

ТЕЗИ

**II Міжнародної науково-практичної конференції з проблем
вищої освіти і науки**

**«СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
БІЗНЕСУ»**



**4-5 листопада 2021 року
м. Житомир**

Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Департамент агропромислового розвитку та економічної політики
Житомирської обласної державної адміністрації
Департамент культури, молоді та спорту Житомирської обласної державної
адміністрації
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II Львівський
торговельно-економічний університет
ННЦ «Інститут аграрної економіки»
Національний університет водного господарства та природокористування
Університет державної фіскальної служби України
Інститут економіки і торгівлі Таджицького державного університету комерції
(Республіка Таджикистан)
Таджицький державний університет права, бізнесу і політики (Республіка
Таджикистан)
Вища школа менеджменту в Лігниці (Республіка Польща)
Технологічний інститут Західної Македонії (Грецька Республіка)
Господарська академія імені Д.А. Ценова (Республіка Болгарія) Вища школа
економічна (Чеська Республіка)

ТЕЗИ

II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ З ПРОБЛЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ І НАУКИ «СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

4-5 листопада 2021 року
м. Житомир

УДК 005.9

Друкується за рішенням Вченої ради Державного університету «Житомирська політехніка» (Протокол № 8 від 03.12.2021 р.)

Редакційна колегія: *д.е.н., проф. Віктор ЄВДОКИМОВ*
д.е.н., проф. Оксана ОЛІЙНИК
д.е.н., проф. Галина ТАРАСЮК
д.е.н., проф. Роберт БАЧО
д.е.н., проф. Галина КУПАЛОВА
д.е.н., проф. Костянтин ШАПОШНИКОВ
д.е.н., проф. Тетяна ОСТАПЧУК
к.е.н., доц. Юлія ДАВИДЮК
д.е.н., проф. Наталія ВИГОВСЬКА
д.е.н., проф. Сергій ЛЕГЕНЧУК
д.е.н., проф. Катерина ШИМАНСЬКА

Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів II Міжнар. наук.-практ. конф.з пит. вищ. осв. і науки – Житомир: Житомирська політехніка, 2021. – 459с.

В даному збірнику представлені матеріали досліджень українських та зарубіжних вчених і науковців, які доповідалися на II Міжнародній науково-практичній конференції з питань вищої освіти і науки «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

За точність викладення матеріалу та достовірність використаних фактів відповідальність несуть автори

УДК 005.9

© «Житомирська політехніка», 2021

**Івашура А. А., доц., к.с.-г.н., доц.
Борисенко О. М., доц., к.т.н., доц.
Логвінков С. М., проф. д.т.н., с.н.с.**

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ПРОБЛЕМИ НА ШЛЯХУ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОСТІ В ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ

В останні десятиліття обізнаність споживачів про навколишнє середовище збільшується, оскільки поняття «кліматичний дисбаланс», або спрощено – «глобальне потепління», набуло загальну популярність. Дослідження й аналіз поняття «екологічність середовища» показали його важливість у питаннях створення безпечних умов діяльності. Гостро стоїть завдання і в необхідності розроблення кількісної системи оцінювання екологічності середовища [1]. Зростаючий інтерес до принципів сталого розвитку та виникаючий тиск з боку громадських організацій змушує багато компаній все частіше впроваджувати більш дружню політику до навколишнього середовища [2]. Практика сталого розвитку в ділових колах розглядається як можливість підтримувати бізнес у довгостроковій перспективі завдяки прибутку, екологічній ефективності і соціальній взаємодії, які разом формують далекоглядну політику сталості. Сталий розвиток у готельно-ресторанній індустрії включає інноваційні способи управління безперервно зростаючими потребами в електриці, витратах на воду, а також моральні, етичні, соціальні і політичні аргументи, які стоять за цією практикою.

Сталий розвиток вимагає цілісного підходу до бізнесу, що охоплює три ключові сфери – навколишнє середовище, соціальні питання й економіку.

Тому діяльність готельєрів, яка спрямована на створення більш екологічного іміджу, є найбільш важливим фактором, що впливає на рішення менеджерів впроваджувати екологічно безпечні схеми управління. Проте їх мотивація до прийняття зеленої стратегії частіше пов'язана із маркетинговою стратегією, а не із загальним підходом до охорони навколишнього середовища.

Відносини між навколишнім середовищем і суспільством стають все більш зрозумілими для споживачів. Тому кроки назустріч сталості можуть стати джерелом конкурентної переваги, оскільки деякі споживачі можуть віддати перевагу купувати більш проекологічну продукцію. Зростаючі споживчі вимоги і зміни в купівельній поведінці, а також поява нових моделей споживання можуть підштовхнути індустрію гостинності до адаптації.

Але зважаючи на численні позитивні приклади використання у своїй стратегії заходів, спрямованих на екологічну стійкість, екологічність все ще вважається менш важливим аргументом для гостей готелю, ніж ціна і зручність.

Прагнення готельної індустрії до сталого розвитку є результатом впливу кількох факторів.

По-перше, кількість потенційних клієнтів, стурбованих проблемами навколишнього середовища, стає дедалі більшою. Ринок туристичних послуг переживає появу нового типу споживача, здатного платити більше за екологічно орієнтовані продукти і послуги.

По-друге, дослідження показали, що понад 60 % гостей вважають, що готелі повинні робити певні проекологічні кроки, які пов'язані з охороною навколишнього середовища, зниженням експлуатаційних витрат і різними рекламними програмами для позитивного впливу на готельний публічний імідж [3]. Однак певні парадокси складно не помітити. Ось деякі з них:

1. Готельна індустрія створює умови для доступу до туристичних пам'яток. З іншого боку, існують побоювання про правильність розміщення готелів у природних екопривабливих районах, адже це суперечить ідеї сталого розвитку.

2. Часто в цілях зменшення антропогенного тиску на природний об'єкт рекомендується відмовитися від будівництва великого мережевого комплексу. І це дійсно виправдано за багатьма показниками. Однак у дрібних готелів часто не вистачає коштів на впровадження сталих параметрів господарювання, та й розмістити всіх бажаних вони часто не в змозі. Навпаки, у великих мережевих готельних корпораціях все більш охоче впроваджуються практики сталого розвитку. Вони часто підкреслюють свою причетність до принципів сталого розвитку, вписуючи їх у свою основну бізнес-стратегію.

Бар'єри, пов'язані з реалізацією принципів сталого розвитку, багато в чому поєднані із перешкодами на шляху реалізації у сфері туризму в цілому. Відсутність єдиного виміру ступеня реалізації сталості служить слабким місцем у всій системі, в тому числі і в готельному бізнесі.

Екологічний тиск на туризм відбувається з кількох сторін. Коли власники готелів починають впроваджувати програми сталості, виникають певні труднощі на переконання багатьох гостей у добровільному прийнятті певних обмежень. Часто гості вважають, що зниження витрат, пов'язаних зі зниженням витрат електроенергії, води і стічних вод, у значній мірі йде в прибуток власникам готелів. В

цьому випадку необхідно проінформувати гостей про переваги економії для природного середовища і створити систему стимулів, які переконують гостей покласти добровільні обмеження на себе.

Тому однією із важливих причин, через яку фірма приймає зелений менеджмент, є створення сприятливого іміджу, який покращує відносну конкурентну позицію фірми на ринку. Здатність індустрії гостинності створювати більш екологічний імідж грає життєво важливу роль у впливі на рішення клієнтів та їхнього наміру зробити покупку. Екологічні переконання клієнтів є ключовими драйверами для прийняття зеленої політики підприємства. Більш того, готовність клієнтів платити більш високу ціну за більш екологічні послуги переконує готелі прийняти більш екологічний менеджмент [4].

У той час як великі міжнародні готельні мережі вже створили спрямовані на сталість інформаційні механізми, менші готелі, як правило, не володіють таким досвідом в інформуванні громадськості.

З іншого боку, «мистецтво» перетворення екології в символ деякими комерційними структурами часто є не тільки безглуздом, але й викликає негатив. Особливо коли використовуються не в темі крилаті фрази, поширюється неправдива інформація, яка описує екологічні властивості різних продуктів, або надається реклама, яка не відповідає реальній поведінці компанії.

Однак, незважаючи на те, що сучасний ринок вимагає екологічно чистих продуктів, впровадження сталих схем управління часто виявляється непростим завданням через значні перешкоди. Наприклад, проблеми з логістикою можуть перешкодити організаціям докласти зусиль для зменшення впливу на навколишнє середовище. Свій негативний внесок може зробити й застаріла інфраструктура підприємства. Вартість впровадження більш екологічного управління завжди є ключовою проблемою, хоча з часом вона компенсується зниженням експлуатаційних витрат. Однією з важливих перешкод на шляху до екологічного менеджменту є здатність підтримувати очікуваний рівень обслуговування. Іншими перешкодами на шляху до «екологічності» готелю є нестача знань, навичок, капіталу, експертних рад, ресурсів, невизначеності майбутнього результату, відсутність офіційної сертифікації і додаткові витрати.

Політичні, правові та економічні механізми, які можуть перенаправити готельний сектор на програми просування до сталості:

- міжнародні угоди;
- системи управління довкіллям;
- національні і місцеві законодавства;
- правила туристичного сектору;
- ініціативи компаній;
- кодекси етичних норм;
- екологічні сертифікати і додаткові фінансові стимули;
- формування нових територій, що охороняються;
- оцінка впливу на навколишнє середовище;
- індикатори сталого розвитку;
- екологічна звітність і системи управління відвідувачами.

Важливо відзначити, що в основі комплексного підходу до реалізації принципів сталого розвитку в туризмі є співпраця суб'єктів, зацікавлених в його розвитку, включаючи власників готелів. Однак співпраця – це швидше виняток, ніж правило. В Україні рівень знань у цій царині залишається недостатнім, і сталий розвиток залишається вузькою темою аналізу для відносно невеликої групи професіоналів.

Список використаних джерел

1. Протасенко О. Ф., Івашура А. А. Роль екологічності середовища у створенні безпечних умов діяльності людини. *Открытые информационные и компьютерные технологии*. Харьков : Нац. аэрокосм. ун-т «ХАИ», 2018. Вып. 80. С. 210–216.
2. Івашура А. А., Винник О. П. Еколого-економічний світогляд і традиції природокористування в українській культурі : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 91 с.
3. Yeh S. S., Fotiadis A. K., Huang M. L., Huan T. C. Barriers to Implementing Green Management in the Hospitality Industry. *Advances in Hospitality and Leisure*. 2017. Vol. 13. P. 47–61.
4. Івашура А. А., Борисенко О. М., Логвінков С. М. Сталість як позитивна тенденція у виробництві. *Новые и нетрадиционные технологии в ресурсо- и энергосбережении: Материалы международной научно-технической конференции (22–24 сентября 2021 г.)*. Одесса: Государственный университет «Одесская политехника», 2021. С. 43–45.

II Міжнародна науково-практична конференція з проблем вищої освіти і науки
«Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

Ковальчук (Добротворська) Т.С. Іпотечне кредитування як інструмент розвитку економічних відносин	304
Коротя О.Ю. Показники кредитного рейтингу як характеристики боргової стійкості її економіки	306
Кошанюк С.В. Окреслення основних елементів інфляційних проявів в Україні	308
Мартинюк Д.В. Напрями вдосконалення розвитку державних банків в Україні	310
Мягченко Н.О., Литвинчук І.В. Удосконалення діяльності об'єднаних територіальних громад в Україні	311
Новак С.В. Стійкість податкових надходжень: економічний зміст та принципи реалізації	312
Петрук А.О. Макроекономічне стрес-тестування банків як інструмент забезпечення стійкості банківської системи	313
Полчанов А.Ю., Дельфас В.С., Іванисько Н.М. Прогноз показників діяльної філії страхових компаній в Україні	314
Сич Я.О., Литвинчук І.В. Напрями розвитку податкового механізму адміністрування	315
Соловей О.І. Страховий ринок в умовах цифровізації економіки	316
Сосновська К.С. Теоретичні основи бюджетної політики в Україні	317
Столяренко А. Ю. Перспективи розвитку банківського маркетингу в Україні	318
Титарчук Н.С., Литвинчук І.В. Напрями удосконалення обліку платників податків	320
Харковина І.О. Стратегії вдосконалення та оптимізації кредитування фізичних осіб в комерційних банках	321
Цимбалішина А.В. Податкові перевірки: ризики під час бізнесу	323
Чумаченко Н.С. Шляхи вдосконалення роботи банків в процесі формування ними ресурсної бази	324
Шавурська О.В. Перспективи розвитку державного фінансового аудиту місцевих бюджетів	325
Янчевська К.П. Проблеми захисту прав споживачів фінансових послуг в Україні	327
Яремчук Д.Ю. До чого призведуть запропоновані зміни НБУ в полісах ОСЦПВННТЗ	329
Яценко. В. М. Вплив непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного збору та мита) на фінансово-господарську діяльність	330
СЕКЦІЯ 7. ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	
Бондарчук В.В. Цифровізація економіки України як фактор міжнародної конкурентоспроможності	332
Венгловська Г.В. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств	334
Костишин К.А. Проблеми впровадження концепції зеленої економіки у сучасних міжнародних економічних відносинах	336
Котвіцька А.О., Бондарчук В.В. Цифрова трансформація в країнах Близького Сходу	338
Лі Гуаньнань Сталий розвиток підприємства через призму теорії раціонального вибору та теорії поведінкової економіки	339
Макаренко І.О., Костенко О.М., Джобавя Е.Г. Інвестиційні механізми постковідного відновлення економіки: європейський досвід	341
Павленко А.Г., Нестеренко О.М. Історичні передумови, поява і сучасний розвиток реформації концепції сталого розвитку	342
Редзюк Є.В. Проблеми сталого розвитку світової та української економіки в умовах глобалізації	343
Серпенінова Ю.С., Бойко А.О., Кучер Л.Ю. Європейські інвестиційні інструменти подолання наслідків пандемії COVID-19	345
Слободенюк В.О. Сучасне бізнес середовище США та Канади	346
Соловей А.М., Червона О.Ю. Залучення аграрного бізнесу України до досягнення цілей сталого розвитку	348
Тімченко О.В. Роль електронного обміну даними у розвитку міжнародної логістики: глобальні тренди	350
Ущановський Ю.В. Характеристика окремих змін, що супроводжують поширення цифрової економіки	352
Хімач К.Ю., Бондарчук В.В. Розвиток корпоративної стратегії міжнародної компанії	353
Шиманська К.В., Миронюк М.А. Національний бренд України як засіб підвищення її конкурентоспроможності на міжнародних ринках	354
СЕКЦІЯ 8. ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Mashkevich S. V. Tourism and languages. What should a tourist know and what can they expect?	356

II Міжнародна науково-практична конференція з проблем вищої освіти і науки
«Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

Tsviliy S. M., Gurova D. D. Establishment of tourist microbusiness of the region on the basis of economic security of entrepreneurship	358
Абдуллах Е. А., Халеп А. С. Особливості розвитку casual-сегменту у готельно-ресторанному бізнесі	360
Баранець О. В., Соколова Т. І. Функціонування закладів ресторанного господарства в умовах пандемії коронавірусу в Україні	361
Баранська К. В. Перша українка-мандрівниця	362
Бах Ю. В. Темний туризм	363
Беднарський В. Д. Перспективи розвитку екстремального туризму в Україні	364
Бескровна Е. Р. Екоорієнтований туризм як інструмент формування екологічної свідомості сучасного населення	365
Білобровко Ю. І. Глобалізація в Україні	366
Білобровко Ю. І. «Мотиватори» гастрономічного туризму	367
Блищак І. О. Історичні фестивалі як інструмент популяризації туристичного іміджу регіонів України	368
Богач Н. В. Досвід країн ЄС щодо підтримки туристичного бізнесу в умовах пандемії	370
Богач Н. В. «Зелена книга»: путівник по виживанню в «білій» Америці	372
Богашко О. Л. Діджиталізація інформаційного простору на ринку туристичних послуг	373
Бурмака М. О. Паломництво в ісламі	375
Вакулович А. В. «Мандруй Україною з Дмитром Комаровим» як приклад вдалого телевізійного проекту	376
Велика І. С. Альпінізм у Непалі	378
Волинчук О. В. Етикет у Японії	379
Георгієвська А. М. Перспективи розвитку гастротуризму в Ісландії	380
Горшкова Л. О. Світовий досвід організації сільського туризму	381
Гочіашвілі Г. Р., Соколова Т. І. Впровадження інновацій casual dining в пивні ресторани	382
Давидюк Ю. В. Велнес-фестивалі як сучасний тренд відпочинку в Європі	384
Домашенко С. В., Говоруха А. О. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичної галузі: напрями виходу з кризи	386
Живицька К. О. Незвичайні готелі світу	387
Жилко О. В., Бабіч А. В. Страхування у туристичній галузі	388
Жилко О. В., Слободян О. Страхове забезпечення готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах	389
Заглада К. О. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу	390
Зайчук А. Управління готельними комплексами як форма ефективної діяльності закладів розміщення	391
Іванюк В. О. Паритет цін у готельному бізнесі	393
Івашура А. А., Борисенко О. М., Логвінков С. М. Проблеми на шляху впровадження принципів сталості в індустрії гостинності	394
Кирилюк Д. Р. Шопінг-туризм та його особливості	396
Кирилюк М. Р. Великобританія як провідний центр кінотуризму	398
Короленко Д. О. Розвиток винного туризму в Італії	400
Кравець К. В. Вплив глобалізації на розвиток міжнародного туризму	401
Кругляк М. Е. Тематичні парки Орlando (Флорида)	402
Кузьменко Д. І. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні	404
Кузьменко О. В. Засоби популяризації екологічного туризму	406
Леонова Б. Б. Сучасні світові кулінарні тренди в закладах харчування України	407
Ліпіцька М. В., Олійник О. В., Давидюк Ю. В. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку	408
Майстренко В. О. Туристична привабливість музеїв Житомирщини	411
Мамула Л. В. Особливості халяль-туризму	412
Марчук В. О. Найоригінальніші фестивалі світу	413
Матвійчук В. О. Туризм катастроф	414
Мельник В. В. Організація готельної анімації	415
Навольнєва Д. Р. Огляд організацій, які забезпечують волонтерський туризм для української молоді	416
Онищук А. С. Вплив технічного розвитку на економіку Японії	418
Онищук А. С. Цінова доступність мандрівки як вирішальний чинник вибору	419
Павлова С. І. Маркетинг емоцій у ресторанному бізнесі	420
Панасюк Д. С. Екотуризм в Україні	422