических наук, профессор, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, профессор кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Kraunyuik Lyudmila – Candidate of Sciences (Engineering), Professor, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.

Полчанинова Ірина Леонідівна – кандидат економічних наук, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Irina.Polchaninova@kname.edu.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-5390>. Моб. 093-910-61-69.

Полчанинова Ирина Леонидовна – кандидат экономических наук, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Polchaninova Iryna – Candidate of Sciences (Economics), O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.

Покоłodна Марія Миколаївна – кандидат географічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Mariya.Pokolodna@kname.edu.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1170-0881>. Моб. 050-400-48-81.

Покоłodная Мария Николаевна – кандидат географических наук, доцент, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Pokolodna Mariya – Candidate of Sciences (Geographic), Associate Professor, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.