

Шифр «Touchless Economy»

Спеціальність «Туризм»

**ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ TOUCHLESS ЕКОНОМІКИ НА РИНКУ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗА ПРИНЦИПАМИ БЕЗКОНТАКТНОЇ ЕКОНОМІКИ	4
1.1. Безконтактна економіка: генезис ідеї, механізми реалізації	4
1.2. Світова практика впровадження концепції безконтактної економіки у туристичній галузі	10
РОЗДІЛ 2. ЗАСТОСУВАННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ МЕТОДІВ КОМУНІКАЦІЇ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	14
2.1. Упровадження концепції безконтактної економіки на вітчизняному ринку туризму	14
2.2. Системи управління туристичними підприємствами за принципами безконтактної економіки	23
РОЗДІЛ 3. УПРОВАДЖЕННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	27
3.1. Програма заходів щодо вдосконалення управлінських процесів та системи обслуговування із застосуванням безконтактної економіки	27
3.2. Оцінка ефективності впровадження запропонованих заходів у діяльність туристичної компанії	31
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37
ДОДАТКИ	42

ВСТУП

Актуальність. Через вплив пандемії COVID-19 туристична галузь зазнала вагомих втрат. Так, за оцінками UNWTO, за період карантину у 2020 році планувалося зменшення кількості міжнародних прибутків до 78%, що спричинить збитки в розмірі 1,2 трлн дол. США від експорту туристичних послуг та 120 млн прямих скорочень робочих місць у туризмі [1]. Проте умови пандемії зробили важливий внесок у переосмислення технології торгівлі товарами та послугами. На сьогодні світовий простір пропонує трансформовану модель відносин «виробник (продавець) – споживач» та нову форму внутрішньої комунікації між співробітниками, відображену у феномені безконтактної економіки (Touchless Economy) чи економіці мінімального контакту (Low Touch Economy).

Підходи до визначення безконтактної економіки у сфері туризму досліджували такі науковці, як О. Будякова, Т. Ву, М. Сігал, Т. Ткаченко, Н. Шевцова та інші.

Окрім безпечної комунікації як такої, перевагою моделі є те, що потік доходу не залежить від безпосереднього контакту між покупцями, продавцями та контрагентами. На досліджуваних підприємствах виявлено підвищення продуктивності, більшу економія часу та зростання фінансових ресурсів.

Мета наукової роботи – визначення основних напрямів застосування безконтактної економіки в туристичній індустрії.

Об’єкт дослідження – механізми безконтактної економіки в туризмі.

Предмет дослідження – методи та інструменти застосування безконтактних технологій у діяльності туристичних операторів.

Науковою новизною одержаних результатів є узагальнення існуючих досліджень та розробка практичних рекомендацій щодо реалізації технологій безконтактної економіки для туристичної фірми.

За результатом наукового дослідження опубліковано статтю (дод. А), а також отримано довідку про впровадження на туристичному підприємстві підходів до

імплементції технологій безконтактної економіки у формуванні системи менеджменту туроператора (дод. Б).

РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗА ПРИНЦИПАМИ БЕЗКОНТАКТНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Безконтактна економіка: генезис ідеї, механізми реалізації

Період пандемії спричинив значний вплив на існуючі механізми світової економіки. Криза охопила найважливіші галузі виробництва та сфери послуг у найбільших розвинених країн світу, визначивши нові тренди виробничого середовища та змістивши пріоритети споживачів щодо різних товарних груп. Важливою базою боротьби за налагодження логістичних шляхів залишається складна система безконтактності суб'єктів господарювання та споживачів.

Підприємства туристичної сфери, що найбільше постраждали від наслідків COVID-19, для забезпечення своєї позиції на ринку та виходу з кризи потребують застосування нової концепції розвитку суспільства – touchless есоному як складової безпеки економічних відносин.

Проте саме ця ідея є протиріччям до умови фізичного переміщення людей – споживачів туристичних послуг, обмежуючи мобільність людей та рух транспорту, однак дозволяє забезпечити підвищення попиту на споживання об'єктів тривимірної візуалізації та знизити рівень використання ресурсів туризму. На наш погляд, безконтактна економіка – це новий актуальний напрям розвитку ринкових відносин, що отримає стабільний попит у довгостроковій перспективі.

Поняття «touchless есоному» ще недостатньо обґрунтоване в економічній теорії. Його особливості досліджували такі вітчизняні та іноземні науковці, як О. Будякова, Т. Ву, С. Волосович, М. Галеотті, А. Ланц, А. Мазаракі, Б. Манзано, М. Сігал, Т. Ткаченко, Р. Фуентес, Н. Шевцова та інші. Можна виокремити такі основні трактування безконтактної економіки (табл. 1.1).

Загроза здоров'ю, спричинена COVID-19, стала основною передумовою стрімкого зростання тренду безконтактності в суспільстві.

Таблиця 1.1

Трактування визначення безконтактної економіки в різних джерелах

Науковець	Трактування
Board of Innovation	Економіка мінімального контакту, потреба в якій сформована внаслідок уповільнення попиту, формування нових страхів і побоювань, споживчого есканізму [2]
By Тім	Безконтактна економіка включає економічну діяльність, яка залишається можливою без тісної фізичної взаємодії між людьми: онлайн-зустріч, сесія йоги з прямим ефіром, віртуальна конференція, пряма доставка продуктів та інших фізичних товарів [3]
Манучарян Діана	Економіка мінімального контакту, що існує за умови скорочення фізичної взаємодії між споживачами і постачальниками товарів і послуг та є серйозним обмеженням і одночасно можливістю для бізнесу [4]
Тимків Андрій	Це обмеження прямого контакту, прототип інтернет-економіки, або цифрової економіки, яка не передбачає повну відсутність соціально-економічних взаємовідносин між суб'єктами [5]
Шатаєва Тетяна	Різновид економіки (синонімами можуть бути «інтернет-економіка», «вебекономіка» або «цифрова економіка»), що передбачає існування визначальних параметрів економічної діяльності, можливих без фізичної взаємодії суб'єктів, такі як зустрічі, покупки, замовлення, звітність та консультації в онлайн-режимі [6]

Джерело: складено автором

Дистанційний режим, корективи портрета споживача та поява нових потреб вплинули на механізми взаємодії споживачів та бізнесу. Наводимо схему впливу та наслідків пандемії у світі (рис. 1.1).

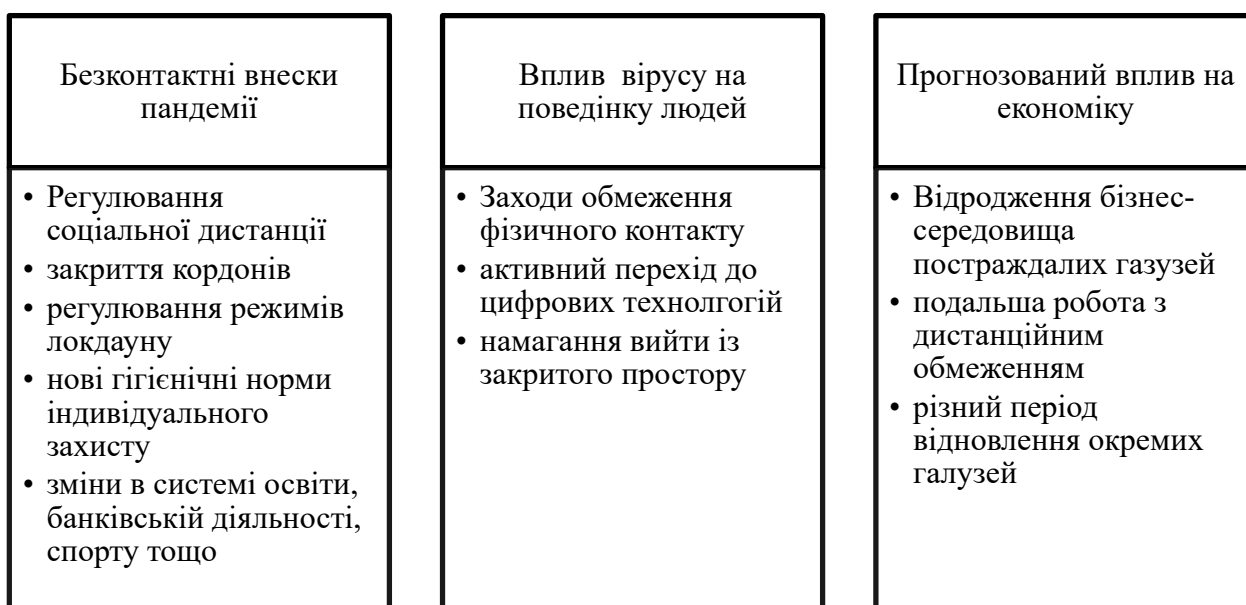


Рис. 1.1. Вплив та наслідки кризи пандемії

Джерело: складено автором

Найкращий спосіб визначити поняття – це окреслити його основні риси. Так, можемо охарактеризувати «low touch economy» як таку, що передбачає мінімізацію фізичної дистанції між об'єктами комунікації, полегшення роботи з каналом обміну інформацією, значну швидкість дії, відносно зростання ефективності завдяки зменшенню витрат часу, зменшення витрат підприємств на організацію роботи працівників, розширений спектр платформ для організації роботи та спілкування з клієнтами.

Проте, незважаючи на позитивні характерні риси, до негативних належать неможливість певних галузей, як-от туризм чи готельний бізнес, цілком замінити механізми роботи на принципи безконтактності, неякісний зв'язок, певна незабезпеченість засобами спілкування, відсутність коректної та простої навчальної інформації щодо програмних продуктів, людський фактор страху, тривожності, потреби у фізичному контакті та переміщенні тощо.

Завдяки безконтактній економіці та її інструментам, компанії, що змушені пристосовуватися до суворої економічної ситуації з певними обмеженнями, мають можливість пом'якшити ризики та втрати, а також зберегти лояльність працівників та споживачів [7].

Дослідивши сучасні умови роботи підприємств, американське агентство «Board of Innovation» розробило план з чотирьох кроків для створення дієвої стратегії за принципом економіки мінімального контакту (рис. 1.2).

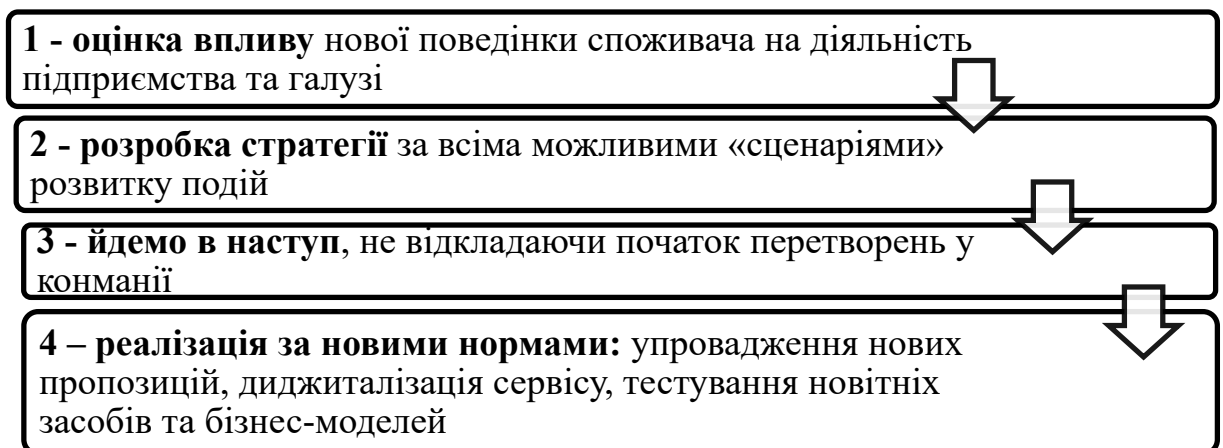


Рис. 1.2. Стратегічний план агентства «Board of Innovation»
Джерело: [8]

Така стратегія містить чотири етапи. Спершу підприємство визначає, як саме нові безконтактні тренди та актуальні потреби споживачів вже співіснують з поточною діяльністю. Цей крок не передбачає прогнозів щодо подальшого розвитку, а лише визначення реальних умов, нових правил поведінки клієнтів, що вже вплинули на систему поставок, на галузь та суспільство загалом (дод. В) [8]. Наступним кроком є розробка плану дій на основі минулого досвіду криз, що можуть передбачати різноманітні способи виходу з нестабільного фінансового стану. Агентство «Board of Innovation» надає орієнтовну таблицю для побудови потенційних робочих сценаріїв подальшого розвитку (дод. Г) [8]. Третім кроком є наступальні дії. Існує велика вірогідність кількох подальших кризових періодів за наступні кілька років. Навіть якщо підприємство зараз тримає стабільну позицію, на ринку утримаються ті гравці, що зможуть швидко зреагувати на коливання. Розробники стратегії радять вивчити досконало стейкхолдерів та можливі вигідні взаємовідносини (дод. Д) [8]. Найважливішим кроком є реалізація ідей. Завдяки новим потребам та тенденціям виникає можливість створити нові норми організації бізнесу. Варто бути більш гнучкими до змін, проводити щотижневі спільні обговорення з командою в різноманітній формі та тестування нових пропозицій. Важливо знайти лідера для проекту, який має володіти навичками швидкого реагування на можливі загострення кризового стану (дод. Е) [2; 8]. Завданням компанії є створення сценаріїв виходів з кризи на основі попереднього досвіду, існуючих прикладів та гнучке і вчасне реагування. Безконтактна економіка змінюватиме свої інструменти. Вона вже стала важливим напрямом збалансування стану підприємств більшості галузь.

1.2. Світова практика впровадження концепції безконтактної економіки у туристичній галузі

Безконтактна економіка відрізняється можливою діяльністю без близької фізичної взаємодії між людьми. Вона існує в таких інструментах, як онлайн-

зустріч, трансляції подій у прямому ефірі, віртуальні виставки та конференції, доставка продуктів чи дистанційне навчання з використанням Zoom і Skype – платформ диджиталізації з елементами гейміфікації тощо. Через фундаментальні ознаки безконтактна економіка дозволяє зберігати здорову атмосферу, ізоляцію, гігієну, проте обмежує мобільність, викликає психологічну напругу та конфліктність. Touchless economy має стати загальнодержавною стратегією як напрямок smart економіки. Яскравим прикладом є Японія – країна з одним з найвищих темпів розвитку та впровадження інноваційних технологій. Так, компанії «Fujitex» та «Optex» працюють з технологіями керування ногами на сенсорній підлозі, що може використовуватися для ліфтів та дверей, а дочірня компанія «Toshiba» – «Toshiba Tec» – розробляє меню для ресторанів, кероване жестами безконтактно, тощо. Перший розумний готель існує в Японії з 2015 року. Пандемія визначила безконтактність новим трендом в усіх видах бізнес-послуг [9].

В 2018 році китайський постачальник сервісів електронної комерції «Alibaba Group Holding» відкрив готель «FlyZoo» в м. Ханчжоу. Китайська готельна мережа «Leyeju Smart Hotel» є сучасним лідером безконтактних готелів. Так, в закладі розміщення працюють лише 1–2 співробітники, решта сервісу – автоматизована. Все відбувається онлайн: бронювання через вебсайт чи додаток, реєстрація за умови використання системи розпізнавання облич, роботи та інтерактивні покажчики направляють клієнтів у свій номер. Номер діє за принципом smart. Світло, температура повітря і води контролюються автоматично. Покоївки працюють неповний робочий день, застосовуючи спеціальний додаток для організації свого графіка. За дослідженнями, автоматизація знижує витрати «Leyeju» приблизно на 40% у порівнянні зі звичайними готелями, завдяки принаймні тому, що готель не потребує значної площі для вестибюлю. Світовий та вітчизняний ринок має й інші приклади суб'єктів господарської діяльності при застосуванні безконтактної економіки в туристичному бізнесі, класифіковані за напрямками діяльності постачальників послуг (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Приклади застосування безконтактної економіки в туристичній індустрії

Приклад	Модифікація діяльності підприємства
Організатори туристичного та авіаобслуговування	
«SimpliFlying»	Компанія у партнерстві з «Elenium Automation» (інноватор в touchless технологіях) запропонували 29 деталізованих способів безконтактної подорожі пасажира від реєстрації до вивезення багажу [11]
«SXS Events»	Івент-компанія масового обслуговування задіяла свої матеріально-технічні та людські ресурси для створення відеороликів, відеокурсів, замовниками яких можуть бути, наприклад, інструктори з йоги [2]
«livetouring.com»	Чеська платформа, що діє з 2014 року, пропонує програми «Videoroutes» – відеомаршрутів. Проект має нагороди за вклад в розвиток туризму. Одним з прикладів є античний тур «Ascoli Piceno» (Італія) [12, 13, 14]
Заклади харчування та торгівля споживчими товарами	
«eGrocery»	Модель «електронної бакалії» через програми доставки продуктів «Instacart Walmart Grocery» та «Shipt» дозволила значно збільшити прибутки від реалізації (ефект на початкових етапах мав переважно ажіотажний характер) [15]
«McDonald's»	Замовлення оформляється дистанційно з цифрового меню за допомогою терміналів самообслуговування і приноситься офіціантом до столу. Звичайні каси теж залишилися, проте зону прийому та очікування замовлення розділили. Термінали оплати знезаражуються щогодини [15]
Засоби розміщення	
«ResortSuite»	Обслуговуючи «Omni Hotels & Resorts», «Champneys», «Miraval» та «Montage Hotels & Resorts», компанія пропонує інтеграцію «готель – гість» за допомогою мобільних додатків, що максимально виключають контакти з персоналом та іншими споживачами [16]
«Vouch»	Стартап, що пропонує цифрових ботів-консьєржів для готелів (Сінгапур та Індонезія) [17]

Джерело: складено автором на основі [10].

Якщо йдеться про заклади ресторанного господарства, їх адаптація здійснюється за умови створення власної служби доставки чи співпраці зі «Uber Eats», «Glovo», «Deliveroo» тощо. Популярною є тенденція переходу на модель хмарного ресторану (Ghost kitchen) [15].

Індустрія гостинності також набула досвіду безконтактної економіки, використовуючи нові можливості мобільних додатків, такі як «Мобільна реєстрація», «Мобільна ідентифікація гостя номера а(штрих-код); «Мобільні запити гостей», «Інформація про готель», «Мобільне виселення» тощо [16].

Важливим питанням для аеропортів, авіакомпаній є створення системи дистанційної перевірки ідентичності поза межами аеропорту. Технологія вже доступна і перевірена. Вона заснована на зчитуванні паспортних даних за допомогою NFC (зв'язок на невеликих відстанях) з новітньою миттєвою технологією розпізнавання облич.

Звіт проєкту «SimpliFlying& Elenium» для авіакомпаній та аеропортів у всьому світі надає такі рішення, як (дод. Е):

- торговельні автомати із засобами індивідуального захисту (аеропорти м. Дубай та м Лас-Вегас);
- термінали для вимірювання життєвих показників пасажирів та персоналу – за портеби також відеоконсультація лікаря (аеропорт м. Абу-Дабі);
- безконтактна реєстрація багажу – BagDNA від «Elenium», кожен мішок однозначно розпізнається за три секунди без спеціальних міток валіз;
- цифрові торговельні автомати з безконтактною доставкою покупок безпосередньо до своїх готелів або домівок (розпізнавання пасажирів за біометрією);
- безконтактна посадка (аеропорт «Гатвік-Лондон»), куди пасажирів запрошують індивідуально, коли настає час посадки [11, 17].

У Арубі – туристично-орієнтованій країні, що адаптується до нових високих стандартів безпеки, розробляють безконтактне всеохоплююче рішення з використанням біометрії – програму «Aruba Happy Flow»: 1) користування аеропортом з мінімальними контактами; 2) розширення до безконтактних подорожей (прибуття, прокат автомобілів та реєстрацію в готелі); 3) біометрична цифрова ідентифікація особистих даних [18].

Таким чином, пандемія зумовила підвищення рівня застосування інструментів безконтактної економіки. До того ж, методи набули важливого значення не лише на рівні суб'єктів підприємницької діяльності, але і на державному. Безконтактна економіка може набувати прикладного характеру в

галузі організації туризму, готельного господарства, ресторанного й авіаційного обслуговування тощо.

Висновки до розділу 1

Touchless economy є системою механізмів специфічної економічної діяльності, що дає можливість без постійного фізичного контакту між людьми організувати операційну та управлінську діяльність. Вона виявляється у таких інструментах, як онлайн-зустрічі, сесії з прямим ефіром та віртуальні конференції, доставка продуктів чи дистанційне навчання з використанням платформ Zoom і Skype, тобто диджиталізація процесу. Окрім безпечної комунікації, перевагою є той факт, що дохідність не залежить від безпосереднього контакту між покупцями та продавцями та контрагентами, а це дозволяє зменшити витрати на оренду офісу та інші постійні витрати.

РОЗДІЛ 2. ЗАСТОСУВАННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ МЕТОДІВ КОМУНІКАЦІЇ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Упровадження концепції безконтактної економіки на вітчизняному ринку туризму

Об'єктивним фактором функціонування вітчизняної економіки в сучасних умовах є високий рівень невизначеності, спричинений пандемією та намаганням підприємств адаптуватися до роботи в новому безпечному форматі. Більшість з них почали повністю або частково втрачати свої позиції на ринку. За таких умов суб'єкти державної влади, що відповідають за розробку та реалізацію економічної політики, орієнтуючись на закордонний досвід та ретроспективний аналіз, мають створити чітку стратегію, що зможе забезпечити принаймні мінімальне зростання економічного стану в країні.

Розглядаючи важливий внесок touchless економіки в адаптативні шляхи вирішення проблем контактності між різними ланками ланцюга постачання до кінцевого споживача, варто зазначити, що саме розвиток інновацій у країні дозволяє розробити нові гнучкі моделі розвитку та пришвидшити їх введення в експлуатацію.

За основними параметрами розвиток науки та інновацій демонструє останніми роками динаміку до зростання. За останні 5 років незначними темпами, але підвищилася мотивація до дослідницької роботи як до певної сфери зайнятості. Хоча до 2019 року кількість працівників, задіяних у виконанні наукових розробок, скоротилася із 182 484 осіб до 79 262 у порівнянні з 2010 роком, проте за загальними показниками країна піднялась у рейтингу «Global Innovation Index» на 2 позиції у 2020 році, у порівнянні з попереднім роком (дод. II) [19].

Дослідження інноваційного клімату, що проводиться з 2007 року школою бізнесу «INSEAD», Всесвітньою організацією інтелектуальної власності та Корнельським університетом, містить інформацію про інноваційну діяльність 131 країни світу, враховуючи 80 параметрів, що дають досить повну картину

розвитку інноваційних технологій, у тому числі сприяння політичної ситуації, стану освіти, рівня розвитку інфраструктури та бізнесу тощо. У 2020 році Україна перебувала у цьому рейтингу поруч з такими країнами, як В'єтнам – 42, Греція – 43, Таїланд – 44, Румунія – 46.

У підсумку Україна отримала за всіма показниками індекс 36,32 з 100 можливих (Швейцарія – 1 місце з індексом 66,08).

У розрізі показників Україна займає такі позиції: політична та операційна стабільність – 123 (125 в 2019 році) місце зі 131-ти, ефективність уряду – 93 (95), верховенство права – 109 (107), легкість початку бізнесу – 52 (48), легкість вирішення проблеми неплатоспроможності – 117 (115), освіта – 23 (43), вища освіта – 32 (37), інформаційні та комунікаційні технології – 82 (81), урядові онлайн-послуги – 93 (92), загальна інфраструктура – 95 (94), екологічна стійкість – 99 (120), кредитування – 86 (91), легкість отримання кредитів – 34 (29), кредитування приватного сектору – 88 (86), інвестиції – 121 (115), кваліфіковані працівники – 47 (45), створення знань (патенти, винаходи) – 23 (17) (в цьому розділі за показником корисні моделі за походженням – 1 місце), вплив на знання – 45 (47), поширення знань – 32 (47), нематеріальні активи – 23 (17), креативні товари і сервіси – 95 (91), креативність в онлайн – 39 (43) [19].

Туристична галузь як одна з тих, що найбільше постраждала під час пандемії, потребує застосування механізмів безконтактної економіки як рушійної сили інноваційних процесів. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), у 2020 році кількість туристів зменшилася ледве не на третину, якщо порівняти з показниками 2019 року. Під загрозою скорочення 50 млн робочих місць в туризмі. У зв'язку з поширенням захворювання COVID-19 Урядом України розроблено низку безпрецедентних карантинних заходів та обмежень, що стосуються як перетину державного кордону та переміщення всередині країни, так і діяльності закладів – постачальників туристичних послуг [20].

Основною ланкою формування туристичного продукту є діяльність готелів та аналогічних засобів розміщення (рис. 2.1) [20]. Одразу після введення карантину, за окремими оцінками, 35–40% готелів в Україні закрилися, інші працювали в дуже обмеженому режимі. За перші місяці засоби розміщення, що працювали, втратили від 60 до 90% доходу та завантаження готелів зі стандартних 60% впродовж 1–2 тижнів впало до 2–3%.

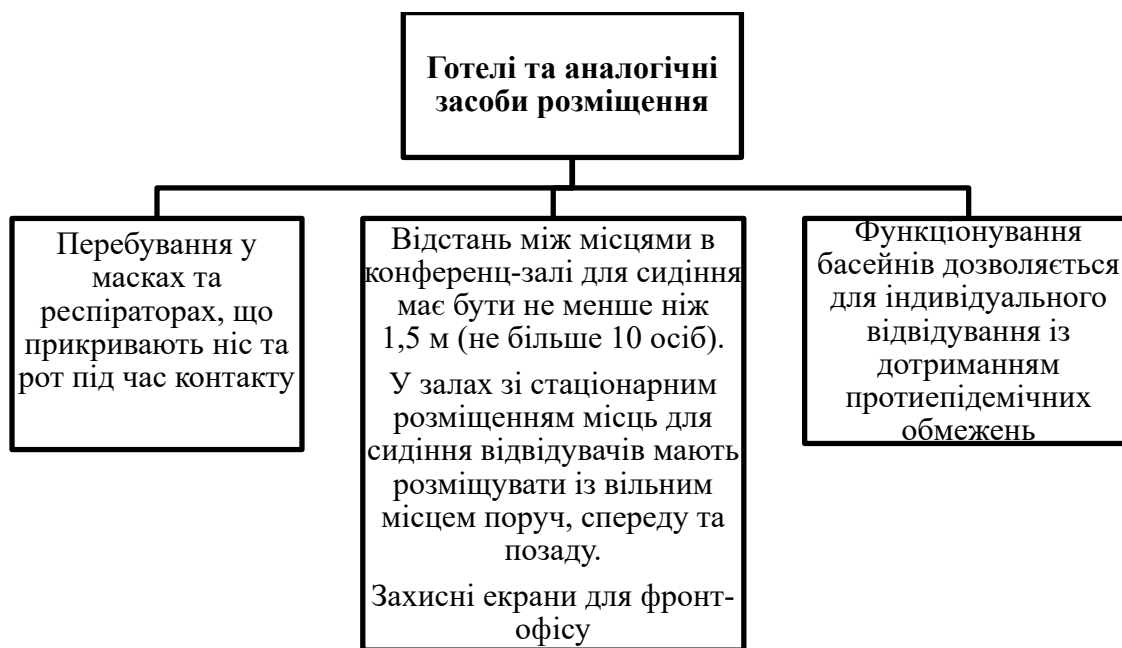


Рис. 2.1. Вимоги до роботи готелів та аналогічних засобів розміщення в період карантину

Джерело: [20]

Засоби розміщення мають забезпечити можливість попередньої онлайн-реєстрації для уникнення черг на рецепції, а також необхідно вжити заходів для уникнення скупчення відвідувачів та черг у холах, вестибюлях, ліфтових холах, ліфтах (не більше 1 особи на 5 м²).

Перед початком робочої зміни потрібно робити температурний скринінг усім працівникам готелю. На вході та в коридорах необхідно організувати місця для обробки рук антисептиками. Організувати харчування рекомендовано за системою рум-сервіс – доставка до номерів. В ресторанах дозволено

обслуговування за умови дотримання відстані у 1,5 м між столиками та розміщення за ними не більше 4-х осіб. Пляжне обладнання, якщо воно є на території закладу розміщення, має бути розташоване з дотриманням принципу соціального дистанціювання тощо. Проте забороненою залишається діяльність закладів дитячого оздоровлення та відпочинку [20].

Світовий досвід показав, що забезпечити безконтактність (а це найкраще вирішенням проблеми безпробутковості) можна, забезпечивши принаймні такі умови [16]:

- можливість бронювати й оплачувати номери онлайн;
- застосування хмарних сервісів і професійного програмного забезпечення;
- використання готельного телебачення для комунікації;
- розширена система контролю доступу та безпеки;
- функціонування чат-ботів;
- безключовий доступ до номера (за допомогою цифрового ключа в додатку);
- реєстрація на спа-процедури чи заняття фітнесом за допомогою додатка;
- онлайн-конференції, електронні повідомлення та наради в Zoom для окремих ланок;
- онлайн-навчання працівників.

З метою оцінки впливу епідемії COVID-19 на сектор послуг тимчасового розміщення в Україні експерти «Vertex Hotel Group» та «Colliers International» (Україна) під час першого етапу карантину провели анкетування ринку готельної нерухомості України в березні 2020 року серед 205 представників готельного бізнесу України (рис. 2. 2).

Серед опитуваних представників 5-ти зіркових готелів 42% зазначили, що не планують закривати заклад за жодних умов. Проте на березень–квітень призупинили роботу «InterContinental Kyiv», «Fairmont Grand Hotel Kyiv»,

«Premier Hotel Lybid», «Ibis Kiev Railway Station», «Radisson Hotel Group», «Park inn» та «Radisson Blu Kyiv Podil» [21].

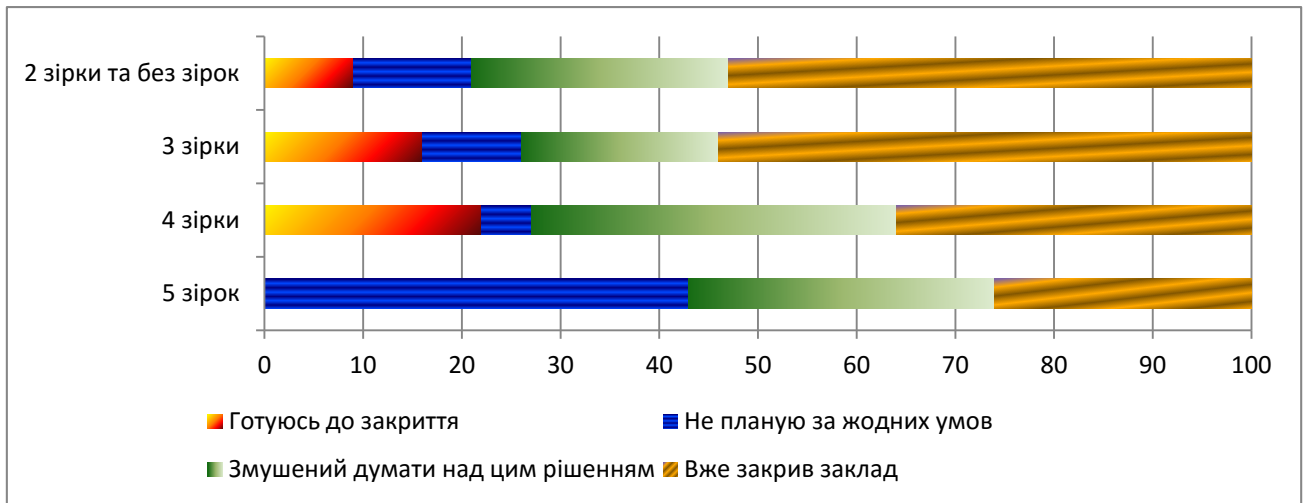


Рис. 2.2. Ставлення до закриття готелів, за даними дослідження «Vertex Hotel Group» та «Colliers International»

Джерело: [21]

Інші на прикладі «Opera» та «Ibis Kiev City Center» припинили обслуговування гостей у ресторані, лобі-барі та спа-салоні, посилили заходи безпеки та організували рум-сервіс. Проте ці заходи стосувалися лише першої хвилі карантину, а нині готелі вже адаптовані до нових умов. На сьогодні бізнес-процеси стали гнучкими (табл. 2.1) [21].

Прикладом інноваційного підходу стали готельні заклади «Ribas Hotels Group». Деякі з них прибрали Food and Beverage департамент, частина перейшли на роботу без рецепції. Готельєри модернізували об'єкти господарювання, обладнавши їх кодовими замками. Вони відкриваються і закриваються віддалено за допомогою Wi-Fi або кодів, які система відправляє гостям після оплати, що допомагає оптимізувати витрати і покращити сервіс [22].

Отже, відділ бронювання виконує роль консьєрж-сервісу, 24/7 відповідає на питання і побажання гостей. Бронювання, оплата, поселення та виселення при цьому повністю автоматизовані, майже виключено людський фактор у системі обслуговування.

Таким чином, пандемія підштовхнула готельну галузь до більшої диджиталізації і активного впровадження безконтактних систем бронювання номера, замовлення окремих сервісів, вибору страв з меню, виклику ліфта, входу в номер тощо.

Таблиця 2.1

Порівняльний аналіз готелів щодо впроваджених заходів безконтактності та підвищення лояльності клієнтів в м. Київ

Заходи	Готелі, обрані для проведення аналізу		
	«City Holiday Resort & SPA» 5*	«11 Mirrors Design Hotel» 4*	«Premier Hotel Lybid» 3*
Виконання вимог МОЗ України	ТАК	ТАК	ТАК
Бонуси та привілеї для гостей через спрощену схему накопичення балів в онлайн-сервісах	НІ	ТАК	ТАК
Оплата через онлайн-банкінг	ТАК	ТАК	ТАК
Безконтактна попередня реєстрація, check-in/check-out	ТАК	ТАК	НІ
Розроблено додаток, бронювання через інші онлайн-сервіси	ТАК	ТАК	ТАК

Джерело: складено автором

У низький сезон готельні мережі «Radisson» і «Accor» виділяють частину номерного фонду в оренду під мікроофіси для однієї людини за фіксованим тарифом [22, 23].

Тисячі підприємств ресторанного господарства, швидше за все, припинили своє функціонування назавжди, проте стратегія доставки замовлення врятувало більшість з них. Всі вони або створили власні служби доставки, або скористалися кооперацією з «Uber Eats», «Glovo» та іншими. Основною умовою є відповідність карантинним вимогам (рис. 2.3) [20, 24].

Для забезпечення виконання вимог сервіси «Stravopys», «Choice» та «WayForPay» запропонували нове покоління меню для українських рестораторів, а саме QR-меню [25]. Соціальна дистанція є основою роботи ресторанного бізнесу в період карантину. Тому використання безконтактного

меню дозволяє зменшити спілкування з персоналом. Подібні меню вже застосовуються в таких закладах харчування м. Київ, як «MilkyBar», «Kiev Food Market», «TinTin Food Spot».

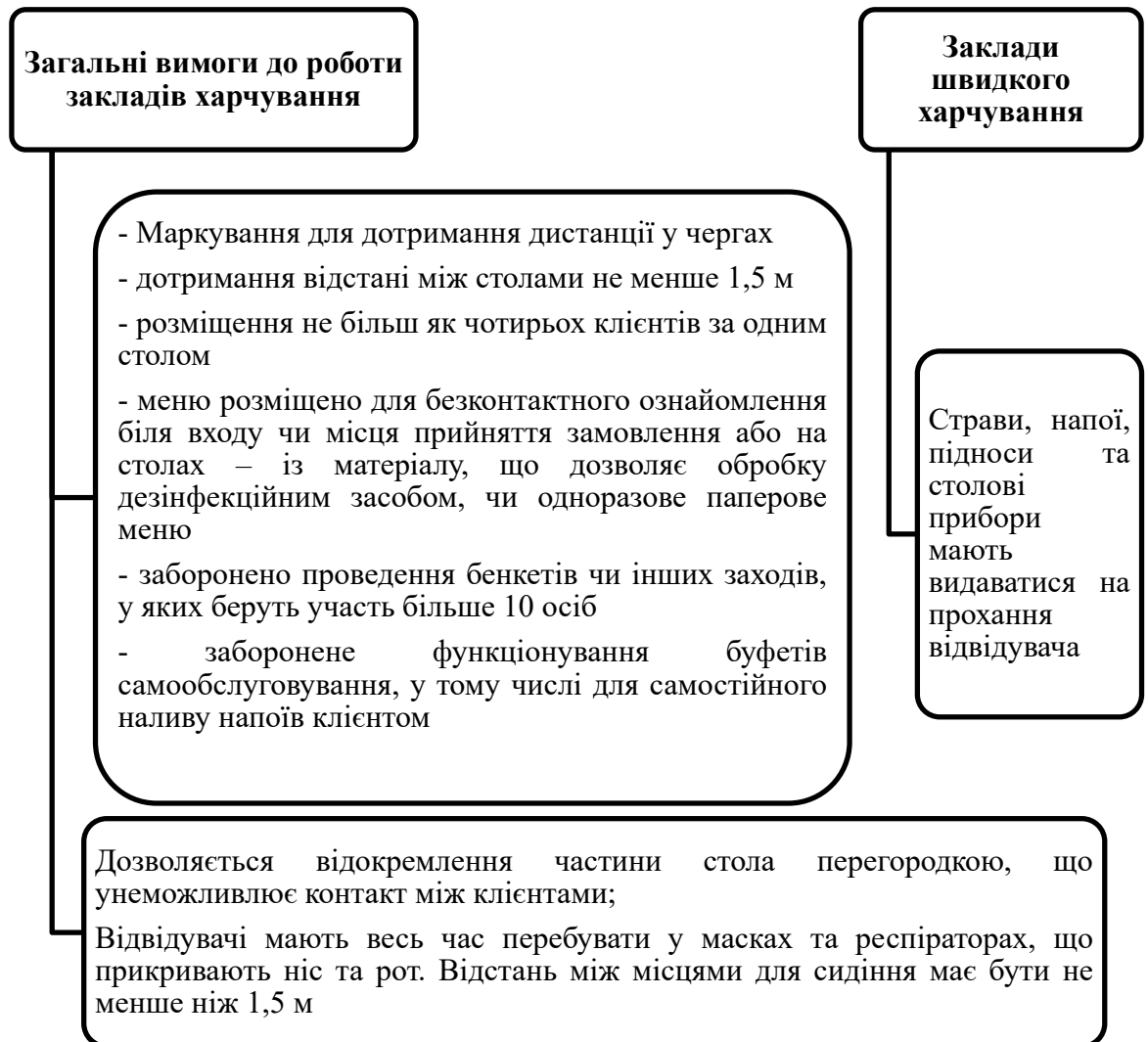


Рис. 2.3. Вимоги до роботи закладів харчування в період карантину

Джерело:[20; 24]

QR-меню – це можливість демонструвати гостям страви та напої в зручному і для гостей, і для керівників форматі, з використанням сучасних технологій, що має свої переваги, зокрема [25]:

- простота у використанні – не потребує технічних знань, з простим інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом;
- надійність – ефективний багаторівневий захист даних;

- гнучкість – меню динамічно змінюється, завдяки чому показується більш актуальна інформація;

- рентабельність – наочність і безпека збільшують продажі.

Важливими постачальниками туристичних послуг є аеропорти. Так, державна авіаційна служба України видала рішення з безпеки польотів щодо експлуатаційних заходів протидії розповсюдженню інфекції коронавірусу:

- фізичне дистанціювання (1,5 м між людьми), захисні маски, електронна альтернатива процесам – мобільна реєстрація та безконтактна посадка;

- доступ до терміналів аеропорту має бути максимально обмежений для пасажирів, членів екіпажу та персоналу;

- посилені гігієнічні процедури та прибирання, а у місцях із високою концентрацією пасажирів мають бути вжиті заходи для запобігання черг тощо;

- пасажирів слід також проінструктувати щодо процедур безпечної утилізації використаних масок для обличчя; в аеропорту повинні бути безконтактні контейнери для сміття, а пакети для одноразового використання мають бути на борту для утилізації використаних масок після висадки.

Експлуатанти аеропортів та експлуатанти літаків повинні включати інформацію щодо правильного використання та зняття масок та належного способу утилізації вживаних масок у інформаційному матеріалі щодо безпеки здоров'я.

Крім того, експлуатанти аеропортів також повинні розглянути можливість придбання масок в аеропортах, якщо пасажир не мав можливості їх придбання заздалегідь (наприклад, торговельні автомати);

Персонал, що безпосередньо взаємодіє з пасажиром (наприклад, агенти перевірки безпеки, помічники для пасажирів з обмеженою рухливістю, персонал з прибирання тощо) повинні носити медичну маску для обличчя, рукавички та свою уніформу; уніформу слід міняти щодня, а якщо уніформу не можна змінювати щодня, слід застосовувати захисний костюм як альтернативу.

Агенти перевірки безпеки, які проводять перевірку тіла, повинні носити щитки для обличчя, щоб додатково зменшити ризик вдихання крапель,

викликаного дуже тісним контактом з пасажиром, що перевіряються. Персонал, що взаємодіє з пасажиром через захисний екран, не повинен постійно носити засоби індивідуального захисту.

Важливим кроком є активне використання картки місцезнаходження пасажирів ВООЗ, ІАТА, ІКАО (PLC) – пасажирів літаків повинні надати свої дані відповідним органам охорони здоров'я на вимогу для відстеження контактів.

Також в 2020 році в аеропорту «Бориспіль» пасажирів дозволили використовувати мобільний додаток «Дія» замість пред'явлення оригіналів паспортів.

Аеропорт запропонував самостійну верифікацію – підносять до зчитувача посадковий талон, показують паспорт, і оператор бачить всю інформацію на екрані, таким чином зменшуючи контакти з документами інших осіб.

Також безконтактні технології присутні на паркінгу. На 2 поверсі працює перша черга зарядних станцій для електромобілів і власники авто, завантаживши мобільний додаток, мають можливість зарядити автомобіль і сплатити послугу через онлайн-банкінг [26].

Отже, незважаючи на жорсткі обмеження з боку влади щодо діяльності суб'єктів господарювання в туризмі в умовах карантину, безконтактні технології як основний механізм touchless економіки вже дозволяють нівелювати наслідки та поступово повернутися до минулорічного рівня присутності.

2.2. Системи управління туристичними підприємствами за принципами безконтактної економіки

На основі соціологічних досліджень Української асоціації туристичних агентств (УАТА) було складено рейтинг туроператорів за рівнем зручності для туристів у 2020 році за 10-бальною шкалою (10 балів – найкращий результат) [27, 28]. Слід зазначити, що 2020 рік для головних суб'єктів туристичної

діяльності, окрім туроператорів, що на внутрішньому ринку та змогли зберегти свої позиції, став досить неприбутковим. Зараз туроператори, сервіси онлайн-бронювання, керуючі компанії та тисячі турагентів все ще звертаються до своїх резервів. До 70% турагентств не функціонували до червня 2020 року, проте, наприклад, орендна плата, як постійні витрати, мала місце.

Одним з питань щодо вирішення кризової ситуації може стати застосування механізмів безконтактної економіки, а саме диджиталізація комунікації. Диджиталізація – термін, що використовується для позначення цифрової трансформації суспільства та економіки. Його характерною рисою є використання цифрових технологій та інновацій (рис. 2.4) [15].

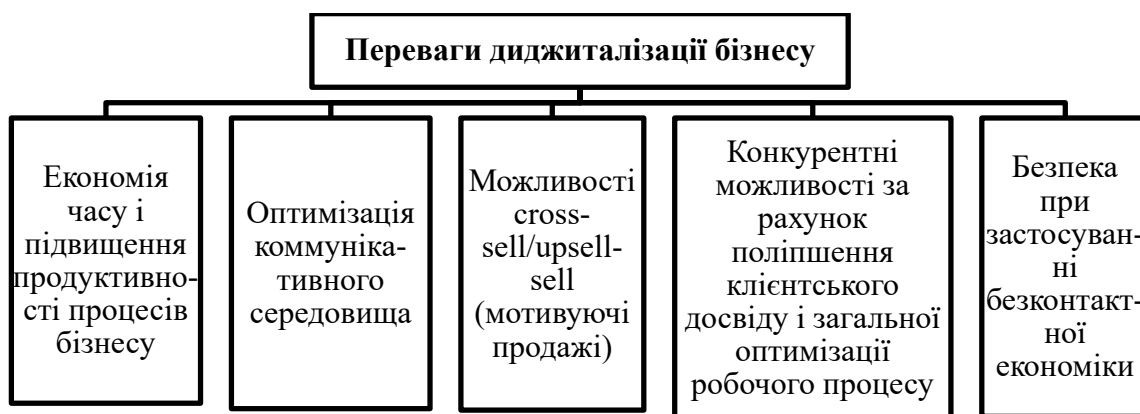


Рис. 2.4. Переваги диджиталізації бізнесу

Джерело:[15]

Згідно з прогнозами IТPro, з початку 2020 року інвестиції у диджитал-технології та послуги у світі мали досягти 2,3 трлн дол. США до 2023 року.

На сьогодні туроператори змушені адаптувати модель бізнесу до технологій, з якими вони не планували працювати ще довгий час. Нагальною стала проблема захисту співробітників та клієнтів. Нетворкінг і бізнес-комунікації у дистанційному режимі є невід’ємною частиною їх діяльності. Альтернативними стали відеоконференції з використанням платформ Teams, Zoom, Skype тощо. Classroom використовується для налагодження суворої відповідальності серед працівників. А більшість вебінарів, що дали змогу фрайчанзинговим та іншим турагентам переорієнтуватися на нові продукти та

отримати рекомендації спеціалістів, були організовані, наприклад, «Coral Travel», «Mozenidis Travel» та «TPG» на YouTube чи Google Meet.

Для віддаленого зв'язку туристичними компаніями зі значним штатом використовуються такі додатки, як віртуальне середовище Citrix і VMware, віртуальні приватні мережі (VPN), платформи для корпоративного співробітництва (як HighQ) тощо. Організація віртуальних офісів допомагає менеджерам підтримувати зв'язок між командами і є альтернативою особистим бізнес-зустрічам. Туристичні оператори сфокусували свою увагу на вихованні висококваліфікованих спеціалістів, організовуючи віртуальні школи, курси для самостійного вивчення, платформи для онлайн-навчання, системи дистанційного навчання за напрямками та інші. Ті з компаній, що у довгостроковій перспективі використають здобутки періоду пандемії та кращі інструменти адаптації, що дозволяють їм бути гнучкими, рухливими, у подальшому зможуть реагувати на зміни трендів, контролювати і відслідковувати дії конкурентів та створити оптимальний ланцюжок поставок з використанням робочої сили. Так, туристичним компаніям доводиться переорієнтовувати один з етапів реалізації продукту іноземному споживачу, а саме на реформу отримання української електронної візи (e-Візи), що з листопада 2020 року здійснюється за сучасною та зручною процедурою [29].

Організатори туризму з 2020 року мають змогу використовувати чат-бот «Укрзалізниця» для реалізації додаткової послуги з бронювання місць. Основними рішеннями щодо інтернет-маркетингу та інструментів B2B та B2C залишаються соціальні мережі, офіційні сайти та пошукові платформи. Для здійснення оплати безконтактним способом активно застосовується ефективна технологія онлайн-банкінгу, що дозволяє не лише зменшити контактність, але й знизити витрати на комісію банку.

IT-провайдером світової індустрії подорожей «Amadeus» у своїй докарантинній діяльності вже використовувалася низка безконтактних технологій, таких як біометрія та біометричний профіль туриста, штучний

інтелект управління цифровими ідентичностями, що набули особливої популярності та надали відносної стійкості на час кризового періоду [30].

Так, використання AI (artificial intelligence – «штучний інтелект») дозволив налагодити комунікацію з дестинацією, пропонуючи до основного запиту зміни, які можемо очікувати у найближчі місяці в країні, обмеження на поїздки та попередження, навігація, стандарти індустрії гостинності тощо. Компанії-користувачі можуть спільно обмінюватися інформацією, щоб краще дізнатися про переваги країн, а завдяки швидкому пошуку та доступу до даних та інформації від туристичних постачальників, продавців та пунктів призначення пошук є більш відкритим та менш лінійним, більш інтуїтивним, особистим та інформативним, ніж будь-коли раніше. Іншим варіантом стабілізації попиту в кризовий період може стати застосування гейміфікації. Міжнародний оператор «TEZTour» дозволяє туристам заробляти знижки під час несезону чи введення карантинних обмежень за рахунок досягнень в онлайн-грі в жанрі shooter «Travel Antivirus». За накопичені бали турист зможе отримувати промокоди на знижки при бронюванні туру або проживання в готелі. Гейміфікація в бізнес-середовищі вийшла на особливий рівень популярності і зайняла свою нішу в просуванні товарів і послуг. Використання ігрових механік дозволяє викликати у клієнтів позитивні емоції та утримувати їх лояльність у довгостроковій перспективі [31].

Таким чином, системи управління туристичними підприємствами набула нових рис за рахунок виникнення загрози неплатоспроможності внаслідок кризи пандемії.

Висновки до розділу 2

Вітчизняна економіка існує в умовах невизначеності, спричиненої пандемією, та вимагає від підприємств швидкої адаптації до роботи в новому форматі. Суб'єкти державної влади створили чіткі вимоги, що можуть забезпечити максимально комфортні для здоров'я умови функціонування для

співробітників та стейкхолдерів в період кризи, що, в свою чергу, сприятиме зростанню економічної ситуації у країні. Механізми безконтактної економіки дозволяють створити безпечні умови управління та ефективну комунікацію back-office та front-office.

РОЗДІЛ 3. УПРОВАДЖЕННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Програма заходів щодо вдосконалення управлінських процесів та системи обслуговування із застосуванням безконтактної економіки

Досліджуючи сучасний стан економіки в Україні, нами було виявлено тенденцію до популяризації прикладних безконтактних механізмів.

Більшість туристичних підприємств постійно використовують онлайн-сервіси, що також є прикладами економіки мінімального контакту, проте саме карантинний період виявив потребу в їх масштабному застосуванні.

Ми пропонуємо ряд реформаційних кроків (рис. 3.1), що дозволять зменшити фізичний контакт між співробітниками, надати максимально даних для швидкої адаптації нових працівників, які найбільш сумісні із запропонованою посадою та відслідковувати поточний стан роботи із застосуванням мотиваційного елемента робочого середовища.

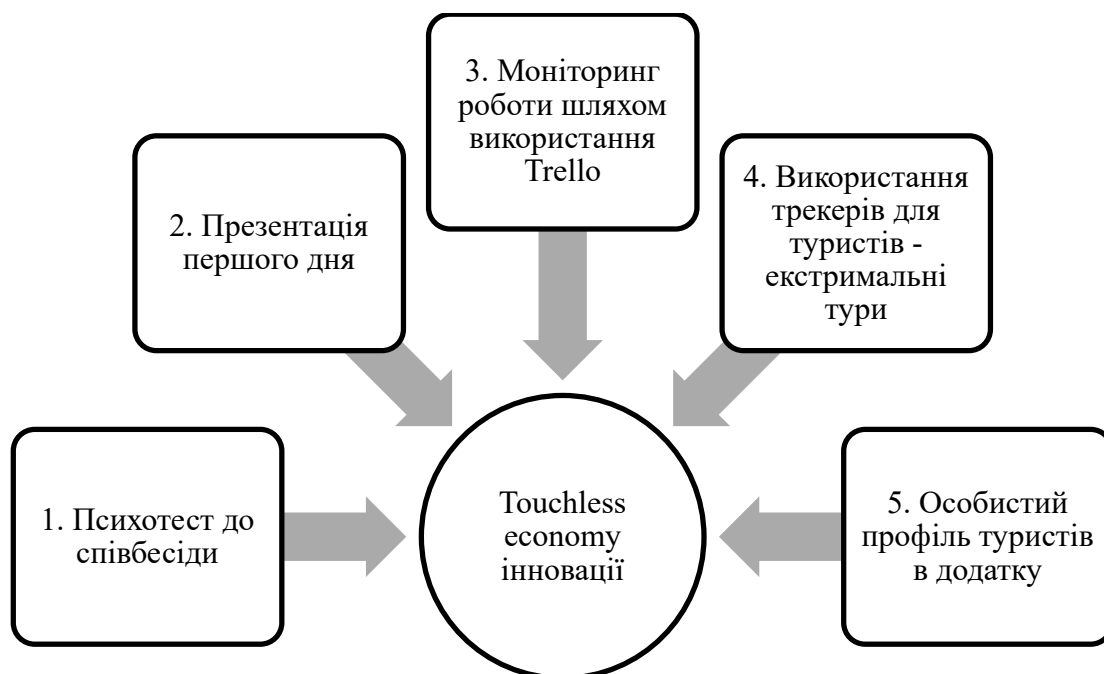


Рис. 3.1. Запропоновані туроператорам touchless інновації

Джерело: складено автором

Отже, першим етапом застосування принципів безконтактної економіки в умовах кризи для налагодження комунікації є аплікація психологічного тесту в окремому розділі в додатку туристичного оператора, що вже існує, чи окремий фрейм на офіційному сайті для доступу до співбесіди або визначення сумісності потенційного співробітника з посадою. Такий крок є незначною у фінансовому плані операцією, може використовуватися в довгостроковому періоді та застосовувати «помічника», який є частиною брендингу більшості туристичних компаній. Додатковою до попередньої є пропозиція з розробки та використання презентації першого дня, що ознайомлює з історією компанії, специфікою її діяльності та послугами, а також з усіма колегами, розповідає про можливості та бонуси, що надаються персоналу, і показує всі необхідні для роботи внутрішні регламенти. Розділ FAQ дозволяє новим співробітникам швидко знаходити відповіді на поширені питання. Для розробки необхідно більш значних фінансових витрат, проте для збору інформації не потрібні додаткові сили. Для створення інтерактивної презентації першого робочого дня туристичний оператор може скористатися послугами спеціалізованих ІТ-компаній, краще вітчизняних, адже, по-перше, наші спеціалісти мають змогу створити продукт простим та доступним для вітчизняного користувача, по-друге, презентацію слід продублювати коректно на трьох мовах широкого вжитку в туризмі – українській, російській та англійській для міжнародних співробітників і, по-третє, наш ринок пропонує значно дешевші послуги високої якості.

Наступним є етап застосування системи моніторингу результатів роботи в режимі окремих позначень – кольорів, за допомогою сервісу Trello (рис. 3.2), що є повністю безкоштовним. Витратами на цьому етапі є лише час роботи менеджерів на створення записів у програмі. Проекти і завдання окремих відділів висвічуються різними кольорами: червоним – ті, хто не дотримується термінів виконання, жовтим – у процесі закриття плану, зеленим – роботу за певний термін чи проєкт виконано. Така система є мотиваційною, що проковує бажання підрозділів не потрапляти в «червону зону» за окремими завданнями в

сервісі, з урахуванням загальної доступності цього файлу, створюючи змагальний ефект. Trello забезпечує активну співпрацю між членами команди чи окремими підрозділами, це зручний і продуктивний спосіб організувати проекти та розставити їх за пріоритетами. Сервіс допомагає відслідковувати статус виконання завдань у відсотковому співвідношенні, контролюючи відповідальних. Важливим доповненням є можливість надсилання вкладень, доступних управлінському рівню [32].

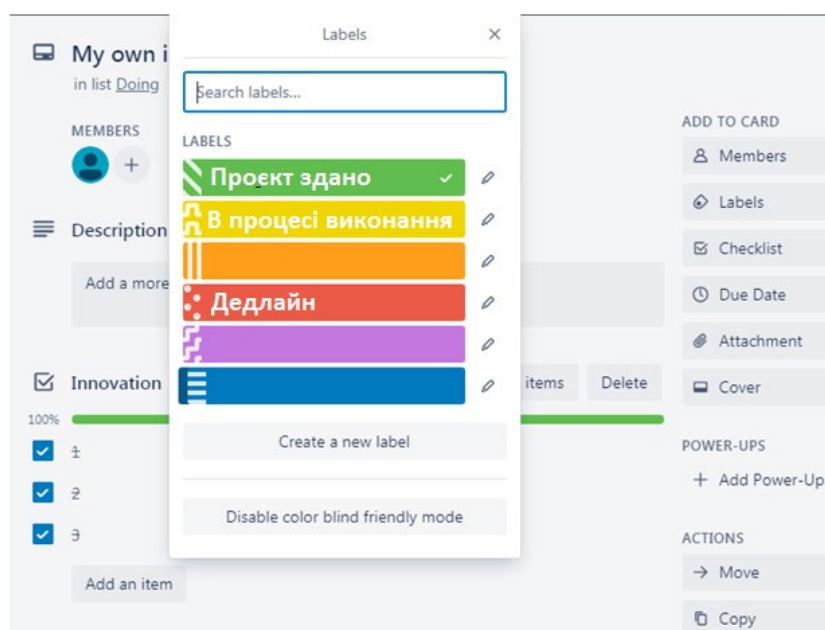


Рис. 3.2. Приклад застосування онлайн-сервісу Trello

Джерело:[32]

Щодо безпосередньо front-office, пропонуємо такі два кроки. По-перше, зручний та надійний спосіб відслідковування маршруту та стану здоров'я туристів, зацікавлених в активному відпочинку, використання смарт-трекерів – фітнес-браслетів широкого функціоналу є найвигіднішою пропозицією. Світовий ринок фітнес-трекерів та браслетів для визначення фізичного та емоційного стану людини є одним із найбільш динамічно зростаючих. В Україні діапазон їх цін починається від 500 грн. Їх якість дозволяє повторну експлуатацію туристом. Крім того, споживачі можуть бути дистанційно обізнані про невідкладні повідомлення або необхідність евакуації. Браслети дозволяють швидко надати допомогу у випадку втрати свідомості власником.

Реалізація програми може створити культуру гейміфікації при синхронізації з додатком, що підвищує рівень задоволення споживачів. По-друге, створення особистого профілю користувача в окремому розділі додатка туристичного оператора з картою відвідувань визначних пам'яток з варіантом розробки бонусної програми: з підвищенням рівня «досвіду» туристів, користувачі можуть розраховувати на отримання додаткового безкоштовного сервісу – екскурсій, що підвищить зацікавленість туристів, їх лояльність, і, як результат, прибутки компанії [33].

Для впровадження запропонованих елементів безконтактності нами було запропоновано етапи, що повинні бути узгоджені з адміністративними органами управління туристичного оператора (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Алгоритм дій щодо аплікації практичних інструментів безконтактності

Найменування заходу	Виконавці	Відповідальний	Період реалізації
Погодження із власником на основі фінансових можливостей та отримання доступу до потрібної інформації	Власник, ініціатор, спеціаліст з програмного забезпечення	Власник	01.03.2021 – 19.03.2021
Збір інформації та розробка психологічного онлайн-тесту	Практикуючий психолог (на аутсорсингу), спеціаліст з програмного забезпечення, HR-менеджер	HR-менеджер	22.03.2021 – 09.04.2021
Відбір інформації та розробка інтерактивної презентації	Власник, HR-менеджер, спеціаліст з програмного забезпечення	HR-менеджер	22.03.2021 – 09.04.2021
Тестування сервісу Trello в роботі	Власник, HR-менеджер, співробітники	HR-менеджер	22.03.2021 – 02.04.2021
Аналіз ефективності використання трекерів, дослідження пропозицій ринку, апробація на внутрішньому ринку (в період карантину)	Власник, спеціалісти відділу маркетингу, менеджер з продажу	Менеджер з продажу	22.03.2021 – 16.04.2021
Модифікація додатка для створення окремого розділу – «Туристу»	Власник, менеджер з продажу, спеціаліст з програмного забезпечення, менеджер	Спеціаліст з програмного забезпечення	22.03.2021 – 16.04.2021

Закінчення табл. 3.1

Найменування заходу	Виконавці	Відповідальний	Період реалізації
Моніторинг рівня задоволення та зручності використання окремих елементів моделі після апробації	Спеціалісти відділу маркетингу, менеджер, співробітники	Спеціалісти відділу маркетингу	12.04.2021 – 16.04.2021
Виправлення недоліків, виявлених у роботі	HR-менеджер та співробітники, практикуючий психолог	HR-менеджер	19.04.2021 – 23.04.2021
Аналіз ефективності використання робочого часу та фінансових ресурсів	Власник, HR-менеджер, співробітники бухгалтерського відділу	Власник	26.04.2021 – 30.04.2021

Джерело: складено автором

Таким чином, заходи адміністративного менеджменту дозволять забезпечити в повній мірі відповідальність осіб за адаптацію нових елементів за принципами безконтактності та послідовності кожної з дій організаторів.

3.2. Оцінка впровадження запропонованих заходів у діяльність туристичної компанії

З метою обґрунтування інноваційних елементів моделі управління нами проведено SWOT-аналіз перспектив для туристичного оператора, який має на меті застосування пропозиції (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Матриця SWOT-аналізу пропозиції

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Імідж та репутація компанії 2. Навички роботи з ІТ у співробітників компанії 3. Потреба організації обмеженого контакту в період карантину	1. Вартість окремих елементів 2. Витрати часу на адаптацію проекту 3. Стереотипне мислення та бар'єри щодо позитивного сприйняття інновацій
Можливості	Загрози
1. Зменшення навантаження на співробітників відділу кадрів; 2. Зменшення фінансових витрат, підвищення прибутку	1. Плинність кадрів 2. Порухення конфіденційності інформації 3. Людський фактор: неправильне розуміння, страх

Закінчення табл. 3.2

Можливості	Загрози
3. Економія робочого часу 4. Велике охоплення кадрів під час відбору та фокусування на основних потребах компанії в людському ресурсі 5. Використання досвіду попередніх років для швидкої адаптації нових співробітників 6. Мотивація серед працівників 7. Розвиток інноваційного статусу туристичної компанії серед споживачів 8. Підвищення рівня корпоративної культури компанії 9. Зростання рівня привабливості на ринку праці туризму	4. Збої в роботі програмного забезпечення 5. Недоречність розробки тесту для оцінки психологічної сумісності

Джерело: складено автором

Для оцінки всіх факторів, зазначених в аналізі, побудуємо карту SWOT за баловим методом (5-балова шкала) (табл. 3.3), де:

- 1 – сила фактору є незначною;
- 2 – сила фактору є помірною;
- 3 – сила фактору є відчутною;
- 4 – сила фактору є значною;
- 5 – сила фактору є максимально значною.

Таблиця 3.3

Карта аналізу SWOT-матриці пропозиції

Сильні сторони	Бал	Слабкі сторони	Бал
1. Імідж та репутація компанії	3	1. Вартість окремих елементів	4
2. Навички роботи з ІТ у співробітників компанії	4	2. Витрати часу на адаптацію проекту	3
3. Потреба організації обмеженого контакту в період карантину	5	3. Стереотипне мислення та бар'єри щодо позитивного сприйняття інновацій	2
Сума балів	12	Сума балів	9
Можливості		Загрози	
1. Зменшення навантаження на співробітників відділу кадрів	3	1. Незручність використання запропонованих інструментів безконтактності	4
2. Зменшення фінансових витрат	4	2. Порушення конфіденційності інформації	5
3. Економія робочого часу	4	3. Людський фактор: неправильне розуміння, страх	3
4. Більше охоплення кадрів під час відбору та фокусування на основних потребах компанії в людському ресурсі	5	4. Збої в роботі програми	1

Закінчення табл. 3.3

Можливості		Загрози	
5. Зменшення навантаження на співробітників відділу кадрів	3	5. Незручність використання запропонованих інструментів	4
6. Зменшення фінансових витрат	4	6. Порухення конфіденційності інформації	5
7. Економія робочого часу	4	7. Людський фактор: неправильне розуміння, страх	3
8. Більше охоплення кадрів під час відбору та фокусування на основних потребах компанії у людському ресурсі	5	8. Збої в роботі програмного забезпечення	1
9. Використання досвіду попередніх років для швидкої адаптації нових співробітників та уникнення помилок	3	9. Недоречність розробки тесту для оцінки психологічної сумісності	3
10. Мотивація серед працівників	4		
11. Розвиток інноваційного іміджу туристичної компанії серед споживачів	3		
12. Підвищення рівня корпоративної культури компанії; привабливості на ринку праці туризму	3		
Сума балів	32	Сума балів	16

Джерело: складено автором

Отже, аналіз параметрів виявив, що сильні сторони було оцінено в 12 балів, слабкі – 9 балів, можливості – 32 бали та загрози – 16 балів. Для узагальнення слід виявити частку впливу кожного сегменту матриці на реальність впровадження інновації. За результатами найбільше значення відображене в елементі «Сила та можливості», а саме бали. Інші значно відрізняються від отриманого максимального показника. Отже, пропозиція має всі можливості для ефективного функціонування на підприємстві (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Узагальнення результатів аналізу SWOT-матриці

Окремі параметри	Бали	Можливості	Загрози
		32	16
Сильні сторони	12	$12 \cdot 32 = 384$	$12 \cdot 16 = 192$
Слабкі сторони	9	$9 \cdot 32 = 288$	$9 \cdot 16 = 144$

Джерело: складено автором

Результати дослідження також дали можливість узагальнити можливі ризики інновації та шляхи їх подолання (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Ризики адаптації запропонованої моделі безконтактності

№ п/п	Опис ризику	Ймовірність виникнення ризику (1-3, де 1 – низька, 3 - висока)	Вплив ризику (1-3, де 1 – низький, 3 - високий)	План мінімізації ризику
1	Незручність використання запропонованих інструментів безконтактності	Низька	Високий	1. Організувати деталізацію вимог та чіткого, зрозумілого технічного завдання для розробників. 2. Прийняти заходи щодо усунення проблем. 3. Періодичний моніторинг задоволення роботи працівників
2	Порушення конфіденційності інформації	Низька	Високий	1. Чіткість визначення рівня доступності інформації. 2. Зменшити плинність кадрів. 3. Підвищення умотивованості працівників
3	Людський фактор: неправильне розуміння, страх	Середня	Середній	1. Призначення відповідальної особи для координації та корегування даних сервісів та деталізація інструкцій щодо використання, можливо, відеофайл
4	Збої в роботі програмного забезпечення, інші технічні проблеми	Низька	Низький	1. Детально аналізувати та моніторити проект на кожному етапі створення та робити правки
5	Недоречність розробки тесту для оцінки психологічної сумісності	Низька	Високий	1. Робота з професійним практикуючим психологом для пошуку найкращого варіанта

Джерело: складено автором

Отже, фінансові витрати є разовими при адаптації проекту та мають незначний вплив на перспективи впровадження, адже можуть бути реалізовані самостійно туристичним оператором. Значного рівня впливом на оцінку є загроза акумулювання, хоч і поверхової, проте конфіденційної інформації в

одному джерелі. Проте аналіз виявив переважання потенційних можливостей, що дозволяє назвати програму заходів щодо впровадження безконтактних технологій в туризмі перспективною та ефективною.

Висновки до розділу 3

Запропоновано ряд інструментів на основі диджиталізації, що зможуть бути корисними для туристичних операторів як у період карантинних обмежень діяльності, та і у подальшому. Незважаючи на фінансові витрати для розробки механізмів безконтактності, проведений аналіз дозволив стверджувати, що потенційні можливості переважають загрози. Програма заходів щодо впровадження безконтактних технологій в туризмі є перспективною та ефективною для туроператорів.

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами дослідження щодо використання технологій безконтактності в туристичній галузі світового та вітчизняного ринку можна зробити такі висновки:

1. Touchless economy – це безконтактна економічна діяльність, або іноді інтернет-економіка, вебекономіка, цифрова економіка, що дозволяє зменшити фізичну взаємодію суб'єктів. Окремими застосуваннями є онлайн-зустрічі, звітність та покупки, сесії з прямим ефіром та віртуальні конференції, дистанційне навчання тощо. Такі механізми дають змогу зменшити постійні витрати підприємств.

2. Вітчизняна економіка перебуває в умовах невизначеності, проте її рівень інноваційності постійно зростає. Суб'єкти господарювання змушені адаптуватися до чітких вимог щодо роботи у період пандемії. Безконтактна економіка та її здобутки дозволяють створити безпечні умови управління та ефективну комунікацію зі співробітниками та стейкхолдерами на всіх рівнях.

3. Запропоновано систему кроків на основі диджиталізації та гейміфікації, ефективних для туристичних операторів у поточній та майбутній діяльності, що не суперечать карантинним обмеженням у період кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. UNWTO (World Tourism Organization) (2020). World Tourism Barometer, Volume 18, Issue 2, May 2020, Madrid, Spain.
2. Що таке Low Touch Economy? Furniture Communication Project. 28 квітня 2020. URL: <https://fcproject.ru/timeline-low-touch-economy/> (дата звернення: 27.09.2020).
3. Tim Wu. We Need to Protect the ‘Touchless Economy. The New York Times’. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/25/opinion/coronavirus-economy-delivery.html> (дата звернення: 27.09.2020).
4. Манучарян Д. Ноу-хау / Как Pepsi и Beyond Meat побороли COVID и что делать остальному бизнесу – исследование. ЛІГАБізнесІнформ. 09.12.2020. URL: <https://biz.liga.net/keysy/all/article/kak-mirovye-giganty-poboroli-covid-i-cto-delat-ostalnomu-biznesu-issledovanie> (дата звернення: 27.09.2020).
5. Тимків А. О. Вектори розвитку економіки України в умовах «touchless economy»/ Business Inform 6:49–55. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-49-55>. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-6_0-pages-49_55.pdf (дата звернення: 27.09.2020).
6. Touchless Economy And Its Post-Pandemic. itkey.media. TETIANA SHATAIEVA ON APRIL 10, 2020. URL: <https://itkey.media/touchless-economy-and-its-post-pandemic-future> (дата звернення: 27.09.2020).
7. The Low Touch Economy is here to stay. BoardOfInnovation. URL: <https://www.boardofinnovation.com/low-touch-economy/> (дата звернення: 27.09.2020).
8. What is the Low Touch Economy? BoardOfInnovation. URL: <https://www.boardofinnovation.com/blog/what-is-the-low-touch-economy/> (дата звернення: 27.09.2020).
9. Japan’s «touchless economy» set for growth as pandemic era promotes use of sensors. URL: <https://www.thenational.ae/business/technology/japan-s->

touchless-economy-set-for-growth-as-pandemic-era-promotes-use-of-sensors-1.1025115 (дата звернення: 11.10.2020).

10. Бесконтактный умный отель в Китае. Туристическая Ассоциация «Мир без границ». URL:<http://mbg.ехросom.pro/news/beskontaktnyy-umnyy-otel-v-kitae> (дата звернення: 11.10.2020).

11. Touchless travel blueprint unveiled for the post-COVID-19 world. TravelDailyNews Media Network. Juni 29, 2020. URL: <https://www.traveldailynews.com/post/touchless-travel-blueprint-unveiled-for-the-post-covid-19-world> (дата звернення: 11.10.2020).

12. SIGALA, Marianna. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 2020, 117: 312-321. URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303908#b0185> (дата звернення: 11.10.2020).

13. A Walk Through The History Imbued Ascoli Piceno. Livetouring.Com. URL:<https://www.livetouring.com/en/track/0161-ascoli-piceno> (дата звернення: 11.10.2020).

14. Rossi, D., Petrucci, E., & Olivieri, A. (2014, December). Projection-based city atlas: An interactive, touchless, virtual tour of the urban fabric of Ascoli Piceno. In 2014 International Conference on Virtual Systems & Multimedia (VSMM) (pp. 310-317). IEEE. URL:<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7136672/figures#figures> (дата звернення: 21.10.2020).

15. What is digitalization? Definition of Digitalization. Innolytics AG. Management Systems Software. URL:<https://innolytics-innovation.com/what-is-digitalization/> (дата звернення: 21.10.2020).

16. Touchless Hotel Experience: Adapting to the 'New Normal' of Guest Expectations. Hotel News Resource. June, 9 2020. URL: <https://www.hotelnewsresource.com/article110988.html> (дата звернення: 21.10.2020).

17. Mitra Sorrells. Touchless tech: How hotels are preparing for a post-COVID guest experience. Phocuswright. July 28, 2020. URL:<https://www.phocuswire.com/contactless-technology-solutions-hotels-covid-19> (дата звернення: 21.10.2020).

18. A DIGITAL IDENTITY FOR SAFER, HEALTHIER TRAVEL. Oliver Wyman. June 23, 2020. URL: <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2020/jun/a-digital-identity-for-safer-healthier-travel.html> (дата звернення: 21.10.2020).

19. The Global Innovation Index (GII) 2020: Who Will Finance Innovation? URL:<https://www.globalinnovationindex.org/Home> (дата звернення: 05.12.2020).

20. Розпорядження керівника робіт з ліквідації наслідків НС. Київська міська державна адміністрація. Офіційний портал Києва. URL: https://kyivcity.gov.ua/likarni_ta_medytsyna/zdatni_zupiniti_400608/rozporyadzhennya_kerivnika_robit_z_likvidatsi_naslidkiv_nadzvichayno_situatsi/ (дата звернення: 05.12.2020).

21. Гришина О. Готелі на карантині: працюємо до останнього клієнта та впроваджуємо інновації. Property Times. 27.03.2020. URL:https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/goteli_na_karantini_pratsyuemo_do_ostannogo_klienta_ta_vprovadzhuemo_innovatsiyi (дата звернення: 05.12.2020).

22. Берещак В. Обзор рынка отелей: как восстанавливаются гостиницы Украины. Thepage.ua / Недвижимость. URL: <https://thepage.ua/real-estate/gostinichnyj-rynok-ukrainy-glavnye-trendy-za-1-polugodie-2020-goda> (дата звернення: 05.12.2020).

23. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. Thepage.ua / Ексклюзив. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення: 05.12.2020).

24. Столична влада оновила правила роботи бізнесу під час карантину — документ. LIGA360. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NZ203014> (дата звернення: 25.12.2020).
25. Розробка QR-меню для ресторанів від Stravopys. Gazeta.ua. 28 вересня 2020. URL: https://gazeta.ua/articles/promotion/_rozrobka-qrmenuu-dlya-restoraniv-vid-stravopys/987039 (дата звернення: 25.12.2020).
26. Державна авіаційна служба України. Офіційний сайт. Протокол з питань безпеки та здоров'я в авіації, пов'язаний з COVID-19. Експлуатаційний керівний матеріал щодо управління пасажирями повітряного транспорту та авіаційним персоналом у зв'язку з пандемією COVID-19. Дата видання: 20/05/2020. Видання №: 01. URL: <https://avia.gov.ua/wp-content/uploads/2020/06/Protokol.pdf> (дата звернення: 25.12.2020).
27. Рейтинг туроператорів України 2020 року. Advanced Travel. URL: <https://advanttravels.com/ratings/rejting-turoperatorov-ukrainy-2020/> (дата звернення: 25.12.2020).
28. Українська асоціація туристичних агенцій. УАТА. Офіційний сайт. URL: <https://uata.com.ua/> (дата звернення: 25.12.2020).
29. МЗС: Україна видаватиме е-Візи за новою, зручнішою процедурою. Gov.ua. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/mzs-ukrayina-vidavati-e-vizi-za-novoju-zruchnishoyu-proceduroyu> (дата звернення: 29.01.2021).
30. Stefan Ropers. Touchless travel: What will my next journey look like? Amadeus. 16 Jul 2020. URL: <https://amadeus.com/en/insights/blog/touchless-travel-what-will-my-next-journey-look-like> (дата звернення: 30.01.2021).
31. Уничтожь коронавирус – заработай на отдых! Туроператор TEZ TOUR запустил виртуальную игру Travel Antivirus. Офіційний сайт TezTour. 30.06.2020. URL: <https://www.tez-tour.com/news.html?id=4940> (дата звернення: 31.01.2021).
32. Офіційний сайт Trello. URL: <https://trello.com/uk> (дата звернення: 31.01.2021).
33. Кучер Тата. Как в стартапе FORCE Emotion намерены спастись

людей от выгорания. Delo.ua. 29 МАЯ 2018. URL: <https://delo.ua/business/kak-v-startape-force-emotion-hotjat-spasat-ljudej-ot-vygoranija-343015/> (дата звернення: 31.01.2021).

Додатки

Додаток А

ЛЬВІВСЬКИЙ НАУКОВИЙ ФОРУМ

МАТЕРІАЛИ

II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ШЛЯХИ
РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ОСВІТИ**

3-4 жовтня 2020 року

ЗМІСТ

Економічні науки	5
<i>Бунда Г.В., Марич А.В.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	5
<i>Газарин Г.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ПРОЦЕДУРІ БАНКРУТСТВА ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЮ.....	7
<i>Демчик Н.Л., Радзівська О.В., Журавель О.О.</i> МИТНІ РИЗНИКИ В ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	10
<i>Кірлюсова М.В., Кожухар Є.В.</i> МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ ДІТЯЧОГО ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ОДЯГУ.....	12
<i>Коваленко А.С.</i> СУТЬ, ВИДИ ТА ПОКАЗНИКИ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ.....	13
Touchless Economy ЗАСТОСУВАННЯ TOUCHLESS ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІ В УМОВАХ ПАНДЕМІ.....	15
<i>Мельниченко Д.О.</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ХАРАКТЕРИСТИК НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	18
<i>Міняйло В.Л., Кулеша Н.М.</i> ДІЯЛЬНІСТЬ ДАСУ НА МІСЦЯХ: ОЦІНКА АКТИВНОСТІ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОРГАНІВ У 2019 Р.....	20
<i>Мірюченко А.О., Міняйло В.Л.</i> ПРОБЛЕМИ В ЗДІЙСНЕННІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ.....	22
<i>Патунів Н.І., Амброзюк І.Д.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО АПАРАТУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	24
Історичні науки	25
<i>Жалобчук Х.І.</i> ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ І СУЧАСНИЙ СТАН САНАТОРНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ НА РІВНЕНЩИНІ.....	25
Медицинські науки	28
<i>Бабійчук Л.В., Бабійчук В.Г., Ковач С.Н.</i> КРИОКОНСЕРВІРОВАННЯ КОРДОВАЯ КРОВЬ И АРТЕРИАЛЬНАЯ ГИПЕРТЕНЗИЯ.....	28
<i>Григоровський О.В., Куш О.Г., Шведова Т.А., Бесараб І.О.</i> ЗАЛЕЖНІСТЬ ПЕРІОДУ ВІДНОВЛЕННЯ СЕРЦЕВО-СУДИННОЇ СИСТЕМИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОМАТОТИПУ ЛЮДИНИ, МІСЦЯ ПРОЖИВАННЯ, СПОСОБУ ЖИТТЯ ТА СТАТІ.....	30
<i>Кравчук Н.Д., Підлісна В.В., Казюк О.С.</i> РОЛЬ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИ ВИКЛАДАННІ КЛІНІЧНИХ ДИСЦИПЛІН ТЕРАПЕВТИЧНОГО ПРОФІЛЮ.....	31
<i>Михаленко Р.В., Опофрейчук Х.О., Грищенкова О.С., Подсорна А.Д., Косоланов О.П.,</i>	33
<i>Бобрик Л.І., Золоторьова Н.В.</i> ПРОГРАМА ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГУЛЯТОРНИХ ФУНКЦІЙ ПРИ СИНДРОМІ ЛОБНОЇ ДОЛІ ТРАВМАТИЧНОЇ ЕТИОЛОГІЇ.....	33
Національна безпека	35
<i>Кубрак Д.О., Кірієнко Б.М.</i> ІНФОРМАЦІЙНА ПРОПАГАНДА ЧЕРЕЗ ЗМІ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ.....	35
<i>Лямчук М.В.</i> ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК ПРІОРИТЕТНА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	36
Педагогічні науки	38
<i>Аніщенко О., Мішківченко К.</i> THE PROBLEM OF STUDENT MOTIVATION IN LEARNING ENGLISH IN THE CONTEXT OF DISTANCE EDUCATION IN HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS.....	38

ТЕЗИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
 «КОНЦЕПТУАЛЬНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ОСВІТИ»
 («ЛЬВІВСЬКИЙ НАУКОВИЙ ФОРУМ», 3-4 ЖОВТНЯ 2020 РОКУ)

Міжнародна науково-практична конференція «Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти»

Наук. керівник: Touchless economy
 Touchless economy
 Touchless economy

**ЗАСТОСУВАННЯ TOUCHLESS ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ
 В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Карантинні заходи внаслідок пандемії COVID-19 спричинили значні втрати в туристичній галузі. Так, за оцінками UNWTO за період карантину у 2020 році кількість міжнародних прибуттів зменшилась до 78%, що спричинить збитки в розмірі 1,2 трлн доларів США від експорту туристичних послуг та 120 мільярдів прямих скорочень робочих місць у туризмі [1]. Проте, умови пандемії зробили важливий внесок в переосмислення технологій торгівлі товарами та послугами, передусім посилення ролі безконтактних технологій.

Метою дослідження є визначення основних напрямків застосування безконтактної економіки в туристичній індустрії.

Підходи безконтактної економіки в сфері туризму досліджували такі науковці, як Т. Бу, М. Сігала, Т. Ткаченко, Н. Шевцова, О. Буджова та інші. У той же час, масштабність поширення COVID-19 у світі створили нові умови для застосування безконтактної економіки, що по потребує додаткового дослідження.

Наразі світовий простір пропонує трансформовану модель відносно виробник (продавець)-споживач, що відображена в феномені безконтактної економіки (Touchless Economy) чи економіки мінімального контакту (Low Touch Economy). Окрім безпечної комунікації, перевагою такої моделі є те, що потік доходу не залежить від безпосереднього контакту між покупцями та продавцями та контрагентами. Досліджені підприємства показали підвищення продуктивності, більшу економію часу та зростання фінансових ресурсів.

Світовий та вітчизняний ринок має яскраві приклади застосування інструментів безконтактної економіки суб'єктами туристичного бізнесу, які пропонується об'єднати за напрямками діяльності постачальників послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Приклади застосування інструментів безконтактної економіки в туристичній індустрії

Приклад	Модифікація діяльності підприємства
Організатори туристичного та авіаобслуговування	
SimpliFlying	Компанія у партнерстві з Elemen Automation (інноватор в touchless технологіях) запропонували 29 деталізованих способів безконтактної подорожі пасажирів від реєстрації до вивезення багажу.
SXS Events	Івент компанія масового обслуговування здійснила свої матеріально-технічних та людських ресурси для створення відеороликів, відео курсів, змоніторингу яких можуть бути, наприклад, інструктори з його.
livetouring.com	Чеська платформа, що від 2014 року, пропонує програму Videotouring – відео-маршрутів. Проєкт має нагороди за вклад в туризм. Одним з прикладів є тур літаками Ascoy Roma (Італія).
Заклади харчування та торгівля споживчими товарами	
eGrocery	Модель "електронної бакалії" через програми доставки продуктів Instacart Walmart Grocery та Shipt дозволила значно збільшити прибутки від реалізації (ефект на початкових етапах має більш аксіотажний характер).
McDonald's	Замовлення оформляється дистанційно з цифрового меню за допомогою терміналів самообслуговування, і приносить до столу. Замовлені кави так замовляють, проте зону прийому та отримання замовлення розділяють. Термінали оцінки змоніструються сьогодні.
Stravopuz	КОМПАНІЯ ПРОПОНУЄ РОЗРОБКУ QR-МЕНЮ ДЛЯ РЕСТОРАНІВ (УКРАЇНА)
Засоби розміщення	
ResortSuite	Компанія пропонує готельні мобільні додатки, що максимально виключають контакти з персоналом та іншими споживачами.
Vouch	Стартапу, що пропонує цифрових ботів-консьєржів для готелів (Сінгапур та Індонезія).
ResortSuite	Обслуговуючи Omni Hotels & Resorts, Silmaray, Mitalal та Montage Hotels & Resorts, компанія пропонує інтеграція Готель-Гість за допомогою Мобільних додатків, що максимально виключають контакти з персоналом та іншими споживачами.

Джерело: складено автором

Якщо мова йде про заклади ресторанного господарства, їх адаптація здійснюється за умови створення власної служби доставки чи за співпраці зі Uber Eats, Glovo, Deliveroo тощо. Популярною є тенденція переходу на модель «марного ресторану» (Ghost kitchen).

Індустрія гостинності також набула досвіду безконтактної економіки, використовуючи нові можливості мобільних додатків, такі як «мобільна реєстрація», «мобільна ідентифікація гостя номера» (штрих-код), «мобільні запити гостей», «інформація про готель», «мобільне виселення» тощо.

Важливим питанням для аеропортів, авіакомпаній є створення системи дистанційної перевірки ідентичності поза межами аеропорту. Технологія вже доступна і перевірена. Вона заснована на зчитуванні паспортних даних за допомогою NFC (зв'язок на невеликих відстанях) з новітньою миттєвою технологією розпізнавання облич.

Індустрія гостинності також набула досвіду безконтактної економіки, використовуючи нові можливості мобільних додатків, такі як «мобільна реєстрація», «мобільна ідентифікація гостя номера» (штрих-код), «мобільні запити гостей», «інформація про готель», «мобільне виселення» тощо.

Важливим питанням для аеропортів, авіакомпаній є створення системи дистанційної перевірки ідентичності поза межами аеропорту. Технологія вже доступна і перевірена. Вона заснована на зчитуванні паспортних даних за допомогою NFC (зв'язок на невеликих відстанях) з новітньою миттєвою технологією розпізнавання облич.

Якщо мова йде про заклади ресторанного господарства, їх адаптація здійснюється за умови створення власної служби доставки чи за співпраці зі Uber Eats, Glovo, Deliveroo тощо. Популярною є тенденція переходу на модель «марного ресторану» (Ghost kitchen).

Індустрія гостинності також набула досвіду безконтактної економіки, використовуючи нові можливості мобільних додатків, такі як «мобільна реєстрація», «мобільна ідентифікація гостя номера» (штрих-код), «мобільні запити гостей», «інформація про готель», «мобільне виселення» тощо.

Важливим питанням для аеропортів, авіакомпаній є створення системи дистанційної перевірки ідентичності поза межами аеропорту. Технологія вже доступна і перевірена. Вона заснована на зчитуванні паспортних даних за допомогою NFC (зв'язок на невеликих відстанях) з новітньою миттєвою технологією розпізнавання облич.

Індустрія гостинності також набула досвіду безконтактної економіки, використовуючи нові можливості мобільних додатків, такі як «мобільна реєстрація», «мобільна ідентифікація гостя номера» (штрих-код), «мобільні запити гостей», «інформація про готель», «мобільне виселення» тощо.

Важливим питанням для аеропортів, авіакомпаній є створення системи дистанційної перевірки ідентичності поза межами аеропорту. Технологія вже доступна і перевірена. Вона заснована на зчитуванні паспортних даних за допомогою NFC (зв'язок на невеликих відстанях) з новітньою миттєвою технологією розпізнавання облич.

У звіті *SimpliFlying&Elenium* щодо проектів для авіакомпаній та аеропортів у всьому світі, пропонуються такі рішення, як:

- використання торгових автоматів із засобами індивідуального змисту (аеропорти Дубай та Лас-Вегас);
- запровадження терміналів для вимірювання життєвих показників пасажирів та персоналу – за потреби також відео-консультація лікаря (аеропорт Абу-Дабі);
- безконтактна реєстрація багажу (BagDNA від Elenium): кожен мішок однозначно розпізнається за три секунди без спеціальних міток валіз;
- використання цифрових торгових автоматів з безконтактною доставкою до готелів та будинків (розпізнавання пасажирів за біометрією) покупок безпосередньо до своїх готелів або домівок;
- безконтактна посадка (аеропорт Гатвік-Лондон), куди гостей запрошують індивідуально, коли приходить час посадки.

Аруба, як туристичноорієнтована країна, адаптується до нових високих стандартів безпеки, розробляє безконтактне всеохоплююче рішення, з використанням біометрії - програма *Aruba Happy Flow* (рис. 1).

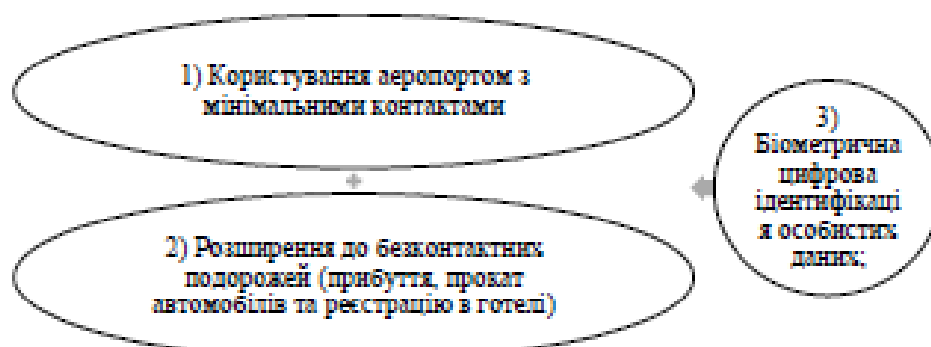


Рис.1. Програма трансформації Agiba Harry Flow

Дослідивши сучасні умови роботи підприємств, американське агентство Board of Innovation розробило план з чотирьох кроків для створення дієвої стратегії за принципом економіки мінімального контакту (рис.2):

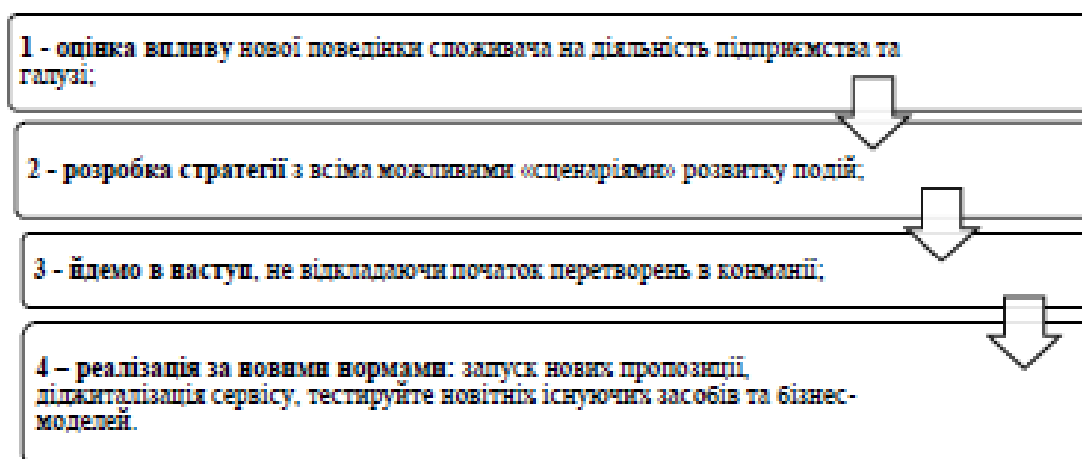


Рис. 2. Стратегічний план Board of Innovation

Таким чином, умови пандемії спричинили до підвищення рівня застосування інструментів безконтактної економіки. До того ж, методи набули важливого значення не лише на рівні суб'єктів підприємницької діяльності, але і на державному. Безконтактна економіка може набувати прикладного характеру в галузі організації туризму, готельного господарства, ресторанного авіаційного обслуговування тощо.

Список використаних джерел

1. UNWTO (World Tourism Organization) (2020). World Tourism Barometer, Volume 18, Issue 2, May 2020, Madrid, Spain.
2. Touchless Hotel Experience: Adapting to the 'New Normal' of Guest Expectations. Hotel News Resource. June, 9 2020. URL: <https://www.hotelnewsresource.com/article110988.html> (дата звернення: 27.09.2020року).
3. Touchless travel blueprint unveiled for the post-COVID-19 world. TravelDailyNews Media Network. Juni 29, 2020. URL: <https://www.traveldailynews.com/post/touchless-travel-blueprint-unveiled-for-the-post-covid-19-world> (дата звернення: 27.09.2020року).
4. A DIGITAL IDENTITY FOR SAFER, HEALTHIER TRAVEL. Oliver Wyman. June 23, 2020. URL: <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2020/jun/a-digital-identity-for-safer-healthier-travel.html> (дата звернення: 27.09.2020року).
5. Що таке Low Touch Economy? Furniture Communication Project. 28 Квітня 2020. URL: <https://fcproject.ru/timeline-low-touch-economy/> (дата звернення: 27.09.2020року).

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОЇ РОБОТИ

ДОВІДКА

про впровадження результатів роботи

Дійсною довідкою підтверджується, що результати дослідження здобувача вищої освіти Київського національного торговельно-економічного університету **Touchless Economy** на тему «Застосування технології touchless економіки на ринку туристичних послуг України», здійсненого під керівництвом доцента кафедри туризму та рекреації **Touchless Economy** 2020 році, впроваджені в діяльність туристичного підприємства, а саме використано інструменти touchless економіки до організації набору персоналу.

ТОВ «ЕТНОТУР»

Директор
(посада, організація)

«__» _____ 20__ р.



Гливицький Т. Б.
(прізвище, ініціали)

АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА ГАЛУЗІ ГОСПОДАРСТВА

Галузі	Параметри галузі економіки (якщо будь-який з цих параметрів присутній у вашому бізнесі чи в бізнесі вашого споживача, вплив є негативним, якщо ви не зможете успішно його збалансувати)					Аналіз впливу
	Великі скупчення народу є важливим	Тісний контакт між людьми є важливим	Гігієна чи її сприйняття, є критичними	Залежність від подорожей (бізнес та відпочинок)	Придбання продукту чи сервісу можна відтягти в часі або він є разовим	
Туроперейтинг	Дуже високий	Дуже високий	Високий	Дуже високий	Високий	Дуже високий
Готельний бізнес	Дуже високий	Середній	Високий	Високий	Середній	
Ресторанний бізнес	Високий	Високий	Високий	Середній	Середній	

Джерело: [8]

АДАПТАЦІЯ LOW TOUCH СТРАТЕГІЇ РЕАГУВАННЯ НА КРИЗУ

		Вплив на організацію (Прямий вплив пандемії / опосередкований вплив економічного спаду / можливості швидкої адаптації до умов)			
		Позитивний (зростання оборотів за рахунок підвищення попиту) (e-Commerce)	Помірно негативний (стійке зниження обсягу продажів у розмірі 0–15% в 2–4 кв. 2020 року) (енергетика)	Значний негативний (стійке зниження обсягу продажів у розмірі 15–50% в 2–4 кв. 2020 року) (нафтогазова промисловість)	Катастрофічний (Стійке зниження обсягу продажів у розмірі +50% в 2–4 кв. 2020 року) (туризм)
Рівень та тривалість впливу економіки (оцікуваний ВВП / розвиток пандемії / економічна політика в країні)	Вплив 0,5 року (назад на V-кривій) Ефективний контроль ситуації з пандемією та стимулювання економіки	Оволодіти ситуацією: збільшити кількість поставок, щоб встигнути за попитом	Триматись на плаву та готуватись до швидкого повернення до фази зростання	Виживати та готуватися до відносно повільного відновлення	Законсервувати значну частину бізнесу та чекати на можливість перезапуску
	Вплив 1,5 року (відновлення позиції на U-кривій) Заходи щодо соціальної дистанції продовжені, але стимулювання економіки пом'якшує збитки	Прагнути зростання та збільшення частки ринку	Захищати, підвищувати конкурентоспроможність, або шукати нові можливості росту	Балансувати між органічними інноваціями та невідповідним зростанням або закрити бізнес	Балансувати між органічними інноваціями та невідповідним зростанням або закрити бізнес
	Вплив 3 років (відновлення на L-кривій) Контроль пандемії зазнав краху, масові банкрутства та неплатоспроможність підприємств	Агресивне прагнення до зростання та збільшення долі ринку	Захищати, підвищувати конкурентоспроможність або шукати нові можливості для зростання	Готуватися до появи нових агресивно налаштованих гравців на ринку, переосмислити та створити абсолютно нову позицію чи вийти з ринку	Вийти з ринку

Джерело: [8]

*Додаток Д***ЗАПУСК ПРОГРАМИ ЗРОСТАННЯ, ПОКРОКОВІ ДІЇ**

Оцінка взаємодії	Розробка стратегії	Перехід до наступу	Втілення в життя вашої ідеї
Нарада щодо взаємодії, 2 години (ідея безконтактної економіки та її можливі впливи)	Стратегія зростання (як підприємство може зростати в поточних економічних умовах безконтактності і як перевершити ваших конкурентів)	Розробка каналу можливостей (opportunity pipeline) (канал нових бізнес-напрямів на короткостроковий період на базі нової моделі поведінки споживача)	Здійснення нових business sprints – ривків (щотижневі ривки)
Моніторинг взаємодії (як ваші дії вплинуть на споживачів, ринок та бізнес у середньо- та довгостроковій перспективі)	Зміна портфоліо (як спрямувати інвестиційні потоки в правильні програми зростання)	Розробка дорожньої карти М&А (злиття та поглинання)	Запуск нової бізнес-моделі чи пропозиції (знайти ідею, розробити та втілити)
			Створити команду зростання (за потреби наймати нових працівників для покращання своєї команди)

Джерело:[2; 8]

ПОТОЧНІ ТА МАЙБУТНІ ДІЇ КОМПАНІЇ

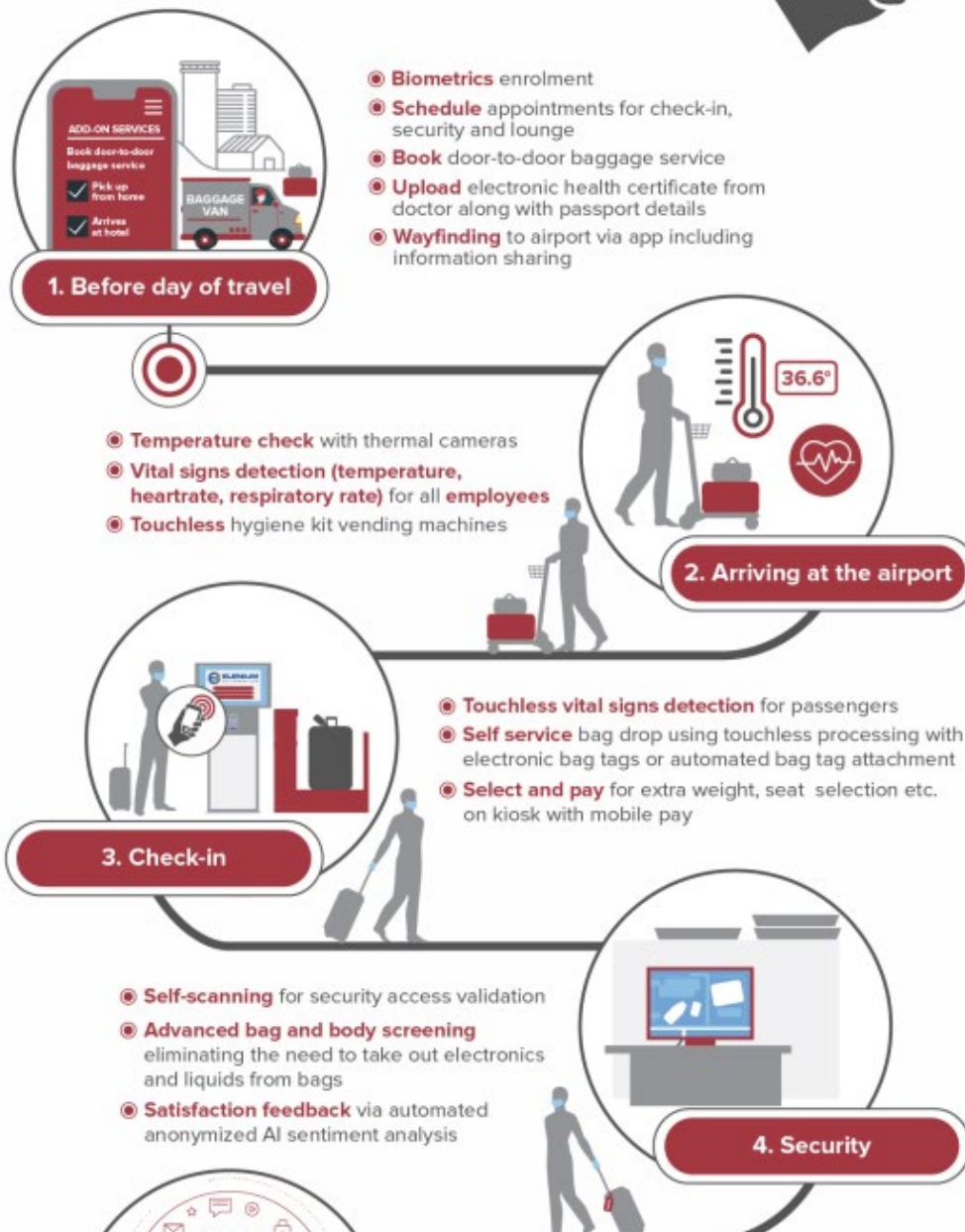


Джерело: [8]

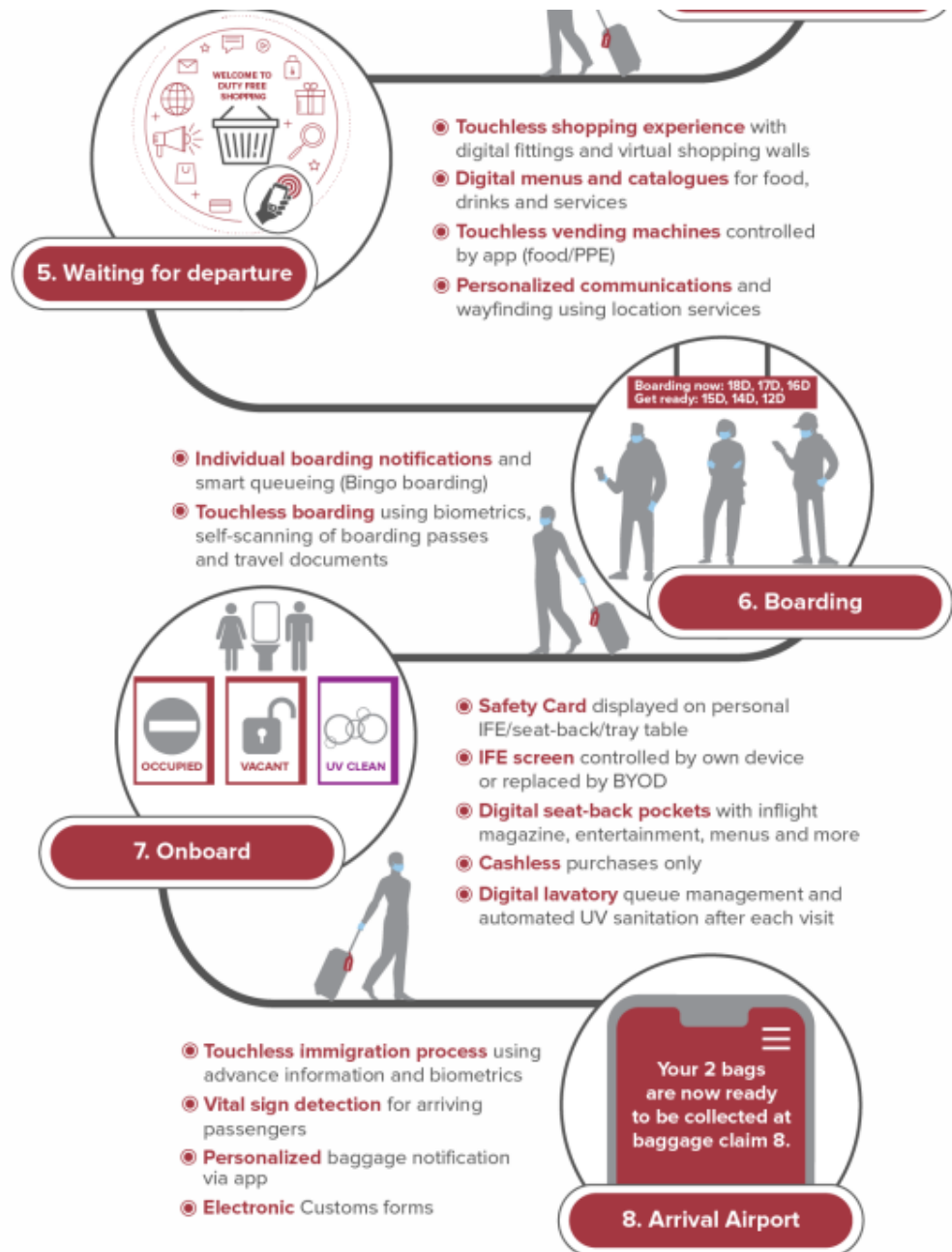
РОЗКВІТ TOUCHLESS ПОДОРОЖЕЙ. ЗВІТ SIMPLIFYING& ELENIUM. РЕКОМЕНДАЦІЇ

Post Corona THE RISE OF TOUCHLESS TRAVEL

Powered by:  ELENIUM
AUTOMATION



РОЗКВІТ TOUCHLESS ПОДОРОЖЕЙ. ЗВІТ SIMPLIFLYING& ELENIUM. ПРОДОВЖЕННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ

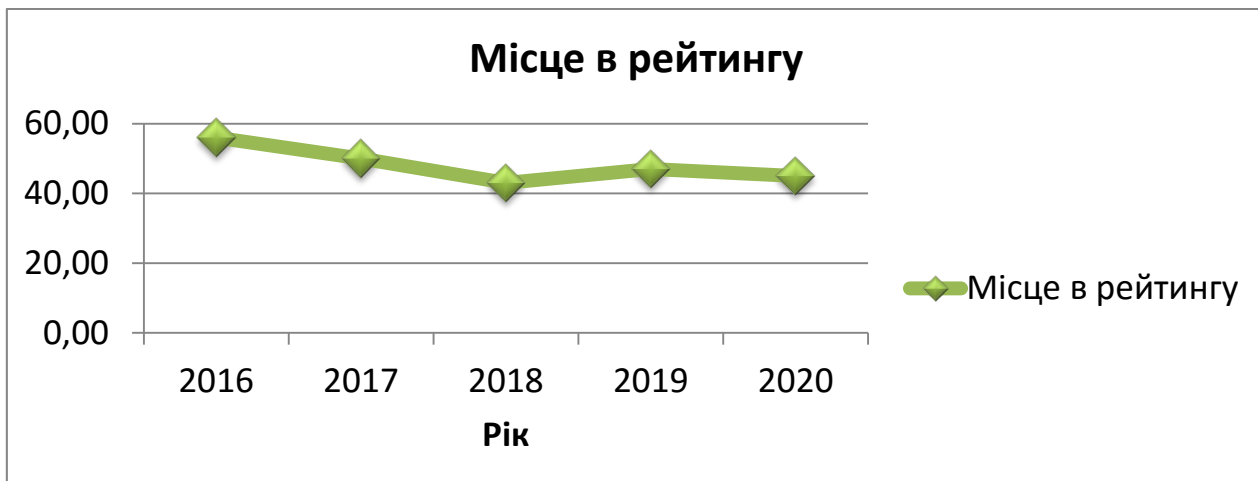


We are helping craft the future of travel.

Join our accelerator for touchless technologies, SimpliFlying Launchpad at <http://bit.ly/SFLaunchpad>



УКРАЇНА В РЕЙТИНГУ GLOBAL INNOVATION INDEX 2016-2020 рр.



Джерело: [19]

АНОТАЦІЯ

до наукової роботи «Touchless Economy»

Вплив COVID-19 спричинив не лише вагомі втрати у туристичній галузі, але й обумовив потребу в мінімізації контакту в системі управління та реалізації суб'єктів господарювання. Нові умови зробили важливий внесок у переосмислення технології торгівлі товарами та послугами. На сьогодні світовий простір пропонує трансформовану модель відносин «виробник (продавець) – споживач» та нову форму внутрішньої комунікації між співробітниками, відображену у феномені безконтактної економіки (Touchless Economy) чи економіці мінімального контакту (Low Touch Economy). Такі елементи дозволяють створити безпечну комунікацію, зменшити витрати під час простою та забезпечити стабільний попит незалежно від безпосереднього контакту між покупцями, продавцями та контрагентами. На досліджуваних підприємствах виявлено підвищення продуктивності, лояльності споживачів та економію часу.

Метою наукової роботи є визначення основних напрямів застосування безконтактної економіки в туристичній індустрії.

Для досягнення мети необхідно було вирішити такі **завдання**:

- охарактеризувати наукові підходи до визначення безконтактної економіки та дослідити світовий досвід до застосування її механізмів в туризмі;
- проаналізувати стан та передумови використання технологій безконтактності в умовах пандемії на внутрішньому ринку;
- надати практичні рекомендації щодо впровадження інструментів безконтактності в діяльність туристичного оператора;

Об'єкт дослідження – механізми безконтактної економіки в туризмі.

Предмет дослідження – методи та інструменти застосування безконтактних технологій та методів в діяльності туристичних операторів.

Науковою новизною одержаних результатів є узагальнення існуючих

досліджень та розробка практичних рекомендацій щодо реалізації технологій безконтактної економіки для туристичної фірми.

У роботі використано **такі методи дослідження**: структурно-логічний – при дослідженні наукових підходів до визначення Безконтактної економіки, системного аналізу – під час дослідження рівня потреби та використання на практиці механізмів безконтактності в туризмі в Україні, та порівняльного – при аналізі готелів Києва щодо вже впроваджених заходів Touchless економіки та підвищення лояльності клієнтів.

Елементи наукової новизни результатів дослідження: систематизовано існуючі наукові підходи до економіки мінімального контакту в туризмі; - досліджено вітчизняний ринок на складову безконтактного управління та реалізації в індустрії подорожей; розроблено практичні кроки та обґрунтовано доцільність використання концепції безконтактної економіки в туроператорській діяльності;

Наукова робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі подаються актуальність, мета роботи, виділяється об'єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну одержаних результатів. У першому розділі визначено сутність поняття Безконтактної економіки та механізми її застосування на світовому ринку туризму. У другому розділі проаналізовано сучасний стан суб'єктів господарювання та їх рівень використання безконтактних технологій. У третьому розділі розроблено практичні кроки для туроператора із застосуванням ідей мінімізації контакту. Завершується наукова робота обґрунтованими висновками, списком використаних джерел та додатками. Результати дослідження відображені в матеріалах II Міжнародної науково-практичної конференції «Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти» («Львівський науковий форум», 3-4 жовтня 2020 року), а також впроваджені в діяльність вітчизняного туристичного оператора «ЕТНОТУР».