

КОНЦЕПЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО НОМЕРА У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Захист навколишнього середовища має встояти перед тиском з боку організацій, стурбованих лише комерційним успіхом чи особистим збагаченням. Фінансовий контроль, ринкові фактори, відповідні законодавчі заходи виводять заходи з охорони навколишнього середовища на новий рівень. У недавньому минулому у світовій готельній індустрії з'явилася концепція екологічного номера. Фахівці-практики вважають таку стратегію досить перспективною [1].

Подібна концепція не завжди була популярна на ринку послуг. Можливо, причиною цього була недостатня «екологічна» свідомість готельного бізнесу та неготовність споживачів до такого продукту. Але сьогодні, спрямованість на просування екологічного готельного продукту для тих споживачів, які свідомо роблять вибір на користь екологічно дружніх технологій.

На думку фахівців маркетингової політики - «зелена тема» одна із високоприбуткових способів виділитися серед чимало конкурентів. Використання у роботі готелів нових екологічних методів сприяють просуванню екологічних ідей у сфері готельного господарства. Аналіз виробничої діяльності екоготелів показує: скорочення споживання електроенергії, води, зменшення викиду сміття та відходів. У екотехнологіях готельного бізнесу повинні бути присутні комплексні питання[2]: від планування та закупівель продовольства та інвентарю до екологічної утилізації твердих побутових відходів та екологічної освітньої роботи.

Людей непокоять екологічні проблеми довкілля [3]. Вони, здебільшого, згодні доплачувати за безпеку. Крім того, впровадження сучасних екологічних напрямків у готелях дозволяє залучити заможних клієнтів, і головна позитивна сторона полягає в тому, що додаткові витрати готельних підприємств компенсуються за рахунок відвідувачів.

При виборі готелю клієнти, як ключовий критерій, розглядають наявність засобу розміщення екологічного сертифікату, який припускає економію ресурсів та оптимізацію витрат. Це інструменти конкурентної боротьби [4]. Об'єкти гостинності, які підтримують «зелений» рух, залишаються у пріоритеті.

Отже, прагнення залучити більшу кількість клієнтів змушує готельний бізнес ставати екологічним, адже люди стають більш вимогливими у питаннях екології.

Список використаних джерел:

1. Іваненко В. С. Перспективи розвитку екологічного туризму на Миколаївщині // Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., Миколаїв- с. Коблеве, 9 червня 2022 р. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 152-154. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11905>.

2. Марцинюк К. І. Туристичні подорожі: несприятливі фактори, захист. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики : матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 1 квітня 2024 р.). Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2024. С. 53-55.

<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/17471>.

3. Курепін В. М., Іваненко В. С. Екологія та війна, погляд через минуле у майбутнє, глобальні виклики, загрози // Ekologia i racjonalne zarządzanie przyrodą: edukacja, nauka i praktyka [Zasób elektroniczny]: materiały z międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej (Łomża – Żytomierz, 15.11.2023 r.). Łomża : MANS w Łomży, 2023. С. 265-275.

URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/16200>.

4. Іваненко В. С., Курепін В. М. Управління професійними ризиками на вітчизняних підприємствах // Проблеми та перспективи розвитку охорони праці : матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції курсантів, студентів, аспірантів та ад'юнктів, м. Львів, 12 травня 2022 р. Львів : ЛДУ БЖД, 2022. С. 97-99.

URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11713>.