

ЛОГІСТИЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Через наслідки COVID-19 логістичний чинник на світовому ринку став особливо важливим для індустрії гостинності. Хоча здавалося б, що добре налагоджений логістичний механізм, який включав великі потоки транспорту, матеріальних ресурсів, фінансів та інформації, повинен продовжувати працювати як годинник, глобальна пандемія дуже швидко підірвала всю світову індустрію гостинності. Упродовж декількох місяців традиційні шляхи пересування туристів були припинені, готельно-ресторанний бізнес закотився, а сфера послуг втратила свою актуальність. Це призвело до величезних збитків практично в усіх галузях індустрії гостинності. Туристичні дестинації, які раніше були популярними, тепер «стоять на паузі». Наприклад, круїзні лайнери зупинилися в портах, а курортні міста на узбережжі морів та океанів залишилися без звичайного потоку іноземних туристів [1].

У багатьох країнах відбувається перерозподіл фінансових та інвестиційних потоків на користь індустрії гостинності, яка раніше приносила значні надходження до ВВП країн з популярними туристичними місцями. Це зроблено з метою збереження галузі, а основний акцент робиться на вітчизняному споживачеві. Низька купівельна спроможність внутрішніх споживачів, відсутність партнерства держави та приватного сектора на всіх рівнях, недовіра споживачів та підприємців до податкової, пенсійної, митної та правової політики, а також неефективна робота державних та місцевих органів влади ускладнюють розвиток внутрішнього малого та середнього бізнесу у сфері готельно-ресторанного бізнесу [2].

Використання сучасних смарт-технологій може значно збільшити прибутковість територіальних громад, місцевих та державного бюджетів, за допомогою прозорого логістичного механізму, що забезпечує ефективне просування товарів, послуг та фінансів у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, з мінімальним втручанням суб'єктивного чинника. У ринково розвинутих країнах успішні дестинації індустрії гостинності базуються на підприємницькій здатності, рівному доступі до джерел фінансування, повазі між учасниками бізнесу та споживачами, рівності перед законом, невідворотності покарання за порушення законодавства, включаючи несплату податків та недотримання вимог збереження довкілля, історико-архітектурної та культурної спадщини. Досвід успішної роботи логістичних систем за кордоном та українських корпоративних систем, таких як "Буковель", "Нова пошта", "Ласунка", "Микулинецький Бровар", демонструє, що логістичні системи можуть бути ефективними незалежно від чинників впливу, хоча це може потребувати великих витрат [3].

Створення потрібної інфраструктури дестинацій є серйозним викликом, що часто викликає конфліктні ситуації між ініціаторами розвитку туризму та гостинності та їх просуванням на ринку. Ці конфлікти є складними та потребують кваліфікованого втручання управлінців на різних рівнях та в деяких випадках - правоохоронних органів, аби їх вирішити.

Сучасні можновладці та бізнесмени часто стикаються з конфліктом інтересів, що може призвести до занепаду інтересів громади. Вирішення проблеми полягає у знаходженні компромісів між бажанням заробити якомога більше грошей та потребою у розбудові інфраструктури не тільки для свого бізнесу, а й для супутніх галузей, які необхідні для нормального функціонування всієї дестинації. Важливо розуміти, що будь-яка дестинація

знаходиться в конкретному місці і використовують її не тільки туристи, а й місцеві жителі та працюючий персонал. Тому необхідно орієнтуватися на різні категорії та групи споживачів. Усі зацікавлені сторони мають розуміти, що успіх дестинації не залежить від будівництва високого паркану навколо об'єктів готельно-ресторанного чи туристично-рекреаційного бізнесу [4].

Останніми роками конкуренція на різних ринках значно збільшилася через швидкий розвиток цифрових технологій в бізнесі. Онлайн-торгівля заміщує традиційні форми продажу, і готельно-ресторанна галузь також стала постраждалою. Тепер людям набагато легше і швидше вибрати свої місця відпочинку, вони можуть здійснити віртуальну подорож, визначитись з пропозиціями туристичних агентств та туроператорів, забронювати проживання та трансфер заздалегідь, купити квитки на різні атракціони, не виходячи з дому або офісу.

Розвиток хмарних технологій дав споживачам можливість знайти не тільки готелі, але й приватні помешкання за доступними цінами в улюблених дестинаціях. Одним з найвідоміших сервісів цього типу є Airbnb, який працює в 65 тисячах міст по всьому світу. Ця компанія, заснована в Сан-Франциско в 2008 році, надає мандрівникам можливість забронювати різні рівні комфорту житла безпосередньо від власників, організовувати екскурсії та прокат велосипедів. Компанія отримує комісійні з гостей та господарів, але ціни за її послуги зазвичай нижчі, ніж у готелях. У зв'язку з розвитком онлайн доставки такі пропозиції є особливо привабливими для готельних і ресторанних комплексів. Український портал Doba.ua пропонує подібні послуги, збираючи понад 20 тисяч оголошень про здачу приватної нерухомості від господарів, які проходять модерацію та містять реальні відгуки та фотографії [5].

Висновки. Існує низка суб'єктивних факторів, які перешкоджають просуванню індустрії гостинності в дестинаціях, таких як надмірна монополізація ринку, олігархічна структура економіки, відсутність бажання псевдоукраїнських еліт створювати середній клас, а також використання флюгер-стратегій в політиці та соціально-економічному житті. Це призводить до підвищеного ризику відтоку високопрофесійних працівників та збурює модель інфраструктурного та логістичного забезпечення дестинацій. У зв'язку з цим, владні структури повинні зробити титанічні зусилля для припинення негативних тенденцій та початку позитивних змін. Ці зміни можуть бути здійснені лише за допомогою застосування новітніх логістичних підходів з використанням сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

Список використаних джерел:

1. Покоłodна М. М., Писарева І. В. Розвиток туристської інфраструктури: регіональний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28, С. 209-217. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/28_2019.pdf (дата звернення 12.05.2023).
2. Ткаченко Т. І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/20996/56-Tkachenko.pdf?sequence=1> (дата звернення 12.05.2023).
3. Куценко В. О., Решетняк А. І. Природно-інфраструктурний потенціал туристичного бізнесу та шляхи його ефективного використання. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2011. № 2. С. 55–61.
4. Офіційний сайт DOBA. URL: <https://doba.ua/ukr/lvov/odnokomnatnye-kvartiryi> (дата звернення 12.05.2023).
5. Богдан Н. М., Корчагіна Д. С. Фактори туристичної привабливості дестинації: готельно-ресторанний бізнес. Харків: *Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*, 2020. 232 с. URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/17_04_2020_compressed.pdf (дата звернення 12.05.2023).