

UOT 338.48

TURİZMDƏ RƏQƏMSAL LOQİSTİKA XİDMƏTLƏRİNİN NƏZƏRİ ASPEKTLƏRİ

Nuranə QƏMBƏROVA*

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 17 aprel 2024; çapa qəbul edilmişdir: 11 may 2024;
online-da çap edilmişdir: 25 iyun 2024.

Received: 17th of April, 2024; accepted: 11th of May, 2024; published online: 25th of
June, 2024.

Açar sözlər: *turizm, turizm məhsulları, turizm xidmətləri, rəqəmsal texnologiyalar, logistika xidmətləri, turizm xidmətləri istehlakçıları, turizm xidmətləri istehsalçıları*

Giriş

Müasir dövrdə iqtisadi proseslərin artan qloballaşması fonunda turizm bazarında rəqabət şəraitində turist axınının yaradılması və xidmət keyfiyyətinin dünya tələblərinə uyğunlaşdırılması problemləri daha da kəskinləşir. Azərbaycanda bu problemlərin həlli ölkənin iqtisadi inkişafının əsas istiqamətlərindən biridir. Bundan əlavə, turist axınının formalaşması və onların kifayət qədər keyfiyyətinin təmin edilməsi turizmdə biznesin idarə olunmasına sistemli yanaşma tələb edir. Bu yanaşma turistlərin hərəkətinin məkan və zaman baxımından onlara göstərilən xidmət keyfiyyəti ilə sinxronlaşdırılması əsasında turist axınının logistikasını təmin edir və turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin optimallaşdırılması üçün ilkin şərtədir. Turist axınının formalaşması mexanizmlərinin logistika prinsipləri üzərində əsaslandırılması hazırda cəmiyyətin intellektuallaşmasına töhfə verən turizmin inkişafının idarə edilməsinin əsas vəzifəsinə çevrilir. Bu gün rəsmi statistika göstərir ki, ölkəmiz 2023-cü ildə turizm sektorundan 1,5 mlrd. ABŞ dolları civarında qazanc əldə edib və Azərbaycana 2 mln. 85 min nəfər turist səfər edib. Qeyd edək ki, quru sərhədlərin bağlı olması səbəbindən turizm sahəsinə ağır zərbələr dəyir və bu da iqtisadi aktivliyi zəiflədən əsas faktorlardan biridir. Qonşu Gürcüstan Respublikası isə 2023-cü ildə turizm sektorundan 4,1 mlrd. ABŞ dolları qazanıb və bu ölkəyə 7 mln. 72 min turist axını olduğu qeyd edilir [1]. Təbii ki, bu fantastik fərqlərin aradan qaldırılması quru sərhədlərin açılması ilə həll edilə bilər.

Hazırda Turizm sahəsində, o cümlədən turist axınının idarə edilməsində rəqəmsal texnologiyaların və xidmətlərin birgə istifadəsinin sistemləşdirilməsi olduqca vacibdir. Bu mənada Azərbaycanda Rəqəmsal logistika xidmətlərindən birgə istifadə modeli təqdim olunur ki, burada turizm xidmətləri bazarının iştirakçılarının əlaqələri, onların qarşılıqlı əlaqə istiqamətləri, logistika xidmətinin yeri, bazarın uyğunlaşdırılması üçün xidmətlər, habelə rəqəmsal logistikanın birgə istifadəsinin üstünlükləri təsvir olunur. Turizmdə logistikanın rəqəmsal transformasiyası turizm xidmətlərinin istehsalçıları və istehlakçıları arasında kommunikasiya qarşılıqlı əlaqəsinin yeni formasıdır, turizm təşkilatları üçün rəqabət üstünlükləri mənbəyinə və turist axınının idarə olunmasının effektiv üsuluna çevrilir. Rəqabətli mübarizədə üstünlükləri, xidmətlərin göstərilməsi

* magistrant, Bakı Avrasiya Universiteti
e-mail: nurana_85@hotmail.com

prosesində fərdiləşdirmə prosesini ən yaxşı şəkildə həyata keçirə bilən, potensial müştərilərdən olan istehlakçıları təkcə real müştərilərə deyil, həm də sadıq müştərilərə, buna görə də daimi müştərilərə çevirə bilən turizm müəssisələri əldə edəcəklər. Davamlı yüksək mənfəət və gəlirlilik göstəricilərinə əsaslanan uzunmüddətli perspektivdə mövcud böhran vəziyyətində xüsusilə vacibdir. Bütün sözügedən proseslərin rəqəmsallaşmasına əsaslanan yeni turizm xidmətləri bazarının formalaşması bu gün təkcə iqtisadi fəaliyyət sahəsini qorumaq üçün deyil, həm də rəqəmsal texnologiyaların tətqdim etdiyi yeni imkanlar vasitəsilə onu inkişaf etdirmək imkanı kimi qiymətləndirilir.

1. Turizm sektorunun inkişafına sistemli yanaşma

Bu gün dünyada turizm sektorunun XX əsrdən etibarən yaşadığı çətinliklərə baxmayaraq, turizm xidmətləri ümumi beynəlxalq xidmətlər bazarının təxminən üçdə birini təşkil edir. Bu baxımdan ümid etmək olar ki, bütün dünya birliyinin üzvləşdiyi böhranı aradan qaldırdıqdan sonra təcrübə sənayesinin əsas sürücüsü kimi turizm dünyanın aparıcı xidmət sektorlarından biri kimi öz rolunu bərpa edəcəkdir.

Eyni zamanda, ümid etmək istərdim ki, bu gün iqtisadiyyat və sosial sferada yaşanan “*fors-major*” hallarının formalaşması, rabitə, idarəetmə, sosial media və digər sahələrdə rəqəmsal texnologiyaların geniş tətbiqi, bu sahələrin XXI əsrin əvvəllərində müsbət inkişafına güclü təkan verə biləcək sosial-iqtisadi sistemlərin hərtərəfli inkişafını sürətləndirən əsas amil hesab olunacaqdır. Aydınır ki, rəqəmsallaşma səviyyəsinin genişlənməsi və yüksəlməsi biznesin təşkili prosesində əhəmiyyətli dəyişiklikləri müəyyən edir, biznes modellərini, bazar münasibətlərinin bütün iştirakçılarının qarşılıqlı əlaqə üsullarını dəyişir. Bu günün tendensiyası olan rəqəmsal transformasiya bütün sosial və iqtisadi proseslərə təsir edir və innovativ texnologiyaların tətərrüfat subyektlərinin fəaliyyətində qlobal tətbiqinə, informasiya cəmiyyətinin və bütövlükdə rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşmasına yönəlmişdir [5].

Müasir şəraitdə turizm sahəsində turistlər və qonaqpərvərlik sənayesi bazarının bütün iştirakçıları: turizm şirkətləri, yerləşdirmə obyektləri, daşıyıcılar, restoranlar, turistik məkanlardakı attraksionlar (muzeylər, teatrlar, tarixi abidələr və s.) arasında intensiv informasiya mübadiləsi aparılır [10]. Turizmdə logistikanın rəqəmsal transfermasiyası [3] turizm biznesini nəinki daha çevik, dövrümüzün reallıqlarına uyğun, həm də inkişaf etməkdə olan “rəqəmsal dünyada” daha rəqabətqabiliyyətli etmək məqsədi daşıyır. Turizm sektorunda əmək məhsuldarlığının artması müasir rəqəmsal logistika xidmətlərinin və internetin mövcudluğu və etibarlılığı ilə təmin edilir [2].

“Rəqəmsal reallıq”da qonaqpərvərlik sənayesi müəssisələri hədəf auditoriyanı və onun əhatə dairəsini genişləndirmək, xidmətin keyfiyyətini yüksəltmək, turist axınını daha səmərəli idarə etmək [4] və s.; destinasiyalar - brendlərin turizm bazarlarında daha effektiv təbliği [8]; bazar məkanında iştirakçıların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi; turistlərin mədəni-tarixi yerlərə, bütövlükdə destinasiyaya sədaqətinin artırılması imkanına malikdir [9].

Müasir rəqəmsal texnologiyalar, xüsusilə turistlər və turizm sektorunda tələb olunur. Onlar bu sektorda bir çox problemlərin həllinə imkan verə biləcək, xüsusilə də “aktiv” informasiya məkanının və virtual turizm məhsullarının yaradılması, attraksionların onlayn tətqdim edilməsi, turistlərin və turizm biznes subyektlərinin kommunikasiya proseslərinin optimallaşdırılması, biznes proseslərinin bütün iştirakçıların vaxtına və digər resurslarına qənaət edilməsini güclü alətə çevirirlər. Bütün bunlar səyahəti xeyli asanlaşdırır və turistlər üçün geniş imkanlar açır [6].

Bununla yanaşı, turist axınlarının artan intensivliyi və “overturizm”in populyar destinasiyalara mənfə təsirinin artması [11] ilə bu axınların yeni cəlbədicilərinə nöqtələrə yönləndirilməsi məsələsi getdikcə aktuallaşır. Çox vaxt turist axınının cəmləşməsi

məhdud sayda turizm obyektləri ətrafında baş verir ki, bu da həm turistik məkanlara, həm də ekoloji vəziyyətə, habelə təyinat məntəqəsinin sosial vəziyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərir və bu da çox vaxt yerli sakinlər ilə turistlər arasında münasibətlərdə gərginliyi artırır [7].

Əgər turist axınının istiqaməti və intensivliyi turistin ehtiyaclarından, imkanlarından, maraqlarından və məqsədlərindən asılıdırsa, onun bölüşdürülməsinin vahidliyini idarə etmək üçün idarəetmənin yeni forma və modellərinə ehtiyac duyulur. Əsas subyektlərin (turizm xidmətlərinin təchizatçıları və istehlakçıları, turagentlər, turoperatorlar, rekreasiya və turizm resurslarının sahibləri, ictimai iaşə və yerləşdirmə müəssisələri və s.) fəaliyyət göstərdiyi turizm sektorunda turizmin düzgün planlaşdırılması və rəşional istiqamətləndirilməsi turist axını, eləcə də adekvat idarəetmə qərarları qəbul etmək üçün nəzarəti həyata keçirməkdə vacib hesab edilə bilər.

2. Turizm sektorunda rəqəmsal lojistika xidmətləri bazarının özəllikləri

Hal-hazırda turist axınlarının idarə edilməsinin səmərəliliyinin artırılması üçün ölkə iqtisadiyyatının inkişafının prioritet istiqaməti olan və “Rəqəmsal iqtisadiyyat” milli proqramı çərçivəsində vurğulanan informasiya texnologiyalarından fəal istifadə tələb olunur. Turizm sektorunda rəqəmsal lojistika xidmətləri innovativ rəqəmsal alətlər arasında xüsusi yer tutan turist axınının idarə edilməsi üçün müvafiq variant kimi tanınır [3].

Qeyd edək ki, hələ XX əsrin ilk rübündə 2000-ci illərin əvvəllərində meydana çıxan turistlər üçün rəqəmsal lojistika xidmətləri ilkin olaraq yaşayış yerlərinin və biletlərin onlayn bronlaşdırılmasına yönəlmişdi. Bu gün rəqəmsal xidmətlərdən həm turizm biznesi, həm də turistlər müxtəlif problemləri həll etmək üçün fəal şəkildə istifadə edirlər [7]. Əhəmiyyətli dərəcədə turizm sektoruna yönələn müasir rəqəmsal lojistika xidmətləri bazarının gələcəkdə yaxşı perspektivləri görünür. Ümumi mənada lojistika xidmətləri planlaşdırılmış nəticəyə nail olmaq üçün əsas axın proseslərinin davamlılığını və ardıcılığını təmin edən xidmətlər məcmusudur.

Öz növbəsində, rəqəmsal lojistika xidməti lojistika məqsədlərinə nail olmaq üçün rəqəmsal texnologiyalardan istifadəyə əsaslanır. Üstəlik, bu imkan informasiyanın təhrif edilmədən və demək olar ki, dərhal ötürülməsinə imkan verən rəqəmsal texnologiyalarla təmin edilir.

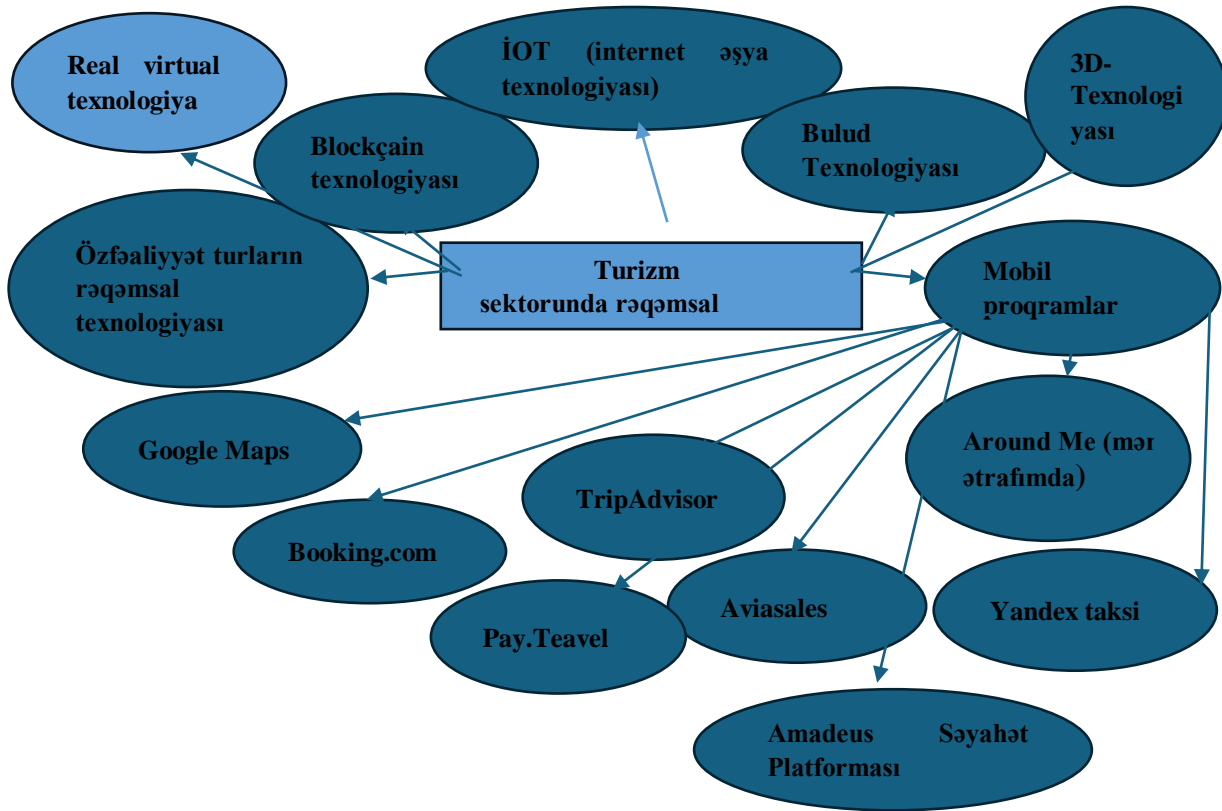
Şəkil. 1 turizm sektorunda rəqəmsal lojistika xidmətləri bazarının nə qədər müxtəlif olduğunu göstərir. Bu cür müxtəlifliyi nəzərə alaraq, müasir turistin səfərini planlaşdırdığı andan sonuna qədər asanlaşdırmaq üçün çoxlu imkanlar vardır. Rəqəmsal lojistika xidmətləri turist marşrutlarını planlaşdırmağa və bron etməyə kömək edir, onların əvvəlki axtarış sorğularına, ödəniş üsullarına və məbləğlərinə, maliyyə imkanlarına diqqət yetirir; ən sərfəli nəqliyyat biletlərinin seçilməsinə kömək etmək, mövcud nəqliyyat vəziyyətini və müəyyən bir turizm məkanının təbii və mədəni ehtiyatlarının vəziyyətini onlayn izləmək; turistlərin virtual reallığa qər q olmasına imkan vermək; fərdiləşdirilmiş xidmət göstərmək və s. kimi xidmətlərə malikdir.

Aşağıda göstərilən (*Şəkil. 1*) turizm sektorunda rəqəmsal lojistika xidmətləri bazarının nə qədər müxtəlif olduğunu göstərir. Bu cür müxtəlifliyi nəzərə alaraq, müasir turistin səfərini planlaşdırdığı andan sonuna qədər asanlaşdırmaq üçün çoxlu imkanların mövcud olması müşahidə edilir.

Şəkil. 1 turizm sektorunda rəqəmsal lojistika xidmətləri bazarının nə qədər müxtəlif olduğunu göstərir. Bu cür müxtəlifliyi nəzərə alaraq, müasir turistin səfərini planlaşdırdığı andan sonuna qədər asanlaşdırmaq üçün çoxlu imkanlar vardır. Rəqəmsal lojistika xidmətləri turist marşrutlarını planlaşdırmağa və bron etməyə kömək edir, onların əvvəlki axtarış sorğularına, ödəniş üsullarına və məbləğlərinə, maliyyə imkanlarına

diqqət yetirir; ən sərfəli nəqliyyat biletlərinin seçilməsinə kömək etmək, mövcud nəqliyyat vəziyyətini və müəyyən bir turizm məkanının təbii və mədəni ehtiyatlarının vəziyyətini onlayn izləmək; turistlərin virtual reallığa qərq olmasına imkan vermək; fərdiləşdirilmiş xidmət göstərmək və s. kimi xidmətlərə malikdir.

Şəkil 1. Turizm sektorunda rəqəmsal logistika xidmətləri bazarı



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Fikrimizcə, rəqəmsal logistika xidmətlərindən istifadənin turistlər və turizm xidmətlərinin göstərilməsi prosesinin iştirakçıları üçün faydaları göz qabağındadır. Biz turizm sektorunda fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri və qonaqpərvərlik xidmətlərinin istehlakçısı kimi turistlərin ən son rəqəmsal texnologiyalardan birgə istifadəsinin əsas formalarını sistemləşdirmişik ki, bu da Cədvəl. 1-də öz əksini tapıb.

Turistlər və turizm biznes subyektləri arasında rəqəmsal texnologiyaların paylanması

Cədvəl 1

Turistlərin istifadəsi	Biznes subyektinin turizmdən istifadəsi
Turist axınının idarə edilməsi üçün rəqəmsal logistika xidmətləri	
Booking.com-səyahətin planlaşdırılması və bron edilməsi Aviasales-müxtəlif uçuşlar üçün aviabilet qiymətlərinin müqayisəsi Amadeus Travel Platform-turizm məlumat bazası üçün qlobal paylama xidmətidir MAPS.ME-turistlər üçün oflayn xəritə xidmətidir, internet bağlantısına ehtiyac olmadan işləyir.	Turistlərə öz səyahətlərini müstəqil planlaşdırmaq imkanı verməklə, turizm şirkətlərinə vaxtın boşaldılması Trafik şəraitinin monitorinqi və tənzimlənməsi (rəqəmsal logistika xidmətləri əsasında). Turizm infrastrukturunu obyektlərinin geniş şəbəkəsi onlayn rejimdə öz əksini tapmışdır. Turist axınının turizm məkanı daxilində vahid paylanması
IOT (Əşyaların İnterneti Texnologiyaları)	

Turist təklifini turistin ehtiyaclarına uyğunlaşdırmaq imkanı	Müəyyən funksiyaları “ağıllı” maşın-lara ötürməklə daha çox istehlakçıya xidmət göstərmək və əlavə qazanc əldə etmək imkanı
Virtual reallıq texnologiyaları	
Maraq obyektlərinə virtual baxış keçirmək imkanı	Potensial istehlakçılara təklif olunan turizm xidməti haqqında məlumatlılıq hissi təqdim etmək imkanı
3D skanerləmə və 3D çap texnologiyaları	
Məlumat məqsədləri üçün unikal obyektlərin surətlərinin yaradılması	Tanıtım məqsədilə muzey eksponatlarının, landşaft fraqmentlərinin, memarlıq strukturlarının və s. tirajlanması
Blockchain texnologiyası	
Yaradılmış “etibarlı rəqəmsal mühit” rezervasiyaların, sifarişlərin və ödənişlərin etibarlılığını əhəmiyyətli dərəcədə artırma, xidmətlər haqqında məlumatların və rəylərin etibarlılığını təmin edə bilər.	Maliyyə və digər əməliyyatların avtomatlaşdırılması və sadələşdirilməsi, müqavilələrin hazırlanması və icrası üçün vaxtın azaldılması, əməliyyatların şəffaflığı Turistlərin identifikasiyası proseslərinin avtomatlaşdırılması
Bulud Texnologiyası (Cloud Technology)	
Lazımi məlumatların axtarışı proseslərinin sadələşdirilməsi, real vaxt rejimində turist xidmətlərinin göstərilməsi proseslərinin idarə edilməsi	Yüksək performanslı virtualizasiya sayəsində limitsiz hesablama resursları; turizm xidmətləri bazarında yeni biznes modellərinin formalaşması
Mobil proqramlar	
Marşrutların fərdiləşdirilməsi; arayış Məlumat; turizm sənayesinin iştirakçıları ilə onlayn ünsiyyət	Turistlərin fərdi istəklərini nəzərə alaraq yeni bazarların inkişafı, turizm brendlərinin yerləşdirilməsi və s.

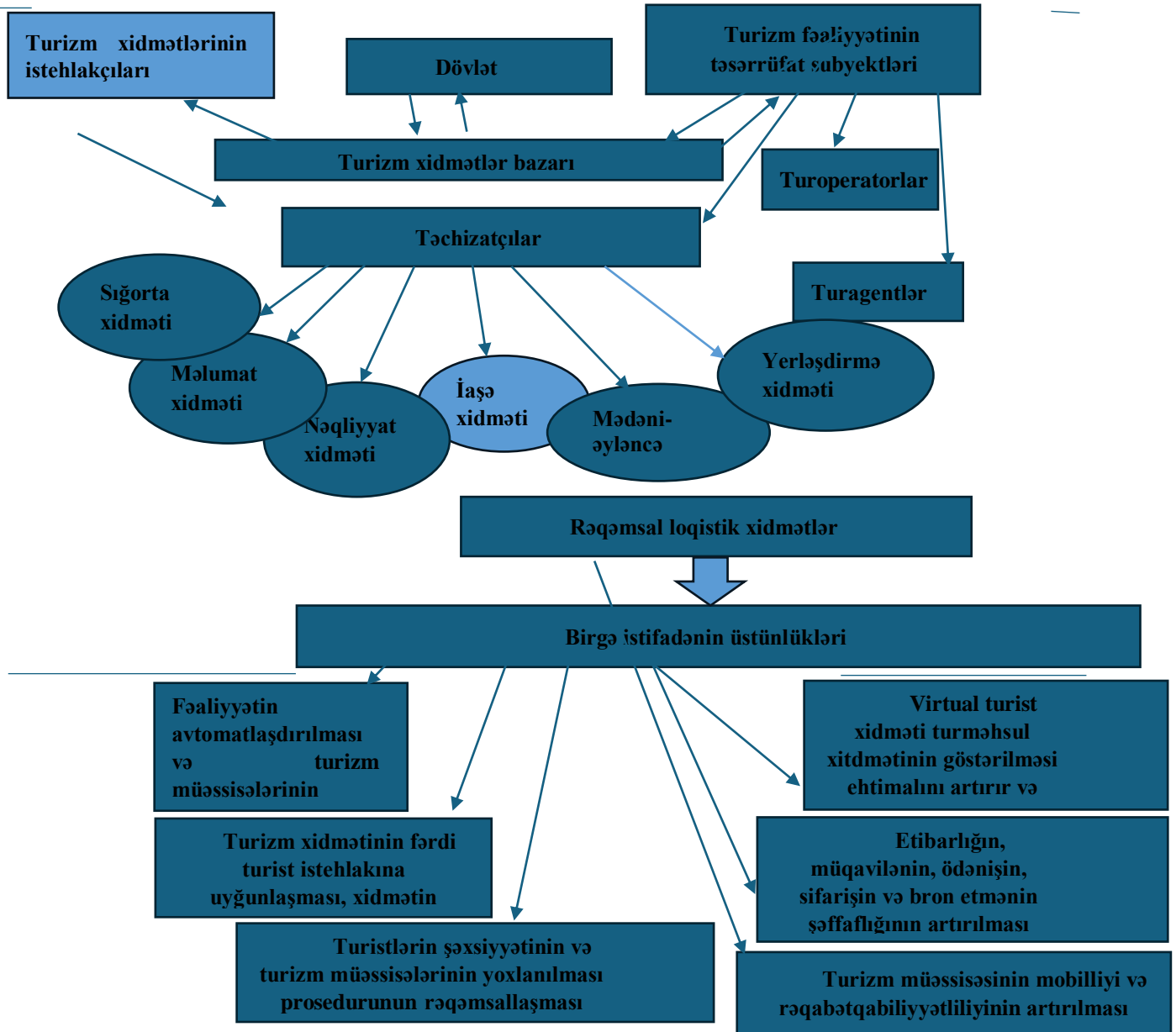
Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Turizm logistikasının rəqəmsal transformasiyası turoperatorlar tərəfindən yaradılmış hazır turların onlayn sifarişi və satın alınması, konkret turizm məkanının ərazisində turistlərə bələdçilik etmək üçün nəzərdə tutulmuş mobil proqramların hazırlanması və tətbiqi, təcrübəsiz səyahətçilər üçün onlayn məktəblərin yaradılması yolu ilə həvəskar turlar və bir sıra digərləri turizmin rəqəmsallaşdırılması kimi müxtəlif formalarda həyata keçirilir. Turizm müəssisəsinin logistika menecmenti turizm məhsulunun həyat dövrünün monitorinqi, təhlili, planlaşdırılması və nəzarətinin təşkili üçün vahid metod və alətlər sistemidir. Eyni zamanda, turizm logistikasının idarə edilməsinin obyektə səyahət zamanı turistlərin hərəkət zəncirlərinin onların xidmətləri ilə sinxronlaşdırılması əsasında turist axınının formalaşması proseslərinin məcmusudur və turist axınının formalaşma mexanizmi onun planlaşdırılması, turistlərə xidmətin növləri və vasitələri ilə əlaqələndirilməsi, habelə bazarın təşviqi və planlaşdırılmış turların həyata keçirilməsinin gedişatına nəzarətin formalarının, metodlarının və vasitələrinin vahid bir sistemidir.

Turist axınlarının onların xidmətləri ilə əlaqələndirilməsi mikrologistik səviyyədə başlayır, mezosəviyyədə davam edir və makro səviyyədə başa çatır ki, bu zaman bir və ya bir neçə ölkə daxilində turist axını formalaşır. Eyni zamanda, turizm biznesinin mikrologistik səviyyəsi səyahət marşrutlarını işləyib hazırlayan, turist axınlarını planlaşdıran, hər bir marşrut üzrə xidmət paketləri formalaşdıran və turizm məhsulu yaradan turizm müəssisələrinin fəaliyyət sahəsidir. Mezoloji səviyyədə turistlərin onların xidməti ilə birlikdə hərəkəti təmin edilir. Makroloji sistem turist axınının formalaşmasında və onların xidmətlərində istifadə olunan bütün turizm infrastrukturunu əhatə edir.

3. Rəqəmsal logistika xidmətlərindən birgə istifadə modeli

Turizm logistikasında və ağıllı texnologiyalarda yeni rəqəmsal tendensiyalar müştərilərin səyahətini mümkün qədər rahat və zövqlü etmək məqsədi daşıyır. Turistlər yüksək keyfiyyətli xidmətlər alır, onların emosional qavrayışı yaxşılaşır ki, bu da istehlakçılar və turizm xidmətləri istehsalçıları arasında əlaqələri əhəmiyyətli dərəcədə gücləndirə bilər. Turistlərin və sahibkarlıq subyektlərinin ən son rəqəmsal texnologiyalardan birgə istifadə formalarını sistemləşdirməyimiz bizə Şəkil. 2-dən görüldüyü kimi rəqəmsal logistika xidmətlərindən birgə istifadə modelini təklif etməyə imkan verir.



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Ümumilikdə qeyd edək ki, turizmde logistikanın rəqəmsal transformasiyası turizm xidmətlərinin istehsalçıları və istehlakçıları arasında qarşılıqlı kommunikasiya əlaqəsinin yeni formasıdır, turizm təşkilatları üçün rəqabət üstünlükləri mənbəyinə və turist axınının idarə olunmasının effektiv üsuluna çevrilir. Rəqabət mübarizəsində üstünlüklər əldə etmək məqsədilə xidmətlər göstərmə mərhələsində fərdiləşdirmə

prosesini ən yaxşı şəkildə həyata keçirə bilən, istehlakçıları potensial müştərilərdən təkcə real müştərilərə deyil, həm də sadıq, buna görə də daimi müştərilərə çevirə bilən turizm müəssisələrinə veriləcəkdir ki, bu da öz növbəsində davamlı yüksək mənfəət və gəlirlilik göstəricilərinə əsaslanan uzunmüddətli perspektivdə mövcud böhran vəziyyətində dayanıqlığın təmin edilməsi üçün xüsusilə vacibdir. Bundan əlavə, turist axınlarının formalaşması prosesləri və onlara göstərilən xidmətlər təkcə turizm operatorları və agentlərinin deyil, həm də turistlərə xidmət göstərən bütün müəssisələrin fəaliyyətinin loqistik idarəetmə obyektləridir. Loqistika menecmenti mikroloqistika sistemi olan və turist axınına xidmət göstərən proseslərin vahid loqistik zəncirində həlqə rolunu oynayan turizm müəssisəsinin fəaliyyətini əhatə edir.

Nəticə

Bütün proseslərin rəqəmsallaşmasına əsaslanan yeni turizm xidmətləri bazarının formalaşması bu gün təkcə iqtisadi fəaliyyət sahəsini qorumaq üçün deyil, həm də rəqəmsal texnologiyaların təqdim etdiyi yeni imkanlar vasitəsilə onu inkişaf etdirmək imkanı kimi qiymətləndirilir. Turizmdə loqistikanın rəqəmsal transformasiyasının xüsusiyyətləri arasında fərdiləşdirilmiş xidmətlərin olması və rəqəmsal loqistika xidmətlərindən birgə istifadə üçün təklif etdiyimiz modelin tətbiqi də vardır. Onların səmərəli istifadəsi istehlakçının dünya mədəni ənənələrinə və tarixi eksponatlara emosional cəlb edilməsi kimi iqtisadi və sosial baxımdan mühüm sahəni qoruyub saxlamağa imkan verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycanca turizm: Statistik məcmuə 2023 (<http://www.stat.gov.az/>).
2. Арбатская Е.В. Трансформация логистических услуг в сфере туризма // Экономика и предпринимательство. 2017, № 12-3 (89), с.783–785.
3. Бауэрсокс Д.Ж., Клосс Д.Ж. Логистика: интегрированная цепь поставок. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001, 640 с.
4. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в сфере туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019, №3 (85), с. 34–47. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10303
5. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок. Москва: ИНФРА-М, 2005, 798 с.
6. Недкова А.С. Применение информационных услуг в туристическом бизнесе // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014, № 3, с. 21–27. DOI: 10.12737/5546
7. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой. перевод с англ., Москва: Инфра-М, 2005, 797 с.
8. Усенков Д.Ю. 3D-технологии в сфере туризма // Научный вестник МГИИТ. 2015, № 5 (37), с. 45–55.
9. Öztürk S. Determining Management Strategies for the Sarikum Nature Protection Area. Article is Published With Open Access”, Environ Monit Assess, 2015, №187, p.1-9.
10. The World Tourism Organization–UNWTO, 2020. (<https://www.unwto.org/sustainable-development/>).
11. Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. (<http://www.wttc.org/>).

Теоретические аспекты цифровых логистических услуг в туризме

В статье представлены основные направления использования цифровых технологий в сфере туризма в Азербайджане. Акцент сделан на эффективности использования цифровых технологий и цифровых логистических услуг в туризме. Кроме того, предложено определение цифровых логистических услуг в сфере туризма, охарактеризованы направления совместного использования цифровых логистических услуг туристами и субъектами туристического бизнеса. Дана систематизация совместного использования цифровых технологий и показана модель совместного использования цифровых логистических услуг, описывающая отношения между участниками рынка туристических услуг. Основная цель статьи – предложить концептуальную модель совместного использования цифровых логистических услуг, включающую связи всех участников туристического рынка, показать преимущества совместного использования логистических услуг. Рассмотреть основные направления использования цифровых технологий в сфере туризма, как для компании, так и для дестинации; проанализировать подходы и предложить определение цифровых логистических услуг в сфере туризма; систематизировать области применения современных цифровых технологий и услуг в туризме; обосновать целесообразность совместного использования цифровых логистических услуг потребителями туристических услуг (туристами) и производителями туристических услуг (предприятиями гостиничного хозяйства); обосновать концептуальную модель совместного использования цифровых логистических услуг в сфере туризма. Исследовательская работа проводилась с использованием таких методов, как анализ и систематизация, сравнение и синтез, а также моделирование при построении модели совместного использования цифровых логистических услуг. Также в статье на основе анализа использования цифровых технологий и логистических услуг в сфере туризма в Азербайджане, исходя из общего понимания, как совокупности услуг, обеспечивающих непрерывность и последовательность логистического обслуживания, дано определение цифровых логистических услуг в сфере туризма, а также для достижения запланированного результата за счет использования цифровых технологий для реализации логистических целей предложены основные потоковые процессы. Каждый из результатов и рекомендаций, полученных в ходе исследования, показывает наличие персонализированных услуг как особенности цифровой трансформации логистики в туристическом секторе Азербайджана, а также применение предложенной нами модели совместного использования цифровых логистических услуг, их эффективное использование с экономической и социальной точки зрения, такое как эмоциональное приобщение потребителя к мировым культурным традициям и историческим экспонатам. позволит сохранить важную территорию.

Ключевые слова: туризм, туристические продукты, туристические услуги, цифровые технологии, логистические услуги, потребители туристических услуг, производители туризма.

Summary

Nurana Gambarova

Theoretical Aspects of Digital Logistics Services in Tourism

The article presents the main directions of using digital technologies in the field of tourism in Azerbaijan. Emphasis is placed on the effectiveness of using digital technologies and digital logistics services in tourism. In addition, the definition of digital logistics services in the field of tourism was proposed, the directions of joint use of digital logistics services by tourists and tourism business entities were characterized. The systematization of the joint use of digital technologies is given, and the model of joint use of digital logistics services describing the relations between the participants of the tourism services market is shown. The main goal of the article is to propose a conceptual model of joint use of digital logistics services that includes the connections of all participants of the tourism market, to show the advantages of joint use of logistics services. To review the main directions of using digital technologies in the field of tourism, both for the company and for the destination; analyze approaches and propose the definition of digital logistics services in the field of tourism; to systematize the fields of application of modern digital technologies and services in tourism; justify the feasibility of joint use of digital logistics services by consumers of tourism services (tourists) and producers of tourism services (enterprises of the hotel industry); to base a conceptual model of joint use of digital logistics services in

the tourism sector. The research work was carried out using methods such as analysis and systematization, comparison and synthesis, and modeling during the construction of a model for the joint use of digital logistics services. Also in the article, on the basis of the analysis of the use of digital technologies and logistics services in the tourism sector in Azerbaijan, based on the general understanding as a set of services that ensure the continuity and consistency of the logistics service, the definition of digital logistics services in the field of tourism, as well as to achieve the planned result by using digital technologies to implement logistics goals basic flow processes are proposed. Each of the results and recommendations obtained in the research shows the presence of personalized services as features of the digital transformation of logistics in the tourism sector of Azerbaijan, as well as the application of our proposed model for the joint use of digital logistics services, their effective use from an economic and social point of view, such as the emotional involvement of the consumer in world cultural traditions and historical exhibits. will allow to preserve the important area.

Key words: *tourism, tourism products, tourism services, digital technologies, logistics services, consumers of tourism services, producers of tourism*

Şöbə redaktoru i.ü.f.d., dos. Ələsgərova Flora Qəməndər qızının rəyi əsasında çapa məsləhət görülmüşdür.