

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Соціальна відповідальність суб'єкта готельного бізнесу

Студента 3 курсу, 8с групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Онищенко Сергія
Васильовича

Науковий керівник
д.е.н., доц.

Бойко Маргарита
Григорівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

Расулова Алла
Миколаївна

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

проф. _____

М.Г. Бойко

« _____ »

2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускну кваліфікаційну роботу студентіві

Онищенко Сергію Васильовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Соціальна відповідальність суб'єкта готельного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 27 січня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження соціальної відповідальності готельного бізнесу.

Об'єкт дослідження процес формування соціальної відповідальності готелю

Предмет дослідження методичні та практичні підходи до формування соціальної відповідальності готелю

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ

1.1. Передумови формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності готелю

1.2. Аналіз показників соціальної відповідальності готелю

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ГОТЕЛІ «PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ

2.1. Формування системи соціально-економічних показників

2.2. Імплементация системи нефінансової звітності в підприємстві

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	до 20.11.2022 р.	до 20.11.2022 р.
5	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.
6	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.
7	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.
8	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	18.01.2023 р	18.01.2023 р
9	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	19.01.2023 р. 26.01.2023 р
10	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «01» жовтня 2022 р. 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н., проф.

_____ (підпис)

М.Г. Бойко

(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

_____ (підпис)

А.М. Расулова

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

_____ (підпис)

С. В. Онищенко

(ініціали, прізвище)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Студентом опрацьовано значний обсяг теоретичного матеріалу, на достатньо високому теоретичному і методологічному рівні проведено дослідження соціальної відповідальності у готельному бізнесі. Зміст роботи повністю відповідає виданому студенту завданню. Матеріал у роботі викладений науковою мовою, між розділами існує логічний взаємозв'язок. Прослідковується ретельна робота у кожному розділі теми. Повністю розкрита тема роботи, досягнута поставлена мета, вирішені поставленні завдання..

У цілому, випускна кваліфікаційна робота Онищенка Сергія Васильовича відповідає вимогам до випускних кваліфікаційних робіт, заслуговує високу оцінку та може бути рекомендована до захисту в ЕК.

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.Г. Бойко

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Онищенка Сергія Васильовича

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

А.М. Расулова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« » _____ 2022 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ	9
1.1. Передумови формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності готелю	9
1.2. Аналіз показників соціальної відповідальності готелю.....	14
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ГОТЕЛІ «PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ.....	29
2.1. Формування системи соціально-економічних показників	29
2.2. Імплементация системи нефінансової звітності в підприємстві	39
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	57

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У світовій економічній теорії та практиці широке визнання отримала концепція соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), в основу якої закладено принцип взаємопов'язаності економічної та соціальної складових підприємства: чим краще розвинена перша, тим ефективніше розвивається друга, і навпаки.

Дослідники намагаються зрозуміти, які соціальні функції можуть бути покладені на підприємців, що може бути позначене як соціально відповідальна поведінка бізнесу.

Концепція соціальної відповідальності підприємств, базовим елементом якої є інвестиції в соціальну сферу, людський капітал, на сьогоднішній день розроблена не достатньою мірою, тому питання соціальної відповідальності бізнесу, що розглядаються в економічній теорії, вимагають більш глибокого теоретичного обґрунтування.

Останнім часом значна увага проблемі соціальної відповідальності приділяється підприємствами, що здійснюють свою діяльність у сфері гостинності, зокрема це стосується готельного бізнесу. Індустрія гостинності істотно впливає на стан довкілля, місцеві спільноти, економіку і культуру, як позитивно, так і негативно - руйнуючи ландшафти, традиції і культуру. Мінімізувати негативний вплив індустрії гостинності дозволяє її сталий розвиток, при цьому особливого значення в цьому набуває корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), або соціальна відповідальність бізнесу, яка спирається на розуміння підприємствами важливості власного внеску у сталий розвиток.

Проте більшість компаній у сфері готельного сервісу не мають досвіду формування стратегії соціальної відповідальності. Основними труднощами є: відсутність системного підходу до управління соціальною відповідальністю та нестача науково-методичних знань щодо формування систем управління готельним бізнесом, орієнтованих на інвестиції в соціальний капітал.

Серед українських дослідників соціальної відповідальності бізнесу слід відзначити роботи А. Андрющенко, О. Безрукової, В. Бакірова, В. Ворони, В. Жукова, В. Королька, В. Пилипенка, Ю. Саєнка, О. Охріменка, Т. Іванової, В. Степаненка, Л. Хижняк, Ю. Пачковського, І. Рябець, Є. Сірого, І. Шелест та ін. Проблеми соціальної відповідальності готельного бізнесу досліджували О. Гоголя, С. Колот, С. Король, О. Грیشнова, О. Бондирська, А. Костіна, В. Шаповал, В. Азар, Р. Браймер, О. Дурович, Т. Антошко, П. Круш, О. Чудновським та іншими дослідниками. У цих роботах вчені розглядають Увага дослідників в основному зосереджена на проблематиці природи соціальної відповідальності бізнесу, його соціального аудиту, інституційних та соціокультурних умов розвитку даного явища. Проте, питання специфіки формування, трансформації та подальшого розвитку соціальної відповідальності готельного бізнесу досі залишається маловивченими.

Зважаючи на актуальність даної проблеми була обрана тема випускної кваліфікаційної роботи «Соціальна відповідальність суб'єкта готельного бізнесу в готелі «Premier Hotel And Resorts».

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження соціальної відповідальності готельного бізнесу.

Об'єкт дослідження процес формування соціальної відповідальності готелю

Предмет дослідження методичні та практичні підходи до формування соціальної відповідальності готелю

Відповідно до мети були сформульовані наступні завдання:

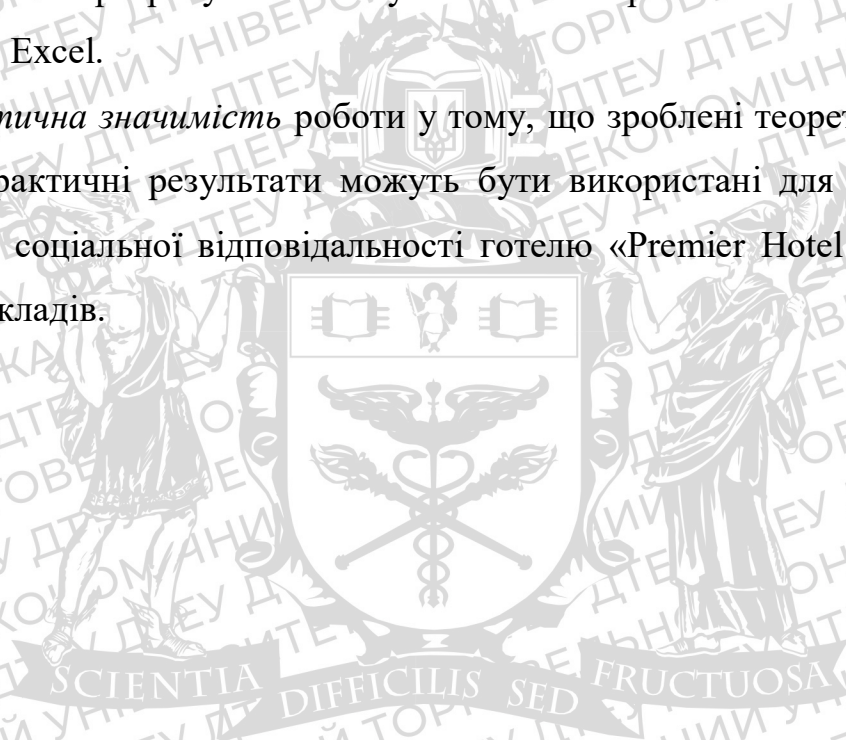
- 1) Здійснити діагностику передумов формування соціальної відповідальності готелю «Premier Hotel And Resorts»
- 2) Розробити напрямки вдосконалення реалізації соціальної відповідальності у готелі «Premier Hotel And Resorts» та довести їх ефективність.

Методи дослідження. В процесі проведення дослідження використовувалися:

— *загальнонаукові методи:* аналізу і синтезу, методи систематизації, узагальнення, індукції, дедукції;

- *емпіричні методи*: метод якісної оцінки КСВ; метод кількісного аналізу КСВ, SWOT-аналіз, PEST –аналіз, анкетування;
- *економічні методи*: прогнозування, формування, метод оцінки рівня інвестиційного ризику, що ґрунтується на розподілі імовірності очікуваних доходів, терміну окупності;
- *статистичні методи*: графічної і табличної інтерпретації даних. Обробка даних і розрахунки виконувалась з використанням пакета електронних таблиць MS Excel.

Практична значимість роботи у тому, що зроблені теоретичні висновки та отримані практичні результати можуть бути використані для розробки заходів підвищення соціальної відповідальності готелю «Premier Hotel And Resorts» та подібних закладів.



РОЗДІЛ 1.

ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ

«PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ

1.1. Передумови формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності готелю

Premier Palace Hotel Kyiv - один із готелів, що входить в мережу «Premier Hotel And Resorts». У таблиці 1.1 наведено загальні відомості про готель.

Таблиця 1.1

Загальні відомості про готель Premier Palace Hotel Kyiv

Повна назва Товариства	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ГОТЕЛЬ "ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ"
Скорочена назва Товариства	ПрАТ "ГОТЕЛЬ "ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ"
Організаційно-правова форма Товариства	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
Ознака особи	Юридична
Форма власності	Приватна
Місцезнаходження:	Україна, 01004, місто Київ, БУЛЬВАР ТАРАСА ШЕВЧЕНКА/ВУЛ. ПУШКІНСЬКА, будинок 5-7/29
Основні види діяльності:	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (основний); Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність; Діяльність фітнес-центрів; Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування; Обслуговування напоями; Будівництво житлових і нежитлових будівель
Кількість працівників	Середня кількість працівників - 293 особи

Джерело: [17]

Організаційна структура готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» має наступний вигляд (рис. 1.1)



Рис. 1.1 Організаційна структура готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»

Організаційна структура готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» є лінійно-функціональною. Ця структура управління віддає всю владу головному лінійному керівнику, який очолює колектив. При розробці конкретних питань та підготовці відповідних рішень, програм, планів йому допомагає спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів (управління, відділів, бюро тощо).

Керівники усіх функціональних ланок в готелі «Premier Palace Hotel Kyiv» входять одночасно в систему лінійного управління. При цьому зв'язки «керівник-підлеглий» побудовані по ієрархічній лінії таким чином, щоб кожен працівник був підвітний одній особі. В організації функціональних служб є певні відгалуження, що дозволяє ефективно координувати діяльність підлеглих. Також чітко розподілені повноваження і міри відповідальності по кожній посаді, посадові обов'язки тощо.

Premier Palace Hotel Kyiv рік за роком зберігає репутацію одного з лідерів на ринку готельних послуг завдяки своїй діяльності, що підтверджується прихильністю розвитку ринку готельних послуг України на рівні світових стандартів якості.

Ключові фактори успіху готелю:

- Досконале дотримання протоколу безпеки протидії Covid-19 дозволяє

повноцінно конкурувати з міжнародними мережевими п'ятизірковими готелями.

– Великий відсоток лояльних гостей, що обирають «Прем'єр Палац» знову і знову.

– Потужна ресторанна служба готелю: три ресторани таргетовані на різні цільові групи, що дозволяють залучити не тільки мешканців готелю, а й містян.

– Позитивний імідж готелю, сформований роками. Він підтримується правильною маркетинговою програмою та PR-стратегією.

– Можливість надання різноманітних послуг на високому рівні - за концепцією «місто в місті» - можна отримати все, не виходячи за межі готелю.

– Активна політика продажів і маркетингу - розробка та впровадження нових стратегій, постійна робота над удосконаленнями, впровадження нових проектів для залучення нових компаній для співпраці.

– Велика клієнтська база;

– Винятковий професіоналізм персоналу.

Ґрунтуючись на новому важкому пандемічному досвіді 2020 року, досить складно було достовірно прогнозувати події у 2021 році. Проте глобальні зусилля по боротьбі з Covid-19, усвідомлення факту глобального значення торгівлі, у тому числі туристичних послуг, та низка сприятливих для країни факторів показали позитивний синергетичний ефект на результати діяльності готельного ринку всієї України. Стримані прогнози про тривале відновлення (до 5 років) туристичної сфери були спростовані. У 2021 році можна було впевнено констатувати зростання попиту в усіх центрах дохідності готелю «Прем'єр Палац»:

- Завантаження готелю у 2021 році збільшилось майже вдвічі у порівнянні з 2020 роком:

- Індивідуальний сегмент показав зростання на майже 200%;

- Корпоративний сегмент зріс на більш, ніж на 150%;

- Груповий сегмент збільшився на 400%;

- Виторг ресторанної служби готелю продемонстрував зростання на вражаючі 90%;

- Виторг служби обслуговування конференцій збільшився на 60%.

- Premier Wellness & SPA покращив результат на 70% у порівнянні з минулим роком.

Серед здобутків готелю у 2021 році:

1) Guest Review Index досягнув показника 91,83%, а Competition Quality Index - 101%, що свідчить про визнання гостями «Прем'єр Палацу» кращим готелем, аніж інші п'ятизіркові готелі міста Києва.

2) Перемога готелю у номінації Best MICE Hotel (Кращий п'ятизірковий готель для проведення заходів) на престижній міжнародній премії International Hospitality Awards 2021.

3) Визнання готелю головною туристичною премією країни Ukraine Tourism Awards 2021 переможцем у номінації «Гостинність без меж».

4) Визнання профільним гастрономічним виданням PostEat тераси «Атмосфера» кращим панорамним рестораном на даху, ресторану Ikigai - кращим азійським рестораном Києва, а італійського ресторану Teracotta - найкращим романтичним панорамним рестораном столиці.

5) Готель впевнено залишається серед 10 найкращих готелів столиці у рейтингу сервісу відгуків TripAdvisor та має відзнаку Traveller's Choice.

6) Отримання почесного звання booking.com Traveller Review Awards 2021 з оцінкою 8.8.

7) Нагорода Loved by Guests за оцінками порталів expedia.com/hotels.com.

8) Відзнака Recommended on HolidayCheck.

9) Отримання спеціальної відзнаки за дотримання антиковідних заходів від World Travel & Tourism Council.

10) Оновлення гостьових зон в Lobby Bar 1909, заміна меблів в панорамному ресторані Атмосфера.

11) Модернізація кухонного обладнання.

12) Частковий ремонт басейну та гостьових зон Premier Palace Wellness & Spa.

13) Підтримка працездатності інженерних систем готелю та її оновлення (ремонт даху будівлі та фасаду готелю).

14) Виконання інженерно-технічних робіт, які дозволяють в безаварійному режимі експлуатувати будівлю, виконання планово-попереджувальних ремонтів інженерних систем і будівельних конструкцій.

15) Впровадження динамічної тарифної політики за всіма послугами готелю, враховуючи зміни кон'юнктури ринку.

Готель проводить активну маркетингову політику - щомісячні маркетингові плани охоплюють усі точки дохідності підприємства, а усі активності відповідають сезонним коливанням попиту. Усі маркетингові активності спрямовані на зміцнення позицій Premier Palace Hotel Kyiv на ринку:

- просування готелю та його USP в пошуковому сервісі Google (контекстна та контекстно-медійна реклама);

- генерація фото- та відеоконтенту про готель та його точки дохідності;

- активна присутність в соціальних медіа - Facebook, Instagram, LinkedIn;

- регулярні івент-активності для просування готелю на корпоративні та туристичні сегменти, сезонні пропозиції та шефські вечери у ресторанах, заходи для промоції Wellness Club та конференц-сервісу;

- формування і підтримка соціально-активного іміджу готелю - участь у благодійних проектах;

- для посилення конкурентоспроможності з міжнародними мережевими готелями впроваджуються нові готельні продукти, що дозволяють лідирувати у різних сферах готельного господарства;

- розширення і якісне поліпшення клієнтської бази та системи дистрибуції в цілому.

- для підвищення впізнаваності бренду готелю - програми просування в друкованих і електронних ЗМІ;

- активна робота над внутрішнім маркетингом: діджиталізація усіх друкованих рекламних матеріалів через введення QR-кодів та співпраці з платформами ServeMe та Choiseqr;

- регулярне проведення соціальних екскурсій працівниками готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» - перший п'ятизірковий готель України ;

- участь у профільних конференціях та підвищення кваліфікації.

Потенціал готелю дозволяє й надалі боротися за провідні позиції на готельному ринку України. Важливою умовою для цього є позитивні зовнішні зміни в політиці та економіці, які вплинуть на привабливість України і, зокрема, Києва для потенційних інвесторів, бізнесменів та туристів.

Базуючись на порівняльній характеристиці кількісних і якісних показників за 2019-2021 роки, можна з упевненістю сказати, що Готель «Прем'єр Палац» досягнув певних успіхів у досягненні поставлених завдань, у т. ч. в умовах наявної кризи і складної економічної ситуації.

Отже, незважаючи на складну політичну й економічну ситуацію в країні, готель робить все можливе для збереження високого рівня сервісу, досягнення планових показників і збереження головних позицій на ринку готелів 5 зірок. Потенціал готелю дозволяє й надалі боротися за провідні позиції, приймаючи у своїх стінах ще більше гостей.

1.2. Аналіз показників соціальної відповідальності готелю

Місія готелю полягає в тому, щоб виявляти максимальну гостинність та змінювати життя людей на краще, сприяти розвитку навколишнього середовища, працівників та суспільства, перед яким готель несе відповідальність

Загальною стратегією компанії є досягнення показника Revenue Generating Index у звітності Smith Travel Research на рівні 100% за результатами 2022 року шляхом підвищення індексу задоволеності гостей з 92% до 95%, впровадження оновленої концепції Ideal Meeting та залучення нових клієнтських ринків, зокрема із країн Близького Сходу.

Стратегічна мета – зберегти та покращити свої позиції серед провідних компаній готельного бізнесу в Україні. «Premier Hotel And Resorts» орієнтується не зростати за будь-яку ціну, а на якісні пріоритети: рентабельність, виробнича

ефективність, екологічна безпека, соціальний благополуччя персоналу, сталий розвиток регіонів присутності Компанії. Лідерство для «Premier Hotel And Resorts» – це насамперед лідерство у створенні економічних та соціальних цінностей для зацікавлених сторін. Економічна стійкість та результативність – базова складова соціальної відповідальності бізнесу. Компанія прагне вибудовувати конкурентні переваги на довгострокову перспективу з урахуванням тенденцій розвитку ринків, соціально-економічних та екологічних факторів.

Готель «Premier Palace Hotel Kyiv» вже протягом багатьох років дотримується стратегії, спрямованої на забезпечення здоров'я та охорони праці співробітників, а також сталого розвитку. Будучи компанією, яка приймає гостей з усього світу та надає послуги високого стандарту якості, дотримання яких безпосередньо залежить від сприятливих умов праці наших співробітників, компанія гарантує дотримання правил Корпоративної соціальної відповідальності та оновлює їх щорічно.

Політика корпоративної соціальної відповідальності

Політика корпоративної соціальної відповідальності, яка визначає єдине розуміння та основні напрямки реалізації принципу соціальної відповідальності усіма підприємствами та підрозділами ППАТ «Premier Hotel And Resorts», дає загальну платформу для роботи з підвищення ефективності соціальних програм компанії та співробітництва із заінтересованими сторонами у вирішенні соціально значимих завдань. Політика базується на місії та стратегії компанії, корпоративних цінностях. Вона відображає також принципи та підходи у сфері корпоративної соціальної відповідальності, визнані українською та міжнародною діловою спільнотою та зафіксовані у стандарті «ISO 26000 – Керівництво із соціальної відповідальності».

ППАТ «Premier Hotel And Resorts» прагне бути надійним партнером для всіх заінтересованих сторін. Компанія веде діалог та буде взаємодію із зацікавленими сторонами на основі принципів взаємної поваги та ділового партнерства, сумлінного дотримання взятих на себе зобов'язань.

Компанія аналізує можливі соціальні та екологічні наслідки прийнятих

рішень, забезпечує регулярне розкриття інформації про її рішення та діяльність, які впливають на суспільство та довкілля.

Компанія інтегрує принцип соціальної відповідальності у діяльність своїх підрозділів та співробітників на всіх рівнях та напрямках діяльності:

- ППАТ «Premier Hotel And Resorts» реалізує ініціативи у сфері соціальної відповідальності на основі власної стратегії розвитку Компанії, принципів та інструментів бізнес-системи Компанії;

- Компанія забезпечує просування принципу соціальної відповідальності в системі внутрішніх комунікацій, розвиває компетенції та мотивацію, необхідні для його реалізації у процесі прийняття рішень та практичної діяльності;

- Компанія прагне постійного вдосконалення своєї діяльності у сфері соціальної відповідальності, веде постійний моніторинг свого впливу на соціально-економічні та екологічні системи та аналіз результативності своїх соціальних та екологічних ініціатив;

- Компанія розвиває діалог із зацікавленими сторонами з питань, суттєвих для Компанії та стейкхолдерів.

ППАТ «Premier Hotel And Resorts» не складає звітність про свою результативність у сфері соціальної відповідальності.

Корпоративне управління

Керівництво діяльністю «Premier Palace Hotel Kyiv» у сфері сталого розвитку інтегроване до системи корпоративного управління ППАТ «Premier Hotel And Resorts». Система корпоративного управління мережі готелів забезпечує дотримання прав акціонерів, увагу до інтересів інших зацікавлених сторін, високу якість управлінських рішень та ефективність діяльності Компанії.

«Premier Hotel And Resorts» дотримується політики інформаційної відкритості та прозорості, дотримання ділової етики. Компанія публікує фінансову звітність. Регулярно проводяться зустрічі представників Компанії з аналітиками, інвесторами та ЗМІ. Вищим органом управління Компанії є Загальні збори акціонерів. Загальні збори акціонерів щорічно обирають Раду директорів Компанії, яка здійснює загальне керівництво діяльністю Товариства, визначає стратегію

розвитку Товариства, забезпечує ефективний контроль за його фінансово-господарською діяльністю, а також керівництво роботою з підтримки та подальшого підвищення рівня корпоративного управління. Відповідно до Статуту ПРАТ «Premier Hotel And Resorts», оперативне управління Компанією здійснює одноосібний виконавчий орган – Генеральний директор. Рада директорів формує з числа своїх членів Комітет з аудиту та Комітет з кадрів та винагород. Комітет з аудиту забезпечує участь Ради директорів у здійсненні контролю над фінансово-господарською діяльністю Товариства. Комітет з кадрів та винагород сприяє залученню до управління Товариством кваліфікованих фахівців та створенню необхідних стимулів для їх успішної роботи.

Управління соціальними ризиками

Система управління ризиками охоплює весь спектр ризиків, які впливають на діяльність компанії, включаючи ризики внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єкта готельного бізнесу соціального характеру, ризики промислової безпеки, охорони праці та екологічні ризики.

Перш ніж перейти до оцінки внутрішніх та зовнішніх факторів соціальної відповідальності готелю «Premier Hotel And Resorts» слід зауважити, що реалії сьогодення дещо змінили пріоритети соціальної відповідальності готельного бізнесу. Частково цей процес був запущений ще з початком пандемії COVID-19, наслідком якої стало введення карантинних обмежень, які майже «заморозили» роботу закладів гостинності. Це стимулювало готельєрів шукати шляхи виживання, на які значний вплив здійснили пріоритети соціальної відповідальності бізнесу. Зокрема, головними напрямками соціальної відповідальності під час пандемії стало створення безпечного для гостей середовища, підвищення гігієнічних та стандартів та санітарних вимог тощо.

З початком повномасштабної агресії росії проти України на першому плані опинились зовсім інші потреби суспільства. Це дало поштовх для активної переорієнтації діяльності бізнесу у відповідності до вимог сьогодення, повністю змістивши акценти соціальної відповідальності, головним пріоритетом якої стала людина, її безпека, життя та здоров'я. і це не тільки працівники закладів та їхні

сім'ї, а й військові, ТРО, медичні працівники, комунальники та рятувальники, люди похилого віку, інваліди та інші незахищені категорії.

Головними пріоритетами для закладів гостинності, як і для всіх українців, стали два напрямки соціальної відповідальності. Перший - це співробітники закладів (збереження робочих місць, забезпечення зайнятості, хоч, навіть, і з меншою оплатою праці, забезпечення співробітників безпечними місцями проживання, допомога у перевезенні членів їх родин на безпечніші території, психологічна і матеріальна підтримка). Другий напрямок охоплює місцеве населення. Соціальна відповідальність бізнесу тут може приймати різноманітні форми, залежно, наприклад, від місця розташування закладу, його спроможностей. Готельні підприємства допомагають ВПО з розміщенням, предметами першої необхідності; надають допомогу військовим та ТРО, впроваджують соціальну відповідальність через реалізацію різних програм, наприклад перетворюються в пункти Незламності тощо.

Стійкий розвиток готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» має цінність для кола зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Співпраця з ними ґрунтується на принципах поваги інтересів, інформаційної відкритості діяльності компанії та взаємного виконання зобов'язань (таблиця 1.2)

Таблиця 1.2

Соціальна відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» по відношенню до стейкхолдерів

Стейкхолдери	Соціальна відповідальність
Клієнти	<ul style="list-style-type: none"> • Створення умов для якісного та безпечного перебування гостей. • Надання високоякісних послуг та сервісу за обґрунтованою ціною, своєчасне та відповідальне інформування про продукти та послуги. • Прогресивні можливості для відпочинку та оздоровлення у поєднанні з освітніми програмами.
Співробітники	<ul style="list-style-type: none"> • Комфортні та безпечні умови праці. • Надання соціальних гарантій, спеціальні пільги для працівників. • Широкі можливості професійного розвитку.
Ділові партнери	<ul style="list-style-type: none"> • Можливість довгострокового співробітництва з надійним партнером. • Виконання зобов'язань на всіх етапах співробітництва. • Надання преференцій та пільг партнерам та відповідальним постачальникам.

Продовження таблиці 1.2

Стейкхолдери	Соціальна відповідальність
Держава та суспільство	<ul style="list-style-type: none"> • Вагомий внесок у соціально-економічний розвиток міста та його інфраструктури • Розвиток сфери гостинності. • Сприяння розвитку потенціалу внутрішнього туризму, зокрема створення позитивного іміджу країни, присутності у ЗМІ та суспільстві. • Екологічна освіта та проведення комплексу заходів, спрямованих на підтримку екологічного балансу та захист навколишнього середовища. Участь та реалізація в благодійних проєктах.

Зупинимось детальніше на характеристиці соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» по відношенню до стейкхолдерів.

Співробітники. ПРАТ «Premier Hotel And Resorts» керується у соціальній взаємодії з працівниками такими головними принципами:

- Дотримання прав людини: здійснює аналіз соціальних показників, щоб гарантувати рівність між усіма своїми працівниками.
- Благополуччя працівників: успіх діяльності підприємства напряму залежить від сприятливих умов праці працівників.
- Навчання: Кожен працівник має доступ до навчання для підвищення кваліфікації відповідно до потреб компанії.

На 31.12.2021р. середньооблікова чисельність співробітників ПРАТ «Premier Hotel And Resorts» становить 293 працівників за основним місцем роботи. На підприємстві укладено Колективний договір між Адміністрацією і Трудовим колективом товариства, який прийнято на конференції трудового колективу (протокол №16 від 02 січня 2020р.) та зареєстровано Київською міською профспілкою працівників житлово-комунального господарства та сфери послуг (реєстраційний №1 від 02 січня 2020р.).

Соціальні гарантії згідно Трудового договору:

- Преміювання за лояльність компанії та якість праці лінійним співробітникам
- Знижки на послуги компанії
- Медичне обслуговування, харчування, уніформа.

Відповідно до Колективного договору Працівники ПРАТ «Premier Hotel And

Resorts» користуються соціальними пільгами, передбаченими чинним законодавством. Крім цього, в компанії діє система мотивації, яка охоплює всі групи працівників, що регламентується відповідними внутрішніми нормативними документами. Налагоджена система внутрішнього корпоративного навчання, яке включає:

- 1) програму для всіх нових співробітників (вивчення основних відомостей про компанію і готель, залік фахівцю з навчання, екскурсія по готелю);
- 2) обов'язкові мережеві тренінги - працівники, які не задіяні в обслуговуванні гостей, проходять тренінг, всі інші - п'ять обов'язкових тренінгів + тренінг для офісних працівників готелю;
- 3) професійне навчання по службах - програми готуються та проводяться фахівцем з навчання спільно з керівниками служб;
- 4) внутрішні крос-тренінги (співробітники працюють певний час в суміжних службах, щоб покращити взаємодію між службами та краще зрозуміти суть роботи колег з інших підрозділів);
- 5) зовнішнє навчання, яке включає: навчання з залученням зовнішніх провайдерів (наприклад, для кухарів, бухгалтерів і т.д.), мережеві крос-тренінги (поїздки наших співробітників в мережеві готелів з метою навчання, обміну досвідом і т.п.). Також фахівцем з навчання сформовані матеріали та розроблені програми з англійської мови.

Система навчання побудована на основі Положення про корпоративне навчання персоналу, Положення про адаптацію персоналу, Стандартів обслуговування та інших нормативних документів. У компанії йде безперервний процес удосконалення системи компетентнісної оцінки та розвитку всіх категорій персоналу.

Отже, готель приділяє велику увагу розвитку внутрішнього ресурсу навчання, ставлячи завдання накопичення та поширення знань усередині.

Ця система сприяє вирішенню значущих бізнес-завдань:

- планування навчання та розвитку персоналу;
- організація стажування для студентів у компанії;

- співробітництво з вищими навчальними закладами, готуючи базу для створення кадрового резерву компанії;
- відбір працівників у кадровий резерв;
- відбір талановитої молоді.

Система найму, винагороди, професійного розвитку, участі забезпечує рівні можливості та відсутність дискримінації. Компанія дотримується законодавства, пов'язаного з інтеграцією інвалідів. Компанія гарантує основні заходи здоров'я, безпеки та запобігання ризику, і навіть заходи, необхідні для психологічного благополуччя персоналу – створення сприятливого психологічного клімату. Проводяться творчі, спортивні та командотворчі заходи, спрямовані на згуртування колективу, створення комфортної робочої атмосфери, підвищення мотивації та інтересу до роботи.

Гідна оплата праці співробітників - основа системи управління персоналом компанії. «Premier Palace Hotel Kyiv» послідовно реалізує політику високої соціальної відповідальності, у тому числі в частині заробітних плат та компенсацій.

У сфері взаємодії з персоналом компанія:

- Створює систему об'єктивного оцінювання результатів праці працівників та, за підсумками оцінювання, встановлює пропорційний рівень винагороди. Відповідно до рівня знань, досвіду та складності виконуваних робіт встановлює справедливий рівень заробітної плати;
- Створює безпечні умови праці, дотримується санітарно-гігієнічних норм праці;
- Здійснює заходи щодо зміцнення репутації компанії серед персоналу;
- Підтримує та розвиває систему зворотного зв'язку між персоналом та працівниками.

Велике значення у готелі «Premier Palace Hotel Kyiv» приділяється програмі мотивації, що ґрунтується на оцінці ефективності результатів діяльності працівників. Проводиться оцінка як колективної складової, так і індивідуального вкладу кожного працівника в загальні підсумки. Система стимулювання персоналу націлена на досягнення високих виробничих результатів та підвищення

продуктивності праці. У рамках підвищення соціальної захищеності співробітників готелю розроблено колективний договір, в якому відображено перелік соціальних пільг та гарантій, які надає співробітник компанії.

У Компанії регулярно проводяться соціологічні опитування, що відображають рівень задоволеності персоналу змістом та умовами праці, соціальними заходами, відносинами з менеджментом.

Готель «Premier Palace Hotel Kyiv» також дотримується політики здоров'я та безпеки. Компанія уважно стежить та виконує правові зобов'язання щодо здоров'я та безпеки своїх співробітників. Проводять тренінги щодо організації здорового та безпечного робочого середовища для персоналу готелю.

Клієнти.

Готель робить акцент на високу якість та виправдання очікувань клієнта. Щоб покращити обслуговування та забезпечити відповідність рівня послуг, що надаються вимогам клієнта, програма з контролю якості готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» проводить дослідження та аудит усередині компанії та через незалежні агенції:

1) Дослідження думок клієнтів. Від незалежних агентств, відповідальних за щомісячний контроль компанія отримує у розпорядження інформацію та щомісячну оцінку разом із загальною та річною середньою:

2) Порівняння фактичних результатів з річною метою та відхилення відбувається окремо для кожного з відділів (номери/ресторани/бари/аніматори/технічне обслуговування/ адміністрація)

3) Складається щомісячне резюме за відгуками відвідувачів

4) Оцінка управління. Готель працює з інструментом контролю, який постійно оновлює базу, разом із усіма платформами даних, агентствами та туроператорами, які публікують відгуки та оцінки клієнтів. Компанія прагне постійно збирати відгуки клієнтів, підтримувати зв'язок із відвідувачами та інформувати управління.

5) Підтримка клієнтів. Головний центр підтримки клієнтів приймає відгуки та пропозиції для покращення якості обслуговування.

Крім того в готелі «Premier Palace Hotel Kyiv» діють програми лояльності та спецпропозиції для клієнтів: Premier Club, Premier Corporate Club, денний тариф до 8 годин, подарунок до дня народження, від 20 до 35% знижки на тривале проживання від 7 до 10 днів.

б) Протокол безпеки. Готель «Premier Palace Hotel Kyiv» під час воєнного стану в країні висуває на першу місце пріоритет безпеки гостей. У компанії розроблено «Протокол безпеки готелю під час воєнного стану» (рис. 1.2).

ПРОТОКОЛ БЕЗПЕКИ ГОТЕЛЮ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Автономне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> У разі відключення центрального електропостачання в готелі встановлено два генератори потужністю 500 кВт, які вмикаються автоматично. Автономна система опалення власною котельню У разі відключення центрального водопостачання подача води відбувається із 17-метрового басейну готелю, який наразі використовується у якості резервуара
Посилена охорона	<ul style="list-style-type: none"> Цілодобова охорона гостей готелю кваліфікованою службою безпеки у посиленому режимі На паркінгу готелю посилено перевірку автотранспортних засобів на вміст вибухонебезпечних речовин За необхідності відбувається перевірка багажу та вантажів через металодетектор на наявність зброї будь-якого формату На службовому вході перевірка всіх співробітників та їхніх речей через металодетектор на наявність заборонених речей Цілодобове відеоспостереження усіх гостьових зон готелю (286 камер) У разі виклику час прибуття в готель охоронців Державної служби охорони - 3-5 хвилин
Заходи безпеки	<ul style="list-style-type: none"> У готелі діє голосова система оповіщення повітряних тривог Персонал готелю проінструктований щодо поведінки під час надзвичайної ситуації та має чіткий алгоритм дій Персонал готелю має сертифікати про проходження тренінгу Товариства Червоного Хреста України з надання першої домедичної допомоги У разі виникнення аварійної ситуації готель має автономну систему енергопостачання із резервами пального, запасами води та продовольства В готелі наявні система звукового сповіщення та управління евакуацією Час реагування поліції, пожежників, швидкої медичної допомоги на виклик складає 5-7 хвилин Усі номери готелю оснащені датчиками диму Готель оснащено автоматичною системою пожежогасіння Вікна гостьових зон на першому поверсі готелю укріплені на випадок руйнувань у разі ударної хвилі вибуху
Укриття цивільного захисту	<ul style="list-style-type: none"> На -2 поверсі готелю облаштовано укриття (бомбосховище), яке обладнано спальними та робочими місцями, швидкісним wi-fi інтернетом, резервами води, продуктами харчування, засобами індивідуального захисту органів дихання та засобами захисту від радіаційного, хімічного та бактеріологічного ураження В наявності також пункт надання першої медичної допомоги з резервами медикаментів Укриття-бомбосховище обладнано потужною системою вентиляції Вказівники маршруту до укриття розміщено по всій території готелю При поселенні гостей персонал готелю проводить інструктаж щодо місцезнаходження укриття та алгоритму дій під час повітряної тривоги Найближче публічне (муніципальне) укриття розташовано на відстані 400 метрів від готелю

Джерело: розроблено автором на основі [17]

Рис. 1.2 Протокол безпеки готелю під час воєнного стану

У разі настання блекауту через ракетні обстріли з росії готель «Premier Palace Hotel Kyiv» підготувався, щоб клієнти і надалі могли почувати себе комфортно: організовано автоматичне вмикання генераторів, великий запас палива та опалення власною котельнею.

Постачальники.

Принципи соціальної відповідальності:

- використання прозорої та відкритої системи вибору контрагентів на основі проведення тендерів та попередньої кваліфікації;
- створення умов для розвитку бізнесу контрагентів шляхом укладання довгострокових договорів із прозорим ціноутворенням та гнучкими умовами оплати;
- взаємодія з контрагентами, заснована на принципах взаємовигідного співробітництва, відкритості та чесної конкуренції.

Готель співпрацює з провідними постачальниками в індустрії, які відповідають етичному коду та піклуються про навколишнє середовище. Будь то м'ясо, риба, фрукти, туалетне приладдя, текстиль – усім надаються рівні можливості та підтримується покупка місцевих та національних продуктів, завжди під суворим екологічним контролем сировини. Для всіх продуктів потрібні надання відповідних технічних характеристик.

Охорона природи та ресурсозбереження.

Компанія ставить за мету захищати природні ресурси, сприяти підвищенню поінформованості про довкілля, захищати природу, підтримувати місцеві компанії, брати участь у проєктах соціальної відповідальності та підвищувати рівень сталого туризму шляхом захисту якості довкілля.

Слідуючи принципам сталого розвитку, ПРАТ «Premier Hotel And Resorts» в ході своєї діяльності прагне максимально знизити негативний вплив на навколишнє середовище, підвищити ефективність споживання, раціонально використовувати природні ресурси. Компанією розроблено екологічний стандарт, в якому перераховані завдання, спрямовані на охорону навколишнього середовища, ресурсозбереження, покращення якості сервісу та екологізацію

бізнесу.

Мета екологічного стандарту – забезпечення умов для якісного відпочинку гостей курортів та сприятливих умов праці для працівників за мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Поводження з відходами. Компанія прагне скорочення утворення відходів, впроваджує систему роздільного збору сміття і під час виробничої діяльності скорочує закупівлі та споживання зайвих продуктів. Проводиться робота з ідентифікації джерел відходів за кількістю, якістю, місцями утворення та іншими параметрами, використовуються контейнери для збору різних фракцій з маркуванням та інструкцією про особливості утилізації.

Екологічний стандарт готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» передбачає, що максимальна кількість відходів, що утворюються в результаті діяльності Компанії, має бути спрямована на переробку. На всіх об'єктах організовано окреме збирання небезпечних відходів, поводження з ними відбувається відповідно до вимог чинного законодавства.

Готель в сучасних умовах, коли через військову агресію росії, в країні вимушені економити електроенергію, розробив та дотримується заходів економії електрики. Серед заходів економії електроенергії – відключення ілюмінації фасаду, зменшення освітлення гостьових та технічних зон, коригування графіка роботи саун SPA-комплексу.

У готелі регулярно проводиться навчання персоналу за темою економії електрики, гості інформуються про необхідність економії електрики за допомогою листівок та стікерів у номерах та основній зоні нашого готелю.

Більше 90 відсотків освітлення в готелі здійснюється за допомогою енергозберігаючих та світлодіодних ламп.

В основних зонах використовується сенсорне освітлення.

У готелі встановлено час роботи холодильників та не допускається робота з частими проміжками. Зменшено час повторного нагрівання/охолодження води.

Очищення машин для льоду проводиться раз на 7 днів замість колишніх 15 днів, таким чином забезпечується економія електрики за рахунок відсутності вапна.

Завдяки очищенню холодильників від конденсату та очищенню вентиляторів забезпечується максимально ефективна передача енергії та економія електрики.

Суспільна діяльність

Стійкий розвиток та ефективна робота Компанії мають нерозривний зв'язок із благополуччям суспільства. «Premier Palace Hotel Kyiv» прагне створювати цінність для всіх зацікавлених сторін, робити внесок у соціально-економічний розвиток країни та розвиток туристичної галузі.

Компанія бере участь у різних профільних заходах, а також форумах та семінарах для професіоналів готельної галузі, спрямованих на обмін досвідом та вивчення найкращих практик, де менеджери Компанії виступають експертами.

З кожним роком Компанія збільшує обсяг коштів, що спрямовуються на благодійність. У 2021 році ППАТ «Premier Hotel And Resorts» виступила партнером заходів, спрямованих на розвиток дитячої творчості, зміцнення інституту сім'ї та гармонійне виховання підростаючого покоління. Незважаючи на пандемію та зумовлену нею кризу в країні, на мережа готелів «Прем'єр палац» на соціальні заходи у 2021 році спрямувала 6720 тис. грн, що на 345 тис. грн більше, ніж в попередньому звітному періоді. У 2022 році на благодійність було спрямовано 503 тис. грн. У готелі реалізувалися наступні благодійні проєкти та ініціативи (табл.

1.3)

Таблиця 1.3

Благодійна допомога ППАТ «Premier Hotel And Resorts» під час війни

Кошти Тис, грн	Благодійні заходи
402	послуги проживання та харчування для родин із зон бойових дій, співробітників та їхніх сімей, працівників Національної поліції Києва та Національної гвардії України;
136	закупівля одягу, харчування, засобів гігієни для НГУ, ТРО, Нацполіції, ДСНС.
62	спорядження співробітників, що служать в ЗСУ.
249	підтримка медичних закладів – НДСЛ «Охматдит» та Центру дитячої кардіології та кардіохірургії МОЗ України.

Багато благодійних заходів готель «Premier Palace Hotel Kyiv» організував та реалізував спільно з такими партнерами, як медаібренд VIVA!, жіночий клуб Ukrainian Women Unity, проєкт Kyiv.482, арт-студія «Творча кухня» та Міжнародний проєкт сучасного мистецтва «Baranovsky. Ukraine. Діти». Ці проєкти передбачали досягнення наступної мети: збір коштів на задоволення адресних потреб окремих підрозділів збройних Сил України, а також на ментальну реабілітацію дітей, що постраждали від війни.

Готель проводить благодійні заходи, також з 2010 року в мережі готелів «Premier Hotel And Resorts» діє програма соціальної відповідальності «Щасливий Світ». Цією програмою передбачено реалізацію соціальної відповідальності в наступних напрямках: охорона природи та ресурсозбереження, благодійність та меценатство.

Таким чином, аналіз соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу «Premier Hotel And Resorts» показав, що компанія має широку та різнобічну програму соціальної відповідальності бізнесу, спрямовану на всі сторони її діяльності. Компанія бере активну участь у соціальному житті суспільства та є ініціатором соціально-значущих проєктів, активно підтримує благодійні організації, надає спонсорську підтримку різноманітним заходам.

РОЗДІЛ 2.

НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ГОТЕЛІ «PREMIER HOTEL AND RESORTS», М.КИЇВ

2.1. Формування системи соціально-економічних показників

Для визначення напрямків вдосконалення соціальної відповідальності у готелі «Premier Hotel And Resorts» необхідно визначити недоліки соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу, сформувавши систему соціально-економічних показників соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу. Для цього ми обрали наступні методи: якісна та кількісна оцінка соціальної відповідальності бізнесу у готелі «Premier Hotel And Resorts»; SWOT-аналіз, STEP-аналіз.

1. *Якісна оцінка соціальної відповідальності бізнесу у готелі «Premier Hotel And Resorts»*

Потреба використання якісної оцінки соціальної відповідальності бізнесу виникла через відсутність чіткого параметру СББ, який можна використати для вдосконалення соціальної політики суб'єкта готельного бізнесу. Для якісної оцінки соціальної відповідальності використовуються індекси соціальних інвестицій. Ці індекси можна розділити на 3 групи.

До першої групи входять показники інституціонального забезпечення соціальної відповідальності:

- наявність документа, що регламентує соціальну відповідальність;
- наявність в закладі гостинності спеціального відділу чи іншого підрозділу, який забезпечує планування, реалізацію та аналіз соціальної відповідальності;
- наявність колективного договору та закріплення в ньому основних положень соціальної відповідальності відносно персоналу.

До другої групи індексів соціальної відповідальності дослідники відносять характеристику системи обліку соціальних програм і заходів щодо їх реалізації (щорічна фінансова звітність відповідно до міжнародних стандартів; застосування міжнародних стандартів соціальної відповідальності, аналіз та оцінка ефективності соціальних заходів та інвестицій, соціальних програм).

Третя група індексів соціальної відповідальності передбачає комплексний підхід до соціальної відповідальності з урахуванням усіх стейкхолдерів підприємства готельного бізнесу:

- персонал – його розвиток, мотивація, охорона праці та безпека життєдіяльності;
- екологічний напрямок – енергозбереження, охорона навколишнього середовища,
- користувачі (гості) та постачальники – добросовісна ділова практика;
- громада – розвиток громади та сприяння місцевим ініціативам.

Отже, завдяки якісній оцінці соціальної відповідальності аналізуються 3 індекси, які виражені 12 показниками, які найбільш повно характеризують соціальну відповідальність бізнесу. Кожному показнику присвоюється 1 бал – якщо показник впроваджений на підприємстві, і – відповідно – 0 балів, якщо даний показник на підприємстві не використовується.

Рівень комплексності соціальної відповідальності на основі якісної оцінки визначається за наступною формулою (2.1):

$$IK = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_j \right) \times 100\%, \quad (2.1)$$

де X_j – значення параметру (1 або 0)

m - кількість параметрів.

Рівень комплексності соціальної відповідальності може мати значення від 0% до 100%. Чим більший цей показник, тим більшу якість має соціальна відповідальність бізнесу на аналізованому підприємстві.

Відповідно до перелічених індексів нами було здійснено якісну оцінку соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу готелю «Premier Palace

Hotel Kyiv» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Якісна оцінка соціальної відповідальності готелю

«Premier Palace Hotel Kyiv»

Індекс	Показник	Результат
Інституціональне забезпечення	спеціальний документ, що регламентує соціальну відповідальність	0
	Відділ, відповідальний за планування, реалізацію та оцінку соціальних програм	0
	Колективний договір, в якому закріплено основні положення соціальної відповідальності	1
Система обліку соціальних програм і заходів щодо їх реалізації	щорічна фінансова звітність, складена за міжнародними стандартами	1
	міжнародні стандарти соціальної відповідальності	0
	аналіз та оцінка ефективності соціальних заходів та інвестицій	0
	соціальні програми	1
Комплексність процесу соціального інвестування	Розвиток та мотивація персоналу	1
	охорона праці та безпека життєдіяльності персоналу	1
	Охорона природи та енергозбереження	1
	Добросовісність в діловій практиці	1
	розвиток місцевої громади	1
Комплексний показник соціальної відповідальності		66,7%

Отже, якісна оцінка показала, що соціальна відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» дорівнює 66,7%, тобто знаходиться вище середнього рівня. На підприємстві відсутній спеціальний документ, що регламентує соціальну відповідальність та спеціальний підрозділ, який займається плануванням, реалізацією та оцінкою соціальних програм. Також готелем не застосовується звітність про соціальну відповідальність та не спроваджені відповідні міжнародні стандарти. Не здійснюється аналіз та оцінка соціальних інвестицій.

2. *Кількісний аналіз соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv».*

Для того, щоб отримати більш розширену та об'єктивну оцінку соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу доцільно використовувати метод кількісного аналізу. Найбільш комплексною, на нашу думку, є методика кількісної оцінки соціальної відповідальності, запропонована О. Березіною [1]. Дослідниця

адаптувала показники міжнародних стандартів (GRI, EFQM, ISO 9000, ISO 14001, SA 8000), врахувавши особливості національного обліку та звітності. Загалом кількісна оцінка соціальної відповідальності здійснюється за 24 показниками соціально-трудова відносин на підприємстві, які об'єднуються в 6 предметних областей. Інтегральний показник СВБ розраховується як середнє арифметичне цих 24 показників. Оцінка ґрунтується на показниках фінансової звітності підприємства (Додаток А). Алгоритм оцінки соціальної відповідальності за кількісними показниками має наступний вигляд (рис. 2.1)

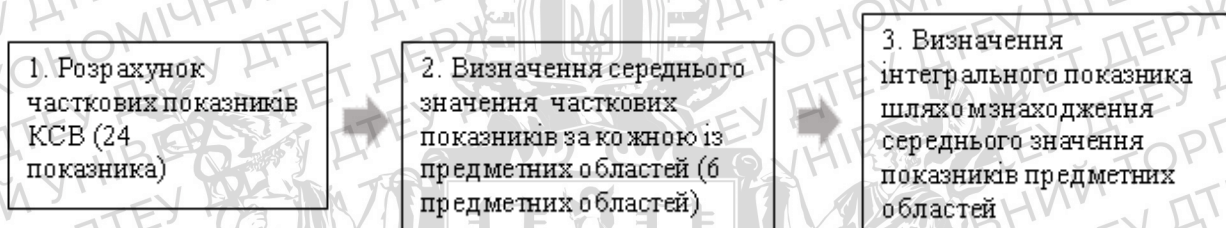


Рис. 2.1 Алгоритм кількісної оцінки соціальної відповідальності

Результати кількісного аналізу показників соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Кількісні показники соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»

	Предметна обл.	Показник	Значення
1	Загальні	Індекс соціальної відповідальності	2,75
2		Індекс перспективного розвитку	0,54
3		Співвідношення соціальних інвестицій та прибутку	0,1
4		Середній обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника компанії	22,94
5		Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продаж	6,03
6		Співвідношення частки соціальних інвестицій в прибутку компанії з середньою часткою соціальних інвестицій компанії, в сумарному обсязі їх прибутків	0
7		Показник комплексності соціальної діяльності компанії	0,29
8		Кількість приписів уповноважених органів у зв'язку з недотриманням норм чинного законодавства про працю	0
9		Сума штрафних санкцій, накладених на компанію за недотримання умов чинного законодавства про працю в розрахунку на одного працівника	0

Продовження таблиці 2.2

Предметна обл.	Показник	Значення	
10	Оплата праці	Співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників компанії з середнім по галузі	1,3
11		Співвідношення середнього розміру заробітної плати промислово-виробничого персоналу компанії з середнім розміром заробітної плати ПВП по галузі	1,3
12		Частка заробітної плати, що виплачувалась з затримкою, в середньомісячній заробітній платі працівників	0
13		Питома вага премій, заохочувальних та компенсаційних виплат у фонді оплати праці (в розрахунку на одного працівника)	23,3
14		Частка витрат на оплату праці в собівартості продукції	17,9
15	Охорона праці	Витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника компанії	0,73
16		Коефіцієнт виробничого травматизму	0
17		Абсолютна зміна коефіцієнту виробничого травматизму впродовж досліджуваного періоду	0
18	Зайнятість	Частка звільнених протягом досліджуваного періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників	0,11
19		Коефіцієнт плинності кадрів	16
20	Навчання персоналу	Частка працівників, які пройшли впродовж останніх трьох років підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації коштом компанії в середньосписковій чисельності працівників	37
21		Витрати компанії на підвищення кваліфікації, навчання, перепідготовку в розрахунку на одного працівника	0,9
22	Охорона здоров'я	Частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом компанії в загальній чисельності працівників	0
23		Витрати компанії на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника	1,3
24		Частка працівників, оздоровлення яких частково або повністю фінансується корпорацією, в загальній чисельності працівників	5,8

Розрахуємо інтегральний показник кількісної оцінки соціальної відповідальності. Результати розрахунку представлено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Інтегральний показник кількісної оцінки соціальної відповідальності «Premier Palace Hotel Kyiv»

Предметна область	Значення
Загальні показники	12,4
Оплата праці	43,8

Продовження таблиці 2.3

Предметна область	Значення
Охорона праці	16,11
Зайнятість	2,80
Навчання персоналу	37,9
Інтегральний показник кількісної оцінки соціальної відповідальності	20,02

Результати дослідження кількісних показників соціальної відповідальності «Premier Palace Hotel Kyiv» дають підстави для наступних висновків.

Інтегральний показник соціальної відповідальності нижче середнього рівня і складає 20,02%.

Найбільшу соціальна відповідальність готель проявляє в наступних предметних областях: оплата праці – 43,8% та навчання персоналу – 37,9%.

Найменший рівень соціальної відповідальності на підприємстві спостерігається у сфері зайнятості (але тут також потрібно брати до уваги пандемію коронавірусної хвороби) - 2,8 % та сфері охорони здоров'я.

3. *PEST – аналіз соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv».*

Загальний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» для розробки напрямків вдосконалення соціальної відповідальності бізнесу ми здійснили за допомогою PEST – аналізу.

На першому етапі ми виявили всі фактори, які можуть впливати на діяльність аналізованого підприємства (додаток Б).

Після відбору факторів, що впливають на соціальну відповідальність закладів готельного бізнесу, ми обрали фактори, які здійснюють вплив безпосередньо на готель «Premier Palace Hotel Kyiv» (табл. 2.4).

Для завершення аналізу слід по кожному фактору дати оцінку його впливу на галузь, на підприємство і та розробити заходи, необхідні для зменшення негативного впливу фактора або найбільш ефективно по-максимуму використовувати позитивний вплив фактора на діяльність суб'єкта готельного бізнесу.

Таблиця 2.4

Аналіз факторів, що впливають на діяльність готелю
«Premier Palace Hotel Kyiv»

Фактор	Вплив фактора на заклад
Технологічні чинники	
- інформація і комунікації, вплив Інтернету.	Даний фактор може зіграти як позитивну, так і негативну роль для розвитку закладу. Позитивний полягає в тому, що хороші новини поширюються швидше через інтернет, ніж через інші маркетингові канали, але те ж саме можна сказати і про новини, які шкодять репутації закладу. Готелю слід бути більш відкритим, застосовувати нефінансові звіти про соціальну відповідальність, щоб покращити свій імідж та репутацію.
- швидкі темпи випуску нових видів різного устаткування, повсюдна комп'ютеризація виробництва.	Даний фактор безсумнівно впливає на розвиток організації. Нове і покращене обладнання покращує якість продукції та обслуговування відвідувачів, саме тому адміністрація закладу, затратила матеріальні ресурси на обладнання готелю та інформатизацію обліку.
Соціальні чинники	
- вплив ЗМІ; думки і ставлення споживачів;	Підтримування контактів через ЗМІ та Інтернет, допомагає організації проводити аналізи потреб споживачів для поліпшення роботи організації, а також підтримки інтересу саме до цього закладу
- зниження інтенсивності туризму та ділової активності підприємств в Україні	Фактор негативно впливає на діяльність організації. Зниження прибуття туристів зменшує дохід закладу
- підвищення рівня життя і доходу;	Підвищення доходу у населення і поліпшення рівня життя позитивно впливає на діяльність організації. З'являється можливість обирати саме цей заклад
- збільшення інвестиційних вкладів в підприємства готельного бізнесу	Даний фактор вказує на прибутковість підприємства, що є привабливим для інвесторів
Війна	Цей фактор негативно впливає на будь-який бізнес. Зменшується рівень життя відвідувачів, виникла необхідність економії енергоресурсів, багато людей виїхали за кордон, багато хто через загрозу ракетних атак відмінняє свої поїздки та багато інших чинників негативно впливають на отельний бізнес
Політичні чинники	
- державне регулювання в галузі готельного бізнесу	Жорсткість санітарних норм для підприємств, в незначній мірі, але вносить корективи в діяльність закладу
Економічні чинники	
- Економічна ситуація і тенденції на даний момент	Економічна ситуація в даний момент є нестабільною і відбивається не тільки на діяльності даного закладу, але і у всіх сферах обслуговування
- Інвестиційний клімат в галузі	Даний заклад рентабельний, приносить постійний і стабільний дохід, що є важливим чинником для інвестиційних вкладень

Продовження таблиці 2.4

Фактор	Вплив фактора на заклад
- Посилення конкуренції на ринку готельних послуг	На ринку готельних послуг висока конкуренція
- Динаміка курсу валют;	Даний фактор впливає на всі галузі країни, що не може не відбитися на даному закладі.

Дослідження і врахування факторів PEST – аналізу дозволяє готельному закладу прогнозувати ймовірні загрози та зміцнити свої слабкі сторони і розвивати сильні складники.

За результатами дослідження на соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» найбільший вплив мають соціальні, економічні та технологічні фактори. На даний момент найбільший вплив на діяльність закладу здійснює такий соціальний фактор як війна, що посилює вплив інших факторів, зокрема зменшується рівень життя людей, зменшується туристична активність тощо. Однак, якщо на даний момент готель не може нівелювати негативний вплив соціальних, економічних та політичних чинників, то враховувати та покращувати вплив технологічних факторів підприємству зараз під силу. PEST – аналіз показав, що такий фактор, як швидкі темпи випуску нових видів різного устаткування, повсюдна комп'ютеризація виробництва готель «Premier Palace Hotel Kyiv» успішно використовує у своїй діяльності. Стосовно фактору «інформація і комунікації, вплив Інтернету» були виявлені недоліки, тому саме і цьому напрямку заклад має працювати для того, щоб покращити свою соціальну відповідальність. Готелю слід використовувати Інтернет та комунікації, бути більш відкритим, застосовувати нефінансові звіти про соціальну відповідальність, щоб покращити свій імідж та репутацію.

4. SWOT-аналіз соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv».

Для узагальнення інформації про соціальну відповідальність суб'єкта готельного бізнесу доцільно застосувати метод SWOT-аналізу, який дозволяє систематизовано об'єднати інформацію. SWOT-аналіз дозволить нам дослідити існуючі на ринку можливості вдосконалення соціальної відповідальності та

зважити можливість їхнього використання в готелі «Premier Palace Hotel Kyiv». Також при цьому будуть вивчатись загрози, які можуть підірвати позиції суб'єкта готельного бізнесу.

Сильні і слабкі сторони розглянуто з позиції стейкхолдерів, що допоможе керівництву закладу здобути максимум користі з наявних можливостей. SWOT-аналіз також дає змогу дізнатись, які саме кроки слід зробити для подальшого розвитку готелю та на які проблеми необхідно першочергово звернути увагу і терміново вирішити.

Для побудови матриці SWOT-аналізу визначимо основні внутрішні та зовнішні напрямки соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу (рис 2.3).



Джерело: складено автором

Рис. 2.3 Напрямки соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу

Побудуємо матрицю SWOT-аналізу (табл. 2. 5).

Таблиця 2.5

**SWOT-аналіз соціальної відповідальності готелю
«Premier Palace Hotel Kyiv»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - Різноманітність напрямків соціальної відповідальності - дотримання прав людини та законодавства про працю; - зв'язок із основною діяльністю; - безперервна робота в галузі соціальної відповідальності; - орієнтація на потреби співробітників; - високий рівень оплати праці та розвиток системи мотивації персоналу - позитивний імідж компанії; - створення сприятливого психологічного клімату в компанії; - ресурсозбереження то охорона навколишнього середовища - ефективна система охорони праці; - інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у стратегію підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостатня відкритість у наданні інформації, відсутність нефінансових звітів з соціальної відповідальності; - мало спеціалістів у галузі розвитку корпоративної соціальної відповідальності; - нерівномірний розподіл соціальної відповідальності за напрямками - не сформовано оцінку ефективності соціальної відповідальності всередині компанії - недосконала система фінансування соціальної сфери
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Усталення сприйняття КСВ як важливого аспекту діяльності підприємства - підвищення лояльності працівників до компанії; - утримання та покращення позицій на ринку готельних послуг; - залучення висококваліфікованих співробітників; - покращення іміджу та репутації закладу готельного бізнесу, створення нових та покращення існуючих взаємовідносин із організаціями регіону та країни; - підвищення рівня прозорості та доступності інформації про соціальну сферу; 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність визнання суспільства; - збільшення фінансування; - відсутність підтримки з боку держави; - недооцінка важливості деяких соціальних; проблем працівників; - громадянська пасивність працівників - відсутність джерел фінансування КСВ-діяльності

Як бачимо, корпоративна соціальна відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» має різнобічні характеристики. У компанії спостерігається багато сильних сторін - це в першу чергу різноманітність напрямків, безперервність і систематичність. Але також є багато недопрацьованих нюансів, які взаємопов'язані із сильними сторонами. Наприклад, недостатня відкритість, відсутність нефінансової звітності, вузький вектор розвитку взаємопов'язаний з наявністю

великої кількості напрямків, ефект яких необхідно закріпити.

Проаналізувавши соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» були виявлені недоліки, усунення яких покращить рівень соціальної відповідальності закладу.

Так, в результаті якісного аналізу було виявлено такі недоліки, на усуненні яких слід зосередити увагу в першу чергу: відсутній спеціальний документ, що регламентує соціальну відповідальність та спеціальний підрозділ, який займається плануванням, реалізацією та оцінкою соціальних програм. Також готелем не застосовується звітність про соціальну відповідальність та не спроваджені відповідні міжнародні стандарти. Не здійснюється аналіз та оцінка соціальних інвестицій.

Кількісний аналіз соціальної відповідальності показав, що в компанії недостатньо уваги приділяється сфері зайнятості та медичному обслуговуванню працівників.

За допомогою PEST – аналізу ми з'ясували, що необхідно вдосконалити технологічний напрямок соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» (одним із заходів може бути введення нефінансової звітності та міжнародних стандартів соціальної відповідальності).

SWOT-аналіз соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» також однією з можливостей вдосконалення соціальної відповідальності закладу визначає підвищення рівня прозорості та доступності інформації про соціальну сферу шляхом застосування соціальної звітності та її усталеної форми.

Отже, сформовані показники соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» показали, що найбільшим недоліком соціальної відповідальності закладу на даний час є недостатній рівень відкритості та прозорості через відсутність доступної інформації про соціальну відповідальність. Дану проблему можна вирішити шляхом імплементації соціальної нефінансової звітності суб'єкта готельного бізнесу.

2.2. Імплементация системи нефінансової звітності в підприємстві

Імплементация нефінансової звітності суб'єктів готельного бізнесу, як і будь-яких інших підприємств в більшості випадків є добровільною ініціативою, компанії самостійно вирішують, які теми розкривати у звіті, використовувати чи ні стандарти звітності, яка з форм звіту (паперова чи електронна) буде оприлюднюватись, де і як її розміщувати. Однак на сучасному етапі розвитку нефінансової звітності чітко намітилися певні тенденції та кращі практики.

Найбільш повний за змістом комплексний звіт розкриває інформацію про діяльність компанії у трьох сферах: економічній, соціальній та екологічній. Залежно від індивідуального трактування компанією базового поняття корпоративної соціальної відповідальності такі звіти можуть називатися звітами: «про (корпоративну) соціальну відповідальність», «про стійкий розвиток», «про корпоративну відповідальність та стійкий розвиток» і т.д.

Більшість експертів у галузі КСВ є єдиними в думці, що на сучасному етапі підготовка комплексного звіту про сталий розвиток забезпечує найкращу якість розкриття інформації. Нефінансовий звіт може бути підготовлений як у вільній формі, так і відповідно до певних посібників та стандартів. На даний момент серед дослідників точиться дискусія, щодо того, яким чином соціальна відповідальність бізнесу відображається у звітності та якими методами і показниками слід проводити її оцінку. Перше місце серед звітності у сфері соціальної відповідальності посідають міжнародні стандарти. В Україні стандартизація соціальної відповідальності перебуває на початковій стадії дослідження й практичного використання. Ці стандарти важливо використовувати тому, що вони становлять собою нормативну основу оцінки та аналізу соціальної відповідальності бізнесу.

Найбільше розповсюдження серед суб'єктів готельного бізнесу мають наступні форми відображення соціальної відповідальності (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Форми відображення соціальної відповідальності суб'єктів
готельного бізнесу

Назва документу	Сфера охоплення	Компоненти соціальної відповідальності
Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative)	Стандарт містить переважно кількісні показники результативності компанії за трьома напрямками - економіка, екологія, соціальна політика. За формою наблизений до фінансового звіту і складається практично за тими самими принципами.	Враховує оцінку саме соціально-економічної відповідальності за рахунок обліку інструментів, які використовує компанія при здійсненні СВБ.
Стандарт AAI000	Звіт за оцінкою успіху організації в економічній, екологічній та соціальному середовищі, заснований на діалозі із стейкхолдерами, який може проходити аудит.	Також поєднує в собі як економічну, так і соціальну складову. Оцінюються соціальні ініціативи підприємства, до яких відносяться інструменти СВБ, а також прибутковність компанії, що є одним з головних елементів СВБ.
Стандарт SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність»	Оцінює діяльність компаній по 8 ключових напрямках: дитяча праця; здоров'я та безпека; дискримінація; тривалість робочого часу; оплата праці; примусова праця; свобода формування об'єднань і свобода переговорів між роботодавцем і профспілками; дисциплінарні стягнення.	До СВБ, яка може бути оцінена за цим стандартом, можна віднести: оплата праці, тривалість робочого часу, дисциплінарні стягнення.
Стандарт ISO 26000	Визначаються основні принципи соціальної відповідальності: підзвітність; прозорість; етична поведінка; взаємодія з зацікавленими сторонами: правові норми: міжнародні норми; права людини.	За цим стандартом та підзвітністю на його основі, стосовно СВБ можна виділити діяльність на суспільство і довкілля через прозору, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства.

Джерело: [7]

Як правило, нефінансові звіти призначені для кола зацікавлених сторін і мають публічний характер, тобто є зовнішніми. Однак компанія може підготувати і внутрішній звіт, який буде адресований будь-якій вузькій групі зацікавлених сторін, наприклад співробітникам, і буде доступний лише цільовій аудиторії.

Отже, під час підготовки соціальних звітів компанії приймають такі рішення:

- які теми розкривати у звіті;
- використовувати чи ні наявні стандарти звітності;
- чи публікувати паперову або тільки електронну версію звіту;
- де і як її розміщувати.

Нефінансовий звіт є не лише інформаційним продуктом, а й інструментом аналізу та планування діяльності компанії в галузі КСВ.

По-перше, дуже важливо, щоб у процес підготовки звіту було залучено представників ключових зацікавлених сторін, як внутрішніх – співробітників різних структурних підрозділів компанії, так і зовнішніх – клієнтів, ділових партнерів, постачальників, акціонерів, інвесторів, органів влади тощо. Метою взаємодії із заінтересованими сторонами у процесі підготовки звіту є виявлення та врахування їхньої думки про те, яка інформація про діяльність компанії в галузі КСВ повинна розкриватися у звіті. Це не тільки підвищує якість та цінність звіту для зацікавлених сторін, а й дає можливість зробити висновки про те, що викликає їхню стурбованість і які напрями КСВ необхідно розвивати насамперед.

По-друге, регулярна підготовка нефінансової звітності дозволяє підприємству налагодити систему щорічного моніторингу показників екологічної та соціальної результативності у межах збору даних для звіту.

Порівнюючи дані звітного періоду з цифрами попереднього року, а також ставлячи цільові показники на наступний звітний період, компанія формує систему орієнтирів, яка дозволяє їй оцінювати та планувати свою діяльність у галузі КСВ.

По-третє, створення постійно діючої робочої групи з підготовки нефінансової звітності у складі представників різних структурних підрозділів сприяє формуванню всередині компанії групи однодумців, які розділяють ідеї КСВ та розповсюджують їх серед своїх колег.

У таблиці 2.7 ми пропонуємо схему імплементації нефінансового звіту готелю «Premier Palace Hotel Kyiv», яка дозволила б найбільш повно використовувати всі переваги, які отримує компанія в результаті його підготовки.

Таблиця 2.7

**План підготовки нефінансової звітності готелю
«Premier Palace Hotel Kyiv»**

Етапи підготовки звіту	Необхідні дії
Планування	<ul style="list-style-type: none"> - формування робочої групи з підготовки звіту - розробка попередньої концепції звіту, включаючи визначення основних тем, які планується у ньому висвітлити, та основних груп зацікавлених сторін, яким звіт буде адресований - затвердження плану-графіка роботи над звітом
Корегування змісту звіту на основі взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами)	<ul style="list-style-type: none"> - Обговорення (листування, телефонні переговори, особисті зустрічі, анкетування тощо) з представниками ключових зацікавлених сторін тих аспектів соціальної відповідальності компанії, які, на їхню думку, мають бути розкриті у звіті - Аналіз отриманого від зацікавлених сторін зворотного зв'язку та внесення на його основі змін до концепції звіту
Збір інформації та підготовка попередньої версії звіту	<ul style="list-style-type: none"> - Підготовка інформаційних запитів до структурних підрозділів компанії про надання інформації для розкриття у звіті основних напрямів КСВ відповідно до її концепції - Збір та аналіз інформації, підготовка попередньої версії звіту
Збір та аналіз зауважень, підготовка кінцевої версії звіту	<ul style="list-style-type: none"> - Погодження попередньої версії звіту зі структурними підрозділами компанії, узагальнення зауважень та зворотного зв'язку - Обговорення проекту звіту із заінтересованими сторонами (якщо прийнято рішення про проведення у рамках підготовки звіту громадських слухань та/або діалогів із заінтересованими сторонами) - Аналіз усіх пропозицій зацікавлених сторін щодо внесення змін до звіту та визначення тих з них, які можуть бути враховані в рамках підготовки поточного звіту або під час роботи над наступними звітами компанії - Підготовка підсумкової версії звіту на підставі зауважень структурних підрозділів компанії та зацікавлених сторін
Підготовка звіту до оприлюднення	<ul style="list-style-type: none"> - Розробка дизайн-концепції звіту, редактура та верстка - Перевірка звіту службою внутрішнього контролю - Зовнішнє засвідчення звіту (якщо ухвалено рішення про його проведення) - Затвердження звіту вищим керівництвом компанії
Оприлюднення та поширення звіту	<ul style="list-style-type: none"> - розміщення звіту в електронному вигляді на сайті компанії, підготовка друкованої версії - Інформування зацікавлених сторін про вихід звіту (розсилка прес-релізу, презентація звіту)

Тепер, користуючись цією таблицею, необхідно розробити звіт про соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv».

Спочатку необхідно створити робочу групу з підготовки соціального звіту.

До неї входитимуть керівники тих підрозділів, які безпосередньо пов'язані із змістом звіту. Оскільки у звіті відображатимуться економічні, соціальні та екологічні показники у підготовці соціального звіту, повинні бути задіяні керівники підрозділів, поданих в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Робоча група з підготовки звіту про соціальну відповідальність готелю
«Premier Palace Hotel Kyiv»

Відповідальний	Функції
Економіст	формування цінової політики організації та розробка прогнозів економічного розвитку відповідно до ринкових потреб; аналіз складу витрат під час складання соціального звіту;
Бухгалтер	забезпечення своєчасного та правильного відображення на рахунках бухгалтерського обліку та звітності господарських операцій, організація податкового обліку; надання статистичної звітності.
Фінансист	надання оперативної, регулярної та аналітичної фінансової інформації внутрішнім та зовнішнім користувачам; розробка прогнозів економічного розвитку підприємства та участь у формуванні ключових показників діяльності.
Керівники структурних підрозділів, на яких покладено функції управління персоналом	<ul style="list-style-type: none"> - організація заходів щодо оптимізації чисельного складу підприємства; - аналіз плинності персоналу; - керування процесом внутрішнього навчання працівників; - підбір викладачів, наставників, інструкторів внутрішньовиробничого навчання; - розробка та впровадження норм та правил, що сприяють розвитку корпоративної культури; підготовка звітів про діяльність групи управління персоналом соціального звіту.
Відділ PR (зв'язки з громадськістю)	<ul style="list-style-type: none"> - організація роботи зі зв'язків із громадськістю та засобами масової інформації; - організація підготовки прес-релізів щодо діяльності компанії, корпоративних бюлетенів, про діяльність підприємства для засобів масової інформації; - дослідження ставлення до діяльності підприємства, що організовує опитування, анкетування та інтерв'ювання громадськості;
Лікар готелю	- надання даних про стан працівників підприємства.
Інспектор з охорони праці та технічної безпеки	<ul style="list-style-type: none"> - організація та забезпечення контролю за проведенням заходів, спрямованих на створення безпечних та здорових умов праці на підприємстві; - Організація пропаганди техніки безпеки, охорони праці та промислової санітарії; - контроль над витрачанням асигнувань на охорону праці та техніку безпеки; - Забезпечення складання звітності з охорони праці та техніки безпеки.

Продовження таблиці 2.8

Відповідальний	Функції
Головний інженер	<ul style="list-style-type: none"> - Розробка заходів щодо підвищення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів, надійності та економічності роботи енергоустановок, запобігання аваріям, створення безпечних та сприятливих умов праці при їх експлуатації; - Розробка заходів щодо зниження норм витрати енергоресурсів, впровадження нової техніки, що сприяє більш надійній, економічній та безпечній роботі енергоустановок, а також підвищенню продуктивності праці; - Підготовка висновків на раціоналізаторські пропозиції та винаходи, що стосуються вдосконалення енергообладнання та енергозабезпечення.

Далі необхідно розробити план графіка роботи над звітом.

У звіті має бути подана інформація та факти про діяльність підприємства за певний період.

Цей соціальний звіт розробляється для того, щоб розвинути діалог із зацікавленими сторонами та підвищити прозорість діяльності підприємства. Консолідація даних, у рамках цього звіту, дозволяє провести аналіз результатів роботи готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» у контексті сталого розвитку, а також планувати свою діяльність за основними напрямками соціальної відповідальності та ефективно контролювати її. Інформація, яку необхідно подати у соціальному звіті, частково вже розглядалася у різних форматах – у річних звітах, на сторінках корпоративного веб-сайту, у корпоративних ЗМІ. Проте підприємство вперше консолідує цей матеріал, розкриваючи нефінансову інформацію більш системно, повно та детально, ніж раніше, і адресує його широкому колу зацікавлених сторін.

Звіт має охоплювати широке коло тем, які стосуються результатів діяльності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Для визначення змісту звіту підприємство може керуватися принципами суттєвості, охоплення заінтересованих сторін, контексту сталого розвитку та повноти відповідності з тим, як вони визначені у Посібнику GRI [11].

Таким чином, у соціальному звіті готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» необхідно висвітлити:

- основні напрямки діяльності підприємства та економічні показники;

- визначення стратегічного підходу до КСВ;
- політику в галузі управління персоналом (соціальні показники результативності);
- взаємодію із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами);
- охорону праці та безпеку на виробництві;
- управління впливом на навколишнє середовище (екологічні показники).

Для визначення суттєвих тем, необхідних для розкриття звіту, проводилися такі процедури:

- анкетування;
- аналіз змісту нефінансових (соціальних) звітів підприємств-аналогів;
- аналіз внутрішніх нормативних документів;
- аналіз посібника із соціальної відповідальності GRI.

Визначаючи пріоритетні напрями у розвитку соціальної звітності компанії, передусім, необхідно орієнтуватися на специфіку своєї діяльності. Це важливо, оскільки соціальна звітність має органічно вписатись у стратегію, політику, систему управління компанії та пронизувати всі бізнес-процеси. Іншими словами, компанії потрібно подивитися на те, що вона робить у рамках свого основного бізнесу, з позицій соціальної відповідальності та подумати, як вона могла б це робити з більшою користю для суспільства та навколишнього середовища. Від особливостей господарської діяльності компанії та від специфіки обраної стратегії комунікації із суспільством залежать:

- тематика соціального звіту;
- його структура;
- процес його підготовки;
- форма доведення звіту до громадськості;
- оцінка зворотного зв'язку з основними зацікавленими аудиторіями.

Працюючи у напрямі підвищення соціальної відповідальності, компанії необхідно пам'ятати та враховувати інтереси тих, для кого все це робиться, тобто зацікавлених сторін.

Їхні думки про те, що повинна робити компанія в галузі соціальної

відповідальності, є цінним джерелом інформації щодо пріоритетних напрямів у соціальній звітності. Оскільки соціальний звіт створюється з метою взаємодії з представниками ключових зацікавлених сторін, необхідно провести телефонні переговори, особисті зустрічі або анкетування тих аспектів, які, на їхню думку, мають бути розкриті у соціальному звіті. Анкетне опитування подано у додатку (В).

Загалом в анкетному опитуванні брало участь 48 осіб – це співробітники підприємства, бізнес-партнери, клієнти чи споживачі, громадські організації та ЗМІ, акціонери та інвестори. За даними анкетного опитування, були виявлені основні групи зацікавлених сторін у наступному співвідношенні: 53% це співробітники підприємства, 21% склали бізнес-партнери, 12% склали клієнти або споживачі, громадські організації та ЗМІ склали 6%, акціонери та інвестори разом склали 8%.

Детальна інформація, яку хотіли б бачити у звіті, зацікавлені сторони розташувалися таким чином:

1. Взаємодія із персоналом;
2. Управління закупівельною діяльністю;
3. Підхід до сталого розвитку;
4. Забезпечення екологічної безпеки;
5. Результати операційної діяльності;
6. Управління ризиками.

Абсолютно всі респонденти добре знайомі із діяльністю підприємства.

На запитання «Вкажіть, у якому вигляді Ви хотіли б бачити соціальний звіт готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»» пропонувалося 3 варіанти відповіді: електронний звіт (PDF), надрукований звіт, інтерактивний звіт. Понад 65% опитаних хотіли б бачити соціальний звіт готелю в електронному вигляді, трохи менше в друкованому – 14% та інтерактивному вигляді – 21%.

На думку респондентів, особливо важливою є структура та дизайн соціального звіту, а також значним аспектом є і зручність використання.

Формат випуску соціального звіту так само важливий. Як зазначали опитані, саме об'єднаний звіт відображає повний портрет підприємства.

На думку респондентів, так само важливо висвітлити такі питання: система навчання та розвитку персоналу, аналіз інвестиційної та фінансової діяльності, прибутковість та ефективність діяльності підприємства, рентабельність основної діяльності, заходи спрямовані на охорону навколишнього середовища.

Таким чином, на основі анкетного опитування можна зробити висновок, що зацікавлені сторони підприємства готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» хотіли б бачити соціальний звіт у такому вигляді:

- Темі у звіті мають бути розкриті у таких напрямках як: соціальна підтримка персоналу, система навчання та розвитку, природоохоронна діяльність, підхід до сталого розвитку підприємства.

- Звіт має бути добре структурованим, інформативним, доступним та зрозумілим;

- електронний вигляд;

- інтеграція економічних, соціальних, екологічних аспектів.

Наступний етап, складання соціального звіту, має на увазі збір інформації у структурних підрозділах підприємства для розкриття основних напрямів.

Далі необхідно погодити фінальну версію соціального звіту зі структурними підрозділами підприємства та зацікавленими сторонами. Під час обговорення соціального звіту можна провести слухання або діалог із зацікавленими сторонами.

При публікації звіту належну увагу слід приділити також розробці дизайн-концепції. Більшість підприємств не мають власних дизайнерів у своєму штабі, тому вони наймають на цю роботу фахівців у цій галузі.

Після того, як служба внутрішнього контролю перевірить відповідність соціального звіту, необхідно його затвердити найвищим керівництвом підприємства.

Вибір форми публікації соціального звіту, розповсюдження, інформування зацікавлених сторін залишається за вищим керівництвом. Однак найбільш ефективними формами соціальної звітності має друкована та електронна версія, а також розсилання прес-релізу.

Будь-який захід чи інновацію на підприємстві слід розглядати з точки зору

економічного та соціального ефекту.

Щодо економічного ефекту, то вкладення у соціальну звітність багатьма компаніями, як правило, сприймаються як непотрібна витрата грошей. Проте світовий досвід переконливо показує, що з розумному підході витрати у межах соціальної відповідальності можуть не лише окупитися, а й принести солідний прибуток.

Основним пропонованим заходом у цій випускній кваліфікаційній роботі є підготовка та публікація нефінансового звіту про соціальну відповідальність.

Нефінансовий звіт з точки зору соціальної ефективності дозволить готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» залучити інвесторів та акціонерів, тим самим збільшивши додаткові доходи, що природно позитивно позначиться на діяльності підприємства, також сприятиме формуванню позитивної думки про готель у гостей, що сприятиме залученню більшої кількості споживачів послуг закладу. Отже, нефінансовий звіт з точки зору стратегічного маркетингу є одним із заходів реалізації стратегії розвитку ринку (старий товар на новому ринку). Науковці визначають, що імовірність успіху цієї стратегії становить 20% [4].

Виходячи з цього здійснимо розрахунок економічної ефективності імплементації нефінансової звітності в готелі «Premier Palace Hotel Kyiv», яка буде виражатися показником очікуваного доходу від реалізації цього заходу з урахуванням фактору ризику, та ґрунтуватиметься на ймовірності зростання очікуваного прибутку (готель «Premier Palace Hotel Kyiv» очікує, що в результаті імплементації нефінансової звітності прибуток збільшиться на 10%, прибуток у 2021 році становив 2355 тис. грн).

Розрахуємо ймовірність зростання чистого прибутку готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»

$$2355 * 0,15 * 0,2 = 70,65 \text{ тис. грн}$$

Таким чином, ймовірний річний дохід від імплементації нефінансової звітності готелем складе 70,65 тис. грн.

Показником ефективності стратегій є також термін окупності, який розраховується за формулою:

$$T = \frac{IC}{P} \quad (2.2),$$

де T – термін окупності;

IC – первісні інвестиції у проект;

P – очікуваний щорічний прибуток, що планується (сумарний грошовий потік, або чистий грошовий потік).

Нами було розроблено перелік передбачуваних витрат за розробку соціального звіту готелю «Premier Palace Hotel Kyiv». Ці витрати скрадатимуться із: витрат на виплати (преміальні) керівнику та робочій групі (формування звіту планується здійснити за 3 місяці, премія виплачуватиметься щомісячно протягом цього періоду), витрати на розробку дизайн-концепції, публікація прес-релізів соціального звіту у ЗМІ та на сайтах новин. Розрахунок витрат на формування нефінансового звіту про соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» представлений в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Розрахунок витрат на формування нефінансового звіту про соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»

Назва витрат	Вартість однієї одиниці	Кількість	Загальна вартість, грн
виплати (преміальні) керівнику та робочій групі	50% від посадового окладу Середній оклад – 14000 грн 20%=2800 тис. грн	9*3=27	75600
витрати на розробку дизайн-концепції	2000 грн	1	2000
публікація прес-релізів соціального звіту у ЗМІ та на сайтах новин	800 грн	5	4000

Отже, загальні витрати на формування та оприлюднення нефінансового звіту про соціальну відповідальність готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» за період його складання (3 місяці) складе:

$$75600+2000+4000=81600 \text{ грн.}$$

Джерелом фінансування проектних заходів буде власний капітал.

Розрахуємо термін окупності імплементації нефінансової звітності:

81600/70500=1,16

Імплементация нефінансової звітності готелем «Premier Palace Hotel Kyiv» окупиться через 1,16 року. Зважаючи на те, що соціальні проекти мають зазвичай тривалий період окупності, вважаємо, що запропонований захід реалізації соціальної політики аналізованого підприємства є ефективним.

Таким чином, імплементация нефінансової звітності в готелі «Premier Palace Hotel Kyiv» покращить не тільки соціальну відповідальність а й матиме позитивний бізнес-ефект.



ВИСНОВКИ

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи було розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження соціальної відповідальності готельного бізнесу.

Для реалізації поставленої мети було виконано такі завдання:

- 1) Здійснено Здійснити діагностику передумов формування соціальної відповідальності готелю «Premier Hotel And Resorts»
- 2) Розроблено напрямки вдосконалення реалізації соціальної відповідальності у готелі «Premier Hotel And Resorts» та довести їх ефективність.

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності набувають особливого значення питання сталого розвитку, які багато в чому спрямовані на створення та збереження балансу між суспільством, економікою та навколишнім середовищем. Це своє чергу призвело до появи терміну корпоративна соціальна відповідальність, чи соціальна відповідальність бізнесу, який відбиває участь підприємств у досягненні цілей сталого розвитку.

Дослідження показало, що, незважаючи на складну політичну й економічну ситуацію в країні, готель робить все можливе для збереження високого рівня сервісу, досягнення планових показників і збереження головних позицій на ринку готелів 5 зірок. Потенціал готелю дозволяє й надалі боротися за провідні позиції, приймаючи у своїх стінах ще більше гостей.

Аналіз соціальної відповідальності суб'єкта готельного бізнесу «Premier Hotel And Resorts» показав, що компанія має широку та різнобічну програму соціальної відповідальності бізнесу, спрямовану на всі сторони її діяльності. Компанія бере активну участь у соціальному житті суспільства та є ініціатором соціально-значущих проєктів, активно підтримує благодійні організації, надає спонсорську підтримку різноманітним заходам.

Доведено, що формування системи соціально-економічних показників дозволяє виявляти рівень реалізації соціальної відповідальності на підприємстві та

її недоліки.

Сформовані показники соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» показали, що найбільшим недоліком соціальної відповідальності закладу на даний час є недостатній рівень відкритості та прозорості через відсутність доступної інформації про соціальну відповідальність. Дану проблему можна вирішити шляхом імплементації соціальної нефінансової звітності суб'єкта готельного бізнесу.

Було розроблено програму імплементації нефінансової звітності для готелю «Premier Palace Hotel Kyiv», яка передбачала наступні етапи:

1. Планування
2. Корегування змісту звіту на основі взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами)
3. Збір інформації та підготовк попередньої версії звіту
4. Збір та аналіз зауважень, підготовка кінцевої версії звіту
5. Підготовка звіту до оприлюднення
6. Оприлюднення та поширення звіту

У соціальному звіті готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» необхідно висвітлити:

- основні напрямки діяльності підприємства та економічні показники;
- визначення стратегічного підходу до КСВ;
- політику в галузі управління персоналом (соціальні показники результативності);
- взаємодію із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами);
- охорону праці та безпеку на виробництві;
- управління впливом на навколишнє середовище (екологічні показники).

Нефінансовий звіт з точки зору соціальної ефективності дозволить готелю «Premier Palace Hotel Kyiv» залучити інвесторів та акціонерів, тим самим збільшивши додаткові доходи, що природно позитивно позначиться на діяльності підприємства, також сприятиме формуванню позитивної думки про готель у гостей, що сприятиме залученню більшої кількості споживачів послуг закладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій // Вісник Української академії банківської справи. - 2012. - № 1(32). - С. 97–101.
2. Болюх Д. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та сучасні тенденції / Болюх Діана // РСЕСГЕП, 15-16 грудня 2022 року. — Т. : ФОП Паляниця В. А., 2022. — С. 7–8.
3. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. - Вінниця : ВНАУ, - 2020. - 228 с
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. - К. : Лібра, - 2010. - 720 с.
5. Глобальний договір ООН. URL: <https://www.unglobalcompact.org>
6. Демчук О.Н. О социальной ответственности малого и среднего бизнеса / О.Н. Демчук // Дискуссия. – 2011. – № 5(13). – С. 21–25.
7. Деліні М. М. Соціальна звітність в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва / М. М. Деліні // Інтелект ХХІ. - 2017. - № 6. - С. 41-45.
8. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617
9. Єсіна О. Г. Формування сучасної моделі ІС КСВ підприємства // Причорноморські економічні студії. - 2020. - Вип. 50(1). - С. 137-142. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_50\(1\)_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_50(1)_26)
10. Звонар В. П. Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії / Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. - Київ, - 2018. - 288 с.
11. Керівництво GRI зі звітності в галузі сталого розвитку версії G4 // Global Strategic Alliances. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/g4>

12. Клименко І.М. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. - 2018. - № 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1292>.
13. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. - Київ : Стандарт, - 2005. - 302 с.
14. Маршаленко, М. П. Принципи управління корпоративною соціальною відповідальністю в мережевих готельних системах / М. П. Маршаленко, Т. В. Березяно // Ефективна економіка. – 2020. – № 10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/154.pdf
15. Мосійчук, І. В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності: порівняльний аналіз // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій - Київ, 2018, - № 4 - С.52-54
16. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія. - Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-сті. - 2013, - 296 с.
17. Офіційний сайт мережі готелів «Premier Hotels and Resorts» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.phnr.com/ua>
18. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. – К. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», - 2015. - 180 с.
19. Павликівська О.І. Особливості нормативно-правового забезпечення соціально відповідальної діяльності // Бизнес Информ - 2018. - №1 (480).
20. Попадюк О. В., Лучик О. І. Принципи та механізм соціальної відповідальності в умовах стратегічного управління підприємством. // Інфраструктура ринку. - 2019. № 36. - С. 235–246.
21. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Розпорядження КМУ від 24 січня 2020 р. № 66-р. [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

22. Сазонова Т. О., Галинець І. В., Переверзев С. С. Соціальна відповідальність підприємства як прояв його корпоративної культури // Економічний форум. - 2018. - № 4. - С. 314-319.

23. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу// Економіка та держава - 2019. - № 7 -С. 13-16.

24. Соціальна відповідальність : підручник / В. М. Тарасевич [та ін.] ; за наук. ред. В. М. Тарасевича, О. В. Золотарьової ; Нац. металург. акад. України. – Дніпро : Економіка, 2019. – 203 с.

25. Соціальна відповідальність SA 8000 // Social Accountability International (SAI). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sa-intl.org>

26. Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу: матеріали Х-ої Всеук. наук.-практ. конф., пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка., (Тернопіль, 18 листопада 2022 р.) – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., – 100 с.

27. Стандарт взаємодії із зацікавленими сторонами AA 1000 SES. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.urbaneeconomics.ru/download.php?dl_id=2195

28. Ткач В. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємств сфери гостинності // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект». - Чернівці : Технодрук, - 2022. - С. 22–32.

29. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. - Чернівці: Технодрук, - 2022. - 352 с.

30. Шандова Н.В., Жосан Г.В. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. - Херсон : Вид-во ПП Вищемирський В.С., - 2016.

ДОДАТОК А

Фінансова звітність ПРАТ «Premier Hotel And Resorts»

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ГОТЕЛЬ "ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ"	Дата (рік, місяць, число)	2021	01	01
Територія	Україна, м.Київ, Шевченківський район	за ЄДРПОУ	21660999		
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне акціонерне товариство	за КОАТУУ	8039100000		
Вид економічної діяльності	Діяльність готелів	за КОПФГ	231		
Середня кількість працівників	354	за КВЕД	55.10		
Адреса, телефон	бульвар Тараса Шевченка/вул.Пушкінська, буд. 5-7/29, м. КИЇВ, 01004		2441280		

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

	v
--	---

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	179	93
первісна вартість	1001	2 276	2 349
накопичена амортизація	1002	2 097	2 256
Незавершені капітальні інвестиції	1005	610	3 311
Основні засоби	1010	273 886	250 892
первісна вартість	1011	1 174 126	1 173 661
знос	1012	900 240	922 769
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	19 216	11 201
Усього за розділом I	1095	293 891	265 497
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 376	11 342
Виробничі запаси	1101	7 394	6 940
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	5 982	4 402
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	14 646	10 457
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	2 574	2 092
з бюджетом	1135	32	53
у тому числі з податку на прибуток	1136	15	15
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	51	30
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9	93
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	8 799	4 575
Готівка	1166	63	858
Рахунки в банках	1167	6 494	3 337
Витрати майбутніх періодів	1170	387	332
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	2 148	2 757
Усього за розділом II	1195	42 022	31 731
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	335 913	297 228

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паіовий) капітал	1400	366 700	366 700
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	487 804	487 804
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	2 271	7 902
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 019 593)	(1 014 916)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	(162 818)	(152 510)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	345 628	163 009
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	345 628	163 009
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	21 901	20 277
розрахунками з бюджетом	1620	4 610	2 447
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	473	45
розрахунками з оплати праці	1630	1 483	117
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	9 912	11 208
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2 276	4 036
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	112 448	248 599
Усього за розділом III	1695	153 103	286 729
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
1700		-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду			
1800		-	-
Баланс	1900	335 913	297 228

Керівник

БУЙ ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ

Головний бухгалтер

БОНДАРЧУК ЛЮБОВ ВАСИЛІВНА

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
"ГОТЕЛЬ"ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ"

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2021.01.01
21660999

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	119912	274274
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010	0	0
<i>Премії підписані, валова сума</i>	2011	0	0
<i>Премії, передані у перестрахування</i>	2012	0	0
<i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	0	0
<i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(100806)	161939 ()
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	(0)	0 ()
Валовий:	2090	19106	112335
прибуток			
збиток	2095	(0)	0 ()
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	2105	0	0
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	2110	0	0
<i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	0	0
<i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	60389	142340
<i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2121	0	0
<i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	0	0
<i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(15453)	29147 ()
Витрати на збут	2150	(1536)	8754 ()
Інші операційні витрати	2180	(7246)	8517 ()
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2181	(0)	0 ()
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	(0)	0 ()
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	55260	208257
прибуток			
збиток	2195	(0)	0 ()
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1755	3723
Інші доходи	2240	177	602
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(46819)	99838 ()
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	0 ()
Інші витрати	2270	(65)	116 ()
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	10308	112628
прибуток			
збиток	2295	(0)	0 ()

2020

с. 4 м. 1

21660999

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	10308	112628
прибуток			
збиток	2355	(0)	0 ()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	10308	112628

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	25582	44638
Витрати на оплату праці	2505	27478	51584
Відрахування на соціальні заходи	2510	6145	10391
Амортизація	2515	25678	27523
Інші операційні витрати	2520	40158	74221
Разом	2550	125041	208357

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1466800000,00	1466800000,00
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1466800000,00	1466800000,00
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,01	0,08
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,01	0,08
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Примітки: д/н

Керівник

Буй Олександр Миколайович

Головний бухгалтер

Бондарчук Любов Василівна

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
"ГОТЕЛЬ"ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ"

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2021.01.01
21660999

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за 2020 рік**

період	Стаття	Код	Форма № 3	Код за ДКУД
			1801004	
			За звітний період	За аналогічний
		рядка	попереднього року	
	1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності				
Надходження від:		3000	139910	320334
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)				
Повернення податків і зборів		3005	0	0
у тому числі податку на додану вартість		3006	0	0
Цільового фінансування		3010	707	892
Надходження від отримання субсидій, дотацій		3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників		3015	7700	9912
Надходження від повернення авансів		3020	152	743
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках		3025	1755	3723
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)		3035	0	0
Надходження від операційної оренди		3040	8406	7954
Надходження від отримання роялті, авторських винагород		3045	0	0
Надходження від страхових премій		3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик		3055	0	0
Інші надходження		3095	14726	2573
Витрачання на оплату:		3100	50741	(113712)
Товарів (робіт, послуг)				
Праці		3105	20934	(38234)
Відрахувань на соціальні заходи		3110	6375	(11212)
Зобов'язань з податків і зборів		3115	28759	(58082)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток		3116	0	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість		3117	16526	(40057)
)				
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів		3118	12233	(18025)
)				
Витрачання на оплату авансів		3135	15030	(2574)
)				
Витрачання на оплату повернення авансів		3140	310	(389)
)				
Витрачання на оплату цільових внесків		3145	0	(0)
)				
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами		3150	0	(0)
)				
Витрачання фінансових установ на надання позик		3155	0	(0)
)				
Інші витрачання		3190	2991	(4300)
)				
Чистий рух коштів від операційної діяльності		3195	48216	117628
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності				
Надходження від реалізації:		3200	0	0
фінансових інвестицій				
необоротних активів		3205	19	0
Надходження від отриманих:		3215	0	0
відсотків				
дивідендів		3220	0	0
Надходження від деривативів		3225	0	0

Надходження від погашення позик	3230	3106	53
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	0	0
	1	2	3
Витрачання на придбання:	3255	0	0
) фінансових інвестицій			
) необоротних активів	3260	14522	3565
) Виплати за деривативами	3270	0	0
) Витрачання на надання позик	3275	0	75
) Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0	0
) Інші платежі	3290	0	0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	(11397)	(3587)
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:	3300	0	0
) Власного капіталу			
) Отримання позик	3305	0	0
) Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
) Інші надходження	3340	202577	233858
) Витрачання на:	3345	0	0
) Викип власних акцій			
) Погашення позик	3350	182618	237810
) Сплату дивідендів	3355	0	0
) Витрачання на сплату відсотків	3360	50571	103546
) Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0	0
) Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0	0
) Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0	0
) Інші платежі	3390	10500	0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	(41112)	(107498)
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	(4293)	6543
Залишок коштів на початок року	3405	8799	2257
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	69	(1)
Залишок коштів на кінець року	3415	4575	8799

Керівник

Буй Олександр Миколайович

Головний бухгалтер

Бондарчук Любов Василівна

ДОДАТОК Б

PEST – аналіз соціальної відповідальності готелю «Premier Palace Hotel Kyiv»

Соціальні фактори	Технологічні фактори
<ul style="list-style-type: none"> - тенденції способу життя - кваліфікація спеціалістів - зміни законодавства, що зачіпають соціальні фактори - споживчі переваги - збільшення середньої тривалості життя - реклама і зв'язки з громадськістю - етнічні / релігійні чинники 	<ul style="list-style-type: none"> - інформація та комунікації, вплив Інтернету - пов'язані / залежні технології - зрілість технологій - зміна і адаптація нових технологій - інформація та комунікації, вплив мережі Інтернет - потенціал інновацій - доступ до технологій, ліцензування, патенти - проблеми інтелектуальної власності - розвиток технологій індустрії гостинності
Економічні фактори	Політичні фактори
<ul style="list-style-type: none"> - економічна ситуація і тенденції на даний момент; - воєнний стан; - інвестиційний клімат в галузі; - посилення конкуренції на ринку готельних послуг; - платоспроможний попит; - збільшення інвестиційних вкладів у підприємства гостинності; - динаміка курсу валют. 	<ul style="list-style-type: none"> - поточне законодавство на ринку в галузі гостинності; - надання сприяння суб'єктам малого і середнього підприємництва в просуванні вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності; - збільшення частки сплачених суб'єктами малого і середнього підприємництва податків у податкових доходах державного бюджету і місцевих бюджетів; - державне регулювання конкуренції.

ДОДАТОК В

АНКЕТА

з вивчення пріоритетних тем, які розкриваються у соціальному звіті, для зацікавлених сторін

ВАТ «ПТПА» проводить дослідження виявлення значимих тем, які розкриваються у соціальному звіті, для зацікавлених сторін підприємства.

Просимо Вас взяти участь у дослідженні та відповісти на запитання анкети.

Дякуємо Вам за співпрацю!

1. Яка група зацікавлених сторін найточніше характеризує Вас?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Органи управління та контролю Групи; | <input type="checkbox"/> Бізнес-партнери; |
| <input type="checkbox"/> Співробітники підприємства/потенційні співробітники; | <input type="checkbox"/> Суспільні організації та ЗМІ; |
| <input type="checkbox"/> органи державної влади та місцевого самоврядування | <input type="checkbox"/> Акціонери; |
| | <input type="checkbox"/> Інвестори; |
| | <input type="checkbox"/> Клієнти (споживачі); |
| | <input type="checkbox"/> інше. |

2. Чи знайомі Ви з діяльністю підприємства?

- Так;
 Ні;

Якщо так, то з яких джерел інформації?

3. Вкажіть, у якому вигляді ви б хотіли бачити звіт про соціальну відповідальність нашого готелю?

- Електронний звіт (PDF) Інтерактивний звіт
 Друкований звіт

4. Оцініть за такими критеріями важливість аспектів при складанні звіту підприємства

1. Не важливо; 2. Середня важливість; 3. Важливо; 4. Дуже важливо.

- | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Зручність використання | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Можливість пошуку необхідної інформації | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Оригінальний дизайн і структура звіту | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Стиль викладу інформації | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5. Які теми, на вашу думку, необхідно висвітлити в соціальному звіті нашого готелю?

6. У якому форматі Ви хотіли б бачити соціальний звіт підприємства?

- Об'єднаний звіт (інтеграція економічних, соціальних, екологічних аспектів)
- Окремі звіти (Річний звіт, звіт про сталий розвиток, екологічну відповідальність)

7. Ваша стаття

- Чоловік
- Жінка

8. ПОСАДА

