

- програма повторного використання білизни;
- зелені миючі засоби;
- вегетаріанські варіанти;
- відмовлення від пластикового посуду;
- відмовлення від SUP пляшок з водою;
- використання диспенсерів для побутових товарів.

Люди (фундаментальні дії, спрямовані на позитивний внесок у громади, у яких вони мешкають):

- громадська користь;
- зменшення нерівності.

Отже, нині сфера гостинності має стати екологічнішою, оскільки індустрія туризму знаходиться під загрозою впливу, пов'язаного з кліматом, а споживачі та працівники вимагають сталого розвитку. Сталий розвиток має бути центральним у місії, цінностях і повсякденній діяльності закладів розміщення, щоб залучати клієнтів, отримувати прибуток і бути соціально й екологічно відповідальними.

*В. Степанов*

### **ФОРСАЙТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*V. Stepanov*

### **FORESIGHT OF TOURISM ACTIVITY**

В умовах надмірно обмеженого інформаційного масиву та змінного середовища розробка прогнозу стає актуальною і важливою через можливості понизити рівень невизначеності та підвищити достовірність управлінських рішень у галузі туризму. У такій ситуації доцільно використовувати методи, що базуються на знаннях, досвіді, інтуїції вчених, фахівців, аналітиків туристичної галузі в межах побудови адекватної картини майбутнього туризму.

На думку науковців А. А. Мазаракі, М. Г. Бойко, А. Г. Охріменко, «у складних реаліях сьогодення ключовим фактором успіху і конкурентної переваги в глобалізованому світі є довгострокове прогнозування трендів та сценаріїв розвитку — форсайтні дослідження, які надають можливість спрогнозувати майбутнє з урахуванням принципово нового змісту, форм і структур трендів соціально-економічного розвитку...». Науковці вважають, що процес формування туристичної діяльності в майбутньому потребує залучення великої кількості фахівців різних сфер та галузей діяльності. Тобто використання методології форсайту узгоджується зі стратегічним розумінням необхідності врахування ментального, інституційного, культурного, інформаційного впливів на споживчі очікування та економічні інтереси суб'єктів взаємовідносин туристичного ринку. У свою чергу, це дозволить визначати цільові пріоритети розвитку туристичного ринку, зважаючи на кон'юнктурні зміни.

Ідея форсайту сформувалася в результаті конвергенції аналізу і прогнозування. Проте необхідно звернути увагу на констатацію відмінностей між форсайтом (англ. foresight) і прогнозуванням (англ. forecasting). Прогнозування передбачає розроблення (накопичення) сукупності інформації про майбутнє. Аналіз досліджень вчених щодо сутності інноваційного методу «форсайт» доводить, що його метою є передбачення можливого майбутнього, створення його бажаного образу й визначення стратегій досягнення.

На відміну від традиційного прогнозування, технологія форсайту є активною відносно майбутніх подій. Це означає, що для прогнозування доцільно не тільки оцінювати ймовірні ризики виникнення певних подій, а й проектувати поточний стан таким чином, щоб посилити позитивні тренди, збільшити ймовірність бажаних подій і попередити посилення негативних трендів.

У форматі методології форсайту дослідники виокремлюють три основні функції: діагностика; прогноз; визначення перспектив та дорожня карта. Форсайт-методи умовно поділяють на 3 групи: методи експертної думки, що акцентують на побудові міжособистісного партнерства; моделювання та морфологічний аналіз, що передбачають використання аналітичних інструментів, які є все більш комп'ютеризованими; сканування (моніторинг) і трендова екстраполяція, що передбачають ступінь майбутнього, визначеного умовами даного моменту.

Одним із підтверджень актуальності та важливості форсайту в глобальному масштабі стало створення на початку 2010 р. Європейської платформи форсайту (EFP). Вона частково продовжувала заходи, що були в проектах колишньої Шостої рамкової програми (FP6) Європейської комісії «Європейська платформа моніторингу передбачень» (EFMN).

Поява форсайту, як методу досліджень туристичної діяльності зумовлена загостренням конкуренції на туристичному ринку й обмеженням державного фінансування проектів у сфері туризму. Тобто форсайт туристичної діяльності розглядається як стратегічний аналіз інноваційних методів наукових досліджень з метою визначення бажаної діяльності та можливого майбутнього у сфері туризму. При цьому стратегія форсайту — це стратегія підходу, який пов'язує відоме про минуле та сьогодення для створення інноваційної стратегії майбутньої діяльності. Зокрема, як інструментарій, форсайт туристичної діяльності характеризується високою технологічністю, поєднанням різних методів досліджень, розвитком різноманітних сфер туристичної діяльності для визначення майбутніх довгострокових трендів туризму.

Досліджуючи інноваційні підходи розвитку туристичної діяльності через практику форсайту, зазначимо наступне. Необхідність форсайтних досліджень туристичної діяльності ґрунтується, по-перше, на інноваційних можливостях цієї методології. По-друге, на ознаках національного туризму й потреби різноаспектних його досліджень. Крім того, застосування форсайту набуває значення для подальших перспектив розвитку туристичної діяльності та впливає на удосконалення державної політики розвитку галузі туризму загалом.

*М. Белобородова, Є. Негін*

### **МОЖЛИВОСТІ ЗЕЛЕНОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

*М. Bieloborodova, Y. Nehin*

### **OPPORTUNITIES OF GREEN RURAL TOURISM FOR IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

Дотепер все ще не існує усталених та чітко розмежованих визначень понять екологічного, сільського та зеленого туризму. Ряд науковців протиставляють поняття масового та сталого туризму, і ми погоджуємося з тим, що поширення зеленого туризму є вираженням сталого розвитку економіки та суспільства