

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

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

**Тема 10. Корпоративна
і соціальна
відповідальність
готельних підприємств**



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>

- Соціальна відповідальність бізнесу стала предметом обговорення широкого кола науковців у період становлення незалежності України та здійснення низки реформ у багатьох сферах економічної діяльності. Різні аспекти відповідальності були предметом досліджень, аналізу та обговорення. Однак досі концепція соціальної відповідальності бізнесу є неоднорідною за своєю сутністю, як і самі спроби визнання необхідності соціальної відповідальності бізнесу досі викликають дискусії щодо трактування сутності цього поняття.

- Сучасні підприємства та організації є органічними складовими взаємозалежної системи інститутів, які суттєво впливають на організацію, виступаючи в ролі споживачів, постачальників, органів влади, посередників, арбітрів тощо. У цій складній сукупності відносин перетинаються економічні, соціальні, екологічні, політичні інтереси, мотиви та прагнення.
- Система партнерів з оточення бізнес-структури очікує від неї як економічно відповідальних дій, так й активної участі у розв'язанні соціальних, екологічних та інших проблем. Суспільство в цілому зацікавлене у тому, щоб управлінські та бізнес організації зайняли позицію орієнтації на сталий розвиток. Наука і практика доводять, що сталий розвиток можливий для бізнес-структур, які прагнуть виконувати свої морально-духовні обов'язки та правові норми у економічній, соціальній, екологічній та інших сферах, як життєво важливих для розвитку економіки й суспільства.

- Соціальна відповідальність бізнесу стала означати не лише виконання законодавчо визначених зобов'язань, але й розширення законодавчих обмежень, інвестиції в людський капітал, захист навколишнього середовища та взаємодію з зацікавленими сторонами. Однак, соціальну відповідальність бізнесу не розглядали як заміну нормативних актів чи законодавства щодо соціальних прав або екологічних стандартів, зокрема й розроблення нового відповідного законодавства.

- Таким чином, серед основних передумов формування концепції соціальної відповідальності бізнесу, можна виділити наступні:

- регулююча діяльність держави, котра під тиском суспільства стала встановлювати жорсткіші стандарти в сфері трудового законодавства та охорони навколишнього середовища;

- тиск профспілок, у першу чергу, щодо сфери охорони навколишнього середовища та соціальної політики;

- помітні прояви взаємозв'язку між громадською думкою про компанію та рівнем продаж.

- У Глобальному договорі ООН закріплено, що у широкому розумінні *корпоративна соціальна відповідальність* визначає *добровільний внесок приватного сектору в розвиток суспільства через механізм соціальних інвестицій.*

- Згідно визначенню організації «Бізнес для соціальної відповідальності» («Business for Social Responsibility», BSR), корпоративна соціальна відповідальність – це «досягнення комерційного успіху шляхами, які ґрунтуються на етичних нормах та повазі до людей, спільнот, навколишнього середовища».

• Політику корпоративної соціальної відповідальності BSR визначає як взаємопов'язаний набір політик, практик і програм, інтегрованих в процес бізнесу, ланцюга постачання, процедури прийняття рішень на всіх рівнях компанії та включають відповідальність за поточну, попередню діяльність та майбутній вплив діяльності компанії на зовнішнє оточення. А основними складовими корпоративної соціальної відповідальності виступають:

- корпоративна етика;
- корпоративна соціальна політика стосовно суспільства;
- корпоративна політика в сфері охорони навколишнього середовища;
- соціально-відповідальні принципи та підходи до корпоративного управління;
- питання дотримання прав людини у стосунках з постачальниками, споживачами, персоналом;
- соціально-відповідальна політика стосовно персоналу

- З кожним роком зростає кількість готелів як у нашій країні, так і за кордоном. Велика кількість готелів стикаються із жорсткою конкуренцією на ринку готельних послуг, і зрештою змушує менеджерів вдаватися до різних неординарних рекламних ідей.
- Готелі повинні мати продуману комунікаційну стратегію і постійно підтримувати зв'язки з *контактними аудиторіями і громадськістю*. Комунікаційні процеси повинні бути безперервними і ефективними.
- Йдеться про формування в очах громадськості позитивного іміджу, хорошої репутації і поваги до підприємств.
- Найчастіше характер здійснення PR-діяльності в готельному бізнесі залежить від специфіки, рівня і характеру надання послуг.
- Завдання PR полягає в тому, щоб налагодити взаєморозуміння, позитивне відношення і довіру клієнта до пропозицій підприємств готельного бізнесу на перспективу.

- Через велику кількість конкурентів на ринку кожному готелю слід мати своє власне обличчя, унікальну особливість, що відрізняє його від інших і робить його унікальним. Саме з цієї причини готельні оператори створюють бренди, які доповнюють специфічними художніми композиціями, ефектним штучним освітленням, декоративними прийомами оздоблення, впроваджують інноваційні додаткові послуги, завдяки чому поширюють ідею концептуального проекту.

В якості прикладів можна навести наступний перелік PR акцій, застосовуваних у практиці готельного бізнесу:

Різного роду благодійні заходи та спонсорство

26 березня за організаційно сприяння Міжнародного Жіночого клубу (м. Анкара) в готелі «Шератон» було проведено благодійний концерт, в рамках якого відбулася презентація національних костюмів народів різних країн. Окрім України, у зазначених презентаційних заходах також взяли участь представники з понад 16 країн світу, зокрема, Туреччини, Єгипту, Італії, Іспанії, Фінляндії, КНР, Таїланду, Катару, Кіпру та ін.



Готель Sheraton Ankara Hotel & Convention Center, 5 *

1 червня 2021 року, в День захисту дітей, Благодійний фонд “Благомай” разом із креативною агенцією Plombir та Hilton Kyiv організував благодійний аукціон Charity Auction 2021.

Мета – зібрати кошти на спортивний інвентар та спортивний одяг для дітей із 84 дитячих будинків України, для того, щоб діти активно та з користю провели літо.

Захід відбувся у готелі Hilton (Київ). Гостей благодійного заходу чекали: благодійний аукціон із мегацінними лотами, благодійна лотерея, концертна програма.

Незмінний відомий ведучий – шоумен Андрій Джеджула.

Серед основних лотів аукціону:

- бізнес-ланч із CEO Hilton Kyiv;
- обід із Міс Україна Всесвіт-2020;
- обід із Козиревим Павлом Генріховичем – головою Асоціації малих міст України;
- обід із Володимиром Шаповаловим, власником Goodwine.

А також цього вечора розіграли призи для лотереї:

- тайський масаж,
- SPA в готелі Hilton,
- книги від Гаріка Корогодського з особистим автографом.

За допомогою благодійного аукціону вдалося зібрати близько 3 млн. грн на допомогу дітям.



Готель Hilton Kyiv, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 28



Коронавірус (COVID-19): підтримка

Україна > Україна > Харківська область > Харків > Пропозиції в Kharkiv Palace Hotel (Готель), Харків (Україна)
Готелі ▾ Готелі ▾ Готелі ▾

На цій території наразі існує підвищена загроза для безпеки мандрівників. Для прийняття зваженого рішення щодо поїздки, будь ласка, ознайомтеся з рекомендаціями вашого уряду щодо подорожей до цього регіону.

Здійснювати бронювання на платформі Booking.com слід, лише якщо ви маєте намір приїхати та проживати в помешканні. З 1 березня 2022 року діятимуть вибрані вами правила скасування. Ми радимо бронювати варіант із безкоштовним скасуванням на випадок, якщо ваші плани зміняться.

Щоб зробити пожертву для подолання гуманітарної кризи в Україні з максимальною ефективністю, будь ласка, вибирайте авторитетну благодійну організацію.

Різного роду благодійні заходи: спонсорство і благодійність – серед основних напрямків виокремлюють: медицину, освіту, навколишнє природне середовище, особи з обмеженими можливостями, соціальні програми тощо.

Акція «Милосердя» та Акція «Допоможи Державі»
в готелі «Голосіївський».

Готель "Голосіївський" знаходиться в м. Київ, найближча станція метро - "Виставковий Центр«, номерний фонд готелю складає 116 номерів різних категорій: від класу люкс до сімейних номерів.

Акція «Милосердя»: для всіх, хто проходить лікування або обстеження у київських медичних установах, а також для супроводжуючих родичів, пропонується знижка 20% на проживання.

Акція «Допоможи Державі»: Готель "Голосіївський" з порозумінням ставиться до складної ситуації в Україні, та пропонує бюджетним організаціям скористатися можливістю зупинитися в готелі за спеціальними цінами, які відповідають бюджету організації.



У Львові готель «Панорама» часто організовує благодійні вечори та аукціони.

Один з аукціонів організовано спільно з «Благодійним фондом 24», за підтримки «Телеканалу новин 24».

Зібрані кошти з якого передали на допомогу українським військовим.

Серед лотів на благодійному аукціоні було: колекційне вино, коньяк і роботи львівських художників. Для спеціально запрошених гостей цього вечора виступав гурт «Freedom jazz».

Усі виручені з вечора та аукціону кошти віддали на придбання оптичного обладнання для бійців 44-ї артилерійської бригади.



Готель Panorama Lviv Hotel, м.Львів

- Спонсорство є частиною комунікаційної концепції PR-стратегії бізнесу. Кожна спонсорська акція оформляється юридичним договором, де чітко і конкретно прописуються зобов'язання обох сторін - спонсора і спонсорованих структур.
- Як правило, спонсорські акції це планомірна, протяжна за часом політика, що проводиться, переважно, з метою виходу на нові, цікаві для конкретного бізнесу цільові аудиторії.
- Спорт – є найбільш сприятливою областю спонсорування, оскільки створює унікальні можливості для реклами, змагання широко висвітлюються ЗМІ, спортивні знаменитості мають високий ступінь популярності.

В Одесі з 19 до 22 серпня 2021 року відбувся 11-й за рахунком Міжнародний чемпіонат зі сквошу Zenit Black Sea Open 2021.

Сквош (англ. **squash**) — ігровий ракетковий вид спорту в закритому приміщенні.

Турнір прийняв в Одесі 150 спортсменів із понад десяти країн.

Спонсором турніру став готель - Premier Hotel Odesa.



Premier Hotel Odesa.

- Спонсорська підтримка культурних та мистецьких подій, міських свят, фестивалів, які охоплюють широку аудиторію.
- Безсумнівним плюсом є підтримка міських або регіональних заходів, таким чином, організація підвищує свій рейтинг для державних структур та органів місцевої влади.

Спонсорство може бути:

Прямим (передбачає надання спонсором коштів або товарів, послуг, сировини тощо субсидованій стороні в обмін на те, що остання зобов'язується сприяти досягненню маркетингових цілей спонсора (коли між спонсором і субсидованою стороною усно або письмово укладається угода про те, що остання за будь-якої нагоди в ЗМІ інформуватиме громадськість про ім'я спонсора);

Непрямим (коли угода, наприклад, про благодійну діяльність, меценатство, не укладається) - коли у ЗМІ цілком на добровільних засадах з'являється інформація від імені спонсорованих об'єктів із вдячністю спонсорам.

- При наданні спонсорської допомоги західні експерти PR рекомендують відкрито ставити перед її одержувачем питання про інформування ним про таку акцію ЗМІ і обов'язкове використання даної тематики в подальшій комунікаційній діяльності.
- Рекомендується звернути увагу одержувача спонсорської допомоги на необхідність вираження публічної подяки спонсору при її наданні, і згодом, при реалізації з її допомогою тих чи інших цілей. Оскільки ЗМІ набагато більш активно висвітлюють пов'язану зі спонсорською активністю бізнесу проблематику, якщо вона виходить не від спонсора, а від одержувача такої допомоги.
- Фандрайзінг (від англ. Fund-raising - збір коштів) - цілеспрямований систематичний пошук спонсорських (чи інших) засобів для здійснення соціально значущих проектів (програм, акцій) і підтримки тих чи інших інститутів.

Дякую за увагу!