

**Международно изложение Културен туризъм – Велико Търново 2021**

**НАЦИОНАЛЕН СТУДЕНТСКИ КОНКУРС ЗА НАЙ-ДОБРА  
ТУРИСТИЧЕСКА РАЗРАБОТКА**

**Тема:**

**Алтернативно или традиционно хотелско  
настаняване – съвременната дилема в туризма**

Василена Петрова Павлевчева

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Бакалавърска програма: Управление на туризма, 4 курс

Департамент: Администрация и управление

**София, 2021**

## Уводна част

Една от най-интересните дилеми, поставяна пред туризма през последното десетилетие, е съревнованието между традиционното и алтернативното хотелско настаняване. Това е тема, която ме вълнува силно като човек, който изучава туризъм и работи в сферата на туризма, а също така и като пътешественик, който използва предимно различни форми на алтернативно настаняване при своите пътувания.

Целта на това проучване е да отговори на няколко основни въпроса и да изясни кои са основните характеристики на двата типа настаняване, кои са плюсовете и минусите им, факторите при избора им, влиянието на AirBnB върху традиционното хотелско настаняване, какви са тенденциите при двата типа настаняване и какви са прогнозите за тяхното развитие. Работата е разделена на 5 основни секции – методология, теоретична част, аналитична част, заключение и използвана литература. Сегментите са разгледани по-подробно в следващата точка.

## Методология

За да се отговори на всички въпроси, които бяха поставени в началото на работата, беше необходимо да се направи преглед на научната литература въз основа на статии от научни списания и книги в туристическата индустрия. Всичко това беше необходимо, за да се създаде база от знания, свързани с темата на казуса. Обединената база данни на НБУ беше използвана при подбора на научните статии, които бяха анализирани. Основните използвани ключови думи бяха (( алтернативно настаняване\* И традиционно хотелско настаняване\*) И ((алтернативно настаняване ИЛИ хоспиталити\*“)). Резултатите бяха ограничени с филтри като цели статии на английски и български език от 2008-2020г. Времевият период беше дефиниран на база дата на създаване на AirBnB като основна изучавана платформа за алтернативно настаняване.

Още статии бяха намерени в други академични платформи (като Google Scholar). Тъй като имаше много резултати за използваните ключови думи, те бяха организирани по значението им в Google Scholar и след ревизия бяха избрани още няколко документа. Използвани са и статии на български език, които не бяха подробно изучавани, но са послужили като подкрепящи документи.

След подбора на публикации беше извършен систематичен анализ на най-важните статии, при които под внимание са взети датата на проучване, териториалният обхват, използваната методология, резултатите и заключенията. При анализа се очертаха

границите на основните понятия, както и най-отличителните характеристики на изучаваните категории. След набавянето на необходимите теоретични познания, беше извършен сравнителен анализ на двата разглеждани типа настаняване – традиционно и алтернативно. При сравнителния анализ бяха отчетени основните плюсове и минуси на двете категории, както и основните фактори, които влияят при избора им. В заключителната част се направи обобщение на предходните точки и прогнози за бъдещото развитие на една от най-големите съвременни дилеми в туризма, а именно хотелско или алтернативно настаняване.

## **Теоритична част**

### **Алтернативно настаняване - характеристики**

Туристическото настаняване обикновено се отнася до традиционни хотели от различни категории, алтернативното настаняване от своя страна се отнася до места като къщи за гости, споделено настаняване през платформи като AirBnB, 9Flats, Flipkeys, Кноск-оп, ферми и други, които предоставят краткосрочно платено настаняване на туристите. Освен обикновени къщи или апартаменти и дори луксозни такива към алтернативното настаняване спадат домове, които са имали различна функция в миналото (замъци, лодки, ретро автобуси, самолети, вятърни мелници, къщи на дърво и др.), и които днес са се превърнали в удобно и уютно помещение за отдаване под наем. Тези места обикновено имат по-малко от десет стаи и се поддържат и управляват от собствениците на имотите (Chen, Chen, & Lee, 2013). Те се различават от традиционните хотели по отношение на ограничените и персонализирани услуги, предоставяни с детайл към автентичното изживяване и връзката с местните (Gunasekaran.N, Anandkumar.V). Алтернативното настаняване предлага уникални възможности за автентични пътувания и незабравими изживявания. Този тип настанявания не се основа само на хедонистични ценности, забавление и удоволствие или на функционални параметри като комфорт и цена, а по-скоро на социално взаимодействие и контакт (Souza , Kastenholtz & Barbosa). Именно такъв тип изживявания са търсени от новия тип туристи. Това е и причината приходите, генерирани от настаняване на принципа на споделена икономика да са надминали 3,5 млрд. щатски долара през 2013 г. с ръст над 25%, което го прави разрушителна икономическа сила (Geron 2013).

За целта на това проучване под алтернативно настаняване ще се разбира предимно AirBnB като предпочитана форма на алтернативното настаняване през последните години и като основен конкурент на традиционното хотелско настаняване.

### **AirBnB**

Airbnb се описва като надеждна общност и пазар, на който хората могат да публикуват, намират и резервират уникални места за настаняване в цял свят. Платформата е създадена през 2007-2008г. и за по-малко от десетилетие успява да се превърне в един от най-мощните играчи на туристическия пазар. Днес AirBnB има няколко милиона обяви за настаняване в повече от 180 държави, като цените варират от 15 евро на вечер за настаняване на диван в споделено жилище до няколко хиляди евро за наем на луксозна къща. AirBnB предлага алтернативи на хотели в икономичния, луксозния и бизнес сектора (Trivett 2013).

### **Алтернативно настаняване – фактори за избор и ползи**

Tussyadiah (2015) идентифицира три основни фактора, които мотивират използването на алтернативното и споделено настаняване (тип AirBnB):

- **Устойчивост** - социална и екологична отговорност;
- **Общност** - социални взаимодействия, обмен на култура и знания, чувство за общност, участие в повече автентични активности с местните;
- **Икономически ползи** - по-ниски разходи за туристите, удължаване на продължителността на престойта и честотата на пътуванията, повече приходи за местното население и дестинацията.

В по-ранни проучвания Novelli (2005) и Scarinci & Richins (2008) установяват, че сред причините за нарастване популярността на този тип настаняване са:

- **Засилената конкуренция** – както между традиционните места за настаняване, така и на конкуренцията между алтернативните и традиционни места за настаняване.
- **Модерните и нови туристи** - по-взискателни и търсещи бутикови продукти, търсещи автентичност и връзка с местните.
- **Развитието на технологиите и достъпа до информация**

В други проучвания през годините (Norman (1988), Upchurch (1996), Ingram (2002)) се обръща специално внимание на още фактори, които са отчетени като

привличащи туристи към този тип настаняване. Те са актуални и към момента, а сред тях са:

- По-малки мащаби - избягване на по-големите мащаби на традиционните хотели. Този фактор е особено актуален в наши дни в условията на пандемията от Covid-19, когато повечето хора се опитват да избегнат директен контакт с много хора, идващи от различни части на света.
- Връзка с местното население

При всички проучвания в периода 1988 – 2015, които са посочени по-горе, повтарящият се фактор е автентичността, връзката с местното население и чувството за общност. Това е така, защото най-отличителната характеристика на алтернативното настаняване и негов най-голям плюс е по-добрата възможност за връзка и запознанства с местните и по-близкия контакт с местното нематериално културно наследство. Домакините често са източник на знания и съвети за местните забележителности, дейности и култура. Разговорът и участието в дейности с домакините допринася към привързаността на госта към мястото за настаняване и дестинацията, а също и към удовлетвореността от пътуването, което от своя страна създава лоялност.

През последните години, особено със засилването на използването на AirBnB, все повече се обръща внимание на това, че туристите са привлечени от обстановката, която този тип настаняване осигурява, а именно “дом далеч от дома”.

Разбира се тези фактори са строго индивидуални спрямо различните туристи и целите на пътуването, но от доставчиците на алтернативен тип настаняване зависи да се фокусират върху силните и отличителни страни спрямо традиционното хотелско настаняване и да насочат действията си към тяхното подчертаване и развитие.

### **Традиционно хотелско настаняване**

Традиционното хотелско настаняване обикновено се отнася до официално регистрирани места за настаняване (най-често хотели), които имат определена категоризация. По своята същност хотелите и алтернативните места имат една и съща функция – осигуряване на място за настаняване и нощувка срещу заплащане. Основната разлика между хотелите и алтернативните места за настаняване обаче е че хотелите имат по-голям капацитет и факта, че обслужването и цялостното изживяване са доста по-

“официални” и стандартизирани. Друга значителна разлика е, че обикновено хотелското настаняване е по-скъпо от това в алтернативно такова.

Хората, които избират да се настанят в традиционни хотели обикновено търсят лукс и удобство от гледна точка на това, че хотелите обикновено предлагат и множество допълнителни услуги. Често това са и места с All inclusive концепция, които могат да им осигурят всички възможни услуги и то на едно място. Много често хората избират хотели преди алтернативни места за настаняване, когато определящ фактор е локацията, тъй като винаги има хотели в близост до летища и ключови гари. В проучване на Sainaghi и Baggio (2020) е установено, че хотелите имат преимущество пред алтернативното настаняване, щом става въпрос за бизнес пътувания.

### Аналитична част

Чрез разбиране на основните фактори, влияещи при избора на алтернативно или традиционно настаняване, местата за настаняване от конкретния тип ще са в позиция за разработване на маркетингови стратегии, които се харесват и търсят от определен сегмент от туристи и ще могат да си създадат предимство при съпоставяне и избор между двата типа. Именно заради това установяването, изучаването и използването на тези фактори е толкова важно. В приложената таблица систематизирано са представени всички основни показатели, изучени в теоретичната част.

	Традиционно настаняване (хотели)	Алтернативно настаняване (AirBnB)
Основни характеристики	Репутация/ Сигурност (Tussyadiah and Zach (2015))	Атмосфера "Дом далеч от дома"
	Допълнителни услуги	Автентично изживяване
	Изхранване/ All inclusive	Чувство за принадлежност (S.Liu and Mattila (2017))
	Локация (близко до летища и други транспортни връзки)	Връзката гост-домакин (Weismayer (2017))
	Голям капацитет (брой стаи, легла, персонал). Общи части	Избягване на тълпата. Засилено през 2020 във връзка с разпространението на Covid-19.
	Стандартизация	Персонализация
	Лоялност към бранда (Mody and Hanks (2020))	Лоялност и любов към бранда (Mody and Hanks (2020))
	Стандартно по-високи цени	Цена - качество (Tussyadiah and Zach (2015))
	Локация, чистота, комфорт	
Ползи	Регулации	Устойчивост (екологична и социална)
	Плаща се туристическа такса, приходи от данък печалба.	Икономически ползи (по-ниски разходи за пътуващите, алтернативен доход за домакините)
		Eduteinment - образование + забавление, културен обмен
		Общност
		Удължаване на престоя и на честотата на пътуванията. Средния престой в хотел е 3.5 дни спрямо 5.5 дни в AirBnB. (Tussyadiah and Zach (2015))

	Традиционно настаняване (хотели)	Алтернативно настаняване (AirBnB)
Проблеми	Екологични проблеми	Трудности при регулацията и контрола
		Трудности при градското планиране
		"Отнема" работни места
	Законови проблеми	
	Проблеми с местните, живеещи в същия квартал	

AirBnB е толкова успешен бизнес, защото е взел основните предимства на алтернативните настанявания и се е фокусирал върху тях. В проучвания на Ting от 2016г. и 2017г. се подчертава, че AirBnB се фокусира именно върху автентичността, връзката между гост и домакин и атмосферата на дом далеч от дома. Както беше подчертано в предходните точки от проучването, именно това са основните отличителни характеристики между традиционно и алтернативно настаняване и основната притегателна сила за туристите. Цялото мотото на компанията е обгърнато именно около това – *Belong Anywhere and Live There* (Принадлежите навсякъде и живеете там), с което те искат да продадат идеята, че ние можем да принадлежим навсякъде и че можем да живеем като у дома си на всяко място по света, а не просто да пътуваме до него. Това също помага за създаване на положителни асоциации и привързаност с марката AirBnB. В проучване от 2020 Mody и Hanks установяват, че Airbnb се стреми към създаване на клиенти, които обичат марката и са лоялни към нея, докато традиционните хотели се стремят само към изграждане на лоялност към марката. За изграждането на тази любов към бранда помага именно чувството на принадлежност и общност Bergkvist и Bech-Larsen (2010), които са в основата на концепцията на AirBnB.

Това, че автентичността е все по-важен мотивационен фактор при избора на място за настаняване също помага за успеха на AirBnB, чиято същност е да гарантира достоверност и автентичност. Вместо да отседнат в хотел, който е построен изрично за целите на хостинга на пътуващите, клиентът отсяда в истински дом, собственост на човек, който често живее в същата общност и вместо да взаимодейства със служители, обучени да предоставят стандартизирано обслужване на клиентите, гостът има взаимодействия с домакин, който притежава богати познания за местна култура и околна среда. В проучване от 2015 Tussyadiah & Zach правят съпоставка между отзивите, оставени от туристи в платформата AirBnB и платформа с отзиви от посетители на хотели като териториалният обхват на проучването е Портланд, Орегон. Те правят текстов анализ отчитайки най-често срещаните думи в двете платформи. Най-често употребяваните съществителни в платформата Airbnb включват *домакин, място, дом,*

*къща, квартал и изживяване*, съществителните в отзивите на хотелите включват *персонал, закуска, обслужване, летище, ресторант и паркинг*. Това е индикация, че освен основните думи- характеристики на настаняването (стая и легло), думите, свързани с домовете и домакините са централните термини в прегледите на алтернативно настаняване, а удобства и услуги - в хотела. Освен това, по отношение на прилагателните, отзивите за хотели представят повече фактически условия и оценки (напр. малки, големи, горещи, стари, безплатни), докато прегледите за настаняване в AirBnB включват и по-емоционални оценки (напр. уютни, топли, сладки, прекрасни).

Според мен това е основната причина алтернативните форми на настаняване да имат бъдеще и да заемат все по-голям процент от настаняванията в различните дестинации. Модерният турист търси именно това – обвързаност, общност, връзка, автентичност, изживяване. Следователно, домакините трябва да подчертават съответните съобщения в своята онлайн маркетингова комуникация. Снимките и текстовете за мястото трябва да представят условия на романтичната атмосфера, мечтите, завръщането в детството, моменти на връзка и емоция. Това са характеристики, които се търсят и са високооценени от туристите.

Трябва да се има предвид обаче че Airbnb и останалите алтернативни форми за настаняване и хотелите не трябва да бъдат във война. Както Mhlanga (2019) отбелязва в свое проучване те дават отговор на различна нужда спрямо хотелите. Те са нишов продукт и не са идеален заместител на традиционните фирми за настаняване. Точно заради това AirBnB трябва да се разглежда като конкурент, но не и като враг, който ще погуби традиционния хотелски продукт.

### **Заключителна част и лично мнение**

Предвид направения анализ в предходните част можем да заключим няколко основни неща:

- Основната разлика между алтернативното и хотелското настаняване е, че алтернативното настаняване залага повече на емоционалния аспект на едно пътуване (създаване на връзка, изживяване и автентичност), докато хотелското настаняване се отнася до по-стандартизирано обслужване и по-богат набор от допълнителни услуги.
- Алтернативните форми за настаняване (и в най-голяма степен AirBnB) заемат все по-голяма и стабилна позиция на пазара. Те стават все по-



предпочитана форма за настаняване. Сред основните причини за това е факта, че основните характеристики на този тип настаняване се прекриват с търсените от модерните нови туристи условия за настаняване.

- Въпреки това двата типа настанявания не бива да се поставят на “бойно поле”, тъй като са различни един от друг и удовлетворяват нуждите на различни сегменти.

Моето лично мнение е, че AirBnB и другите форми на алтернативно хотелско настаняване ще продължават да превземат все по-големи дялове от пазара. Към гореизброените и разгледани причини бих добавила и пандемията от Covid-19. Смятам, че това ще подтикне не само младите и отворени хора, но дори и по-консервативните, към това да използват алтернативни форми за настаняване по време на техните пътувания. Аз самата използвам алтернативни места за настаняване при пътуванията ми през последните 4 години. Мисля и че все по-голяма популярност ще набират нестандартните места за отсядане като лодки, къщи на дървета, ферми, замъци и други, тъй като това също би допринесло към цялостното изживяване и увеличаването на добавената стойност от едно пътуване. Смятам, че това би накарало хотелите също да разчупят своите маркетингови подходи и концепции, които ще се опитат да въведат повече активности, носещи емоция и автентично усещане.

Трудно е да се направи пълен анализ и съпоставяне на двата типа настаняване, заради тяхната многобройност и богатата разновидност от типове и категоризации, а също и заради различните нужди и предпочитания на всеки един турист. Това са и теми, които могат да се разгледат в по-обстойни и задълбочени проучвания.

## Исползвана литература

1. Gunasekaran, N., Anandkumar, V. (2012). Factors of influence in choosing alternative accommodation: A study with reference to Pondicherry, a coastal heritage town., *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 1127-1132.
2. Foxley, S. (2001). Serviced apartments in the UK a growth sector?, *Journal of Property Investment & Finance*, 19(1), 79-89.
3. Henrique de Souza, L., Kastenholz, E., Azevedo Barbosa, M. (2020) Relevant dimensions of tourist experiences in unique, alternative person-to-person accommodation—sharing castles, treehouses, windmills, houseboats or house-buses, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 21:4, 390-421.
4. Mody, M., Hanks, L. (2020). Consumption Authenticity in the Accommodations Industry: The Keys to Brand Love and Brand Loyalty for Hotels and Airbnb. *Journal of Travel Research*, 59(1), 173–189
5. Mhlanga, O. (2019). Peer-to-peer-travel: is Airbnb a friend or foe to hotels? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13, 443-457.
6. Tussyadiah, I.P., & Zach, F.J. (2015). Hotels vs. Peer-to-Peer Accommodation Rentals: Text Analytics of Consumer Reviews in Portland, Oregon. *Travel and Tourism Research Association (TTRA) 46th Annual International Conference* .
7. Sainaghi, R., & Baggio, R. (2020). Substitution threat between Airbnb and hotels: Myth or reality? *Annals of Tourism Research*, 83, 102959.
8. Bergkvist, Lars, and Tino Bech-Larsen. 2010. “Two Studies of Consequences and Actionable Antecedents of Brand Love.” *Journal of Brand Management* 17 (7): 504–18.