

персоналу. Інтенсивність, з якою вони проводяться, залежить від кон'юнктурного стану туристичного підприємства і оперативної потреби в самому персоналі.

Насамперед інформаційна функція маркетингу персоналу полягає в створенні інформаційного фундаменту, який надає собою основу планування в області сегментування ринку і комунікацій за цільовими групами. Вона може бути розподілена на наступні більш приватні функції: вивчення вимог, що пред'являються до посад і робочих місць; дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища організації; дослідження ринку праці; вивчення іміджу організації як роботодавця. Продовжуючи розгляд цієї функції маркетинг персоналу дозволяє збирати інформацію для кадрового планування.

Підсумовуючи вищезазначене, маркетинг персоналу в сфері туризму дозволяє туристичним підприємствам здійснювати аналіз ринку праці та прогнозування його кон'юнктури, аналіз кадрового потенціалу, мотивувати фахівців та сприяти їх кар'єрному зростанню, формування ефективного колективу, а також здійснення ефективної кадрової політики та успішної діяльності туристичного підприємства загалом.

Таким чином, маркетинг персоналу в сфері туризму як інструмент цілеспрямованої та ефективної роботи з персоналом є складовою стратегії і тактики формування конкурентоспроможного туристичного підприємства на ринку праці.

*Поворознюк І.М., кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський державний педагогічний університет  
імені Павла Тичини  
Умань, Україна*

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Соціальні інвестиції відіграють вирішальну роль у веденні господарської діяльності будь-якого виду. Але слід сказати, що українські бізнесмени не дуже враховують значення соціальних інвестицій і тому вони не є популярним видом капіталовкладень у нашій державі.

Багато експертів вважають, що соціальні інвестиції це інструмент корпоративної відповідальності компанії, а також усі види ресурсів та фінансові засоби підприємства направлені на реалізацію зовнішніх чи внутрішніх соціальних програм. Мета таких вкладень – підвищення рівня життя громадян та зниження суспільної напруги [2].

Соціальними інвестиціями бізнесу можуть бути матеріальні, технологічні, а також управлінські та інші ресурси підприємства, які воно може направити на виконання будь-яких соціальних програм, внутрішніх або зовнішніх, попередньо погодивши їх з керівною ланкою.

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

За словами українських вчених соціальні інвестиції є джерелом формування компетенції, які відрізняють певне підприємство від інших, виявляються в унікальних рисах його продукції (послуг), та є необхідною складовою у формуванні і розвитку людського та соціального капіталів. Останнє твердження пов'язане з тим, що компетенції є інтегрованою моделлю трудової поведінки працівників і включають знання, навички, мотиви та цінності, необхідні для досягнення цілей організації. Особливу цінність мають так звані корпоративні компетенції персоналу, які охоплюють не тільки професійно-технологічні (унікальні знання, навички, уміння, прийоми, методи, технології роботи), але й соціальні аспекти (цінності, міжособистісні зв'язки, довіра, відданість організації) [1].

Отже, можна сказати, що вплив соціальних інвестицій на розвиток та ефективність діяльності підприємства пов'язаний з формуванням можливостей впоратися з викликами сучасності та стати успішним, інноваційним підприємством на певному сегменті ринку. І тут доречно зауважити, що саме для розвитку готельного бізнесу це є найперший стратегічний напрям його розвитку та функціонування. Адже, інноваційне підприємництво в системі відносин, що виникають у процесі планування, виробництва та реалізації готельних продуктів і послуг є центром формування сучасного туристського ринку. В основі цих відносин лежать процеси, що мають багато спільного на галузевих ринках та підприємствах різної спрямованості. У той же час слід визнати, що готельний бізнес, будучи частиною сфери туризму, відрізняється високою інформаційною насиченістю. Останнє відображає принципові позиції, пов'язані з необхідністю використання інновацій у готельних підприємствах.

Готельний бізнес є однією з головних складових розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму, від якості сервісу послуг якого залежать такі психологічні аспекти туризму, як задоволеність подорожжю і висока оцінка організації перебування туристів в тій чи іншій країні. А всі ці висновки зводяться до того, що задоволеністю подорожжю, проживанням, перебуванням туриста тощо, в тому чи в іншому готелі залежить від персоналу який буде його обслуговувати і чи буде в того персоналу якісний стимул до обслуговування туриста. І ось вся проблема викривається в соціальних інвестиціях.

Соціальні інновації в готельних підприємствах можна розділити на два основних види: внутрішні соціальні інновації (ті, які спрямовані на користь персоналу готельних підприємств) та зовнішні соціальні інновації (ті, які спрямовані на користь суспільства).

Внутрішні соціальні інновації в готельних підприємствах реалізуються через сучасні соціальні технології, до яких слід віднести навчання високим стандартам обслуговування, організація курсів з вивчення іноземних мов, доброзичливу робочу атмосферу, страхування персоналу готелів, в тому числі медичне, безкоштовні сніданки і обіди, участь у вечірках і заходах для співробітників, знижки на проживання та харчування в готелях відповідної мережі по всьому світу та багато іншого.

## **ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ**

Зовнішні соціальні інновації готельних підприємств реалізуються через спонсорство, меценатство, благодійну діяльність, підвищення цінової доступності послуг які формують соціальний імідж готелю.

Соціальний імідж організації – наведення широкої громадськості про соціальні цілі і ролі організації в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.

У світовій практиці готельні підприємства беруть участь в пайовому будівництві житла та суспільно значущих об'єктів – центрів дозвілля, оздоровчих комплексів, надають фінансову підтримку фондам захисту природи, культурним центрам, центрам розвитку туризму, сприяють археологічним розкопкам і т.д. Особлива увага приділяється інноваційним концепціям готельних підприємств, які обслуговують потреби сучасного суспільства. До таких концепцій можна віднести екологічну концепцію готелю.

Сучасні тенденції соціалізації вимагають створення нових умов до обслуговування людей і з особливими потребами.

Також одним із основних напрямів розвитку соціальних інвестицій в нашій державі повинно бути дослідження практичного досвіду соціально-інноваційної діяльності відомих готельних підприємств світу, а саме створення парк-готелів для людей похилого віку.

У сучасних конкурентних умовах кожне готельне підприємство повинно функціонувати за принципом «сервіс – доступний для всіх». Соціальні інновації є сучасним трендом, які допомагають задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші маломобільні групи населення.

Що стосується соціальних інвестицій для персоналу, то це дозволить удосконалити систему менеджменту на підприємстві, підвищити статус готелю, адже всі ми знаємо, що вони виступають каталізатором підвищення ефективності діяльності організації та забезпечують стійкі і довгострокові переваги.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Кравченко Н. В. Соціальні інвестиції: сутність і роль у формуванні ресурсно-компетенційної бази підприємства / Н. В. Кравченко, Т. М. Ковальчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/47.pdf>
2. Социальные инвестиции: особенности, виды, сущность и значение [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://businessman.ru/sotsialnyie-investitsii-osobennosti-vidyi-suschnost-i-znachenie.html>