

СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

УДК 338.48(075.8)

<https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2021.2.26>

Ю.М. СОРВІНА

ВСП «Київський Торговельно-Економічний Фаховий Коледж
Київського Національного Торговельно-Економічного Університету»

ORCID: 0000-0001-8714-4039

**ФОРСАЙТ – ЯК СПРОБА ЗАЗИРНУТИ У МАЙБУТНЄ ТУРИЗМУ
В ПЕРІОД COVID-19**

У даній роботі розглянуто у розгорнутому виді поняття «форсайт», історія виникнення даного економічного феномену, вплив стратегії форсайту на розвиток різноманітних підприємств. Також розглянута можливість передбачення майбутніх тенденцій у сфері туризму за допомогою даної стратегії, розвиток туристичної сфери у період пандемії вірусу COVID-19, можливі виходи із форс-мажорних ситуацій на туристичному підприємстві за допомогою стратегії прогнозування форсайт.

Форсайт – це спроба зазирнути в довгострокове майбутнє науки, технології, економіки і суспільства з метою ідентифікації зон стратегічного дослідження і появи тих «родових» технологій, які в майбутньому принесуть великі економічні та соціальні вигоди.

Форсайт – це цілеспрямований процес формування знань про майбутнє даної одиниці аналізу або системи суб'єктів, який спрямований на дії у формуванні державної чи приватної політики, стратегії та планування, і що передбачення за часту є процесом участі, участі та співпраці.

Сфера туризму до недавнього часу розвивалася досить стрімкими темпами. Здебільшого найбільших модернізацій досягли країни за кордоном України, але незважаючи на це туристична сфера у нашій країні також має свої «золоті жили». Наприклад: один з найпопулярніших курортів України – «Буковель», із гірськолижним комплексом та безліччю оздоровчих центрів.

Пандемія вірусу COVID-19 встигла змінити світові тенденції та розвиток різноманітних індустрій, що у наслідок призвело безліч проблем та напевне найосновніша загальна стурбованість – невизначеність та гора сумнівів у завтрашньому дні.

Метод прогнозування або передбачення майбутніх тенденцій на сьогоднішній день є як ніколи актуальним, особливо у індустрії туризму на сьогоднішній день.

Ключові слова: форсайт, стратегія, COVID-19, туризм, прогнозування.

Ю.Н. СОРВИНА

ОСП «Киевский Торгово-Экономический Специализированный Колледж
Киевского Национального Торгово-Экономического Университета»

ORCID: 0000-0001-8714-4039

**ФОРСАЙТ – КАК ПОПЫТКА ЗАГЛЯНУТЬ В БУДУЩЕЕ ТУРИЗМА
В ПЕРИОД COVID-19**

В данной работе рассмотрено в развёрнутом виде понятие «форсайт», история возникновения данного экономического феномена, влияние стратегии форсайта на развитие различных предприятий. Также рассмотрена возможность предсказания будущих тенденций в сфере туризма с помощью данной стратегии, развитие туристической сферы в период пандемии вируса COVID-19, возможные выходы из форс-мажорных ситуаций на туристическом предприятии с помощью стратегии прогнозирования форсайт.

Форсайт — это попытка заглянуть в долгосрочное будущее науки, технологии, экономики и общества с целью идентификации зон стратегического исследования и появления тех «родовых» технологий, которые в будущем принесут большие экономические и социальные выгоды.

Форсайт — это целенаправленный процесс формирования знаний о будущем данной единицы анализа или системы субъектов, направленный на действия в формировании государственной или частной политики, стратегии и планирования, и предсказания за частую является процессом участия, участия и сотрудничества.

Сфера туризма до недавнего времени развивалась достаточно быстрыми темпами. В основном крупнейших модернизаций достигли страны за пределами Украины, но несмотря на это туристическая сфера в нашей стране также имеет свои «золотые жилы». Например: один из самых популярных курортов Украины - «Буковель», с горнолыжным комплексом и множеством оздоровительных центров.

Пандемия вируса COVID-19 успела изменить мировые тенденции и развитие различных индустрий, что в последствии привело множество проблем и, наверное, самая основная общая обеспокоенность - неопределенность и гора сомнений в завтрашнем дне.

Метод прогнозирования или предвидения будущих тенденций на сегодняшний день является как никогда актуальным, особенно в индустрии туризма на сегодняшний день.

Ключевые слова: форсайт, стратегия, COVID-19, туризм, прогнозирование.

J.N. SORVINA

SSU «Kyiv Professional College of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics»

ORCID: 0000-0001-8714-4039

FORESIGHT – AS AN ATTEMPT TO LOOK INTO THE FUTURE OF TOURISM IN THE PERIOD OF COVID-19

In this paper, the concept of “foresight”, the history of the emergence of this economic phenomenon, the influence of the foresight strategy on the development of various enterprises are considered in an expanded form. It also considered the possibility of predicting future trends in tourism using this strategy, the development of the tourism sector during the COVID-19 virus pandemic, possible ways out of force majeure situations at a tourism enterprise using a foresight forecasting strategy.

Foresight is an attempt to look into the long-term future of science, technology, economics and society in order to identify areas of strategic exploration and the emergence of those “generic” technologies that will bring great economic and social benefits in the future.

Foresight is a purposeful process of forming knowledge about the future of a given unit of analysis or a system of subjects, aimed at acting in the formation of public or private policy, strategy and planning, and prediction is often a process of participation, participation and cooperation.

Until recently, the tourism sector has developed at a fairly rapid pace. Basically, the largest modernizations have reached the country outside of Ukraine, but despite this, the tourism sector in our country also has its “gold veins”. For example: one of the most popular resorts in Ukraine - “Bukovel”, with a ski complex and many health centers.

The COVID-19 virus pandemic managed to change global trends and the development of various industries, which subsequently led to many problems and probably the most basic common concern - uncertainty and a mountain of doubts in the future.

The method of forecasting or anticipating future trends today is more relevant than ever, especially in the tourism industry today.

Keywords: foresight, strategy, COVID-19, tourism, forecasting.

Постановка проблеми

Сфера туризму до недавнього часу розвивалася досить стрімкими темпами. Здебільшого найбільших модернізацій досягли країни за кордоном України, але незважаючи на це туристична сфера у нашій країні також має свої «золоті жили». Наприклад: один з найпопулярніших курортів України – «Буковель», із гірськолижним комплексом та безліччю оздоровчих центрів. Також дуже популярна у іноземних туристів екскурсія до Чорнобильської АЕС, та багато іншого.

Але з початком усім відомого вірусу COVID-19, який сколихнув буквально всю планету, спровокувавши масову пандемію, туристична сфера почала зазнавати досить багато проблем різноманітного характеру.

Більшість доволі камерних туристичних підприємств почали зазнавати величезних фінансових збитків на ґрунті введення жорсткого карантину з суровими обмеженнями. Також клієнтська база почала стрімко зменшуватись, проблемою даного аспекту є штатське скорочення на роботі, закриття безлічі видів малого виду бізнесу (невеличкі кафетерії, приватні контори у вузькому направленні роботи, та ін.), що у свою чергу спричинило повальну безробітність та нестачу грошей на елементарні побутові потреби. Дивлячись на дану ситуацію із точки зору стороннього спостерігача, виникає безліч питань, одним з найважливіших є – яким чином можливо максимально запобігти даного роду проблем?

На це питання є відповідь. Існує таке економічне поняття як форсайт. Надалі у статті в детальному виді буде розглянуто даний феномен та спосіб вирішення проблем у туристичній сфері за його допомогою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Для початку необхідно повністю розібрати поняття «форсайт». Формуються спеціальні програми, що визначають пріоритетні області розвитку науки і технологій. Вперше така спроба була зроблена в 1950-ті роки корпорацією RAND (США), пізніше цю ідею підхопили в Японії, де, починаючи

з 1970 року, кожні п'ять років проводять масштабне дослідження довгострокових перспектив розвитку технологій [1]. Таким чином дані методи які використовувалися у цих проектах, надалі отримало назву Форсайт, від англійської Foresight – передбачення.

Для більшого розуміння, існує декілька видів визначень феномену форсайт:

1. Форсайт – це систематичний, спільний процес побудови образу майбутнього в середньо- і довгостроковій перспективі, націлений на підвищення якості прийнятих в даний момент рішень і координацію спільних дій (FOREN Guide) [1].

2. Форсайт – це систематичне міркування про майбутнє і вплив на майбутнє (Australian Center for Innovation) [1].

3. Форсайт – це спроба зазирнути в довгострокове майбутнє науки, технології, економіки і суспільства з метою ідентифікації зон стратегічного дослідження і появи тих «родових» технологій, які в майбутньому принесуть великі економічні та соціальні вигоди [2].

Далі, у науковому джерелі [3], зазначено: Форсайт (Foresight) відрізняється майже від усіх відомих інструментів наукового передбачення тим, що передбачає участь багатьох зацікавлених верств громадянського товариства не тільки в формуванні картини передбачення, але і в активних діях щодо реалізації ними ж передбачених змін. При цьому бажано, щоб зароджуються цивільні ініціативи стали предметом деякої згоди. І хоча форсайт сприяє прагненню до вироблення консенсусу активних представників зацікавлених верств суспільства, він все ж таки не схиляє до нехтування власними інтересами.

Проаналізувавши дані джерела інформації можна сказати що даний метод прогнозування являється доволі різностороннім та інноваційним. Існує можливість порівняти та зіставити різноманітні точки зору щодо тої чи іншої ситуації, внаслідок чого прийти до кінцевої думки.

Також у системі прогнозування форсайт присутні різноманітні методики, які зазначені на табл. 1[4].

Таблиця 1

МЕТОДИКИ ФОРСАЙТУ

Методика	Експертна	Моделювання	На основі трендів	Контекстна
Припущення	Зі знань експертів	Розрахунок за моделями	План по розробках	Моделювання по взаємодіям
Характерні риси	Віра у лідерство експертів Якісне і більш ширше середовище	Кількісні та «суб'єктивні» моделі Екстраполяція Переважаання природничих наук	Тренди Слабкі сигнали, попередження на ранніх стадіях	Інтеграція «м'яких» і «жорстких» підходів Розуміння змін Відкриття – співучасть Акцент на дії/інновації
Перспектива	Аналіз змін	Розрахунок змін	Реакція на зміни	Зрозуміти, передбачити
Результат	Делфі, Дорожні карти, Сценарії	Моделі, матриці	Бази даних трендів Моніторинг	Дикі карти, Плани дій, Сценарії, Інноваційні ідеї

Форсайт – це цілеспрямований процес формування знань про майбутнє даної одиниці аналізу або системи суб'єктів, який спрямований на дії у формуванні державної чи приватної політики, стратегії та планування, і що передбачення за часту є процесом участі, участі та співпраці. Дане доволі велике визначення передбачення, можна розбити на дві частини. Можливо зробити висновок, що «передбачення – це: 1) організований соціальний процес; втручання (в організації), 2) для створення дієвої інформації та конкретної доменної/контекстної інформації чи знань про майбутнє»(Європейська комісія, 2014) [5].

Формулювання мети дослідження

Мета даної роботи є вивчення поняття форсайту, вплив на розвиток туристичної індустрії за допомогою даного методу. Передбачення вигідних ситуацій для сприятливого розвитку поїздок у період світової пандемії COVID-19, та аналіз вирішення можливих проблем за допомогою методу передбачення форсайт.

Викладення основного матеріалу дослідження

Пандемія вірусу COVID-19 встигла змінити світові тенденції та розвиток різноманітних індустрій, що у наслідку призвело безліч проблем та напевне найосновніша загальна стурбованість – невизначеність та гора сумнівів у завтрашньому дні.

На початку 2020 року вірус який виник у, як здавалося б, далекому від нашої країни Китаї, не сильно сколихнув ситуацію у світі. Стурбованість ситуацією яка відбувалася в одній з країн Азії почала розростатися та набирати свої оберти доволі стрімко вже через декілька місяців. У результаті чого, весь світ потрапив під вплив даного казусу, тим самим обмежуючи пересування не тільки звичайних громадян, але й потенційних мандрівників.

Туристична індустрія потрапила у довготривалу кризу, як і світова економіка. Доволі яскравим прикладом являється Туреччина, країна, процвітання якої в основному забезпечувала туристична сфера діяльності, потерпіла величезних збитків на туристичних підприємствах, готелях та інфляцію грошової одиниці – турецької ліри.

У багатьох регіонах готелі були закриті. А там, де вони продовжували працювати, з постояльців часто вимагали довідку про відсутність коронавірусу. В результаті туристи, що віддавали перевагу зупинятися в готелях, переключилися на короткострокову оренду житла. Але навіть в цьому сегменті все одно було серйозне падіння попиту. За даними «Авіто Недрухомості», в квітні воно становило до 50% до минулорічних показників [6].

Згідно з отриманими даними, у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках. Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень. Статистика показана на рис. 2 [7].

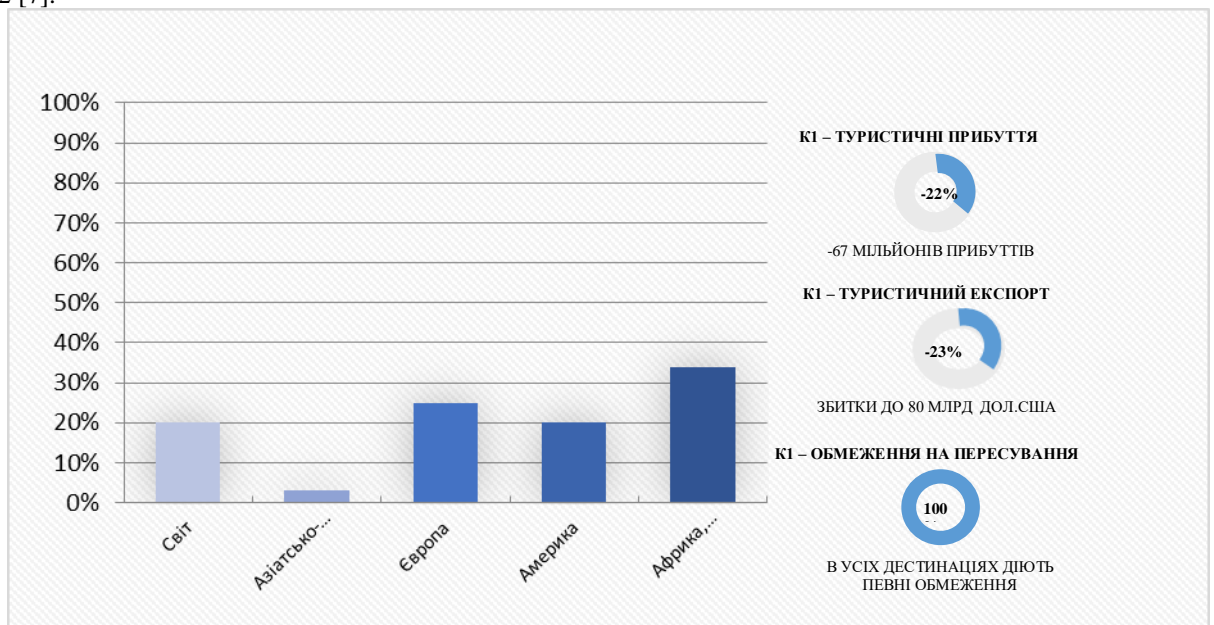


Рис.2. Міжнародні подорожі за регіоном походження. Стан бронювань у 1 кварталі (К1)

Люди здебільшого почали сидіти в домівках, інша ж частина вважала за краще подорожувати у рамках власної країни. Таким чином ринок внутрішнього туризму значно зріс у порівнянні з минулими роками. Кожна країна має при собі досить різноманітну флору та фауну, живописні пам'ятки та індивідуальну захопливу історію. Безумовним плюсом є те, що суспільство почало цінувати те що знаходиться навколо них. Замість того щоб у першу чергу рватися до закордонної екзотичності, необхідно дослідити власні рідні краєвиди. Але значні мінуси також присутні, які у повному обсязі не можуть покрити основні втрати та збитки. Наприклад доволі гірший сервіс та умови перебування ніж за кордоном та на диво вищі ціни. Для порівняння можна взяти Єгипет і Одесу. На вітчизняному курорті ціни на житло, їжу та розваги є вищими ніж у країні пірамід та фараонів.

Орієнтація українців на внутрішній туризм у 2020 році – це крок відчаю. Адже внутрішній туризм в принципі не може дати того, що дає закордонний. Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень, як в популярних туристичних країнах, за помірні гроші. Друге: чистота пляжів і сервіс в Україні суттєво відстають. Місцеві готелі хочуть більше грошей, а відповідної якості

переважно не дають. Та ще й конкуренція невелика, бо місць розміщення просто мало. Без сумніву, цього року значно більше українських туристів подорожують вдома, ніж за кордоном [8].

Тому необхідно з кожної негативної ситуації знаходити позитивні сторони та варіанти альтернативного розвитку подій. Тут можливо звернутися за допомогою до такого методу як форсайт.

Метод прогнозування або передбачення майбутніх тенденцій на сьогоднішній день є як ніколи актуальним, особливо у індустрії туризму. Так як дана сфера діяльності із доволі стабільного стану почала трансформуватися у непостійний, необхідно дивитися на більшість речей випереджаючи реальний плин часу.

Для початку потрібно ретельно слідкувати за подіями які відбуваються у світі, що з найбільшою ймовірністю зможуть вплинути на розвиток туристичної сфери. Це можна порівняти як прогнозування зросту чи навпаки, занепаду криптовалюти (Cryptocurrency), а саме основної із них – біткоїну (Bitcoin). Слідкуючи за попередніми курсами електронної валюти, люди починають розробляти прогнози подальшої поведінки даного виду грошей, у який відрізок часу потрібно продавати, а у який виконувати купівлю, тим самим не витрачаючи зайву кількість ресурсів. Теж саме можливо повернути у методиці форсайт. У який час потрібно активно розвиватися та витратити необхідний запас ресурсів, як фінансових так і психологічних, а у який період часу необхідно пригальмувати та придивитися до навколишнього середовища, тим самим підготуватися до наступного ривку в активній роботі.

Варто відзначити, що з точки зору організації дослідження, необхідно залучити якомога більшу кількість експертів з різних галузей, насамперед представників влади, бізнесу (в першу чергу рестораторів, власників готелів, перевізників), експертів в галузі туризму (директорів туристичних організацій, менеджерів по туризму, турагентів, екскурсоводів і т. п.). Адаже методологія «форсайт» – це, перш за все, складна поетапна та багатоаспектна взаємодія експертних груп, які представляють різні сфери діяльності. Експерти мають визначити, які існують проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі регіону та враховуючи інноваційний підхід, розробити конкретні й реальні пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності регіону у сфері туризму [9].

Багато проблем розвитку туризму в Україні завдає тіньовий бізнес. У період пандемії COVID-19, люди почали на власній шкурі зазнавати серйозних фінансових проблем та перепоп, тим самим йти на відчайдушні заходи, а саме ведення бізнесу у тому числі й туристичного без необхідної документації та ліцензії, яка дозволяє легально працювати на трудовому ринку. Ліцензія та інші потрібні папірці коштують грошей, також податки нікуди не зникли. Щоб не витратити зайві гроші, горе-бізнесмени влаштовують такого роду підпільні підприємства, тим самим завдаючи збитків туристичним фірмам які працюють на совість.

Дані аспекти необхідно враховувати, особливо на даний момент часу. Сервіс у туристичній сфері нашої країни необхідно розвивати. Для цього потрібне фінансування від держави, тому що у більшості світових курортів вкладена вагома кількість грошей із державної казни. Покращення якості обслуговування туристів, місць дестинації, збагачення розважальних програм, та багато іншого.

Єдиним місцем відпочинку в Україні який відповідає європейським стандартам являються Карпати. Популярний та завжди затребуваний гірськолижний курорт, ціни мають доволі широку градацію, тому даний вид відпочинку якоюсь мірою зможе дозволити собі кожен середньостатистичний українець. Зелений туризм у даній зоні не стоїть осторонь. Влітку є можливість насолодитися гірськими пейзажами, дослідити місцевий рослинний світ та в загалом більш детально ознайомитися з красотою рідного краю.

Потрібно пам'ятати що процес прогнозування не є досконало точним, завжди будуть недоліки та помилки, тому не варто покладати всі надії лише на передбачення, а працювати з даним ресурсом як каталізатор у доповненні з іншими ресурсами.

Зміни неминучі і необхідні організаціям, якщо вони хочуть стати успішними і конкурентоспроможними в майбутньому. Дослідження, проведені Інститутом Маккінзі, показують, що в ХХІ ст. на 70% робочих місць в Європі і на 80% в США будуть вимагатися розумові, а не фізичні здібності, так як складність і нелінійність стають характерними рисами сучасного бізнесу організацій в усьому світі. Як стверджував Чарльз Хенді, «Здатність здобувати і використовувати знання і ноу-хау є новим джерелом багатства». Знання управляє можливостями організації, інтелектуальні активи цінуються вище матеріальних, що є одним з основних кредо методу прогнозування форсайт.

Форсайт є досить новим поняттям, яке у майбутньому набуде глобального поширення, так як наш світ міняється зі швидкістю світла і необхідно оперативно слідкувати за сучасними тенденціями розвитку бізнесу, сфери туризму, фінансових галузей та в цілому за світовою економікою, від якої залежить безліч речей.

Висновки

1. Детально розглянуто поняття методу прогнозування форсайт, а саме: Форсайт – це систематичний, спільний процес побудови образу майбутнього в середньо- і довгостроковій перспективі, націлений на підвищення якості прийнятих в даний момент рішень і координацію спільних дій.

2. Розглянуті методики форсайту.
3. Проаналізована ситуація на туристичному ринку у період пандемії COVID-19, виявлені мінуси, плюси та майбутні перспективи розвитку у даній сфері з плином часу.
4. Розглянутий туристичний ринок в Україні, актуальні проблеми які потребують вирішення не лише за допомогою методу форсайт, але й традиційних фінансових маніпуляцій.

Список використаної літератури

1. Крюков С. В. Форсайт: от прогноза к формированию будущего. *Журнал «Terra Economics»*. 2010. №3. С. 8-9.
2. Третьяк В. Форсайт как технология предвидения. *Журнал «Экономические стратегии»*. 2009. №8. С. 52.
3. Сизов В. С. Форсайт – понятие, задачи и методология. *Рецензируемый научно-методический журнал «Вопросы новой экономики»*. 2012. №2 (22). С. 12.
4. Подходы к работе с будущим: веб сайт. URL: <https://www.slideshare.net/KirillPolovnikov/2-27477509>
5. Konstantin B. Kostin. Foresight of the Global Digital Trends. *International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management «Strategic Management»*. 2018. Vol. 23. №1. P. 12.
6. Как пандемия изменила туризм и что нас ждет в 2021 году. веб сайт. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/5fdca8079a794710499353c8>
7. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні», 2020. 8 с.
8. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? веб сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>
9. Атаман Л. В., Терешко Д. В. Методологія «Форсайт» як інноваційний підхід до розвитку туризму регіону. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Пряшів 10-11 квіт. 2019 р. Пряшів, 2019. С. 61.

References

1. Krukov S. V. Foresight: ot prognoza k formirovaniyu bydyshego. *Journal «Terra Economics»*, 2010, no.3, pp. 8-9.
2. Tretyak V. Foresight kak tehnologiya predvideniya. *Journal «Economic Strategies»*, 2009, no.8, p. 52.
3. Sizov V. S. Foresight – ponyatie, zadachi i metodologiya. *Peer-reviewed scientific and methodological journal "Questions of the New Economy"*, 2012, no.2 (22), p. 12.
4. Podhody k rabote s bydyshim. Available at: <https://www.slideshare.net/KirillPolovnikov/2-27477509>
5. Konstantin B. Kostin. Foresight of the Global Digital Trends. *International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management «Strategic Management»*, 2018, Vol. 23. no.1, p. 12.
6. Kak pandemiya izmenila turizm i shto nas zhdyot v 2021 gody. Available at: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/5fdca8079a794710499353c8>
7. The COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine. Update to the document "Roadmap for competitive development of tourism in Ukraine", 2020, p. 8.
8. Vnytrishniy turizm v Ukraini – na pidyomi cherez COVID-19. Chi nadovgo? Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>
9. Ataman L. V., Tereshko D. V. Metodologiya «Foresight» yak innovachiy ny pidhid do rozvitky turizmy regiony. *nauk.-prakt. konf. «Turizm XXI stolittia: globalni vyklyky ta chivilizachiy ni chinnosti» [Abstracts of Int. Sci.-Pract. Conf. «21st Century Tourism: Global Challenges and Civilizational Values»]*. Presov, 2019, p. 61.