



Сергій Іванович ГРИЩЕНКО

аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1496-3625>

e-mail: serge.grischenko@gmail.com



Ірина Олексіївна ТАРАСЕНКО

д.е.н., професор, зав. кафедри, Київський національний університет технологій та дизайну

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3626-4377>

e-mail: irataras@ukr.net

ЦИФРОВІ ТА ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Статтю присвячено аналізу переваг та можливостей імплементації цифрових і фінансових технологій у практику стратегічного фінансового менеджменту на підприємствах туризму, обґрунтовано очікувані результати від їх впровадження. Встановлено, що застосування цифрових інструментів та технологій сприятиме: оптимізації бізнес-процесів, підвищенню якості послуг та скороченню витрат, задоволенню потреб споживачів. Запропоновано базову модель залежності показника EVA від факторів інвестицій, інновацій, фінансових і цифрових технологій. Обґрунтовано послідовність формування стратегії управління вартістю СТД на засадах імплементації цифрових і фінансових технологій у практику стратегічного фінансового менеджменту.

Ключові слова: фінансовий менеджмент, цифрові та фінансові технології, фінансова стратегія, управління вартістю, підприємства туризму

ВСТУП

Туристична індустрія належить до пріоритетних видів економічної діяльності як в Україні, так і в багатьох інших країнах світу, оскільки є джерелом наповнення державного бюджету валютними коштами, сприяючи зайнятості населення та економічному розвитку країни. Доцільно зазначити, що більшість суб'єктів туристичної діяльності (СТД) належать до малого і середнього бізнесу (МСБ), для яких характерна більша порівняно з великими і середніми підприємствами гнучкість і швидкість реагування на зміни в зовнішньому середовищі, активність у впровадженні інноваційних стартап-проектів, здатність швидко модернізувати традиційні бізнес-процеси та імплементувати інноваційні практики, впроваджувати інструменти бізнес-аналітики, застосовувати можливості діджиталізації та віртуального середовища. Це дає змогу підприємствам МСБ адаптуватися до викликів і загроз, використовуючи переваги таких трансформацій, та зберегти потенціал розвитку.

Серед інновацій, притаманних туристичній галузі та без яких підприємствам туризму неможливо конкурувати на глобальному ринку, доцільно відзначити як появу нових видів туристичних продуктів (імерсивний туризм, безконтактні подорожі, віртуальні тури і тури доповненої реальності), так і впровадження нових технологій, які підвищують якість і доступність туристичних послуг для різних категорій споживачів, створюючи нову цінність на кожному етапі ланцюжка вартості.

Можливості застосування сучасних технологій з позицій впливу на трансформаційні процеси в туризмі в умовах геополітичних викликів вивчалися такими українськими і зарубіжними науковцями: А. Сагірова [1], М. Шевелюк [2], О. Шуплат [3], А. Xu, A.B. Siddik, F.A. Sobhani, MdM. Rahman, C. Encinas-Ferrer, E. Villegas-Zetemeño [4-7]. Особливості організації фінансового менеджменту в умовах цифровізації економіки досліджували: І. Бабій [8], Н. Бабко [9], О. Баксалова [8], О. Круковська

[9], О. Лебідь [10], В. Мазур [11], О. Остапчук [8] та ін.

Іноземні науковці (А. Xu, A.B. Siddik, F.A. Sobhani, MdM. Rahman) відзначають, що для розвитку туризму цифрові та фінансові технології (ЦФТ) мають не менше значення, ніж прямі іноземні інвестиції [4]. Так, фінансові технології трансформують індустрію фінансових послуг, що покращує доступ до фінансів, сприяє скороченню витрат і підвищенню ефективності [5], а діджиталізація покращує зв'язок та операційну ефективність, що є критично важливим для забезпечення економічної ефективності і конкурентоспроможності компаній [6, 7]. З огляду на це, інтеграцію цих факторів (фінансових та цифрових технологій, прямих іноземних інвестицій) слід розглядати як чинник успіху та джерело економічного зростання. Аналіз впливу фінансових технологій на розвиток туристичної індустрії в праці [4] здійснювали через показник кількості впроваджених фінтех-стартапів, які розглядалися як ключові фактори економічного зростання.

Вивчаючи цю проблематику з позицій ведення бізнесу в Україні, доцільно відзначити, що на практиці українських компаній для підвищення ефективності бізнес-процесів розроблено і застосовуються програмні продукти, які дають змогу вирішувати такі основні завдання: здійснювати моніторинг і аналіз бізнес-процесів, скорочувати рутинні операції завдяки автоматизації відповідних функцій, досягати вищої ефективності комунікацій під час виконання спільної роботи, підвищувати рівень безпеки, захисту інформації та контролю даних, сприяючи загальній ефективності та результативності функціонування таких підприємств [10, 12, 13]. Крім того, як і багато інших видів економічної діяльності, туристична галузь не може існувати, не застосовуючи фінансові технології, які істотно змінюють формат і якість діяльності туристичних підприємств та впливають на їх результативність. Потреба в таких технологіях особливо зросла в умовах пандемії COVID-19 та повномасштабної

війни в Україні. Зазначене визначає актуальність цього дослідження для відновлення і розвитку туристичної галузі України в умовах війни та післявоєнному періоді.

МЕТА статті – аналіз переваг та можливостей імплементації цифрових і фінансових технологій в практику стратегічного фінансового менеджменту на підприємствах туризму.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Методологічний базис дослідження склали праці вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячені питанням застосування сучасних цифрових і фінансових технологій (ЦФТ) суб'єктами туристичної діяльності з урахуванням їх впливу на створення вартості. У дослідженні застосовано загальнонаукові методи, серед яких: методи аналізу та синтезу, наукового абстрагування та узагальнення. Крім того, застосовано табличний і графічний метод для візуалізації та систематизації результатів дослідження, метод формалізації для побудови базової моделі залежності показника економічної доданої вартості від факторів інновацій та інвестицій, ЦФТ.

РЕЗУЛЬТАТИ

Процеси цифрової трансформації економіки потрапили в коло бізнес-інтересів світових компаній, які прагнуть зберегти лідерські позиції в умовах швидких змін технологічних укладів, а також стали предметом досліджень ряду українських і зарубіжних вчених. Як зазначає О.В. Лебідь, цифрову трансформацію бізнесу може бути реалізовано шляхом створення спеціальної матеріально-телекомунікаційної інфраструктури, програмного забезпечення та інформаційних продуктів для розроблення, зберігання, передачі та пошуку цифрової інформації; це також вимагає навчання персоналу роботі з цими продуктами та активного застосування їх у професійній діяльності [10]. На користь застосування цифрових технологій свідчить те, що їх широке впровадження в усі сфери економіки і забезпечення життєдіяльності суспільства, формує базис інфраструктурної спроможності країни за критерієм її належності до вищого технологічного укладу [10, 14].

Цифрові технології, які в сучасному світі розвиваються надшвидкими темпами (великі дані, машинне навчання, розподілені реєстри, робототехніка, Інтернет речей, віртуальна і доповнена реальність, бездротовий зв'язок тощо), спонукають підприємства реального сектору економіки до змін з метою утримання конкурентних позицій та збереження свого потенціалу на засадах підвищення якості і конкурентоспроможності продукції та послуг, ефективності управління бізнес-процесами. Крім того, підприємства з високим рівнем цифровізації бізнес-процесів досягають вищого рівня ефективності завдяки автоматизації робіт, що, як результат, приводить до створення вартості на усіх етапах.

Особливим напрямом розвитку цифрових технологій є фінансові технології (FinTech), які в широкому розумінні більшість вчених визначають як технології, що: застосовуються у фінансових службах або для допомоги компаніям в управлінні фінансовими аспектами бізнесу та об'єднують нові програми, додатки, процеси і бізнес-моделі [3]. На початковому етапі FinTech розглядали через внутрішні розробки і процеси, які відбуваються в фінансових установах, але поступово фінансові

технології стали основою усіх онлайн-транзакцій (переказу грошей, кредитування, сплати комунальних платежів тощо). Нині сферу туризму характеризують як галузь з високим потенціалом застосування цифрових і фінансових технологій, що дає змогу підвищити цінність туристичного продукту, забезпечити максимальну зручність для споживачів та ефективність для туристичних компаній, підвищити рівень конкурентоспроможності, зокрема через якість і вартість послуг.

До основних переваг застосування FinTech відносять [3]: швидкість та зручність; великий вибір продуктів і послуг; вигідніші умови на послуги порівняно з традиційною формою їх надання; ширші можливості персоналізації інформації про клієнтів та відповідну орієнтацію послуг на задоволення індивідуальних потреб споживачів. Водночас доцільно відзначити і деякі недоліки фінансових технологій, серед яких: нечіткі межі регуляції та специфічні бізнес-моделі; спонтанність у прийнятті рішень споживачами онлайн-послуг; технологічні ризики, які можуть спричинити витоки інформації про клієнтів та кіберзлочини; обмежене коло споживачів через недостатній рівень цифрової і фінансової грамотності певних груп населення.

Аналізуючи переваги ЦФТ для суб'єктів малого і середнього бізнесу, вчені відзначають, що більшість підприємств розглядають їх з позицій досягнення перспективної конкурентоспроможності, оскільки застосування цифрових технологій є основою зміцнення малого бізнесу та його захисту від викликів і загроз, джерелом інновацій та способом задоволення зростаючих потреб суспільства [13, с. 39]. Активне застосування новітніх цифрових інструментів, таких як хмарні обчислення, інструменти штучного інтелекту (ШІ), VR та AR, Big Data, Blockchain, високопродуктивні платформи для зберігання та оброблення даних – дає змогу підприємствам, які їх впроваджують, оптимізувати бізнес-процеси, підвищувати якість продукції та послуг за одночасного скорочення рівня витрат, краще задовольняти потреби споживачів.

До FinTech-рішень в туризмі в сучасних умовах науковці відносять [3, с. 188-189]: (1) застосування споживачами туристичних послуг мобільних платіжних систем, що спрощує процес бронювання та купівлі, дає змогу здійснювати швидкі і безконтактні платежі; (2) застосування блокчейн і криптовалюти для забезпечення прозорості і безпеки фінансових транзакцій, особливо міжнародних; (3) застосування платформ для онлайн-бронювання, таких як: Booking.com, Expedia і Airbnb, що спрощує процедури і дає змогу знизити витрати на адміністрування і маркетинг, надаючи зручний інтерфейс для користувачів та багатоваріантність можливих рішень; (4) застосування інструментів управління фінансами і витратами, бухгалтерських платформ для підвищення ефективності процесів контролю витрат, бюджетування і управління фінансовими потоками; (5) застосування фінансових технологій для управління знижками, бонусами й іншими засобами забезпечення системи лояльності та винагород для клієнтів, що спонукає клієнтів туристичних компаній до повторних звернень; (6) застосування краудфандингу і платформ для мікрокредитування (Kickstarter і GoFundMe), що сприяє розвитку нових туристичних проєктів або бізнесів, допомагаючи в отриманні фінансування; (7) впровадження систем

динамічного ціноутворення для автоматичного коригування цін на основі попиту, сезонності й інших факторів, з метою підвищення фінансової результативності; (8) застосування інструментарію аналізу даних та ІІІ для прогнозування попиту, персоналізації пропозицій і оптимізації бізнес-процесів. У табл. 1 ЦФТ систематизовано за напрямками застосування на підприємствах туризму.

Важливе значення для сучасного фінансового менеджменту підприємств різних організаційно-правових форм та розмірів, які функціонують в багатьох галузях економіки, набувають системи ERP – локальні або хмарні інтегровані платформи для управління усіма аспектами виробничого і дистрибуторського бізнесу [15]. Ці системи являють собою тип програмного забезпечення,

призначенням якого є управління повсякденною господарською діяльністю (ведення бухгалтерського обліку, діяльність у сфері логістики та закупівель, в управлінні проєктами, ризиками за умови дотримання відповідних норм і правил) [15]. Повний набір для ERP містить програмне забезпечення, яке застосовується для вирішення завдань управління ефективністю підприємства та допомагає планувати і прогнозувати фінансові результати, звітувати про них та складати бюджет. Це дає змогу зробити висновок, що впровадження елементів системи ERP, яка об'єднує бізнес-процеси і забезпечує взаємозв'язки між ними, має низку переваг для підприємств туризму, оскільки усуває дублювання даних та забезпечує їх прозорість і цілісність, а отже, створює підґрунтя для опти-

Таблиця 1 – Основні напрями застосування ЦФТ на підприємствах туризму (узагальнено автором на основі [1, 9, 10, 15])

Напрями	Системи та технології	Очікувані результати від впровадження
Управління взаємодіями з клієнтами (автоматизація бізнес-процесів у сфері маркетингу, реалізації продуктів та послуг, підвищення якості та екологічності процесів обслуговування клієнтів, накопичення та використання інформації про клієнтів)	<i>Системи:</i> CRM (загальні і спеціалізовані), зокрема CRM для управління подорожами (TravelClick, Amadeus); електронної комерції (обмін інформацією, маркетинг, електронний банкінг та електронні гроші). <i>Технології:</i> віддаленої ідентифікації, BIG DATA, FinTech. <i>Чат бот</i> hut-telebot (автоматизація оброблення запитів гостей в готелях). <i>Платформи</i> для оцінювання задоволеності клієнтів (SurveyMonkey, Typeform, Google Forms, Qualtrics; NPS (Net Promoter Score), Customer Gauge, Usabilla; Trustpilot, Yelp, Feefo, Birdeye; Zendesk, HubSpot, Medallia; Customer Thermometer) тощо.	Формування попиту та збільшення обсягів продажу туристичних продуктів і послуг, їх рентабельності, фінансових результатів завдяки підвищенню рівня конкурентоспроможності та ринкової частки СТД через реалізацію клієнт-орієнтованого підходу в управлінні; забезпечення переходу до сталого розвитку туризму
Оптимізація бізнес-процесів (моніторинг та аналіз «вузьких місць», виявлення критичних бізнес-процесів та автоматизація рутинних операцій, визначення точок зростання вартості, підвищення ефективності операцій та загальної ефективності операційної діяльності)	<i>CRM-системи:</i> загальні (Salesforce, HubSpot, Zoho CRM) і спеціалізовані (Tourwriter, Travelify, Travefy, ClientBase, Travel CRM, TourismDesk)). <i>Системи управління персоналом:</i> загальні (SAP Success Factors, Workday, Oracle HCM Cloud, ADP Workforce Now, UKG Pro); для малих і середніх підприємств (BambooHR, Gusto, Zoho People, Namely; спеціалізовані HRM-системи (Greenhouse, Lever, 15Five), платформи для навчання та розвитку (SAP Litmos, Cornerstone OnDemand, Udemy for Business); для управління зв'язками з персоналом (Peakon, Culture Amp). <i>Технології</i> BIG DATA; FinTech. <i>Платформи</i> для: електронної комерції (Shopify, BigCommerce); прогнозування попиту (RELEX Solutions, ToolsGroup); FairticAQ (моніторингу рівня забруднення повітря в туристичних зонах) тощо.	Досягнення економії коштів завдяки скороченню рутинних операцій та ліквідації «вузьких місць»; підвищення ефективності та уніфікації взаємодій між користувачами системи; підвищення рівня адаптації користувачів; підвищення продуктивності праці та компетентності персоналу; зменшення ризиків та підвищення ефективності операційної діяльності, скорочення витрат на управління тощо.
Створення нових видів туристичних продуктів і послуг	<i>Технології</i> віртуальної (VR, cycleSpex) і доповненої реальності (AR). <i>Система</i> Bestmile для автоматизованого управління автономними транспортними засобами; Імерсивний туризм, безконтактні подорожі тощо.	Збільшення обсягів продажу туристичних продуктів і послуг, їх рентабельності та фінансових результатів завдяки підвищенню рівня конкурентоспроможності та ринкової частки СТД; розвиток нішового туризму
Планування і облік ресурсів (узгодження діяльності окремих відділів і вдосконалення робочих процесів, узгодження інфраструктури від бек-офісу до фронт-офісу)	ERP-системи; <i>Системи управління запасами (загальні:</i> SAP Inventory Management, Oracle NetSuite, Microsoft Dynamics 365 Supply Chain Management, Infor CloudSuite; <i>спеціалізовані:</i> Fishbowl Inventory, QuickBooks Commerce, Zoho Inventory, Cin7) тощо.	Досягнення економії коштів завдяки скороченню операційних витрат; підвищення ефективності та уніфікації взаємодій між користувачами системи; підвищення рівня адаптації користувачів, зменшення ризиків завдяки вищій цілісності даних та підвищенню ефективності фінансового контролю, скороченню витрат на управління тощо.
Управління фінансами, доходами і витратами СТД, бухгалтерський облік	<i>Системи і технології:</i> FinTech (для обробки платежів – PayPal, Stripe, Square, Braintree, Authorize.Net, Adyen, Worldpay, Verifone; для автоматизації фінансових процесів – Quick Books Payments, Xero, Zoho Books; спеціалізовані (Recurly, Chargebee, Payoneer; мобільні системи (Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay); ABC-аналіз (Activity-Based Costing), ERP-системи тощо.	Оптимізація витрат, підвищення доданої вартості, підвищення ефективності і результативності підприємства туризму.

мізації бізнес-процесів і скорочення непродуктивних витрат. Також перевагою системи ERP є те, що вона інтегрується з програмами для обслуговування клієнтів і формує цілісне уявлення про них, містить рішення для управління взаємовідносинами з клієнтами, які забезпечує система CRM [15]. Важливо також зазначити, що хмарні програми ERP часто інтегровано з технологіями наступного покоління, серед яких Інтернет речей, блокчейн, ШІ, машинне навчання й цифрові асистенти, більшість з яких вже знайшли застосування у туристичній сфері. Застосування цих технологій дасть змогу не лише покращити багато традиційних функцій ERP, але й реалізувати нові способи підвищення ефективності, сприятиме впровадженню нових послуг та вдосконаленню бізнес-процесів у різних сферах діяльності підприємства [15].

Як свідчать дані табл. 1, застосування цифрових та фінансових технологій, які вже досить широко впроваджуються як зарубіжними, так і українськими підприємствами індустрії туризму, дасть змогу досягти таких основних стратегічних цілей:

1) розширити ринки та клієнтську базу, а отже, – збільшити обсяги продажу туристичних продуктів і послуг завдяки реалізації клієнторієнтованого підходу, підвищенню конкурентоспроможності та доступності послуг і продуктів СТД, створенню нових з урахуванням запитів потенційних споживачів;

2) підвищити рівень ефективності діяльності СТД шляхом автоматизації рутинних процесів і операцій, оптимізації бізнес-процесів, що стає можливим завдяки використанню сучасних CRM та ERP-систем, FinTech, BIG DATA та інших платформ і ресурсів;

3) підвищити рівень фінансової результативності та вартості бізнесу завдяки оптимізації витрат, диверсифікації джерел доходів, що реалізується через впровадження системи стратегічного фінансового менеджменту на засадах інтеграції сучасних CRM та ERP-систем, FinTech тощо;

4) створити нові робочі місця і залучати талановитих фахівців, які компетентні у застосуванні сучасних технологій у бізнесі та фінансах, готових до інновацій і підвищення якості туристичних та супутніх послуг;

5) інноваційний вектор розвитку СТД сприятиме залученню додаткових фінансових ресурсів та інвестицій, а отже, – подальшому розвитку підприємства, його ділової репутації та конкурентоспроможності.

Зазначене дає змогу зробити припущення, що інвестиції (IC) та інновації (IH), фінансові (FinTech) та цифрові технології (ЦТ) в умовах діджиталізації економіки та інноваційної трансформації усіх сфер життєдіяльності є ключовими чинниками формування економічної доданої вартості туристичної компанії, підвищення конкурентоспроможності та збільшення ринкової частки СТД. Адаптуючи підхід [4] до мікрорівня та доповнивши набір факторів інноваційним складником, для формалізації зробленого припущення пропонується така базова модель залежності показника EVA від зазначених факторів:

$$EVA = f(\text{FinTech}; \text{ЦТ}; \text{IH}; \text{IC}).$$

Основні етапи формування стратегії управління вартістю СТД з урахуванням можливостей застосування ЦФТ за основними напрямками діяльності представлено на рис. 1. У побудові цієї моделі виходили з того, що основними цілями туристичного підприємства, що інвестує в

розвиток інновацій та широке впровадження ЦФТ на усіх стадіях виробництва і реалізації туристичних продуктів (послуг), є задоволення потреб споживачів. Водночас потрібно враховувати як особливості туристичного продукту (послуги), цінність якого формується у доведенні його до кінцевого споживача, так особливості поведінки останніх, зокрема враховуючи швидку реакцію на зміну якості, ціни та факторів попиту на ринку. Так, значення інновацій та результативність основних бізнес-процесів – від створення туристичного продукту і до доведення його до кінцевого споживача – значно залежить від методів і технологій, які застосовуються СТД. За результатами опрацювання наукової літератури [2, 3, 12, 14, 16], аналізу досвіду українських СТД та можливих напрямів застосування ЦФТ у туристичному бізнесі у розробленні стратегії управління вартістю на засадах впровадження ЦФТ в систему стратегічного фінансового менеджменту підприємства туризму пропонується враховувати таке:

по-перше, оскільки система фінансового менеджменту є складною динамічною системою, то з позицій системного підходу необхідно враховувати, що якість результатів реалізації управлінських рішень буде залежати від множини факторів внутрішнього (потенціал) і зовнішнього середовища;

по-друге, в контексті вибору напрямів впровадження ЦФТ з позицій прийняття оптимального рішення доцільно врахувати досвід застосування ЦФТ у сфері туризму з метою визначення їх впливу на рівень задоволеності клієнтів та результативність (фінансову і ринкову) функціонування підприємства туризму;

по-третє, потрібно оцінити можливості підприємства туризму (наявні ресурси, зокрема інвестиційні можливості, готовність до змін та кваліфікацію персоналу) до впровадження в операційну діяльність, фінансове управління, облік, аналіз і планування ЦФТ та інноваційних рішень;

по-четверте, важливо спрогнозувати очікувані результати і ефективність впровадження ЦФТ, а також переваги від їх імплементації у практику діяльності СТД: за умови ресурсних обмежень вибір доцільно робити з позицій найвищої ефективності їх застосування для різних груп споживачів туристичних послуг та інших зацікавлених сторін;

по-п'яте, орієнтація на зростання економічної та ринкової доданої вартості у визначенні стратегічних цілей розвитку суб'єкта туристичної діяльності, серед яких доцільно виділяти як фінансово-економічні та соціальні цілі, так і безпекові цілі, значення яких особливо підвищилося в умовах війни;

по-шосте, для оцінювання результатів реалізації стратегії управління вартістю з метою вибору найбільш важливих показників (індикаторів) формування вартості за усіма найголовнішими сферами діяльності пропонується застосувати збалансовану систему показників з виокремленням традиційних перспектив – «Фінанси», «Клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси» та «Навчання і розвиток персоналу» [16, 17]. Це дасть змогу, застосовуючи переваги збалансованої системи показників (BSC), охарактеризувати всі основні напрями діяльності підприємства за внеском у створення вартості, оптимізувавши загальну кількість таких показників та не втративши перспективи.

Вибір вектора розвитку підприємства з орієнтиром на інвестування в інновації та цифрові технології повинен



Рис. 1. Послідовність формування стратегії управління вартістю на засадах імплементації ЦФТ в практику стратегічного фінансового менеджменту підприємств туризму (розроблено автором з використанням [2, 8, 16])

бути свідомим вибором власників та ідеологією ведення бізнесу, що потребує готовності персоналу до змін і навчання. Це сприятиме покращенню ділової репутації (гудвілу) підприємства, та в кінцевому підсумку підвищенню показників доданої вартості (EVA, MVA).

ВИСНОВКИ

Запровадження і широке використання можливостей ЦФТ дасть змогу СТД досягти таких цілей: підвищити рівень задоволення потреб клієнтів в якісному, зручному й доступному туристичному продукті; розширити спектр послуг і підвищити рівень сервісу у наданні послуг у сфері туризму і гостинності; скоротити витрати та знизити рівень цін на пропоновані туристичні продукти і супутні послуги, що сприятиме збільшенню туристичного потоку; підвищити рівень конкурентоспроможності як конкретної туристичної компанії, так і загалом туристичної галузі України.

тичної галузі України.

Водночас слід враховувати, що цифрова трансформація у сфері туристичного бізнесу не може відбуватися спонтанно, а потребує перегляду стратегії кожного підприємства, зміни підходів у роботі з клієнтами та партнерами по бізнесу, що, зі свого боку, вимагає зміни корпоративної культури, створення мотиваційного механізму для свідомого залучення персоналу до інноваційної діяльності у всіх сферах. Вирішення цих завдань можливе шляхом імплементації в систему управління фінансами СТД принципів та інструментів вартісно-орієнтованого управління в поєднанні з сучасними ЦФТ, які відкривають нові можливості для інновацій, досягнення конкурентних переваг, постаючи драйверами ефективності та створення вартості компаній.

Список використаних джерел

1. Сагірова А.С. Потенціал ІТ-технологій у стимулюванні ринку туристичних послуг. *Університетська наука: збірник тез доповідей Міжнародної науково-технічної конференції* (Маріуполь, 2019 р.) С. 103-104. URL:

<http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/249696/247135>

2. Шевелюк М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Теорія та історія культури. Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226-235. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>
3. Шуплат О. Роль фінтеху в трансформації сфери туризму під впливом геополітичних викликів. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/08/8.24_topic_Olena-M.-Shuplat-181-191.pdf
4. Xu A. et al. Driving economic success: Fintech, tourism, FDI, and digitalization in the top 10 tourist destinations. *Humanities and Soccial Sciences Communications*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03978-3>
5. Rahman MdM. Moderating effects of energy poverty on financial inclusion, FinTech lending, and economic growth: Evidence from fsQCA, NCA, and econometric models. *Environmental Challlenges*. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2667010024000337>
6. Encinas-Ferrer C., Villegas-Zermeño E. Reconsidering the relationship between foreign direct investment and growth. *International Journal of Computational Economics and Econometrics*. 2019. Vol. 9. № 4. URL: <https://doi.org/10.1504/IJCEE.2019.102492>
7. Sengupta P., Puri R. Exploration of Relationship between FDI and GDP: A Comparison between India and Its Neighbouring Countries. *Global Business Review*. 2020. Vol. 21. № 2. URL: <https://doi.org/10.1177/0972150918760026>
8. Остапчук О., Баксалова О., Бабій І. Суть та тенденції зміни фінансового менеджменту в умовах посиленої цифровізації економіки. *Scientific journal Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 2. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-22>
9. Бабко Н.М., Круковська О.В. Фінансові моделі управління туристичними підприємствами та шляхи оптимізації їх витрат. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 86-91. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4939/4984>
10. Лебідь О. Цифрові та інформаційні технології в управлінні підприємством: реальність та погляд у майбутнє. *Економіка та суспільство*, 2023. № 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-19>
11. Мазур В. Фінансові технології як інструмент управління структурою капіталу в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*, 2023. № 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-48>
12. Коляденко С.В. Використання ланцюгів постачання в умовах діджиталізації економіки. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. № 25 (2). С. 41-52.
13. Поляк-Свергун М. Фінансові технології в розвитку малого і середнього бізнесу. *Матеріали конференції МЦНД* (м. Ужгород, 04 жовтня 2024). Ужгород, 2024. С. 38-40. URL: <https://doi.org/10.62731/mcnd-04.10.2024.001>
14. Зубко Г. Шостий технологічний уклад: інфраструктурно-правовий аспект. *Підприємництво, господарство і право. Адміністративне право і процес*. 2019. С. 218-229. № 11. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2019/11/39.pdf>
15. Визначення планування ресурсів підприємства (ERP). URL: <https://www.oracle.com/ua/erp/what-is-erp/>
16. Костирко Л.А., Костирко Р.О., Темнікова Н.В. Стратегічний фінансовий менеджмент. Луганськ, 2014. 432 с.
17. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston, 1996.

References

1. Sahirova A.S. The potential of IT technologies in stimulating the market of tourist services. *University science: collection of abstracts of the International Scientific and Technical Conference* (Mariupol, 2019). pp. 103-104. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/249696/247135> [in Ukrainian].
2. Sheveliuk M. Digitalisation in tourism: innovative trends and priority areas of development. *Theory and history of culture. Issues of cultural studies*. 2021. № 38. С. 226-235. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956> [in Ukrainian].
3. Shuplat O. The role of fintech in the transformation of the tourism sector under the influence of geopolitical challenges. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/08/8.24_topic_Olena-M.-Shuplat-181-191.pdf [in Ukrainian].
4. Xu A. et al. Driving economic success: Fintech, tourism, FDI, and digitalization in the top 10 tourist destinations. *Humanities and Soccial Sciences Communications*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03978-3>
5. Rahman MdM. Moderating effects of energy poverty on financial inclusion, FinTech lending, and economic growth: Evidence from fsQCA, NCA, and econometric models. *Environmental Challlenges*. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2667010024000337>
6. Encinas-Ferrer C., Villegas-Zermeño E. Reconsidering the relationship between foreign direct investment and growth. *International Journal of Computational Economics and Econometrics*. 2019. Vol. 9. № 4. URL: <https://doi.org/10.1504/IJCEE.2019.102492>
7. Sengupta P., Puri R. Exploration of Relationship between FDI and GDP: A Comparison between India and Its Neighbouring Countries. *Global Business Review*. 2020. Vol. 21. № 2. URL: <https://doi.org/10.1177/0972150918760026>
8. Ostapchuk O., Baksalova O., Babii I. The Essence and Trends of Changes in Financial Management in the Context of Increased Digitalisation of the Economy. *Scientific journal Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 2. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-22> [in Ukrainian].
9. Babko N.M., Krukovska O.V. Financial models for managing tourism enterprises and ways to optimise their costs. *Investments: practice and experience*, 2021. № 21. pp. 86-91. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4939/4984> [in Ukrainian].
10. Lebid O. Digital and Information Technologies in Enterprise Management: Reality and Look to the Future. *Economy and Society*. 2023. № 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-19> [in Ukrainian].
11. Mazur V. Financial technologies as a tool for managing capital structure in modern conditions. *Economy and society*, 2023. № 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-48> [in Ukrainian].
12. Koliadenko S.V. The use of supply chains in the context of digitalisation of the economy. *Socio-economic problems and the state*. 2021. № 25 (2). pp. 41-52. [in Ukrainian].
13. Poliak-Sverhun M. Financial technologies in the development of small and medium-sized businesses // *ICPS conference materials* (Uzhhorod, 04 October 2024). Uzhhorod, 2024. pp. 38-40. URL: <https://doi.org/10.62731/mcnd-04.10.2024.001> [in Ukrainian].
14. Zubko H. The Sixth Technological Order: Infrastructural and Legal Aspect. *Entrepreneurship, economy and law. Administrative law and process*. 2019. № 11. pp. 218-229. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2019/11/39.pdf> [in Ukrainian].
15. Definition of enterprise resource planning (ERP). URL: <https://www.oracle.com/ua/erp/what-is-erp/> [in Ukrainian].
16. Kostyrko L.A., Kostyrko R.O., Temnikova N.V. Strategic financial management. Luhansk, 2014. 432 p. [in Ukrainian].
17. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston, 1996.

Serhii HRYSHCHENKO

postgraduate student, Kyiv National University of Technologies and Design

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1496-3625>

e-mail: serge.grischenko@gmail.com

Iryna TARASENKO

Doctor of Economics, Professor, Head of department, Kyiv National University of Technologies and Design

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3626-4377>

e-mail: irataras@ukr.net

DIGITAL TECHNOLOGIES IN FINANCIAL MANAGEMENT OF TOURISM BUSINESS ENTERPRISES

Introduction. For the development of tourism industry enterprises, digital and financial technologies, innovations and investments should be considered as key factors in the recovery and development of the industry in the post-war period.

The purpose of the paper is to analyse the advantages and opportunities for implementing digital and financial technologies in the practice of strategic financial management at tourism enterprises.

Results. Based on the results of the analysis of scientific literature and experience of tourism enterprises, the main areas of activity in which digital and financial technologies are used and the expected results from their implementation are determined. The main areas of use of digital and financial technologies in tourism enterprises are: customer relationship management, business process management, development of new types of tourism products and services, financial management. It has been determined that the use of digital tools and technologies provides tourism enterprises with an opportunity to optimise business processes, improve the quality of services while reducing costs, and better meet the needs of consumers. A basic model of dependence of the EVA indicator on the factors of investment, innovation, financial and digital technologies is proposed. The sequence of forming a strategy for managing the cost of STDs, taking into account the possibilities of using CFTs in the main areas of activity, is substantiated.

Conclusions. In the current conditions, the development of tourism entities requires the introduction of modern achievements of science and practice, in particular the implementation of innovative digital and financial technologies in both operations and financial management, which requires a revision of the enterprise development strategy, changes in all areas of business. These tasks can be solved by implementing the principles and tools of value-based management in combination with modern financial and digital technologies in the financial management system of the STD.

Keywords: financial management, digital and financial technologies, financial strategy, value management, tourism enterprises