



УДК 339

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7\(35\)-698-712](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35)-698-712)

Писаренко Надія Василівна кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу, Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0002-5851-1976>

Шевчук Оксана Василівна кандидат економічних наук, доцент кафедри регіоналістики і туризму, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0003-0937-4714>

Громоздова Лариса Василівна кандидат економічних наук, професор кафедри інтелектуальних систем і цифрових технологій, Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0002-4077-9229>

Макієвський Олексій Іванович кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інтелектуальних систем і цифрових технологій, Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0002-7332-0289>

Медвідь Ганна Сергіївна асистент кафедри регіоналістики і туризму, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0002-5470-704X>

Шмігельська Євгенія Анатоліївна старший викладач кафедри регіоналістики і туризму, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, <https://orcid.org/0000-0002-8356-9563>

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИКОЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті досліджено особливості управління логістикою туристичними підприємствами та визначення ролі інноваційної політики та цифрових технологій в туризмі. Встановлено, що цифрові технології в управлінні логістикою є основним важелем розвитку туристичних підприємств, оскільки на сьогоднішній день значний розвиток ІТ-індустрії змусив змінюватись не лише бізнес взагалі, а й туристичний бізнес зокрема. Визначено передумови виникнення цифрової логістики. Проведене дослідження встановило, що кількість інтернет користувачів з роками зростає у геометричній прогресії, так само швидко зросли швидкість та кількість завантаження інформації та її вартість, що свідчить про значний вплив Інтернету на будь-яку



комерційну діяльність. В статті встановлено, що на сьогодні в туристичному секторі України переважає традиційна логістика, яка втрачає конкурентні позиції на ринку, що обумовлює необхідність впровадження цифрових технологій в управління логістикою, оскільки традиційні методи ведення туристичного бізнесу застарілі та неконкурентоспроможні. Встановлено основні переваги цифрової логістики, а саме маневреність, гнучкість, швидкість реагування та цілодобова доступність. Визначено питання, що стосується управління інтерфейсами в туристичному бізнесі. Розглянуто основні інтерфейси, що застосовуються в управлінні туристичними підприємствами, а саме: ERP (Enterprise Resource Planning), який представляє собою інфраструктуру програмного забезпечення, що підтримує управління та координацію різних структур, процесів і потоків в компанії для досягнення бізнес-цілей; CRM (Customer Relationship Management), що є програмною інфраструктурою із набором стратегій, політик та технологій для залучення, утримання та лояльності клієнтів. В результаті встановлено доцільність використання об'єднання обох інтерфейсів у такий, що веде облік всього процесу починаючи від постачальників до кінцевого споживача, постійний облік фінансових потоків, опитувань, рекламних матеріалів тощо. Виявлені загрози при застосуванні цифрової логістики та шляхи їх подолання. Визначено інноваційні фактори, що впливають на розвиток цифрових технологій в управління логістикою туристичних підприємств. До них можна віднести: значний розвиток Інтернету, новітніх інтернет-технологій та телефонних додатків, які доступні всюди та цілодобово; особисті відгуки туристів, їх туристичні блоги та онлайн-платформи з відгуками, які дають можливість туроператорам проводити прозору аналітику ринку та передбачати попит на туристичну продукцію; розвиток різноманітних соціальних мереж, які впливають на погляди та вибір туристів і створюють репутацію компаніям туристичного бізнесу. З'ясовано, що впровадження цифрової трансформації в сферу транспорту і логістики дає ряд переваг, такі як технологічні ефекти, ефекти конкурентоспроможності, комерційні ефекти. Що стосується технологічних ефектів, то шляхом якісних технологічних процесів логістики у туристичних підприємствах зменшуються затрати часу на обслуговування і відповідно пришвидшується доставка. Використовуючи сучасні інноваційні інформаційно-комунікаційні технології, підвищується ефективність управління логістикою туристичних підприємств. Інноваційна політика та сучасні цифрові технології управління логістикою є ключовими для успіху туристичних підприємств у сучасному конкурентному середовищі. Завдяки впровадженню нових технологій та методів управління логістикою туристичні підприємства можуть зменшити витрати, покращити обслуговування клієнтів та підвищити свою конкурентоспроможність.

Ключові слова: інновації; інноваційна політика; цифрові технології; логістика; цифрова логістика; управління.





Pysarenko Nadiia Vasylivna Ph.D. (Economics), Associate Professor, head of the marketing department, Academy of Labor, Social Relations and Tourism, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-5851-1976>

Shevchuk Oksana Vasylivna Ph.D. (Economics), professor, Department of Regions and Tourism, Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0003-0937-4714>

Hromozdova Larysa Vasylivna Ph.D. (Economics), professor of the Department of Intelligent Systems and Digital Technologies, Academy of Labor, Social Relations and Tourism, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-4077-9229>

Makievsky Oleksiy Ivanovych Ph.D. (Pedagogical), Associate Professor of the Department of Intelligent Systems and Digital Technologies, Academy of Labor, Social Relations and Tourism, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-7332-0289>

Medvid Hanna Serhiyivna assistant department of regions and tourism, Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-5470-704X>

Shmihelska Yevheniia Anatoliivna Senior Lecturer Department of regional studies and tourism, Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0002-8356-9563>

INNOVATIVE POLICY AND MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES OF LOGISTICS MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES

Abstract. The article examines the peculiarities of logistics management by tourist enterprises and the definition of the role of innovation policy and digital technologies in tourism. It has been established that digital technologies in logistics management are the main lever for the development of tourist enterprises, as today the significant development of the IT industry has forced changes not only in business in general, but also in tourism business in particular. The prerequisites for the emergence of digital logistics have been determined. The conducted research established that the number of Internet users has been growing exponentially over the years, the speed and amount of information downloads and its value have also increased rapidly, which indicates the significant impact of the Internet on any commercial activity. The article establishes that today in the tourism sector of Ukraine, traditional logistics prevails, which is losing competitive positions in the market, which determines the need for the introduction of digital technologies in logistics management, since traditional methods of conducting tourist business are outdated and uncompetitive. The main advantages of digital logistics are established,



namely maneuverability, flexibility, speed of response and 24/7 availability. The issue related to the management of interfaces in the tourism business has been determined. The main interfaces used in the management of tourism enterprises are considered, namely: ERP (Enterprise Resource Planning), which is a software infrastructure that supports the management and coordination of various structures, processes and flows in the company to achieve business goals; CRM (Customer Relationship Management), which is a software infrastructure with a set of strategies, policies and technologies for customer attraction, retention and loyalty. As a result, the expediency of using the combination of both interfaces into one that keeps track of the entire process from suppliers to the end consumer, permanent accounting of financial flows, surveys, advertising materials, etc. has been established. Identified threats in the application of digital logistics and ways to overcome them. Innovative factors affecting the development of digital technologies in the logistics management of tourist enterprises are identified. These include: significant development of the Internet, the latest Internet technologies and phone applications, which are available everywhere and around the clock; personal reviews of tourists, their travel blogs and online platforms with reviews that enable tour operators to conduct transparent market analysis and predict demand for tourist products; the development of various social networks that influence the views and choices of tourists and create a reputation for tourism business companies. It was found that the implementation of digital transformation in the field of transport and logistics provides a number of advantages, such as technological effects, competitiveness effects, and commercial effects. As for technological effects, through quality technological processes of logistics in tourist enterprises, time spent on service is reduced and, accordingly, delivery is accelerated. Using modern innovative information and communication technologies, the efficiency of logistics management of tourist enterprises increases. Innovative policies and modern digital logistics management technologies are key to the success of tourism enterprises in today's competitive environment. By implementing new technologies and logistics management methods, tourism businesses can reduce costs, improve customer service and increase their competitiveness.

Keywords: innovation; innovation policy; digital technologies; logistics; digital logistics; management.

Постановка проблеми. Україна межує з двома найбільшими торговими блоками світу і має вихід до моря, що є її географічною перевагою з точки зору логістики та торгівлі. Однак зараз цю перевагу підсилює розвиток інновацій, перетворюючи країну на привабливого партнера для європейського бізнесу. Адже цифрова логістика є складовою цифрової трансформації економіки, зокрема цифровізації торгівлі та електронного бізнесу, що функціонує на побудованих в цифровому форматі відносинах, де на перший план виходить цінність клієнтів, задоволення їх вимог, завдяки електронним способам та



інформаційній комунікації. Сьогодні, опираючись на події, пов'язані з пандемією COVID-19, війною логістичні компанії реагують на вимоги ринку і перебудовують свою роботу шляхом розробки власних цифрових бізнес-моделей, використовуючи при цьому цифрові технології. Вони можуть змінювати канали руху товарів, процеси поставок, оперативно приймати управлінські рішення щодо організації логістичних процесів та транспортних операцій, оптимізувати матеріальні, інформаційні та фінансові процеси, подбати про якість обслуговування споживачів, зменшити логістичні витрати тощо. Тому організації, які вкладають кошти та використовують цифрові технології, є лідерами галузі.

Після початку повномасштабного вторгнення українці майже повністю забули про подорожі. Замість того, щоб подорожувати, вони були змушені покидати країну. Війна майже повністю зупинила туристичну індустрію, після того, як люди змогли досягти відносної безпеки, постало питання, як відновити туристичний бізнес. Війна – це нова реальність, але й за таких умов економіка повинна працювати. У сьогоднішніх реаліях туризм можна відродити лише за умов впровадження інноваційних технологій. Для того, щоб працювати на повну потужність, українські туристичні агенції шукають інноваційні шляхи розвитку та поступово відкривають можливості на європейському ринку та в інших країнах. Тому ключовим питанням для української туристичної галузі є те, які інноваційні методи антикризового управління можуть бути використані для реанімування галузі. Туризм в українській економіці повинен відродитися, і є усі шанси стверджувати, що наша країна стане популярною туристичною дестинацією після завершення бойових дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних аспектів інноваційної політики туристичних підприємств займаються такі вчені: Баженова С. [1], Пологовська Ю. [1], Бикова М. [1], Дворська І. [2], Кириченко С. [3], Корчевська Л. [4], Носирев О., Деділова Т., Токар І. [5], Роїк О., Недзвецька О. [6] і ін.

Питання, що стосуються застосування логістики в туристичній сфері досліджувались як вітчизняними, так і закордонними науковцями та були розглянуті у наукових працях Смирнова І.Г., Скоробогатова Т. В., Кордел З., Молз Дж.Г., Паріс К. Моріс, Писаренко Н.В. [7], Павлішина Н.М. [8] визначили специфічність туристичних послуг як продукту на ринку. Однак реалії розвитку сучасної ринкової економіки вимагають додаткового дослідження сучасних тенденцій розвитку логістичних процесів управління туристичних підприємств.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у дослідженні впливу інновацій та сучасних цифрових технологій на ефективність управління логістикою туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Стрімкий розвиток Інтернету, який обумовлений застосуванням інноваційних інтернет-технологій та новітнього



обладнання, привів до стрімкого зростання кількості користувачів, що призвело до необхідності бізнесу пристосовуватися до електронної комерції. Саме ці обставини змінюють класичний логістичний процес, включаючи зміни в логістичних функціях.

Туристичні підприємства відчують цей динамічний ринок та його гнучкість, насамперед завдяки учасникам ланцюгів поставок туристичної продукції, а саме туристам, які швидко адаптувались до нових технологічних пропозицій та вже освоїли веб-інтерфейси, спеціалізовані на виборі та доставці туристичних пакетів. Туристичним підприємствам доводиться адаптуватися до електронної логістики, оскільки вони самі працюють за межами туристичних продуктів, насамперед з інформаційною продукцією.

Логістика є однією з найважливіших складових туристичної індустрії. Вона охоплює планування, організацію та контроль руху товарів, послуг та інформації, пов'язаних з туризмом. Ефективне управління логістикою може значно підвищити конкурентоспроможність туристичних підприємств, покращити їхню роботу та задовольнити потреби клієнтів.

Інноваційна політика туристичних підприємств повинна бути спрямована на впровадження нових технологій та методів управління логістикою:

- *використання цифрових технологій*: цифрові технології, такі як штучний інтелект, машинне навчання, Інтернет речей (IoT) та блокчейн, здатні допомогти туристичним підприємствам автоматизувати логістичні процеси, оптимізувати маршрути, покращити ланцюги постачання та підвищити прозорість.

- *впровадження нових методів управління* ("lean logistics" та "agile logistics"), допоможуть туристичним підприємствам зменшити витрати, підвищити гнучкість та покращити співпрацю з партнерами.

- *співпраця з дослідницькими інституціями*: туристичні підприємства можуть співпрацювати з дослідницькими інституціями для розробки нових інноваційних рішень у галузі логістики.

Існує безліч сучасних цифрових технологій, які можна використовувати для управління логістикою туристичних підприємств. Деякі з найпоширеніших включають:

- *системи управління ланцюгом постачання (SCM)* допомагають туристичним підприємствам планувати, організовувати та контролювати рух товарів та послуг протягом усього ланцюга постачання.

- *системи планування маршрутів* оптимізують маршрути транспортних засобів туристичним підприємствам, що може призвести до значної економії витрат.

- *системи відстеження та моніторингу* дозволяють туристичним підприємствам відстежувати розташування товарів та послуг в режимі реального часу.





– системи управління запасами здатні оптимізувати рівень запасів, що може допомогти зменшити витрати та уникнути дефіциту.

– платформи електронної комерції дозволяють туристичним підприємствам продавати продукти та послуги онлайн, що може допомогти охопити ширшу аудиторію та збільшити продаж.

Інновації та розробка нових продуктів або надання нових послуг є важливими факторами конкурентоспроможності сучасного туристичного бізнесу. Велика кількість досліджень підкреслює брак інновацій в українській туристичній галузі порівняно з іншими секторами економіки, де технології та інновації є широко розповсюдженими [1]. У туристичній галузі застосування інновацій є складним процесом. У туризмі інновації вимагають нових структур планування, управління та організації, а також колективних інтересів, спрямованих на туристичний розвиток.

Сучасна туристична індустрія повинна переміститися на передову лінію технологічних застосувань. Постійне розширення туристичної галузі в Україні має зробити туризм пріоритетною сферою для інноваційного застосування технологій, а поєднання з передовими технологіями трансформувати і модернізувати туризм [3].

Туристична галузь як ніколи очікує інноваційних рішень та змін уже сьогодні. За таких умов обґрунтуємо цифрові інноваційні тренди в туризмі, які відкриють нові можливості для розвитку бізнесу в Україні.

Цифрові інновації. Трансформація та модернізація оцифрованих, об'єднаних в мережу мальовничих місць, курортів і музеїв забезпечить стійкий поштовх для розбудови України. У сфері туристичного бізнесу технологічна революція дасть сильний поштовх онлайн-туризму.

Туристична індустрія може використовувати безпрецедентні можливості цифрових інновацій. Оцифрування та пов'язані з ним технології стануть ключовими технологіями, що визначатимуть майбутнє модернізації туристичної індустрії в Україні. З передовим застосуванням цифрових технологій туристична індустрія переживає трансформацію якості, ефективності та рушійної сили, і переходить від екстенсивного зростання, зумовленого ресурсами, до нового етапу ефективного зростання, зумовленого технологічними інноваціями [5].

Використовуючи тенденцію оцифрування, музеї України вже використовують цифрові технології для просування та інтерпретації своїх виставок та колекцій створених під час війни. Інтерактивні та партисипативні екскурсії, які проводять українські музеї навіть під час війни вже покращили якість культурних туристичних продуктів, а також підвищили досвід і зацікавленість громадськості світу (табл. 1).



Таблиця 1

Приклади застосування інновацій та цифрових технологій в туристичній галузі

Основні розділи	Віртуальні екскурсії
Тейзажі	Інтерактивні віртуальні тури в режимі реального часу: екскурсивод відправляється до туристичного об'єкту замість туриста і надає зворотній зв'язок в режимі реального часу від першої особи за допомогою відео- та аудіо-записувального обладнання
Популярні пам'ятки	Пряма трансляція з веб-камери: встановлення веб-камер у популярних місцях
Музеї та виставки	Зображення, відео та онлайн-зустрічі: оцифрування популярних офлайн-виставок за допомогою фото- та відеозйомки, а також надання можливості онлайн-відвідувачам брати участь в інтерактивній сесії виставки через доступ до веб-зустрічей у режимі реального часу
Розваги	Відеозапис популярних шоу: представлення шоу у відеоформаті на туристичних платформах та надання онлайн доступу до них відвідувачам з усього світу
Вистави	Пряма трансляція: надання відвідувачам різноманітних каналів для перегляду спеціальних подій за допомогою платного контенту.

Джерело: сформовано авторами на підставі [6]

Штучний інтелект. У туристичній індустрії спостерігається паралельна тенденція до розширення персоналізованих та інтелектуальних продуктів і послуг. За таких умов штучний інтелект проникає у весь процес виробництва та споживання туристичних послуг. Штучний інтелект змінює туризм, готельний бізнес і дотичні галузі, вносячи «розумні зміни» в розробку туристичних маршрутів, хмарних систем, роботи готелів і ін.

Віртуалізація. Застосування таких технологій, як AR/VR та 5G у туристичній галузі породило нові форми бізнесу, такі як хмарний туризм і туризм у прямому ефірі, а також підштовхнуло до глибокої трансформації туристичного маркетингу та туристичного досвіду. Віртуальні технології дали потужний поштовх туристичній революції, особливо розвитку віртуального туризму, нової форми екскурсійного туризму, що поєднує мережеві технології, 3D-візуалізацію, VR, географічні інформаційні технології та традиційний туризм. Це відіграє вирішальну роль у трансформації туризму.

Вітчизняний науковець Н.В. Писаренко стверджує, що віртуальний туризм виходить за рамки традиційної форми інформації і пов'язує сприйняття користувача з прийняттям туристичних рішень. Комбіноване використання віртуальних технологій та сучасних інформаційних технологій долає обмеження традиційних засобів вираження інформації, таких як текст, об'єкти, що демонструються на екскурсіях та фото та відео, і генерує багатшу інформацію в просторовому вимірі [7]. Найважливішим є те, що вона уникає



часових і просторових обмежень подорожей, дозволяючи відвідувачам бачити не лише панорамні види мальовничих місць, але й туристичні ресурси, які не є відкритими для громадськості або відкриті на постійній основі. Поєднання віртуального туру і реальності значно покращує інтерактивний досвід туристів та відчуття участі, даючи їм можливість спонтанно формувати сприйняття образу та зміцнювати спогади про мальовничі місця.

На сьогодні віртуальний туризм в результаті загарбницького нападу росії – це єдиний телепорт, що дозволяє не виходячи з дому, бомбосховища або укриття потрапити до музею, відвідати видатні історичні місця або подивитися виставу. Віртуальний туризм використовує 3D та 4D ефекти, інноваційні програми та сферичні панорами, щоб допомогти подорожувати тим, хто не може дозволити реальну подорож з тих чи інших причин.

В Україні основними цілями створення віртуальних турів на сучасному етапі є:

- популяризація та ознайомлення (досягається шляхом представлення не лише публічних виставок, а й музейних колекцій, наприклад, тих, що зберігаються на складах чи в інших сховищах, вивезених внаслідок війни);
- освітньо-культурні цілі (надання можливості розширити візуальне уявлення про об'єкти, що демонструються на екскурсіях та турах);
- соціально-психологічна реабілітація (що може відволікти увагу від негативних новин та подій). Як правило, це діючі музеї або музеї, тимчасово переміщені в безпечніші місця, з розвиненими інтерактивними можливостями, які дають змогу віртуально ходити виставковими залами, переглядати тривимірні зображення та вивчати інформацію про виставки й окремі експонати. Кількість таких віртуальних музеїв та виставок в Україні наразі зростає [2].

Інтеграція: надання кращих послуг. Розвиток цифрових, інтелектуальних і віртуалізаційних технологій спонукає до інтеграції онлайн та офлайн туризму, віртуального досвіду та реальності, а також технологій та ідей, що призводить до складних і різноманітних інновацій у туризмі. Інтеграція цифрових інновацій підвищує якість туризму та формує кращу туристичну індустрію. У сфері туризму зростаюча зрілість технології великих даних прискорює розвиток технологій штучного інтелекту. Великі дані, і технології віртуалізації продовжують глибше інтегруватися з туристичним ринком і надавати інтелектуальні, зручні, якісні туристичні послуги та інноваційні форми бізнесу для туристів.

Платформа: побудова інтегрованої платформи додатків. Оцифрування та інтеграція технологій, а також розширення масштабів та мобільності туристичної індустрії проклали шлях до створення глобальних туристичних платформ технологічних додатків, таких як Expedia, Airbnb і Strip. Інформаційні технології та Інтернет дозволили туристам бронювати готелі та авіаквитки через ОТА, таким чином змінивши інформаційну асиметрію у



виробництві та споживанні туристичних послуг. Основні платформи застосування туристичних технологій продемонстрували нові тренди розвитку. Вони співпрацюють з інтелектуальними платформами туристичних послуг, додатками або окремими продавцями, а також взаємодіють із зовнішніми платформами, щоб створити повноцінну систему послуг.

Туристичні програми, розроблені виключно сторонніми організаціями, включно з іншими послугами, транспортом, соціальними мережами, бронюванням, збагатили систему туристичних продуктів і заповнили відсутні функції офіційних туристичних платформ [8].

Забігаючи наперед, інновації в туристичній галузі України неминуче будуть зосереджені на ключових гравцях туристичної індустрії з метою підвищення ефективності як туристів, так і туристичних підприємств.

Розвиток нових цифрових технологій в туристичній галузі відкриє еру розумного туризму, що буде орієнтований на потреби туристів, стане основою нашого тріумфального майбутнього.

Наука і технології відіграють важливу роль у майбутньому розвитку української туристичної галузі на тлі зростаючого споживання туристичних послуг, орієнтованих на якість, безпеку та найкращі практики. Використовуючи інноваційні технології, різноманітний та персоналізований туризм стане популярним, цікавим, унікальним і, перш за все, безпечним.

Бізнес-орієнтовані інновації в діяльності туристичних підприємств (якісне обслуговування, точність, маркетинг) сприятимуть розвитку інтенсивних та економічно ефективних послуг. Завдяки використанню нових цифрових технологій туристичні підприємства зможуть модернізувати туристичні об'єкти та оптимізувати туристичні послуги.

За допомогою цифрових інноваційних технологій можна буде демонструвати багато туристичних об'єктів, що значно підвищить ефективність туристичних атракцій на місцях. Туристичні підприємства також можуть використовувати інноваційні технології для здійснення цільового маркетингу та створення туристичних брендів.

В умовах зростаючої конкуренції в туристичній галузі українські туристичні підприємства звертаються до передових досягнень науки і техніки, щоб розширити свій бізнес у суворих умовах війни.

Безумовно, інноваційні та цифрові процеси-це сучасний тандем, без якого неможливий розвиток економіки та будь якого суб'єкта господарювання. Ці два поняття є взаємодоповнюючими, адже застосування інновацій породжує цифрові зміни, впровадження інновацій дозволяє спростити адаптивний процес до цифрової економіки. В даному напрямі необхідно здійснювати узгоджену інноваційну політику від ідеї до реалізації на ринку цифрових технологій для створення, розвитку та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, заснованого на нових технологічних рішеннях або бізнес-моделях, які не застосовувалися раніше. І важливе значення у даному контексті слід відвести й цифровій логістиці [7].





Важливе значення в управлінні цифровою логістикою туристичних підприємств займає управління інтерфейсами. Одним із інтерфейсів є система ERP (Enterprise Resource Planning), яка представляє собою інфраструктуру програмного забезпечення, що підтримує управління та координацію різних структур, процесів і потоків в компанії для досягнення бізнес-цілей. Така система має вирішальне значення для цифрової логістики, оскільки є набором простих для відстеження процесів, які вчасно координуються та контролюються.

ERP інтерфейс в поєднанні з різними процесами на підприємстві дають можливість робити постійний запис про наявність туристичної продукції, про стадії проектування нових продуктів, про обслуговування та зворотній зв'язок для підтримки майбутніх продуктів тощо. Зрештою, роль систем ERP полягає у тому, щоб залучити «найкращі практики», характерні для вертикалі бізнесу, а також дозволити їм бути гнучкими залежно від конкретних умов мінливості ринку.

Надзвичайно важливим в управлінні логістикою туристичних підприємств є інтерфейс CRM (Customer Relationship Management), що є програмною інфраструктурою із набором стратегій, політик та технологій для залучення, утримання та лояльності клієнтів. У більш широкому розумінні, програмна система управлінням CRM включає маркетинг, продаж, фінансову та технічну підтримку стосовно клієнтів, потенційних клієнтів, постачальників та партнерів.

Для туристичних підприємств доцільне об'єднання обох систем у таку, що веде облік всього процесу починаючи від постачальників до кінцевого споживача, постійний облік фінансових потоків, опитувань, рекламних матеріалів тощо. Отже, описані програмні інтерфейси є корисними як для внутрішніх процесів туристичних агентств, так і для кінцевих споживачів: туристів, агентств роздрібною торгівлі.

Слід зазначити, що традиційна логістика формується на основі фізичних та інформаційних потоків, які виникають під час передачі продукції в роздрібні мережі та обумовлюють післяпродажні процеси. При цьому цифрова логістика у туристичних підприємствах починається з моменту появи запасів, які називаються інформаційними запасами, ще до фактичного управління витратами. При цьому може виникнути ситуація коли туроператор може вирішити скасувати туристичний продукт при виникненні несприятливих умов з метою мінімізації збитків. Якщо туроператор працює на основі електронної логістики, в такій ситуації він може вирішити скасувати схему без фінансових втрат. Звичайно, підтримка цифрової логістики в такій ситуації повинна враховувати високу репутацію компанії серед клієнтів і кількісну оцінку розміру можливих збитків. Сильний туроператор може не відкликати попередній туристичний продукт, навіть якщо він несе збитки, просто поважаючи власні повноваження на ринку, але у випадку якщо подібні ситуації трапляються не дуже часто.



Цифрова логістика і ланцюги поставок є факторами конкурентоспроможності та розвитку виробництва інноваційного типу. Підвищити ефективність логістичних процесів можна з допомогою новітніх ІТ-рішень, серед яких логістичні системи, що взаємодіють у логістичних компаніях, а саме визначення точних координат об'єкта, планування ресурсів підприємства, система управління транспортом, система управління складом, система управління виробництвом, система управління взаємовідносинами з клієнтами, наявність вантажів, вид транспорту, маршрути руху, організація дистрибуції тощо. Також, щодо Індустрії 4.0, варто і відзначити «хмари» для зберігання даних. Великою їх перевагою є доступ до програмного забезпечення, баз даних, інших інформаційних сервісів, що здійснюється завдяки комп'ютеру чи смартфону та доступність інформації у будь-який час і у будь-якому місці. Саме хмарні обчислення дають змогу обробляти великі обсяги даних і впроваджувати «точні» інноваційні елементи контролю в онлайн-режимі.

Якщо говорити про технологію, що використовується на складах, а саме IoT (Інтернет речей), то вона тісно пов'язана з різними датчиками, що фіксують зовнішню інформацію і передають її в цифрові бази даних. Прикладом цього можуть слугувати штрих-коди на складі, завдяки чому автоматизована система надсилає інформацію збору даних до ERP-системи із тим зменшуються витрати часу і витрати на робочу силу [1].

Цифрові відносини будуються зазвичай в рамках цифрових платформ. Їх великі конкурентоспроможні компанії використовують, коли з'єднують вантаж і вантажовідправників з перевізниками. Прикладом може слугувати, інноваційна логістична платформа Trans.eu, що об'єднує всі існуючі системи управління перевезеннями, заявками, моніторингу і пропонує новітні рішення. Тобто в межах одного інструменту можливий повний обмін даними усіх учасників транспортного процесу. Однак, що стосується транспортної логістики, то більш ефективним є формування не лише самої платформи, а й системи ІТ-підтримки, що забезпечували б ефективну діяльність систем керування транспортними потоками, скорочували б затрати часу та фінансові витрати, пов'язані з пошуком даних та здійснювали б розробку ІТ-додатків щодо створення партнерських відносин, завдяки ефективним виробничим та торговельним зв'язкам між представниками різних форм бізнесу [6].

Неменш важливим етапом на шляху до цифровізації в транспортній галузі є електронна транспортна накладна (e-CMR) та електронна авіанакладна (e-AWB). Перевагою таких накладних для виробників є швидке підтвердження доставки товару, підвищення ефективності відстеження, обробки даних про вантаж, прозорість шляху проходження та зниження витрат та затрат часу. Тобто, якщо паперова робота загалом починається до початку перевезення вантажу, потім слідує заявка, накладні, рахунок в декількох екземплярах, то для того, щоб скоротити час, всі документи можна швидко надсилати у цифрових платформах. До того ж, документи зберігаються в архіві системи, тому завжди можна повернутися до них.



Таким чином, використовуючи сучасні інформаційно-комунікаційні технології, підвищується ефективність управління логістикою компаній чи організацій, а саме скорочується час виконання замовлень, зменшуються логістичні та транспортні витрати, підвищується рівень попиту і відповідно збільшується виручка від реалізації компаній, тобто економічна ефективність. Тому логістичним компаніям необхідно все більше впроваджувати інноваційні технології для забезпечення прозорості та обліку операцій [2].

На підставі вищенаведеного можна зробити висновок, що логістика сьогодні є не допоміжною галуззю в бізнесі, а основним фактором конкурентоспроможності та ефективності бізнесу. Адже для менеджерів організацій доступні поточні дані, тому вони можуть швидко реагувати та запроваджувати певні зміни, наприклад зміни маршрутів або переходити на інші способи доставки, щоб уникати певних штрафів, тобто змінювати стратегію чи бізнес-моделі і тим самим впливати на результативність. Зараз ми спостерігаємо відбір на ринку логістичних послуг між дрібними і середніми учасниками. Одні з них не є достатньо потужні, інші пристосовуються до нових реалій. Тому їм варто об'єднуватись з такими компаніями чи організаціями, які б доповнювали певні послуги і тим самим створювали умови для розвитку і подальшого зростання, наприклад особливі пропозиції для клієнтів, екосистеми тощо.

Логістичним галузям потрібно використовувати всі можливості від цифрової трансформації, що забезпечує доступ та взаємозв'язок даних тут і зараз, і відповідно робить бізнес швидшим і ефективнішим. З переходом від матеріального середовища у віртуальне необхідні зміни щодо витрат та напрямів діяльності. Однак, впровадження цифрової трансформації в сферу транспорту і логістики дає ряд переваг, такі як технологічні ефекти, ефекти конкурентоспроможності, комерційні ефекти. Що стосується технологічних ефектів, то шляхом якісних технологічних процесів логістики в бізнесі зменшуються затрати часу на обслуговування і відповідно пришвидшується доставка. Щодо ефектів конкурентоспроможності, то збільшується клієнтська частка через задоволення якістю обслуговування. І відповідно щодо комерційних ефектів, то завдяки цифровій трансформації в логістиці з'являються нові IT-послуги, збільшуються обсяги перевезень, скорочуються фінансові витрати та підвищується продуктивність компаній [8].

Проте загалом рівень цифровізації логістики в Україні залишається невисоким. Тому виникає необхідність освоювати актуальні канали та формати доставок, здійснювати аналіз даних та автоматизацію процесів, впроваджувати роботів, блокчейн та системи електронної взаємодії згідно з вимогами ЄС, виконувати роботу з документам електронної митниці з вимогами ЄС, організувати сумісну систему контролю за переміщенням вантажів чинної в митних органах України із загальноєвропейською Новою комп'ютеризованою транзитною системою.



Висновки. Вся система туризму, включаючи систему туристичних транспортних засобів, систему туристичних інформаційних послуг, систему регулювання туристичної індустрії та захисту прав туристів, а також систему безпеки туристів, повинна бути інноваційною.

Використання сучасних цифрових технологій для управління логістикою може принести багато переваг туристичним підприємствам, зокрема:

- *зниження витрат*: цифрові технології сприяють зменшити витрати на транспорт, зберігання та інші логістичні процеси туристичним підприємствам.
- *покращення обслуговування клієнтів*: цифрові технології допомагають туристичним підприємствам покращити обслуговування клієнтів за рахунок більш швидкого та точного виконання замовлень, а також більш ефективного вирішення проблем.
- *підвищення конкурентоспроможності*: цифрові технології підвищують конкурентоспроможність туристичним підприємствам за рахунок більш гнучкої та ефективної роботи.

Використання штучного інтелекту, пошук маршрутів онлайн, бронювання квитків та багато інших персоналізованих послуг дозволять задовольнити різноманітні та персоналізовані споживчі потреби туристів.

Ініціативи з оцифрування туристичних ресурсів, такі як хмарні платформи та вебсайти інформаційних служб, допоможуть подолати часові та просторові обмеження у використанні туристичних ресурсів, а поширення інтернет-технологій та мобільних терміналів сприятиме впровадженню інтерактивних способів обміну туристичними послугами.

Сьогодні, як ніколи, туристична галузь України потребує нових інноваційних рішень та змін. Туризм – це не лише культура, але й економіка. Він впливає майже на всі сфери стратегічного сектору, включаючи економічне зростання, стратегічне планування, зайнятість, інвестиції в інфраструктуру, нові підприємства, валютні надходження, інновації, розвиток нових атракцій; якість життя населення: диверсифікацію DESTINATION, якість інфраструктури, надання послуг, доступність, збереження культурної спадщини.

Література:

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
2. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
3. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>
4. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.





5. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>

6. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11–15.

7. Писаренко Н.В. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент розвитку рекламного ринку та створення і просування бренду. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. 13 (27). С.536-550.

8. Павлішина Н.М. Крос-культурний аналіз споживача у міжнародному маркетингу. *Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання*. Миколаїв, 2018. № 21. С. 92–95. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018>.

References:

1. Bazhenova, S., Pologhovsjska, Ju., Bykova, M. (2022) Realiji rozvytku turyzmu v Ukrajinі na suchasnomu etapi [Realities of tourism development in Ukraine at the current stage]. *Naukovi perspektyvy – Scientific perspectives*, 5(23), 168–180. (in Ukrainian)

2. Dvorsjka, I. Turystychna ghaluzj pislja vjny: chy mozhlyva reanimacija ta antykryzove upravlinnja? [The tourism industry after the war: is resuscitation and anti-crisis management possible?]. Available at: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (in Ukrainian)

3. Kyrychenko, S. Podorozhi ta vjna: jakoju bude turindustrija pislja peremoghy [Travel and war: what will the tourism industry be like after victory]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (in Ukrainian)

4. Korchevsjska, L. (2022) Stan, osoblyvosti ta perspektvy turyzmu u vojennyj ta postvojennyj periody [State, peculiarities and prospects of tourism in the war and post-war periods]. *Upravlinnja rozvytkom sfery ghostynnosti: rehionaljnyj aspekt: materialy Mizhnarodnoji naukovo-praktyčnoji onlajn-konferenciji, m. Chernivci – Management of the development of the hospitality sector: regional aspect: materials of the International Scientific and Practical Online Conference. Chernivci: Tekhnodruk*, 337–341. (in Ukrainian)

5. Nosyrjev, O., Dedilova, T., Tokar, I. (2022) Rozvytok turyzmu ta industrijy ghostynnosti v strateghiji postkonfliktnogho vidnovlennja ekonomiky Ukrajinj [Development of tourism and the hospitality industry in the strategy of post-conflict economic recovery of Ukraine]. *Socialjno-ekonomichni problemy i derzhava – Socio-economic problems and the state*, 1(26), 55–68. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (in Ukrainian)

6. Rojik, O. R., Nedzvecjka, O. V. (2022) Shljakhy rozvytku turystyčnoji sfery Ukrajinj u vojennyj period [Ways of development of the tourism sphere of Ukraine during the war period]. *Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu. Serija: ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: economic sciences*, 46, 11–15. (in Ukrainian)

7. Pysarenko, N.V. (2023). Internet-marketynh yak efektyvnyi instrument rozvytku reklamnoho rynku ta stvorennia i prosuvannia brendu [Internet marketing as an effective tool for the development of the advertising market and the creation and promotion of the brand]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii - Scientific innovations and advanced technologies*, 13 (27). 536-550.

8. Pavlishyna, N.M. (2018). Kros-kulturnyj analiz spozhyvacha u mizhnarodnomu marketyngu [Cross-cultural analysis of the consumer in international marketing]. *Globalni ta nacionalni problemy ekonomiky - Global and national problems of the economy*, 21. 92-95. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018>.