

УДК 658.64

Антонець Д.К.¹, Гурова Д.Д.²

¹ студ. гр. ГФ-113м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. геогр. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

АНАЛІЗ РІЗНИЦІ В СТАВЛЕННІ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ ДО ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАКТИК В ГОТЕЛІ

У сучасному світі люди більш обізнані та усвідомлюють екологічні практики вдома та в місцях, де вони бувають. Несподівано велика кількість людей, груп і спільнот хочуть зробити більше для охорони та збереження наших природних ресурсів, але вони не впевнені, з чого почати, коли справа доходить до впровадження заходів із захисту довкілля. Простіше кажучи, ведення екологічно свідомого способу життя означає уникати будь-яких дій, які можуть завдати шкоди навколишньому середовищу. Екологічно чисті практики – це терміни, що використовуються в маркетингу та сталому розвитку, які стверджують, що екосистемам чи навколишньому середовищу було завдано мінімальної, незначної або взагалі відсутньої шкоди. Людина, яка є екологічно свідомою, переробляє, використовує менше води та палива та робить інші дії, які допомагають підприємствам, які прагнуть бути більш екологічно чистими і мають менший негативний вплив на навколишнє середовище. Екологічно чистий спосіб життя починається з базового розуміння того, що кожна частина життя може зробити для захисту навколишнього середовища.

Green Hotel, який іноді називають екологічним готелем, стає все більш відомим серед клієнтів. Зростання зелених готелів нерозривно пов'язане з акцентом на зростаючий вплив туризму на навколишнє середовище, який включає витік доходів громади, забруднення, погіршення навколишнього середовища, трудові проблеми, надмірне будівництво, надмірне споживання енергії, надмірне споживання товарів нетривалого користування та утилізацію відходів, які сприяє забрудненню води, ґрунту та повітря.

Оскільки екологічні практики часто використовуються зеленими готелями і, здається, дуже актуальні для гостей, вони можуть слугувати теоретичною основою для визначення екологічних готелів і вивчення того, як вони впливають на ставлення та поведінкові наміри гостей. Споживачі, які піклуються про навколишнє середовище, вибирають екологічно чисті товари, тому що вони стурбовані впливом своїх дій на навколишнє середовище.

Розглянемо попередні дослідження, які стосуються демографічних характеристик відвідувачів. Dambhare і Khan [1] досліджували демографічні та поведінкові характеристики відвідувачів, які обирають екологічні житло. Виявлено, що вік, стать і достаток впливають на вибір екологічних готелів. Жінки частіше платять преміальні ціни та вибирають екологічні готелі. Згідно з опитуванням, маркетологи готелів повинні розробляти креативні екологічні ініціативи, засновані на демографічних і поведінкових відмінностях споживачів, щоб залучити клієнтів-жінок і молодих клієнтів.

Згідно з Albloushy Н. та Connell К. [2], жінки-споживачі були більш схильні сприймати екологічно чисті продукти та діяти відповідно під час покупок. Було виявлено, що найважливішими визначальними факторами їх купівельної поведінки були якість, ціна, ідентифікація бренду та естетична екологічна упаковка.

Fhisher та ін. [3] у своєму аналізі виявили кореляцію між практикою зелених покупок і демографічною змінною «Стать». Існує кореляція між статтю та використанням перероблених пакетів та екологічно чистих продуктів.

Порівняно з 16,2% жінок, лише 7,4% чоловіків у їхньому дослідженні повністю погодилися з тим, що вони вживали зелені продукти.

Враховуючи результати попередніх дослідників, був проведений аналіз ставлення до екологічних практик у готелях м. Трускавець споживачами готельних послуг з врахуванням статі. Анкета складалася з питань щодо демографічного профілю респондентів, а також профілю респондентів, пов'язаного з їхніми подорожами та перебуванням у готелі.

Питання в цьому сегменті задавалися за 10 параметрами. Запитання ставилися за 5-бальною шкалою Лайкерта, де 1 – зовсім не згоден, 2 – не згоден, 3 – нейтрально, 4 – згоден і 5 – повністю згоден.

Більшість респонденток (80%) погоджуються, що вимикають світло в готелях, коли виходять з номера. 62% респонденток зазначили, що раз на три дні користуються свіжою білизною в готелях. 66% респонденток погоджуються, що щодня користуються свіжими рушниками в готелях. Більшість респондентів (70%) зазначили, що позитивно ставляться до переробки банок і пляшок після використання в готелях. 70% респонденток зазначили, що користуються багаторазовими продуктами в готелях. Більшість респондентів (84%) зазначили, що вони дотримуються практик, пов'язаних з економією води в готелях.

Також більшість респонденток (78%) зазначили, що вони позитивно ставляться до використання екологічно чистих продуктів у готелях. Більшість респонденток (74%) зазначили, що позитивно ставляться до використання багаторазових пакетів/сумок у готелях. 60% респонденток зазначили, що в готелях віддають перевагу використанню біорозкладних продуктів. 50% респонденток зазначили, що збирають сміття в готелях, сортують і викидають його у смітник. Більшість респондентів (80%) зазначили, що вважають за краще використовувати енергозберігаючі лампочки.

Щодо чоловіків, то більшість респондентів-чоловіків (66%) погоджуються, що вимикають світло в готелях, коли виходять з номера. 60% респондентів-чоловіків зазначили, що раз в три дні користуються свіжою

білизною в готелях. 64% респондентів-чоловіків погоджуються, що щодня користуються свіжими рушниками в готелях. Більшість респондентів (67%) зазначили, що вони позитивно ставляться до переробки банок і пляшок після використання в готелях. Більшість респондентів (74%) зазначили, що вони дотримуються практик, пов'язаних з економією води в готелях. Більшість респондентів (72%) зазначили, що вони позитивно ставляться до використання екологічно чистих продуктів у готелях. Більшість респондентів-чоловіків (70%) зазначили, що позитивно ставляться до використання багаторазових пакетів/сумок у готелях. 66% респондентів-чоловіків зазначили, що віддають перевагу використанню біорозкладаних продуктів у готелях. 53% респондентів-чоловіків зазначили, що збирають сміття в готелях і викидають його у смітник. Більшість респондентів (68%) зазначили, що вони вважають за краще використовувати енергозберігаючі лампочки.

Дані дослідження показали, що жінки ставляться відповідальніше до екологічних практик у готелях, ніж чоловіки. Отримані результати підтверджують попередні дослідження, проведені закордонними вченими.

Список використаних джерел:

1. Dambhare A., Khan S. Analysing the issues faced by leisure travelers with the established services and facilities of star category hotels. *Journal of Tianjin University Science and Technology*. 2022. Vol. 55 (11). P. 121–140.
2. Albloushy H., Connell K. Y. Purchasing environmentally sustainable apparel. The attitudes and intentions of female Kuwaiti consumers. *International Journal of Consumer Studies*. 2019. Vol. 43 (4). P. 390–401.
3. Fisher C., Bashyal S., Bachman B. Demographic impacts on environmentally friendly purchase behaviors. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*. 2012. Vol. 20 (3). P. 172–184.