

RESEARCH OF ECO-ENTREPRENEURIAL ASPECTS IN THE MANAGEMENT OF HIGH-CLASS HOTELS IN VELINGRAD

Iva Bichurova

Department of "Economy, entrepreneurship and management" at the University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, iva.bichurova.uft@gmail.com

Abstract: In the market system, achieving sustainable development requires the presence of ecological innovations and entrepreneurs who can successfully implement them on the market. Only actors and companies that achieve ecological progress in their main business in the mass market can be called "eco-entrepreneurs". In the paper, the category of eco-entrepreneurship is defined in a narrow and broad aspect, and its typology, in the course of the research, pays special attention to the pioneers and environmental managers.

The unique combination of mountain climate with thermal mineral springs makes Velingrad a preferred tourist destination for balneology, spa and wellness tourism. The tendency to expand the high-class hotel base puts on the agenda a number of issues related to sustainable forms of resource exploitation and strategic initiatives to minimize the risk to the environment. It won the "SPA Capital of the Balkans" prize for a leading spa resort, confirming the importance of the tourism business for the city and the region, pointing to the effect of eco-entrepreneurial initiatives and the challenges facing the industry in general. The object of research are four-star and five-star hotels in Velingrad. The paper proposes an approach for classification and self-assessment of eco-entrepreneurship within the boundaries of high-end tourism business in Velingrad. A self-assessment method was also tested, or the so-called position matrix based on two indicators - ecological priority and market share. The tool was tested on seven hotels, and the following indicators were analyzed: Business programs and company strategy; Range of products and services; Organizational and communication processes in relation to environmental aspects; Market effect of eco-products and services.

Keywords: Eco-entrepreneurship, Sustainable Development, Eco-innovations, Environmental Managers, Bioners.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЕКОПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ АСПЕКТИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ВИСОКОКАТЕГОРИЙНИТЕ ХОТЕЛИ ВЪВ ВЕЛИНГРАД

Ива Бичурова

Катедра „Икономика, предприемачество и управление“ в Университет по хранителни технологии, гр. Пловдив, България, iva.bichurova.uft@gmail.com

Резюме: В пазарната система за постигане на устойчиво развитие се изисква наличието на екологични иновации и предприемачи, които да ги реализират успешно на пазара. Само дейците и компаниите, които постигат екологичен прогрес в своя основен бизнес на масовия пазар, могат да се нарекат „екопредприемачи“. В доклада категорията *екопредприемачество* е дефинирана в тесен и широк аспект, а нейната типологизация, в хода на изследването, обръща особено внимание на бионерите и екологичните мениджъри.

Уникалното съчетание на планински климат с термални минерални извори (Воденска М., М. Ушева, 2019), превръща Велинград в предпочитана (Плачкова, М. и колектив, 2008) туристическа дестинация за туризъм с цел балнеология, спа- и уелнес. Тенденцията към разширяване на висококатегорийната хотелска база поставя на дневен ред редица въпроси, свързани (Nikolova-Alexieva, V., & Valeva, K., 2021) с устойчиви форми на експлоатация на ресурсите и стратегически инициативи за минимизиране на риска за околната среда. Завоюваният приз „СПА столицата на Балканите“ на водещ балнеокурорт, утвърждава значението на туристическия бизнес за града и региона, като насочва към ефекта на екопредприемаческите инициативи и предизвикателствата пред бранша въобще. Обект на изследване са четиризвездни и петзвездни хотели във Велинград. В доклада е предложен подход за класификация и самооценка на екопредприемачеството в границите на висококатегорийния туристически бизнес във Велинград. Тестван е още метод за самооценка или т.нар. позиционна матрица на база два индикатора – екологичен приоритет и пазарен дял. Инструментът е тестван върху седем хотела, като са анализирани следните показатели: Бизнес програми и фирмена стратегия; Диапазон на продукти и услуги; Организационни и комуникационни процеси спрямо екологичните аспекти; Пазарен ефект на екопродуктите и услугите.

Ключови думи: Екопредприемачество, Устойчиво развитие, Екологични иновации, Екологични мениджъри, Бионери.

1. УВОД

Във Велинград има регистрирани над 200 места за настаняване, от които над 30 са хотели. Тенденцията е устойчиво техният брой да се увеличава, а конкуренцията (Караилиева, М., 2018) помежду им определя стремеж към гарантиране на отличителни характеристики на предлаганите продукти и действащи практики. Грантовата схема на европейската комисия за еко-иновации подкрепя въвеждането на иновативни продукти, услуги и технологии (Ризова, Т., 2021) които да насърчат използването на натурални ресурси. Инициативата цели опазване на околната среда чрез финансиране на „зелени проекти“ във всички области на икономиката: рециклиране на продукти; строителство, храни и напитки; „зелен бизнес“ (високопреносими ефективни практики и техники).

Тенденцията към разширяване на висококатегорийната хотелска база поставя на дневен ред редица въпроси, свързани с устойчиви форми на експлоатация на ресурсите и стратегически инициативи (Йорданова, З., 2020) за минимизиране на риска за околната среда. Спецификата на съвременния туризъм, развиващ се в условията на обективна трансформация под въздействие на новите технологии прави наложително интеграцията на туризма със всички свързани сектори, които да се включат като основни цели в стратегическите планови документи на общинско ниво, тъй като тези процеси са формулата за жизнестойчив и конкурентоспособен туризъм (Alexova, D., Alexandrova, E., Vodenska, M. and Popova, N., 2021).

2. СЪЩИНСКА ЧАСТ

Екологичните или еко-иновациите са всички мерки, предприети от заинтересованите страни, чрез които те разработват, прилагат или въвеждат нови идеи, продукти, процеси, поведение, а също допринасят за намаляване на натоварването върху околната среда или постигане на целите на устойчивостта. *Екологичните иновации*, които са особен вид организационно-управленски иновации. Това е свързано с повишените изисквания на обществото към фирмите-производители, увеличаването на тяхната отговорност както за своите служители и клиенти, така и за запазване на околната среда.

В пазарната система за постигане на устойчиво развитие се изисква наличието на екологични иновации и предприемачи, които да ги реализират успешно на пазара. Само дейците и компаниите, които постигат екологичен прогрес в своя основен бизнес на масовия пазар, могат да се нарекат „екопредприемачи“ (Schaltegger, St., 2002).

Понятието *екопредприемачество* е сравнително по-ново в литературата като за неговото дефиниране не е възприето еднозначно тълкуване. Въпреки това, някои автори разграничават широка и тясна интерпретация (Schaltegger, St., 2002).

В широк смисъл *екопредприемачеството* може да се дефинира като иновативна, пазарно ориентирана и лично задвижвана форма на създаване на стойност чрез екологични иновации и продукти откъд стартирва фазата на компанията (Бичурова, 2017).

В тесен смисъл *екопредприемачеството* се характеризира чрез личната инициатива и персоналните умения на предприемача. Характерно за *екопредприемачеството* е стартирането на изключително иновативна компания, която предоставя екологични продукти и услуги. Екопредприемачите показват изключително силно лично себепознание и усъвършенстване и считат професионалните си дейности за съзидателно изкуство (Ivanov, M., 2018). В полето на екопредприемачеството Шалтегер предлага следната типологизация (Schaltegger, St., 2002):

- **Екопредприемачи** - компании и техните лидери, които считат проблемите на околната среда за централни за своя бизнес и заемат значителен дял на масовия пазар чрез своите екологични продукти или услуги.
- **Бионери** - компании и техните лидери, които се ориентират към атрактивни пазарни еко-ниши със своите екологични иновации. Основна роля за тях играе развойната дейност и фокуса върху клиенти с предпочитания за техните решения.
- **Еко-изобретатели** - доставчици на екопродукти и услуги, които действат на различни еко-сцени като не реализират пазарни цели. Оборътът има за цел да подсури алтернативния им начин на живот.
- **Екологични мениджъри** - лидери на компании, които считат проблемите на околната среда като допълнителен аспект към бизнеса. Основните цели са намаляване на разходите и подобряване на конкурентоспособността чрез повишена екологична ефективност. Последната се използва за изграждане на екологичен публичен образ.
- **Администриращи опазването на околната среда** - компании и техните лидери, за които проблемите на околната среда са с нисък приоритет. Опазването се счита за служебно задължение.

Концентрират се върху спазването само на определени екологични разпоредби и стандарти и главно се осъществява от юридическите отдели.

3. МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО.

Кратка характеристика на предприятията от туристическия бранш, обект на изследване.

➤ **Петзвезден МАКСИ Парк Хотел & Spa** – хотелът е разположен в най-големия естествен боров парк във Велинград, с изобилие от топли минерални води, които носят славата му на хотела с най-много минерални басейни в региона. Богатство на хотела са петте топли басейна на разположение на гостите на хотела – голям басейн, лечебни топила, солени басейн, контрастен басейн, басейн с водни ефекти. Хотелът предлага и две оборудвани конферентни зали за бизнес и конгресен туризъм, както и много други удобства за отход и развлечения на гостите (www.maxivelingrad.com).

➤ **Петзвезден Гранд хотел Велинград** – хотелът е разположен на живописен хълм с панорамна гледка към града и природата наоколо. Уникалният СПА и УЕЛНЕС център предлага богата гама от услуги. Хотелът разполага с четири термални басейна с минерална вода – вътрешни: плувен полу-олимпийски, детски и голямо джакузи и външни: топъл зимен и топъл летен. Осигурени са физиотерапия и балнеология. Хотелът предлага две оборудвани зали за конгресен туризъм, боулинг-зала, места за развлечения, игри и ресторанти за атрактивни храни (www.grandhotvelingrad.com).

Петзвезден СПА хотел Двореца – хотелът е в съседство с красив боров парк и разкрива прекрасна гледка към околните планини. На разположение на гостите са три термални минерални басейна: голям външен басейн с пързалка за малки и големи, детски басейн с пързалка и вътрешен басейн. Хотелът предлага СПА процедури и терапии за красота и здраве, три конферентни зали, ресторант с италианска кухня и приключения за любителите на силни усещания (www.dvoretza.com).

➤ **Петзвезден Арте Парк Хотел & Spa** – хотелът е разположен в подножието на гората, заобиколен от уникална природа и захранен с една от най-лечебните минерални води в града. За три поредни години печели приз „Най-добър SPA-хотел на България“. Най-голямото предимство СПА – центъра му – вътрешни и външни съоръжения за процедури с термална минерална вода, два външни и вътрешни басейна. Хотелът предлага конферентна зала и бизнес център, ресторанти с разнообразно и изискано меню, множество атракции, кино салон и състезателни игри за най-малките (www.artehotel.net).

➤ **Петзвезден Спа хотел Инфинити & Парк** – хотелът е разположен в градската част в непосредствена близост до гората, с панорамна гледка към природата. СПА центърът включва множество вътрешни и външни съоръжения за множество терапии, балнеология и физиотерапия. Хотелът разполага със закрити термални басейни: полуолимпийски плувен басейн, акватоничен басейн, детски басейн, шок басейн и контрастен басейн, два външни басейни и две топила. Хотелът предлага две конферентни зали и възможност за алтернативни форми на туризъм сред природата (www.infinity.net).

➤ **Четиризвезден СПА хотел Олимп** – хотелът е разположен на височина, в подножие на боровата гора и с красива гледка към градската част на Велинград. Предлага разнообразни СПА и Уелнес процедури чрез съоръженията в СПА центъра- закрит минерален басейн в гръцки стил с гейзери и масажни джетове, открит минерален басейн, римска баня и др. Хотелът предлага щанд с био продукти и гарантира влагането на „чисти“ суровини в кулинарното производство. Хотелът е подходящ още за конгресен туризъм, семейна почивка и спортни дейности (www.olymp-bg.com).

➤ **Четиризвезден балнеокомплекс и СПА хотел Акватоник** – хотелът е разположен в близост до езерото Клептуза и предлага акватоничен минерален басейн, СПА и Уелнес център, които включват кнайп пътека, ледена стая, сауни и парни бани. Комплексът предлага физикална и рехабилитационна медицина, а алтернативните туристически дейности включват конна езда, преходи из гората и вело-туризъм (www.aquatonik.com).

Методика за изследване на екопредприемачеството във високотегорийни хотели във Велинград.

За да се измери екопредприемачеството е приложен инструмент за самооценка или т.нар. позиционна матрица на база два индикатора – екологичен приоритет (нисък, среден, висок) и пазарен дял (алтернативна сцена, ниша, масов пазар) (Шалтегер в Ivanov, M.). Инструментът е тестван върху седем хотела, като са анализирани следните показатели. За отговор на всяко твърдение се използва Ликертова скала от 1 до 5, където 1 е „напълно несъгласен“, 2 е „несъгласен“, 3 е „неутрален“, 4 е „съгласен“ а 5 е „напълно съгласен“ (Вж. Таблица 1):

Таблица 1. Въпросник за изследване на екопредприемачеството по Шалтегер

№1	Бизнес програми и корпоративна стратегия чрез следните въпроси:	1	2	3	4	5
	✓ Екологичните принципи са част от бизнес политиката.					
	✓ Тези принципи са отразени в документите за стратегията.					
	✓ На базата на тези принципи и стратегии има зададени количествени цели и времеви таблици.					
	✓ Диапазон на продукти и услуги чрез оценка на екологичната им ориентация, способността да постигат целите на компанията, разликата им спрямо конкурентите на база екологично въздействие, наличие на еко-отличия и награди и времево сравнение за екологичния напредък.					
№2	Организационни и комуникационни процеси спрямо екологичните аспекти чрез следните въпроси:					
	✓ Проблемите на околната среда са интегрирана част от всяко управленско ниво и бизнес единица в компанията.					
	✓ Компанията се включва в научни изследвания за околната среда и те се отнасят към основните бизнес дейности.					
	✓ Проблемите на околната среда и тяхната връзка с икономическите показатели са адресирани в основните комуникационни дейности на компанията (напр. финансови отчети, реклами).					
№3	Пазарен ефект на екопродуктите и услугите чрез следните въпроси:					
	✓ Компанията притежава значителен пазарен дял.					
	✓ Растежът на пазарния дял и продажбите е по-голям от средния пазарен растеж.					
	✓ Иновациите на компанията са копирани от нейните конкуренти.					
	✓ Ценовото равнище на продуктите на компанията попада в средния диапазон на пазара и не отразява нишова стратегия, като се фокусира върху ексклузивна група клиенти.					

4. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВИСОКОКАТЕГОРИЙНИ ХОТЕЛИ ВЪВ ВЕЛИНГРАД

В резултати от проведено анкетно изследване на висококатегорийни хотели във Велинград, обектът на изследване може да се разпредели в една от двете категории в класификацията за екопредприемачеството на Шалтегер – *бионери и екопредприемачи*. Анализът на данните показва висока тежест на екологичния приоритет на дейността на анкетираните хотели, като по-малък дял от тях попадат в полето на *бионерите - хотел Макси, хотел Двореца и хотел Акватоник*; докато останалите от тях са *екопредприемачи - Гранд хотел Велинград, хотел Инфинити, хотел Олимп и хотел Арте*. На тази база е и конструирана позиционна матрица „Пазарен дял – екологичен приоритет“ (Графика 1).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложеният подход за класификация и самооценка има за цел да подкрепи бионерите и екологичните мениджъри в техните опити да реализират екопредприемачеството на практика. Изследваните отделните случаи показваха, че основната концепция за екопредприемачеството и подходът на (само-) оценяване са наистина приложими.

Настоящият доклад е разработен във връзка с изпълнение на проект "Иновациите като стратегически фактор за предприемаческа активност в зелената икономика", съгласно Дог.Н15/21-Н, финансиран по фонд „Наука“, УХТ.

Графика 1. Позиционна матрица „Пазарен дял-екологичен приоритет“ /авторска подредба/

Легенда: хотелите са подредени, както следва: Хотел Макси, Гранд хотел Велинград, Двореца, хотел Инфинити, хотел Олимп, хотел Арте, хотел Акватоник.



ЛИТЕРАТУРА

- Alexova, D., Alexandrova, E., Vodenska, M., & Popova, N. (2020). Contemporary Challenges to the Sustainable Development of Tourism in the National Resort of Bulgaria. Sixth International Scientific Conference "BUSINESS AND REGIONAL DEVELOPMENT", Volume 120, DOI:10.1051/shsconf/2021120002011, pp.1-8.
- Ivanov, M. (2018). Fostering Sustainable Innovations and Entrepreneurship through Strategic Niche Management: The Bulgarian Case in Higher Education. Sociological Problems, Special Issue, pp. 152-166.
- Nikolova-Alexieva, V., & Valeva, K. (2021). Eco innovations – the foundation of sustainable regional bio-sector, Science. Business. Society. Vol.6, Issue 2, pp. 54-57.
- Schaltegger, St. (2002). A Framework for Ecopreneurship, Greener Management International, DOI: 10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00006.
- Бичурова, И. (2017). Обучение по екопредприемачество в три извънстолични университета, Научни трудове на СУБ - Пловдив, Серия А. Обществени науки, култура и изкуство, ISSN: 1311-9192, с. 42-47.
- Воденска М., & Ушева, М. (2019). Гостоприемство в туристическата индустрия, Изд. Матком, ISBN 978-619-7423-13-6, с.11.
- Йорданова, З. (2020). Интегрирано управление на иновациите в бизнес организациите, Изд. комплекс УНСС, ISBN 978-619-233-308-0, с.23.
- Караиilieva, М. (2018). Човешкият капитал в туризма, Изд. НБУ, ISBN 978-619-233-013-2, с. 119.
- Плачкова, М. и колектив (2008). Мениджмънт в туризма, Изд. къща Дионис, с. 41.
- Ризова, Т. (2021). Интегрирано управление в туристическите комплекси, Изд. „Симолити-94“, ISBN 978-619-233-147-4, с.11.
- www.maxivelingrad.com
- www.grandhotelvelingrad.com
- www.dvoretsa.com
- www.artehotel.net
- www.infinity.net
- www.olymp-bg.com
- www.aquatonic.com