

**Дисципліна:
«PR-технології в готельному
бізнесі»**

**Викладач: д.е.н., доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності, готельно-
ресторанної справи та туризму
Головня Олена Михайлівна**

Тема 11. «Зелений PR» та еко-тренди в сфері готельного бізнесу



Список рекомендованих джерел:

1. Головня О.М., Ставська Ю.В. Сучасні трансформації розвитку сфери туризму та індустрії гостинності: монографія. Вінниця: ТОВ «Друк», 2021. 220 с.
2. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.
3. Лисюк, Т., Терещук, О., & Демчук, О. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*, 2021. (28). URL.: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>
4. Павлова О. О. Піар-технології в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 36(1). С. 159-162. URL.: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36\(1\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36(1)_44)
5. Professional Public Relations (PR) trends and challenges. URL.:<https://core.ac.uk/download/pdf/326769022.pdf>

Готельне господарство є колосальними споживачами енергії та води у світовому масштабі, які збільшуються з кожним роком, тому вони мають суттєвий вплив на навколишнє середовище. В останній час все частіше будуються нові великі готельно-ресторанні комплекси, які продукують відходи та забруднення в чималих обсягах, із якими не здатні впоратися владні структури та громадскість. Надмірне споживання туристами енергії, води, палива часто відбирає ці ресурси в місцевого населення.

Протягом останніх десятиріч у різних країнах було розроблено програми, орієнтовані на гармонізацію відносин між туризмом і природним середовищем. Серед них Концепція стійкого (сталого) розвитку туризму ООН-ВТО (UNWTO), Глобальний етичний кодекс туризму, Хартія туризму, а також рекомендації міжнародних туристичних конвенцій і декларацій, які декларують дбайливе та розумне природокористування на засадах сталого розвитку суспільства, а також збереження і збільшення туристичних ресурсів.

Суть екологізації полягає у зведенні до мінімуму негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє природне середовище внаслідок споживання значної кількості традиційних енергоресурсів

«Зелений» PR є одним з напрямків галузі зв'язків з громадськістю, який представляє для суспільства основи корпоративної соціальної відповідальності в галузі захисту навколишнього середовища.

Метою «зеленого» PR є збільшення пізнаваності бренду та поліпшення репутації організації, побудова системи зв'язків з громадськістю, яка відповідає існуючій екологічній концепції.

Його тактика включає розміщення новинних статей, завоювання нагород, спілкування з «екологічно свідомою» громадськістю та поширення публікацій.

Наразі «зелений» тренд настільки сильний, що компанії, які ігнорують його, випадають з конкурентної боротьби. Про свою «екологічність» сьогодні заявляють навіть ті підприємства, товари яких не тільки не є частиною здорового способу життя, а й очевидно шкідливі для здоров'я і навколишнього середовища.

Існує цілий ряд прийомів, які залучає «зелений» PR, серед них:

- ідея захисту навколишнього середовища спирається на екологічно чисті матеріали, вони не тільки не шкодять людині, а й природі навколо нього;
- безпечна утилізація сміття або самої продукції після використання;
- особливу увагу потенційних клієнтів приваблює впровадження нових технологій, які не тільки розширюють функціональні якості продукції або послуги, але й сприяють безпеці навколишнього середовища;
- проведення акцій і заходів, приурочених екологічних питань або пов'язаних з ювілейними датами компанії;
- впровадження замкненого циклу виробництва та дотримання правила «3R»: reducing – зменшення кількості відходів, reusing – повторне використання матеріалів, recycling – переробка відходів;
- формування екологічних положень;
- еко-спонсоринг;
- комунікаційна концепція еко-таймент.

Зміна векторів розвитку готельного бізнесу на сталість обумовила появу еко-готелів, національних й міжнародних програм екологічної сертифікації підприємств туристичної індустрії в світі, що вимагає від них удосконалення інфраструктури.

Так, для оцінки енергоефективних і екологічних проектів в готельному бізнесі застосовуються добровільні системи сертифікації будівель LEED (англ. Leadership in Energy and Environmental Design) й BREEAM (англ. Building Research Establishment Environmental Assessment Method), що спрямовані на створення «зеленої» інфраструктури готелів ще на етапі будівництва.

Основним при «екологізації» готелю є завдання максимального використання природних ресурсів і натуральних матеріалів. В багатьох країнах світу відповідність готелів екологічним вимогам підтверджується сертифікацією і присвоєнням певних знаків, маркування.

Оцінка засобів розміщення проводиться незалежними державним, регіональними і громадськими організаціями, що відповідають за розвиток туризму та екологію в певному регіоні.

Всього у світі існує декілька десятків видів подібного маркування: «Green key» (Данія), «Green Globe» (Великобританія), «Nordic Swan Ecolabel» (Швеція) та інші. Міжнародна екологічна програма «Green Key» («Зелений ключ») є частиною Foundation for Environmental Education (Міжнародної організації з екологічної освіти). Знак «Green Key» присвоюється з 1994 року закладам сфери готельного бізнесу терміном на 1 рік. Екомаркування даної організації станом на початок 2020 року присвоєно понад 3200 готелям та іншим закладам сфери гостинності у 65 країнах світу.

Програма міжнародної добровільної екологічної сертифікації «Green Key» передбачає визначення відповідності готелів та їх кейтерингових служб, хостелів, конгрес-центрів будинків відпочинку критеріям екологічності (використання альтернативних джерел енергії, моніторинг споживання води та рециркуляція стічних вод, організація харчування на основі органічних продуктів, відмова від паперового й пластикового посуду, використання безпечних і нешкідливих для довкілля мийних засобів, застосування енергоефективної системи кондиціонування та енергозберігаючих освітлювальних приладів, виконання умов сортування сміття й утилізації відходів, використання немоторизованих транспортних засобів, наявність номерів, де неможна палити).



Дислокація готелів, що мають маркування «Green key»

Сучасний підхід у готельному бізнесі часто базується на концепті «the blue way» (блакитна стійкість), в основі якого:

- розвиток з урахуванням світових тенденцій галузі;
- активне впровадження інформаційних, маркетингових і технологічних інновацій;
- якість процесів;
- турбота про персонал, створення умов, можливостей і робочих місць для людей з особливими потребами;
- налагодження довготривалих зв'язків з клієнтами з метою перетворення їх на постійних гостей готелю, що гарантує отримання постійного прибутку
- забезпечення комфорту, здоров'я і задоволення потреб гостей;
- урахування економічних, екологічних і функціональних аспектів.

- Поняття «блакитна стійкість», що з'явився в Україні відносно недавно, однак широко використовується спеціалістами готельного бізнесу, включає комплекс заходів щодо економії витрат, ефективного планування, підвищення рівня сервісу, переорієнтацію на користь екологічних технологій.
- The blue way – це пакет послуг, що формується відповідно до принципів енергоефективного та екологічного використання. При цьому екологічність, що характеризується поняттям green, входить у поняття the blue way.

- Тема екології та захисту навколишнього середовища стала однією з найпопулярніших та обговорюваних в останні кілька років. І не лише окремі люди наслідують екологічний спосіб життя і підтримують принципи усвідомленого споживання, а й цілі організації.
- Готелі міжнародної готельної групи Accor (французька багатонаціональна компанія у сфері гостинності) – Swissôtel, Pullman, Mercure, Novotel, ibis та багато інших – також підтримують цю ініціативу.
- В рамках проекту з охорони навколишнього середовища та сталого розвитку Planet 21 ActingHere в готелях Accor прийнято програму з 21 ініціативи щодо збереження нашої планети та турботи про неї.
- У готельну групу Accor входять понад 4 900 готелів, тому будь-яка подібна ініціатива стає дійсно масштабною і швидко приносить свої плоди.

В програмі сталого розвитку Planet 21 задіяно 3700 отелей по всьому світу.

- 94 % готелів освітлюються енергозберігаючими лампами
- 20 конкретних заходів, вжитих у 93 % наших готелів (утилізація батарейок, переробка картриджів, використання паперу, виробленого завдяки сталому лісоуправлінню, економайзери води).

У ВАННІЙ КІМНАТІ

- 98 % ванних кімнат (душ та крани) обладнані регуляторами напору води
- 100 % наших готелів пропонують натуральні засоби гігієни (мило, шампунь і т. д.)
- 278 готелів використовують рушники повторно, підтримуючи програму з посадки лісу Plant For The Planet



Готель Holiday Inn Washington, США, Вашингтон.

- Готель розташований в 20 хвилинах їзди від столиці США - Вашингтона (округ Колумбія) у мальовничому, безпечному і екологічночистому куточку.
- Кожен відвідувач готелю також може відпочити і підтримати форму в спортивно-оздоровчому центрі. Відвідування тренажерного залу, фінської сауни, солярію, і масажного кабінету залишає незабутні враження у кожного відвідувача.
- У політиці готелю «Holiday Inn» важливе місце займають PR-технології та PR-акції.



Готель Holiday Inn Washington, США, Вашингтон



Успіх PR-діяльності «Holiday Inn» забезпечується в результаті ефективного поєднання:

- ❖ Лейтмотивом як PR-політики в цілому, так і конкретних PR-кампаній, є думка, що якість послуг «Holiday Inn» витримала перевірку часом і сьогодні залишається одним з лідерів американського ринку готелів.
- ❖ Будь-яка PR-кампанія повинна передувати серйозними маркетинговими дослідженнями. Витрати на їх проведення повинні бути включені до бюджету.
- ❖ PR-діяльність спрямована на підтримку престижу Holiday Inn, тому що боротися з конкурентами великі фірми можуть тільки за рахунок свого престижу.
- ❖ Ухвалення рішення з розміщення рекламної продукції у засобах масової інформації має ґрунтуватися на аналізі ефективності реклами в них, а також даних маркетингових досліджень.
- ❖ Особлива увага повинна приділятися PR-інструментам в Інтернет, що є самим сучасним і перспективним засобом PR-діяльності.

Готель Holiday Inn Washington, США, Вашингтон

Основні ідеї PR-концепції :

- ✓ PR-діяльність готелю повинна будуватися на підкресленні його безумовних переваг (відзнак):
 - ✓ Вдале місце розташування (близькість до столиці США і іншим визначним пам'яткам)
 - ✓ Комфортабельні номери
 - ✓ Номери для некурців, людей з обмеженими можливостями
 - ✓ Всілякі знижки та акції
 - ✓ "Зелена" політика готелю

Готель Holiday Inn Washington, США, Вашингтон

- Помешкання бере участь у програмі "Ековідповідальні подорожі". Це означає, що в ньому докладають значних зусиль, щоб зробити перебування проживаючих більш екологічним.
- Значок надається помешканням, які сприяють втіленню ековідповідальних підходів у п'яти категоріях. Спосіб сприяння може залежати від типу помешкання та його розташування. Категорії: енергія і парникові гази, вода, відходи, захист природи й підтримка місцевих спільнот.
- Модель, що визначає, які помешкання отримують значок "Ековідповідальні подорожі", було розроблено компанією Booking.com у партнерстві з незалежними експертами третьої сторони – компанії Sustainalize.
- Ековідповідальні помешкання доступні в усіх цінових категоріях, щоб задовольнити потреби всіх гостей.
- Помешкання бере участь у програмі сталого розвитку Planet 21 від мережі Accor sus program.



Guest Room Tariff

Standard

Executive

Duty Manager

General Manager



- ✓ Для гостей встановлено контейнери для роздільного збору сміття, яке потім переробляється
- ✓ У помешканні докладають зусиль, щоб зменшити кількість харчових відходів
- ✓ Кулер/диспенсер для води
- ✓ Відмова від пластикових одноразових пляшечок із шампунями, кондиціонерами, гелями для душу
- ✓ Відмова від одноразових пластикових розмішувачів
- ✓ Відмова від одноразових пластикових соломинок
- ✓ Відмова від одноразових пластикових пляшок для напоїв
- ✓ Водозберігальні туалети
- ✓ Водозберігальні душові
- ✓ Можливість відмовитися від щоденного прибирання номера
- ✓ Можливість використовувати рушники повторно
- ✓ У більшості освітлювальних приладів помешкання використовуються енергозберігальні світлодіодні лампи
- ✓ Є зарядна станція для електромобілів
- ✓ Помешкання інвестує частину доходу в громадські проекти зі сталого розвитку
- ✓ Гості помешкання отримують інформацію щодо місцевих екосистем, історико-культурної спадщини, а також правил поведінки
- ✓ У помешканні є зелені насадження
- ✓ Більшість харчових продуктів – органічні



Дякую за увагу!