

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТРЕНД ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ОБ'ЄКТІВ РОЗМІЩЕННЯ

Летуґа Т.М., канд. техн. наук, проф.
Татар Л.В., канд. техн. наук, ст. викл.
Кудряшов А.І., канд. техн. наук

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Впровадження «зеленого» тренду в індустрії гостинності набирає темп завдяки зростанню сегменту мандрівників, орієнтованих на екологічно чисті об'єкти розміщення та готових платити більше за «зелене» житло.

Багато відомих готельних мереж стали впроваджувати екологічний менеджмент на своїх підприємствах. Ця тенденція спостерігається у всьому світі: все більше передових готелів борються за підвищення конкурентоспроможності рахунок впровадження «зелених» технологічних інновацій. З одного боку, це пов'язано з зростаючим занепокоєнням споживачів з приводу глобального потепління та зміни клімату під впливом антропогенних факторів, з іншого боку, з тим фактом, що багато готелів вважають за краще впроваджувати «зелені» інновації, оскільки вони дозволяють скорочувати споживання енергії, води та викид відходів і, як наслідок, знижують навантаження на навколишнє середовище.

Новим зростаючим напрямком у готельному бізнесі, що поєднує сучасні технології і екологічність, є глемпінг. Глемпінг – це перехідна форма між проживанням на відкритому повітрі та в приміщенні, що дає можливість впроваджувати інновації, поєднуючи комфортні умови проживання, високий сервіс із відпочинком на свіжому повітрі та турботою про навколишнє середовище.

Конкурентне бізнес-середовище в індустрії гостинності перебуває під постійним тиском зростаючих вимог і вимог клієнтів, громадської думки та ускладнення нормативної бази. Екологічність і демонстрація соціальної відповідальності бізнесу щодо навколишнього середовища можуть розглядатися як ефективний інструменту маркетингу, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності готелів.

Однак багато підприємств впроваджують екологічний маркетинг не лише з міркувань соціальної та екологічної відповідальності, але й з метою зниження витрат. У світі існує ряд організацій, які займаються розробкою та впровадженням систем екологічного менеджменту у сфері туризму та гостинності. Наприклад, Green Key – одна з самих великих і суворих організацій, що займаються сертифікацією готелів і

туристичних підприємств, що визначають їх екологічність і присуджують знак екоякості. Ця організація присудила еколейбл, що означає зниження негативного впливу на навколишнє середовище, 3700 готелів у 60 країнах.

Ці та інші «зелені» технології та підходи використовують таким новим типом засобів розміщення глемпінг. Саме такий вид засобів розміщення поєднує в собі використання інноваційних, ресурсозберігаючих технологій та турботу про екологію, допомагає відчувати себе в єднанні з природою і водночас перебувати у комфортних умовах.

Багато сучасних споживачів вважають за краще насолоджуватися відпочинком у мальовничих, екологічно чистих місцях далеко від людей і проводити дозвілля на свіжому повітрі, тому обирають такий варіант розміщення. Глемпінг зазвичай включає спальню, душ / ванну кімнату, точку харчування, всілякі майданчики для медитації і занять спортом, дитячий майданчик, лаунж-зони, місця для вечірок, басейни, зони для багать. Спочатку цей термін став застосовуватися саме у Великій Британії та Ірландії. Британська асоціація глемпінгу пов'язує появу глемпінгу з 1990–2000-ми роками. Зростання кількості глемпінгів у цей період зумовлене низкою факторів: у зв'язку з міжнародним фінансовим кризою, яка стала перешкодою для зарубіжних поїздок, з'явилася категорія споживачів, зацікавлених у нових видах відпочинку та розміщення; заборона на використання будинків на колесах у Великій Британії.

Відповіддю на попит, що з'явився, було створення нового виду об'єктів розміщення, які поєднували переваги розміщення на природі (які дають кемпінги) і високий рівень комфорту (який забезпечує розміщення в готелі високого рівня) – глемпінгів. Слідом за появою таких об'єктів розміщення з'явився і новий спосіб подорожей з розміщенням у глемпінгу, де крім відпочинку реалізуються програми ретритів, походів, хобі-турів. Аналіз статистичних даних The Glamping Show показав, що на 2021 рік у Великій Британії налічувалося вже понад 3600 глемпінгів, тим самим країна підтвердила лідерські позиції на світовому ринку глемпінгу.

Демонстрація прихильності глемпінгу до екологічного тренду дає їм конкурентні переваги, дозволяючи залучати та утримувати гостей, які позитивно ставляться до готелів, що впроваджують широкий спектр екологічно чистих практик (переробку відходів, енергозбереження та водозбереження), а також стандарти сертифікації на основі принципів сталого розвитку.