

Просування туристичного продукту на міжнародному ринку неможливе без участі вітчизняних туроператорів у міжнародних туристичних виставках, які є ключовими платформами для залучення уваги до туристичних пропозицій та встановлення контактів з потенційними клієнтами і партнерами.

Широке проникнення телекомунікаційних технологій в життя людини вимагає від виробників туристичного продукту впроваджувати нові цифрові платформи, котрі направлені, як на популяризацію туристичного продукту, так і на його просування.

Підсумовуючи, можна відмітити, що для просування туристичного продукту на міжнародний ринок має супроводжуватися розробкою стратегії, яка має включати розглянуті складові формування пошиту.

Література:

1. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційних видів туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. Вип. 43. С. 33-37. URL: <http://surl.li/rahat>

2. Гугул О.Я., Оливко О.А. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 22(1). С. 73-78.

3. Торяник В.М. Реклама та PR у сфері туризму: підручник / В.М. Торяник, В.В. Джинджоян, Н.А. Піхун; за заг. ред. О.В. Негодченка. Дніпро: ВНПЗ «ДГУ», 2018. 320 с.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЮ

Соколовський С.О., Цибульський С.В., здобувачі вищої освіти*,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна

Сучасний світ стикається з глобальними проблемами, пов'язаними з забрудненням навколишнього середовища, зміною клімату та виснаженням природних ресурсів. У зв'язку з цим щораз більше людей виявляють зацікавленість у збереженні природи та підтриманні екологічно чистих ініціатив. Саме тому екологізація діяльності готелів стає необхідним елементом у їх маркетингових стратегіях, що може привернути увагу екологічно освічених туристів та забезпечити конкурентні переваги у сфері гостинності.

* *Науковий керівник – Миронов Ю.Б., к.е.н., доцент*

Екологічно спрямовані готелі здійснюють значний вплив на зменшення негативного впливу на довкілля, впроваджуючи енергоефективність, використання відновлюваних джерел енергії та сортування відходів. Наприклад, готель може встановити сонячні батареї для генерації електроенергії, використовувати енергозберігаючі LED-лампи чи здійснювати переробку використаних матеріалів, таких як папір, пластик, скло. Усі ці кроки не лише допомагають зменшити використання природних ресурсів, але й знижують «екологічний слід» готелю.

Екологічно орієнтовані готелі також активно пропагують у своїх маркетингових кампаніях свою відповідальність перед природою та збереженням навколишнього середовища. Вони можуть використовувати різноманітні канали комунікації, такі як соціальні мережі, веб-сайти, блоги для поширення інформації та пропаганди екологічної свідомості. Це допомагає готелям не лише привернути увагу екологічно освічених туристів, але й підвищити свою репутацію та привернути нових клієнтів, котрі піклуються про довкілля.

Однією із програм, яка надає готелям, гостьовим будинкам та іншим закладам розміщення туристів можливість підтвердити свою екологічну відповідальність та привабливість є сертифікація «Green Key» (Зелений ключ) [1] (рис. 1).



Рис. 1. Логотипи програми «Green Key»

Джерело: [2]

Сертифікація «Green Key» була запроваджена у 1994 році в Данії та швидко поширилася по всьому світу. Головна її мета – сприяти збереженню природи та сталому розвитку туристичного сектору шляхом впровадження екологічних технологій та практик в готелях та інших туристичних закладах. Сертифікат «Green Key» став своєрідним символом екологічної якості для туристичних закладів та допомагає споживачам зробити свідомий вибір на користь екологічно чистих об'єктів. Здобувши сертифікат «Green Key» заклади гостинності отримують не лише позитивне ставлення до них серед свідомих

туристів, але й користуються низкою інших переваг. Наприклад, вони можуть брати участь у спеціальних програмах та акціях для сертифікованих об'єктів, отримують доступ до ексклюзивних тренінгів та консультацій з питань екології та сталого розвитку, а також в цілому підвищують свою конкурентоспроможність на ринку туризму.

Сертифікація «Green Key» також має значний вплив на збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу туризму на навколишнє середовище. За оцінками експертів, сертифіковані готелі економлять до 20 % електроенергії та води, а також зменшують кількість викидів в атмосферу та кількість відходів, які потрапляють на звалища.

Україна також долучилася до програми «Green Key» та активно пропагує екологічний туризм та стале використання природних ресурсів. Вже багато готелів та гостьових будинків в Україні успішно пройшли сертифікацію та отримали сертифікат «Green Key». Загалом сертифікація «Green Key» – це важливий інструмент для збереження природи та сталого розвитку туристичної галузі.

Також варто зазначити, що екологічна спрямованість готелю може стати основою для розробки нових продуктів і послуг. Наприклад, готелі можуть пропонувати екскурсії до заповідників, національних природних парків, організовувати «зелені» конференції та семінари, а також пропонувати екологічно чисті страви у своїх ресторанах. Це не лише дозволяє готелям залучати нових клієнтів, але й розширює їхні можливості для розвитку та розвитку.

Таким чином, екологізація діяльності готелю є важливим елементом маркетингової стратегії, який надає багато переваг. Вона допомагає зменшити негативний вплив на довкілля, привертає увагу екологічно освічених туристів та забезпечує конкурентні переваги у сфері гостинності. Крім того, екологічно орієнтовані готелі можуть використовувати свою відповідальність перед природою як основу для розробки нових продуктів та послуг. Тому здійснення екологічних зусиль у готельному бізнесі може, на нашу думку, принести значний успіх та стати кроком до створення сталої та екологічно збалансованої системи гостинності.

Література:

1. Міжнародна програма еко-маркування «Зелений ключ». URL: <https://www.greenkey.global/> (дата звернення: 26.02.2024).
2. Unlocking Sustainability in the Hospitality Industry. URL: <https://www.greenkey.global/criteria> (date of application: 26.02.2024).