

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ГОЛОВАТЮК ВІКТОРІЯ КОСТЯНТИНІВНА

Допускається до захисту:
в.о. завідувача кафедри
міжнародних відносин і зовнішньої
політики,
д.е.н., доцент
_____ В. В. Лимар
« _____ » _____ 2022 р.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Керівник:
Богінська І. В., доцент кафедри
міжнародних відносин і
зовнішньої політики, к. і. н.

Оцінка: ____ / ____ / ____

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

(підпис)

АНОТАЦІЯ

Головатюк В.К. Міжнародний туризм та міжнародні відносини. Спеціальність «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі досліджено особливості взаємозв'язку міжнародного туризму та міжнародних відносин, розглянуто міжнародне співробітництво та міжнародні конфлікти як маркери оцінки динаміки міжнародного туризму; виявлено глобальні виклики для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму; виділено пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародна політика, міжнародні відносини, міжнародний туризм, конфлікт, м'яка сила.

52 стор., 56 джерел.

ABSTRACT

Golovatyuk V.K. International tourism and international relations. Specialty "International Relations, Public Communications and Regional Studies". Vasyl Stus Donetsk National University, 2022.

In the qualification (bachelor's) work the peculiarities of the relationship between international tourism and international relations are studied, international cooperation and international conflicts are considered as markers of assessing the dynamics of international tourism; identified global challenges for international relations in the regulation of international tourism; proposals for the use of soft power in the development of international tourism.

Keywords: international politics, international relations, international tourism, conflict, soft power.

52 pages, 56 sources.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ У ДОСЛІДЖЕННІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРЕДМЕТ ПОЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ..... | 6 |
| 1.1. Загальні теорії міжнародного туризму..... | 6 |
| 1.2. Вплив міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму... | 18 |
| РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ТА ДИНАМІКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ (МАРШРУТІВ) ЯК ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ СТАНУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН..... | 23 |
| 2.1. Регіони міжнародного туризму | 23 |
| 2.2. Міжнародне співробітництво та міжнародні конфлікти як маркери оцінки динаміки міжнародного туризму | 32 |
| РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ ПОЛІТИКИ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ | 38 |
| 3.1. Глобальні виклики для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму..... | 38 |
| 3.2. Пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму..... | 42 |
| ВИСНОВКИ | 45 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ..... | 47 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Події лютого-березня 2022 р. (прямого військового вторгнення Росії на територію України з порушенням міжнародних норм ведення військових дій та гуманітарного геноциду) вказують на недостатню ефективність міжнародних відносин та сучасної системи безпекової архітектури у світі. Все це провокує колапс великої частини потоків міжнародного туризму, оскільки існує прямий та опосередкований вплив міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму.

Питання впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму розглядали А. Бохан, А. М. Гаврилюк, Г. І. Гапоненко, Л. В. Кучечук, К. Дарвіду, О. Дзявроник, О. Г. Зима, В. Є. Єрмаченко, Н. А. Дехтяр, В. Є. Єрмаченко, І. Ф. Калуцький, Л. В. Ковальська, О. М. Лютак, Н. Яцина, С. Нездоймінов, Л. Ткачук та інші.

Мета роботи – виявити вектори розвитку інструменти та форми впливу міжнародних відносин на стан міжнародного туризму, обґрунтувати використання інструментів стимулювання / обмеження міжнародного туризму в парадигмі міжнародних відносин.

Завданнями роботи є:

- узагальнити загальні теорії міжнародного туризму;
- виявити вплив міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму;
- розглянути регіони міжнародного туризму;
- дослідити міжнародне співробітництво та міжнародні конфлікти як маркери оцінки динаміки міжнародного туризму;
- виявити глобальні виклики для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму;
- виділити пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму.

Об'єктом дослідження є взаємозв'язок міжнародного туризму та міжнародних відносин.

Предметом роботи є вплив міжнародних відносин на стан і характер міжнародного туризму.

Теоретичні та практична цінність роботи полягає в можливості використання результатів дослідження для покращення стану впливу міжнародних відносин на стан і характер міжнародного туризму.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків, в першому розділі наведено поняття міжнародного туризму як предмету політичного дослідження, визначено теоретичні підходи у дослідженні міжнародного туризму. Другий розділ присвячено аналізу напрямів та динаміки туристичних потоків (маршрутів) як віддзеркалення стану міжнародних відносин. В рамках третього розділу узагальнено кейси впливу міжнародної політики на міжнародний туризм.

Робота структурована на основі використання загальних та спеціальних методів наукового дослідження міжнародних відносин, міжнародного туризму та політичного дослідження.

Основою для написання дослідження є статті, монографії науковців у сфері політичного дослідження та впливу міжнародних відносин на стан міжнародного туризму, міжнародні та національні законодавчі документи, хартії, конвенції, угоди, аналітичні та статистичні дані стосовно стану, потенціалу та перспектив розвитку впливу міжнародних відносин на стан міжнародного туризму.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ У ДОСЛІДЖЕННІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРЕДМЕТ ПОЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Загальні теорії міжнародного туризму

Сучасні міжнародні відносини є доволі консервативними, проте міжнародні події вказують на потребу актуалізації форм та методів міжнародної взаємодії для подолання глобальних міжнародних протиріч. Одним з гострих векторів даних протиріч є міжнародний туризм, що знано залежить від стану міжнародних відносин, тому актуальним є узагальнення загальних теорій міжнародного туризму.

Сутність будь-якого явища так чи інакше відображається в його визначенні. Складність такого соціально-економічного явища як туризм характеризується наявністю великої кількості визначень, які постійно піддаються тлумаченню та вдосконаленню. Слід зазначити, що єдиного та чіткого визначення поняття «туризм» досі не існує [41, 43].

Спробуємо розглянути основні визначення цього поняття серед вітчизняних та закордонних вчених. Більшість теоретиків додержуються думки, що під туризмом слід розуміти одну з форм міграції населення, що характеризується тимчасовим його переміщенням з одного району країни до іншого, або з однієї країни до іншої, а також всі види пересування, не пов'язані зі зміною місця проживання та роботи [153].

Туризм — це «сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних з тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних або непрофесійних причин» [15].

Німецький спеціаліст з економіки туризму Д. Гольц формулює поняття туризму наступним чином: «Туризм слід розглядати як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами у рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі

світовим господарством у цілому». Англійський вчений Дж. Мендес визначає міжнародний туризм як «систему подорожей, що здійснюється на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв».

Туризм, як окремий випадок подорожі, має власні понятійно-термінологічні обмеження та характеристики. Досить чітке та найбільш точне визначення туризму, яке в своїй основі і сьогодні використовується для зауваження найбільш суттєвих характеристик, що відрізняють його від інших видів діяльності, було сформульоване професорами Бернського університету (Швейцарія) Хунзикером та Крапфом і, пізніше, було прийняте Міжнародною асоціацією наукових експертів з туризму [40]. Ці вчені визначили туризм як ряд явищ та взаємовідношень, які виникають в результаті подорожування людей до тих пір, поки це не призводить до постійного перебування і отримання будь-якої вигоди [6]. З часом базова концепція туризму розширилася. З точки зору різних наук і практичної оцінки туризму в різних галузях суспільного життя йому даються і різні визначення.

Універсальність форм туристичного спілкування дозволяє також давати наступне розширене трактування поняття туризму як «особливого роду міжособистісної діяльності, яка в умовах інтернаціоналізації життя перетворилася: в форму використання вільного часу, у засіб міжособистісних зв'язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів що визначають якість життя» [11].

Вітчизняні вчені-економісти розглядають туризм як галузь економіки нематеріальної сфери (індустрія туризму) по обслуговуванню людей; як «суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, що знаходяться за межами постійного місця проживання» [19]. До таких визначень належать і ті, що характеризують туризм як «вид споживання», «вид зовнішньої торгівлі», «експорт інформації та вражень». Туризм можна розглядати як «форму міжнародних економічних зв'язків, що відбиває економічні відносин, які

виникають між державами при виробництві, реалізації, розподілі та споживанні туристичних послуг і супутніх товарів» [13].

Більшість українських та російських дослідників розглядають туризм як форму розумового та фізичного виховання, яка реалізується через соціально-гуманітарні функції: виховну - формування почуття колективізму, моральних та естетичних якостей; освітню - закріплення та розширення знань з краєзнавства та країнознавства, природознавства, топографії, історії, знайомство з культурою та традиціями країн і народів світу; оздоровчу - дотримання оптимального режиму навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей, підтримка організму на достатньо високому рівні фізичної підготовки; спортивну - створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів в туризмі [15]. Під туризмом розуміє популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля [3]. Туризм в даному випадку розглядається як різновид рекреації, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями розширеного відтворення сил людини.

Важливе значення також має трактовка поняття туризму міжнародними організаціями. Так, наприклад, за визначенням, прийнятим ООН в 1954 р. «Туризм — це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання» [4]. У 1980 році Манільська декларація про світовий туризм проголосила «Туризм розуміється як діяльність тому, що має важливе значення в житті народів в силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню та економічну сферу життя держав і їх міжнародні відносини» [8]. У матеріалах Всесвітньої конференції по туризму, проведеної СОТ у 1981 р. в Мадриді дане наступне визначення туризму: «Один з видів активного відпочинку, що представляє собою подорожі, що здійснюються з метою

пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднуються в ряді країн з елементами спорту»[13].

У 1993 році Статистична комісія ООН ухвалила більш широке визначення туризму: «Туризм — це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями» [20].

Є й інші визначення цього багатогранного поняття, і кожне з них відображає ті або інші сторони туризму. Різноманітність дефініцій пов'язано з подвійністю внутрішньої природи самого туризму [8]. З одного боку, туризм є окремим випадком подорожі, з іншого — діяльністю з виробництва туристичного продукту. В принципі і подорож, і виробництво туристичного продукту є діяльністю. Однак виробництво - це економічна діяльність і її метою є отримання прибутку, а подорож - це завжди пересування в просторі. Знайти окремі межі між цілями подорожі та цілями туризму досить складно, тому варто розрізняти ці поняття [13].

На нашу думку, найбільш точне означення сформульоване саме Всесвітньою туристичною організацією, що використовується всіма членами СOT і Україною в тому числі: «Туризм — це тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю» [25].

В рамках політичної науки одну з важливих ролей відіграє міжнародний політичний туризм (міжнародні візити та подорожі). Цілепокладання в сфері політичної науки свідчить, що в залежності від векторів розвитку туризму (політичні подорожі) можуть бути : внутрішні; зовнішні.

При цьому стратегічний характер та функціональні цілі політичних подорожей як за внутрішнім, так і за зовнішнім векторами може мати різних стратегічний та оперативний характер для політика як в залежності від політичної ситуації в регіоні і світі, так і в залежності від цілей проведення таких політичних подорожей. Окремі науковці вказують, що в контексті

міжнародного туризму дійсно можна виділяти вектор політичного туризму, при цьому його специфікою є: зазвичай нерегулярний характер; ділова форма проведення; обмежене коло подорожуючих; потенційна можливість укладання угод та договорів; в окремих випадках — геополітичний характер та наслідки для всього світу.

Наведені риси політичного туризму свідчать про його унікальність з точки зору туристичної діяльності, та стратегічну важливість з точки зору політичної науки та державного управління. З даної точки зору можна розглядати міжнародні політичні подорожі як цілеспрямовану системну підготовлену дію одного політика (політичної системи або країни) з метою реалізації визначених політичних інтересів та отримання наслідків за результатами реалізації (не реалізації) політичної подорожі [9].

В даний час відсутнє єдине політологічне визначення політичного туризму та його значення для розвитку політики, що об'єктивно зумовлено широкою палітрою причин, форм та наслідків такого політичного туризму.

Окремі науковці, наприклад, Рік Стів вказують, що політичний туризм є специфічною формою реалізації політичної діяльності, що направлена на досягнення консенсусу між групами політиків та державами загалом, а найбільшою ціллю даного процесу є забезпечення мирного процесу та врегулювання протиріч: військових, економічних, соціальних, культурних, технологічних, релігійних, екологічних [13, 22].

Песимістична концепція людини вказує, що суспільні відносини, відзначені відсутністю спільних цінностей або інтересів, проєктуються у відносинах між державами. Неминуче виникають конфліктні взаємодії, що представляють собою стан війни всіх держав проти інших і тимчасовий і слабкий стан миру. Отже, ніякі моральні чи юридичні правила не нав'язуються, тому переважає самодопомога: кожна держава вільна досягати цілей для власної вигоди. З цієї моделі мислення виникають різні теорії, серед яких виділяються реаліст, залежність і гегемоніст.

Спочатку розглядаємо реалістичну теорію чи теорію порядку (як у її традиційній версії, пов'язаній з державою та національними інтересами, так і в її неореалістичній версії чи міжнародній структурі влади), яка сприймає міжнародну сцену як обов'язково проблематичні міждержавні відносини. Справді, для того, щоб домінувати чи чинити опір, держави турбуються про вразливість свого суверенітету, зовнішньої політики та розрахунку власних і іноземних сил. Отже, природа реляційної влади неодмінно є геополітичною та військовою з точки зору цієї теорії. Виявлені занепокоєння щодо загроз державі виявляють методологічний підхід, який збігається з державоцентричною методологічною перспективою [9].

Неореалістична міжнародна політика знайшла інструмент для реалізації влади Гоббса в туристичній політиці багатьох країн. Справді, загрозливе сприйняття інших держав, громадян та ідеологій матеріалізувалося в сфері туризму головним чином у діях уряду щодо контролю за в'їздом іноземців та виїздом громадян. У середині 80-х рр. XX ст. Спеціальна робоча група з перешкод на шляху міжнародного туризму Комітету з туризму Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) перерахувала близько сорока типів перешкод у п'яти сферах або заборонах: туристи; транспортні компанії; хостингові компанії; компанії-посередники (туристичні агентства або оптові оператори) ;інші дискримінаційні заходи [11, 15].

Так само на початку 1990-х років можна було нарахувати більше сотні країн з обмеженнями на міжнародні поїздки. Такі обмеження відбувалися в основному з економічних і політичних причин, причому на перший план стояли проблеми безпеки, а також страх перед впровадженням соціальних і політичних цінностей, засуджених чинним урядом.

Між реалізмом і залежністю знаходяться обмеження, які такі країни, як США, накладають на своїх громадян під час відвідування держав, які є або були політичними противниками (Куба, Ямайка, Нікарагуа, Гренада): рішення, яке може становити «акт війни», коли постраждалий країна невелика, а її економіка переважно туристична. Також у реалістичному ключі звернення до

туризму включається як спроба отримати територіальний суверенітет або шляхом ефективної окупації *terra nullius*, або за рахунок економічного внеску. Така ситуація спостерігається як в Арктиці, так і в Антарктиді [11].

У цьому реалістичному контексті і, як це не парадоксально, виходячи з загрози, яку він створює, ми починаємо уявляти природу влади, створеної на основі туризму. Справді, міжнародний туризм передбачає обмін людьми, а разом з ними — ідеями, капіталом і товарами. У цьому сенсі обмеження на міжнародні подорожі мають на меті запобігти втечу іноземної валюти та національних активів (економічний вимір), але тим більше проникнення позанаціональних ідеологій, цінностей та політичних ідей (символічний вимір).

Теорія залежності. Наприкінці 1960-х рр.. економічний аспект міжнародної політики почав привертати увагу в результаті різних нових ситуацій: закінчення великих війн; кризи світової валютної системи та нафти; глобальне поширення зростання, розвитку та добробуту як національних цілей і завдань урядів; розширення відкритої економіки на чолі зі США; вторгнення з оновленими силами суб'єктів з економічними інтересами та транснаціональною владою, таких як транснаціональні корпорації, альянси між субнаціональними рівнями уряду різних країн, кредитні агентства, міжнародні організації тощо [4].

Отже, зовнішня політика держав перестала мати лише стратегічно-дипломатичний порядок денний, а економічні питання набули простору; водночас, що світова економіка перестала бути винятковою справою штатів і були додані нові цифри. Зі змінами сформувалися теорії залежності, гегемонії та взаємозалежності. Ця теорія пояснює переважно економічну експлуатацію розвинутих країн або їх політико-економічних еліт над їхніми маргіналізованими соціальними групами та слаборозвинутими країнами.

Фактично, периферійні країни були б призначені для первинного виробництва: промислове виробництво та послуги, включаючи експорт сировини, мінімальні і контролюються капіталістичними центрами. Інтелектуальні та технічні людські ресурси, здатні стимулювати зміни, а також

економічний надлишок захоплюються країнами-експлуаторами, тому економічна автономія неможлива. Це теорія, яка отримала академічний розвиток у Латинській Америці, але в 1970-х рр. була затьмарена блиском «постбіполярного лібералізму». У підсумку, можна побачити, що це досягло ефекту підвищення обізнаності в регіоні та породило так звану течію «автономії» [18, 29].

З точки зору туризму, ми знаходимо, що наше явище, в його економічному аспекті, є третинною діяльністю, яка може частково уникнути форм експлуатації, характерних для залежних країн, завдяки тому, що туристичні ресурси істотно залежать від географічних просторів і культурні фактори: забезпечення та споживання відбуваються одночасно, тому переміщення споживачів неминуче, а надходження іноземної валюти є, в принципі, закономірним наслідком. Але якщо зосередитись на бенефіціарах туристичної експлуатації, динаміка залежності знову з'являється за численними фігурами: іноземні мережі готелів, глобальні оптові оператори туристичних пакетів, авіакомпанії інших прапорів, публікації та навчальні курси, що фінансуються міжнародною кооперацією або організаціями, іноземні інвестори та приватні концесіонерів, а також кредити від багатосторонніх банків (з накладенням рекомендацій та технічних консультаційних послуг) на розробку планів і програм, конструкцій та обладнання, атракціонів та заходів [32].

Периферійні країни з відповідними туристичними ресурсами історично переживали експлуатацію туризму промислово розвиненими країнами та їхніми компаніями, а не їхніми власними структурами. Це випадок Вануату, Самоа та Фіджі (меншою мірою Сент-Вінсент, Мальдіви, Домініка та Сент-Люсія): вони знаходяться в десятці країн, найбільш залежних від туристичної валюти, і водночас у третині країн з ВВП на душу населення проміжний.

Теорія гегемонії (гегемоністської стабільності). З компонентами двох попередніх теорій вона припускає фігуру держави-гегемона чи гегемона чи влади-гегемону, яка керує міжнародною системою: вона веде політико-військові відносини і, як посилення, також ідеологічні, культурні та

принципово економічні відносини. Ця влада походить від ресурсів, якими володіє такий гегемон, а також у здатності керувати іншими державами та акторами, з якими він має спільні цілі. Міжнародний туризм також є ареною гегемонного розгортання повноважень. Це випадок політико-економічного панування, яке здійснюють могутні держави через свої туристичні компанії в інших країнах. Гегемонічна динаміка з точки зору туризму очевидна у випадку США. Справді, ця влада сприяла економічній структурі *laissez-faire* у світі, яка приховує дипломатичні стратегії, що просувають туристичні інтереси її компаній. У цьому середовищі північноамериканські компанії можуть вигідніше конкурувати у світовому бізнесі міжнародного туризму [26].

Політико-економічна влада також включає гегемонію як державу, яка видає міжнародний туризм: доти, доки вона має позитивний туристичний баланс, туристичний гегемон може спрямовувати надлишок туристичного споживання його мешканців за кордоном у напрямки, де працюють компанії під його прапором. Відповідно до категорії влади та на підтримку цієї стратегії були розроблені численні фінансові, медійні та ідеологічні ресурси. Наприклад, фігура туристичного пакету «все включено» дуже функціональна для цієї ідеї: переваги у великій частині залишаються для того ж емітента.

Теорія міжнародних режимів визнає нерівність між державами міжнародної системи, але ґрунтується не лише на військовому потенціалі та економічній гегемонії: він постулює категорію «міжнародних режимів» або інститутів («норм, правил і процедур») з їхньою власною динамікою, яка регулює системні відносини, особливо міжнародної економіки чи її сектора (наприклад: «нафтовий режим сімдесятих»), і водночас обмежує політичні відносини. Режими виходять за межі держав-гегемонів, які їх породили: вони інституціоналізовані та позиціоновані поза владою, яка зберігає свою владу, як це сталося з ліберальним режимом і США [21].

Теорія взаємозалежності. Навіть в контексті нерівності між державами теорія складної взаємозалежності зосереджується на кількості, різноманітності та витонченості акторів і відносин, які складають міжнародну політику.

Справді, окрім держав і відповідно до обговорюваної категорії «транснаціональне суспільство», вона розглядає численні суб'єкти, які складають міжнародну сцену (фізичні особи, групи, компанії, державні органи національного, провінційного, місцевого рівня): суб'єктів, які зазвичай залучаються до держави і мають керовані квоти автономії. Аналогічно, він спостерігає за взаємодією в комерційній, енергетичній, грошово-кредитній сферах, сферах безпеки тощо; У цьому сенсі стратегіко-дипломатичні відносини є ще одним, оскільки немає іншої ієрархії питань (питань високої та малої політики), крім тих, які диктує ситуація.

Кожна область є «формою влади», підсистемою зі своїми механізмами, де відбуваються «ігри», відмінні від геополітичних з нульовою сумою, з відносними перевагами та односторонніми діями: перемогти в «інтересах гравців». вони також перемагають.» інші, тому віддають перевагу спільним діям і колективним рішенням [2].

Цілі розбудови влади, посилення автономії, зниження ризику чутливості та вразливості залежатимуть від здатності керувати взаємозалежними відносинами (через коаліції, контроль порядку денного, розвиток організаційних структур, переговори, міжнародні інституції). В результаті сильні суб'єкти бачать свою владу обмеженою, і всі вони відчують розмивання свого державного суверенітету, що означає не поступку, а скоріше «об'єднання суверенітетів». На відміну від режимів, трансакції не вимагають жодного глобального уряду чи гегемоністської влади, щоб диктувати правила. Він також не заперечує важливості військової сили в екстремальних ситуаціях, але він не вважає її віссю міжнародної політики: обміни відбуваються без застосування сили, варіант, який може бути навіть несприятливим.

Теорія міжнародних соціальних правил. Ця теоретична пропозиція передбачає відсутність сильних акторів, які контролюють міжнародну політику. Дійсно, держави користуються рівним суверенним статусом і, відповідно до категорій «міждержавне середовище» та «транснаціональна корпорація», описують різні фігури відповідно до рівня приписування «правилам

соціального життя» та ступеню характеристик і спільних цінностей. Тоді «міжнародна система» містить розширене «міжнародне суспільство» і деякі випадки «міжнародних спільнот», що складаються з груп країн. Взаємодія між різними вимірами є симбіотичною: політичні відносини базуються на нормах і основах соціального порядку, тоді як соціальні відносини потребують політичного схвалення. Навіть пояснення міжнародного порядку можна знайти в міжнародному суспільстві, а не в міжнародній політиці [19, 38].

Теорія світового суспільства. У світлі цієї точки зору міжнародні відносини знаходять пояснення як соціальні та функціональні зв'язки (виробничі, наукові, транспортні, релігійні, комунікаційні мережі), які є такими ж актуальними або більш релевантними, ніж міждержавні політичні відносини. Такі зв'язки або комунікаційні мережі сприяють ідентифікації індивідів із певними спільнотами світового суспільства, процесу, який впливає на виникнення соціальних і політичних конфліктів. Отже, матеріальні ресурси поступаються місцем нематеріальним (управління інформацією, здатність переконувати) у політиці глобального суспільства. Так само й сучасна політична занепокоєння ґрунтується на складному співіснуванні державоцентричного та багатоцентричного «світів». Актори нового мультицентричного світу підтримують між собою горизонтальні та тематичні, тимчасові та гнучкі зв'язки, вони звільнені від суверенітету та користуються певною автономією щодо державоцентричного світу. Влада цих акторів заснована на підтримці та ресурсах прихильників, але через вищезгадані характеристики її недостатньо перед міжурядовими організаціями: відсутність структури, яка організовує багатоцентричну владу, і суб'єкта, який замінює державу в її суспільному роль спонсора співіснування двох світів, яке триватиме з часом.

Взаємовідносини між усіма людьми у світі, зібраними в потенційну «велику людську спільноту», засновану на збігу інтересів, є однією з проєкцій цієї теорії. Отже, транснаціональна (неминуче кооперативна) соціальна взаємодія виявляється кращою темою перед державами та їхніми системними

відносинами (включаючи кооперативи): це лише ефемерні центральні суб'єкти соціально-політичного процесу, в яких їх замінить «космополітичне суспільство». Така заміна вже очевидна у появі різних транснаціональних соціальних, політичних, етнічних, кримінальних, культурних суб'єктів, поза межами добре відомих економічних та багатонаціональних груп. Центральним конфліктом на міжнародній арені є фрагментація людського суспільства з ідеологічних причин, між послідовниками цієї ідеї та її опонентами [17].

Плюралістична теорія. З цієї точки зору пояснюється потенційна побудова світового суспільства і в цьому контексті ефективне формування міжурядових організацій. У цьому сенсі різні сфери міжнародної діяльності будуть організовані так, щоб обмежити владу, яку певні держави історично проявляли над такою діяльністю (робота, сільське господарство, харчування, охорона здоров'я, освіта, наука, культура тощо). Таким чином, автономні транснаціональні інститути створюються для цілей добробуту та миру, які здійснюють дії через міжнародне співробітництво. Залежно від досягнення колективних цілей, яких інакше було б неможливо або важко досягти, держави відмовляються від певного суверенітету як всередині країни, так і за кордоном і приймають завдання, доручені такими організаціями. У цьому ракурсі конфлікт може виникнути як у розбіжності окремих держав (особливо сильних), так і в надмірному накопиченні влади організаціями.

Ця ідея стала основою для створення в 1975 р. ЮНВТО, спеціалізованої установи ООН з 2003 р. Її структура передбачає п'ять органів і проводить Генеральну асамблею, яка збирається кожні два роки і оновлює свого Генерального секретаря кожні чотири роки. Він складається з повноправних членів і афілійованих членів. Він також має Виконавчу раду, яка збирається кожні шість місяців і є керівним органом агентства; її 29 членів (один кожні 5 дійсних членів) обираються Генеральною асамблеєю (Іспанія має постійне місце в якості штаб-квартири організації) [14].

Узагальнення загальних теорій міжнародного туризму вказує на використання переважно системного та функціонального підходів при

розумінні як поняття, так і нормативної бази міжнародного туризму. Встановлено важливість використання інструментів міжнародних відносин для регулювання активізації або сповільнення потоків міжнародного туризму, тому актуальним є виявлення впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму.

1.2. Вплив міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму

Аналіз поняття та загальних теорій міжнародного туризму вказує на потребу поглибленого дослідження особливостей впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму. Щоб проаналізувати вплив міжнародних відносин на туризм, необхідно, по-перше, знати, як вони взаємопов'язані, про що свідчить системний підхід та елементи, що характеризують туризм, такі як: його цілісний, інтегруючий, динамічний та відкритий. Це завжди має здійснюватися в тісному взаємозв'язку з іншими системами, пошуком балансу системи, організації взаємозв'язків, характерних для підсистем і їх з іншими системами, і причинно-наслідкового зв'язку, оціненого через круговідносне бачення, яке «означає, що пояснення причин подій, які в них відбуваються (що стосується соціальних систем), пов'язане з поясненням кола в цілому, а не будь-якого аспекту» [8].

Існує шість причин, які підтримують використання системного підходу для кращого розуміння того, що називають «системою туризму».

Перша причина наголошує на взаємозалежності в туризмі, яка складається з різних взаємопов'язаних сторін, які працюють разом для досягнення спільних цілей.

Друга причина — природа туризму як відкритої системи, що не має жорсткої форми, яка є динамічною і постійно змінюється. Стверджується, що в туризмі завжди з'являються нові концепції та явища, і, крім того, на нього

впливають численні зовнішні впливи, які ведуть, як позитивно, так і негативно, до результатів або впливів, які можуть змінити хід певного процесу.

Третя причина – це складність і різноманітність у всіх аспектах туризму. Різноманітність туристичних програм і видів туризму зростає з кожним днем.

Четверта причина пропонується, що конкуренція в туризмі є інтенсивною, що можна побачити в конкуренції гігантських транснаціональних компаній за бізнес у глобальному масштабі.

П'ята причина – це визнання рівня тертя та дисгармонії, які спостерігаються в туризмі з останніх років 1990-х років. Туризм передбачає взаємодію багатьох суб'єктів і людей, чиї цілі та інтереси не завжди сумісні.

Шоста причина — це необхідність мати здатність реагувати в певній частині системи, коли відбуваються зміни в іншій частині системи. До цих причин, з якими він збігається, слід додати ще одну — трансверсальність [4].

«Мейнстрімінг у туризмі» можна розглядати як принцип, згідно з яким для розробки ефективної туристичної політики необхідно розглядати феномен туризму в цілому, тобто всю систему туристичної діяльності. Це означає необхідність проведення трансверсальної політики, іншими словами, її зміст впливає на різні центри влади. Ці відмінності можуть бути з точки зору територіального охоплення (різні територіальні адміністрації), соціального (соціальні агенти, які втручаються), функціональних (інструментальних) та галузевих (економічні сектори з туристичними додатками та туристичними постачальниками).

Максимальну підтримку системному підходу надає використання моделей оцінки аспектів, не включених цими авторами до їх схем системи міжнародного туризму, зазначених раніше, що дозволяє підійти до власної класифікації підсистем, уявлених як інтеграл. режим, який називається п'ятикутною моделлю. У цій п'ятикутній моделі автор методологічно погодився використовувати три основні підрозділи динамічної системи, наприклад, туризм. Підрозділами є: екзогенні підсистеми або члени «туристичного середовища», ендогенні підсистеми або сам туризм і макросередовище або

загальне середовище, вплив яких на туризм має зумовлюючий характер, але більш непрямим чином [3, 36].

Таким чином, представлений системний підхід до туризму виходить із міркування про те, що інтегруючі елементи чи підсистеми (ендогенні та екзогенні) становлять «зміст» явища під назвою туризм. Обидва компоненти туристичної системи, у свою чергу, занурені у «зовнішнє» середовище або середовище (макросередовище), яке обумовлює їх, а також впливає на них. Ендогенна та екзогенна підсистеми пов'язані одна з одною та з макросередовищем у процесі, який ми називаємо «динамікою туризму», «туристичною операцією» або «туристичним процесом», що призводить до результатів або впливів.

У приймальних ядрах або дестинаціях ендогенні підсистеми (специфічні для туристичної діяльності) можна розглядати як туристичні ресурси та визначні пам'ятки, туристичні продукти, організацію суб'єктів, маркетинг, туристичну пропозицію та туристичні потоки. Екзогенні підсистеми (оформлюють реальність туристичного руху) складаються з туристичної політики, туристичної етики, туристичного законодавства, економіки туризму та технологічної основи [31].

Макросередовище або загальне середовище включає економічне та соціальне життя держави, а також відносини з іншими державами (щоб полегшити подорожі між ними), а також національну та міжнародну політику, загальну економіку та основну інфраструктуру та ресурси. Беручи до уваги вищезазначені аспекти, можна сказати, що роль міжнародних відносин у туризмі на сьогодні є явищем з великими економічними, соціальними, культурними та екологічними наслідками, які можуть обумовлювати поведінку туристичного потоку. Хоча міжнародні відносини не обмежуються тими, які існують між офіційними групами або тими, які офіційно встановлені між урядами, а також охоплюють ті, які створюються між окремими особами та групами різних національностей, і які можуть впливати на міжнародне життя,

велика кількість туристів може призвести до стирання ментальних кордонів між громадянами різних країн.

Міжнародний туризм як об'єкт дослідження та управління міжнародними відносинами може відображати цілі (специфічні для державного управління туризмом, наприклад ті, про які йдеться), що визначаються (або узгоджуються з цілями) зовнішньої політики. У цьому сенсі, а також поза окремими випадками виникають різні ситуації. З одного боку, можливий вплив іноземних відвідувачів на природне середовище не відрізняється від впливу вітчизняних туристів. Вплив туризму на природу залежить більше від якості діяльності та кількості людей, ніж від їх походження. З іншого боку, як економіка, так і культура та політика туристичної дестинації можуть зазнати змін від іноземного рецептивного туризму, як називають потоки, що надходять з-за кордону. Навпаки, економіка, культура та політика країни можуть сприймати зміни в результаті виїзного туризму після повернення, тобто поїздок, здійснених її жителями за кордоном[17].

На цьому етапі необхідно визначити обмінні товари на міжнародному рівні, які в'їжджають і виїжджають з держав (що стосується міжнародного туризму): люди (від туристів до іммігрантів), матеріальні елементи (від хвороб і забруднення, до товари та сувеніри), грошові цінності (у матеріальному та нематеріальному форматі) та нематеріальні цінності (від інформації до рішень, проходячи через образи, звички та ідеології). Тоді очевидно, що в туризмі витрати та вигоди в основному пов'язані з грошовими та нематеріальними обмінами через вхід і вихід іноземної валюти, а також образи та ідеології.

У цьому сенсі, з одного боку, щодо валютних обмінів, безсумнівно, країни вважають за краще отримувати іноземну валюту, ніж терпіти втечу власної. Це, мабуть, головна причина, чому багато держав сприяють іноземному в'їзному туризму, водночас не стимулюючи виїзний туризм.

З іншого боку, стосовно нематеріальних обмінів, обмін образами та ідеологіями супроводжують два різні питання. З одного боку, іноземні туристи сприймають певний образ держави-дестинації; Залежно від того, позитивна

вона чи негативна, ця конструкція становитиме собівартість чи комунальну вагу. Тому ще один стимул для сприяння або зменшення рецептивного туризму. З іншого боку, певні країни побоюються проникнення ідеологій (політичних чи релігійних), які відрізняються або протистоять ідеологіям чинного національного режиму, чи то з боку іноземців чи співгромадян, які стикаються з цими ідеями під час подорожей по країні. світу, а потім вони повертаються до своєї країни [11].

Узагальнення впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму вказує на використання регуляторної складової в сфері візової, авіаційної, безпекової, гуманітарної та культурної політики з метою формування сталого середовища для розвитку міжнародного туризму, проте окремі країни свідомо та несвідомо формують несприятливі умови для міжнародного туризму (Росія, Північна Корея, Еритрея, Венесуела), що обумовлено вектором розвитку їх міжнародних відносин та орієнтацією країни на капсулювання (закриття) як економічної складової міжнародного туризму, так і інших підсистем міжнародних відносин.

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ТА ДИНАМІКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ (МАРШРУТІВ) ЯК ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ СТАНУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

2.1. Регіони міжнародного туризму

Розвиток глобального світу стимулював сталість ланцюгів формування туристичних потоків, тому актуальним є розгляд регіонів міжнародного туризму. Ділові подорожі – це галузь туристичної індустрії, яка зосереджується на поїздках з діловими цілями. Він включає сегменти розміщення у ділових подорожах, витрат на ділові подорожі, зустрічей та заходів. Розміщення для ділових подорожей охоплює туристичні заклади, в основному призначені для корпоративних мандрівників. Цей ринок особливо зосереджений на готелях. Витрати на ділові подорожі включають усі витрати, пов'язані з поїздками, такі як транспорт, проживання та харчування. Сектор зустрічей та заходів охоплює зустрічі, конференції, виставки та інсентив-поїздки.

До пандемії COVID-19 глобальні витрати на бізнес-туризм були процвітаючими, а США та Китай були двома найбільшими ринками. Сильно постраждалим від кризи охорони здоров'я, корпоративним подорожам знадобиться час, щоб пристосуватися до нової норми. До того, як пандемія коронавірусу (COVID-19) не знищила, витрати на ділові подорожі по всьому світу стабільно зростали в 2015-2019 рр. Загалом глобальні витрати на ділові поїздки з 2000 р. зросли більш ніж вдвічі, досягнувши піку приблизно в 1,29 трлн. дол. США. США, Китай та Європейський Союз здійснили більше половини загальних витрат [55].

За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), частка ВВП, створеного ринком ділових подорожей, у 2019 р. досягла 0,7 % світового ВВП. Світові витрати на діловий туризм, які з 2000 р. зросли більш ніж вдвічі, досягли максимуму приблизно до 1,28 трлн. дол. США. У 2019 р. лише США

створили понад 1/3 світових витрат, очоливши рейтинг країн G20 за витратами на діловий туризм.

Як і для туристів, ділові мандрівники оплачують витрати під час подорожі. Ці витрати часто включають авіаквитки, вартість готелів та харчування. Однак, на відміну від туристів, від ділових мандрівників рідко очікують, що оплачують свої поїздки, і, як правило, компанія мандрівника оплачує рахунок. Якщо врахувати вартість за добу, Токіо було найдорожчим містом для ділових подорожей у всьому світі в 2019 р. У той час як Женева та Тель-Авів були найдорожчими світовими напрямками ділового туризму з точки зору щоденних витрат на готелі, Цюрих домінував у списку найдорожчих міст для ділових подорожі по всьому світу, ранжовані за щоденною вартістю їжі [54].

У 2020 р. пандемія коронавірусу (COVID-19) перевернула індустрію туризму з ніг на голову, оскільки можливість подорожувати була обмежена, щоб зменшити поширення вірусу. В результаті туристичні компанії запровадили звільнення, відпустки та скорочення зарплат. З точки зору планування подорожей, організації, які розглядали можливість відновлення ділових поїздок, станом на грудень 2020 р. були більше зацікавлені у внутрішніх, а не на міжнародних ринках. З огляду на вплив COVID-19 на ціни на послуги ділових подорожей, приблизно шість з десяти менеджерів з подорожей брали участь в опитуванні в грудні 2020 р. вважалося, що ціни на готелі знизяться, а ціни авіакомпаній підвищаться під час пандемії.

Індустрія подорожей і туризму є однією з найбільших галузей у США. Ділові подорожі підпадають під цю парасольку і відносяться до поїздок, здійснених з метою роботи, а не для відпочинку чи розваг. Багато компаній щороку беруть участь у ділових поїздках, але провідною компанією за кількістю замовлених авіаквитків у США у 2019 р. була Deloitte із заброньованими майже 600 млн. дол. США, що випереджає такі технологічні компанії, як Amazon та IBM.

Ділові подорожі становлять значну частину індустрії подорожей і туризму в США. У 2019 р. він склав 30 % загальних витрат на туристичному

ринку США. В результаті цей сектор також є джерелом роботи для багатьох людей, а кількість робочих місць, які підтримуються діловими подорожами в США, у 2019 р. становила понад 2,5 млн. Крім того, ділові подорожі можна розділити на внутрішні та міжнародні подорожі. Кількість внутрішніх ділових поїздок у США була відносно стабільною протягом останнього десятиліття і становила близько 450 млн. поїздок щороку до 2020 р., коли пандемія коронавірусу (COVID-19) завадила звичайним поїздкам і спричинила значне зниження кількості поїздок, хоча передбачалося, що в наступні роки вони знову піднімуться. Якщо розглядати міжнародні поїздки, кількість ділових туристів за кордон у 2019 р. перевищила 5 млн., хоча вплив COVID-19 на цю кількість був значним у 2020 р. [54].

Оскільки звичайні подорожі були неможливими у 2020 р. через COVID-19, індустрія ділових подорожей у США зазнала значного удару. Витрати на внутрішні ділові подорожі в США досягли мінімуму в 131 млрд. дол. США у 2020 р., що на 160 млрд. дол. США менше, ніж у 2019 р. Хоча очікується, що ця кількість знову збільшиться до 2024 р., не очікується, що вона повністю відновиться до рівня витрат до COVID-19 протягом певного часу. Під час всесвітнього опитування, проведеного в лютому 2021 р., щоб визначити, чи планують компанії відновити подорожі, лише 20 % респондентів компаній планували відновити поїздки до США протягом наступних 1-3 місяців, при цьому більшість не впевнені. Тим часом заходи щодо перебування вдома призвели до збільшення кількості віртуальних зустрічей. Однак опитування 2020 р. щодо суспільних переваг у США для особистих зустрічей порівняно з гібридними показало, що лише 22% респондентів віддавали перевагу або сильно віддавали перевагу гібридним зустрічам.

У 2019 р. мандрівники зі США здійснили 464 млн. внутрішніх ділових поїздок. За оцінками, кількість внутрішніх ділових поїздок у США впала до 185 мільйонів у 2020 р. в результаті обмежень на поїздки через пандемію коронавірусу (COVID-19). Прогнозується, що кількість відряджень поступово відновиться протягом наступних років і досягне 457 млн. до 2024 р.

Оскільки економічні зв'язки між країнами зміцнюються, робочі поїздки зростають. У 2017 р. глобальні витрати на ділові подорожі становили приблизно 1,33 трлн. дол. США. Фактично, того року Китай обігнав Сполучені Штати як найбільший ринок ділових подорожей, внісши близько 347 млрд. дол. США на корпоративні подорожі, що становило чверть світової суми. Частково зростання було зумовлено ініціативою «Один пояс і шлях» (BRI), довгостроковим економічним проектом, який з'єднує Китай із понад 100 країнами через торгівлю та інвестиції в інфраструктуру, транспорт та енергетику. Очевидно, що Китай розширює своє присутність на світовій бізнес-арені, міжнародні компанії з управління діловими подорожами прагнуть захопити частину цього прибуткового ринку [55].

Керовані ділові поїздки в Китай можуть бути не такими зрілими, як на інших ринках. Основну частку ринку займали авіаквитки та бронювання готелів. 30-мільярдний ринок залучив туристичні онлайн-агентства та портали вийти на поле бою, що робить планування та бронювання подорожей особливо зручними для малих і середніх підприємств (МСП). У 2018 р. понад 57% МСП використовували мобільні додатки для бронювання подорожей. Щоб конкурувати з онлайн-платформами, більше ТМС розробили єдиний сервіс із розумними системами контролю витрат. Досить сказати, що сектор управління подорожами ще має багато можливостей для розвитку в Китаї.

Крім корпоративних подорожей, китайський виставковий сектор продовжує зростати як у внутрішніх, так і закордонних регіонах. З 2013 р. щорічно в Китаї організовувалося щонайменше 500 виставок. У 2018 р. на 286 діючих виставкових майданчиках було проведено понад 9 тис. торгових виставок, що є двозначним зростанням. З точки зору виставкових площ Шанхай і Гуанчжоу є провідними організаторами виставок, які пропонують понад десять мільйонів квадратних метрів. Китайські компанії виставили свої кадри на міжнародних виставках. У 2018 р. Китай провів близько 107 торгових виставок в інших країнах. Того року China Product Fair в Дубаї була

найбільшою зарубіжною виставкою Китаю з розміром 42,8 тисячі квадратних метрів.

Індустрія зустрічей в Європі є важливим зв'язком для діяльності B2B, включаючи ділові поїздки, присвячені відвідуванню зустрічей, торгових виставок і конференцій. Такі заходи дають змогу представникам міжнародного та європейського бізнесу зустрітися, обговорити розвиток бізнесу, розширити клієнтську базу та створити мережі. У 2019 р. витрати відвідувачів лише в європейській конгрес-індустрії досягли понад 90 млрд. євро, хоча ця цифра значно впала до 18 млрд. євро у 2020 та 2021 рр. через вплив пандемії коронавірусу (COVID-19). До кризи охорони здоров'я Німеччина була найпопулярнішою країною в Європі для міжнародних зустрічей, за нею йшли Франція та Іспанія. У 2020 р., коли індустрія зустрічей сильно постраждала від пандемії COVID-19, кількість заходів та учасників різко скоротилася. Наприклад, кількість заходів у Німеччині скоротилася приблизно на два мільйони, а кількість учасників впала з понад 420 млн. до кризи охорони здоров'я до 60 млн. у 2020 р. [56].

Виставки та торгові виставки є важливим сегментом індустрії зустрічей. На ярмарках компанії часто демонструють продукти та послуги з певної галузі, щоб отримати уявлення про галузеві тенденції та спілкуватися з потенційними клієнтами. Цей ринок, як і багато інших секторів, пов'язаних із особистими заходами, також зазнав сильного впливу пандемії COVID-19. Починаючи з березня 2020 р. діяльність більшості опитаних європейських виставкових компаній скоротилася або не виявляла активності. До червня 2021 р. близько 21 % підприємств почали повністю функціонувати, а 55 % очікується, що вони будуть повністю функціонувати до грудня 2021 р. В результаті оцінка зміни прибутку європейських виставкових компаній показала величезні втрати та скорочення в 2020 р. Насправді, для багатьох європейських країн вплив пандемії COVID-19 був найважливішою проблемою, яка постала перед європейською виставковою індустрією станом на червень 2021 р., а Великобританія та Франція найбільше стурбовані потенційними наслідками

кризи в галузі охорони здоров'я. Пандемія COVID-19 змусила багато компаній швидко впровадити цифрові рішення, оскільки у 2020 р. особисті зустрічі та віддалені подорожі були суворо обмежені. Протягом цього року 30 % зустрічей асоціацій в Європі проводилися фактично — другий за величиною обсяг для всіх регіонів. світовий. Однак у 2021 р. більшість європейських компаній не планували проводити повністю віртуальні заходи [55].

Більшість ярмарків, запланованих у Європі в 2022 р., 56%, планувалося проводити особисто, тоді як 29% були організовані як змішані події, а 15 % мали бути повністю віртуальними. Хоча найближчим часом зустрічі можуть бути не повністю віртуальними, багато виставкових компаній нещодавно впровадили нові цифрові процеси через обмеження, які виникли під час кризи в галузі охорони здоров'я. Найпоширенішою цифровою реалізацією серед європейських виставкових компаній у 2021 р. було додавання цифрових послуг і продуктів навколо існуючих виставок, таких як програми або цифрова реклама.

На відміну від подорожей для відпочинку, ділові подорожі — це галузь туристичної індустрії, що стосується туристів, які подорожують з діловими або професійними цілями. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), частка прямого внеску витрат на ділові подорожі до ВВП у Франції склала 16% у 2020 р. У цьому році витрати на діловий туризм країн G20 зазнали зниження через вплив пандемії коронавірусу (COVID-19). Зокрема, витрати на діловий туризм у Франції зменшилися більш ніж вдвічі порівняно з попереднім роком, досягнувши 16,2 млрд. дол. США.

Глобальна пандемія, спричинена новим коронавірусом (COVID-19), сильно вдарила по туристичній галузі. Щоб зменшити поширення вірусу, поїздки були обмежені до мінімуму. Як наслідок, багато країн, у тому числі Франція, зазнали значних втрат у доходах від ділових подорожей у 2020 р.

Частина цієї втрати доходу була спричинена різким зменшенням щомісячної кількості ділових ночей у Франції. Найнижчі показники досягли у квітні 2020 р., під час першого карантину, лише 800 тис. ночей, проведених у

французьких помешканнях для ділових або професійних цілей. Це представляло собою втрату понад три мільйони ночей у порівнянні з попереднім роком. Навіть у Парижі, столиці Франції – одному з головних міст світу, де щороку проводяться заходи МІСЕ – діловий туризм значно сповільнився. Велика кількість конгресів у Парижі у 2020 р. була неможлива, 160 перенесено і 157 скасовано.

Франція є одним із провідних напрямків для ділових подорожей у світі та посіла третє місце в списку країн світу за кількістю зустрічей асоціацій, проведених у 2019 р. У Франції було проведено 595 зустрічей. Крім того, загальна кількість відвідувачів заходів у Франції у 2019 р. склала 76,8 млн., причому більше половини з них брали участь у корпоративних та інституційних заходах. У той же час виставки та ярмарки відвідали 23 млн. відвідувачів [54].

Організація заходів – вигідний варіант для виставкових центрів. У 2019 р. власне виробництво заходів виставкових центрів становило 45 % їхнього доходу. Однак проведення ярмарків і виставок все ще залишається важливим джерелом доходу, на який припадає 22% розподілу доходу від конференц-центрів у Франції в 2019 р.

У 2020 р. Європа була другим регіоном за величиною витрат на діловий туризм у світі, обігнавши лише Азіатсько-Тихоокеанський регіон. З точки зору самої суми витрат на діловий туризм в Європі, ФРН повідомила про найвищу вартість у 2020 р., приблизно 36 млрд. дол. США. Велика Британія, Італія та Франція увійшли до рейтингу. Тим часом у 2020 р. Данія мала найбільшу частку витрат на ділові поїздки в Європі, причому 40 % загальних витрат країни на подорожі та туризм створювалися на робочі поїздки.

Хоча Німеччина зафіксувала найвищий загальний обсяг витрат на діловий туризм, це не було найпопулярнішим напрямком для ділових мандрівників у Європі. Згідно з опитуванням у липні 2021 р., Швейцарія була провідним місцем для майбутніх ділових поїздок серед європейських мандрівників: понад 10 % мандрівників планують відвідати країну з метою роботи. У Швейцарії

також були одні з найдорожчих міст для європейських ділових подорожей станом на 2020 р., такі як Цюріх, Женева та Базель.

Витрати на подорожі з ділових зустрічей, конгресів, виставок і торгових виставок вносять значний внесок у подорожі та туризм у європейських країнах. У 2019 р. в Туреччині було найбільше торговельних і публічних виставок у Європі, цього року було проведено майже 500 заходів. Такі види ділових заходів є частиною більшої європейської індустрії зустрічей, яка є важливою ланкою в діяльності B2B. Обсяг ринку європейської індустрії зустрічей у 2019 р. досяг понад 500 млрд. дол. США, що більше, ніж ринки Північної Америки та Азіатсько-Тихоокеанського регіону [56].

З початком пандемії COVID-19 у 2020 р. ділові подорожі, як і глобальні туристичні поїздки та туризм, припинилися, оскільки багато країн закрили свої кордони та ввели суворі обмеження на поїздки. Очікувалося, що навіть до 2022 р. витрати на ділові поїздки в Європі зменшаться в порівнянні з рівнем до пандемії. Під час кризи охорони здоров'я багатьом компаніям не залишалося іншого вибору, окрім як скасувати фізичні заходи або замінити їх цифровими чи гібридними версіями.

Відповідаючи на запитання про майбутній формат ділових виставок у Європі, більшість виставкових компаній передбачили, що віртуальні події не замінять повністю фізичні події, але загалом буде менше особистих заходів, а гібридний формат подій стане більш популярним. Однак, порівняно з іншими регіонами світу, очікується, що Європа в 2022 р. проведе більше ділових ярмарків особисто.

Індустрія подорожей і туризму в Японії підлягала ретельному мікро-менеджменту з боку японського уряду. В економіці, яка була відносно млявою протягом останніх трьох десятиліть, дохід, отриманий від туризму, став розглядатися як перспективна стратегія економічного зростання. Індустрія подорожей і туризму складається з внутрішнього туризму, іноземного в'їзного туризму та японського виїзного туризму. Внутрішній туризм робить найбільший внесок у туристичний ВВП Японії. Мандрівники, які здійснюють

подорожі з метою відпочинку та відпочинку, є основною цільовою групою, визначеною у внутрішньому туризмі, оскільки вони отримують більшу частину доходу. Хоча очікування щодо в'їзного туризму зростають, японські внутрішні туристи вважаються важливими для відродження сільської місцевості та економічно ослаблених районів.

Дані про внутрішній туризм в Японії зазвичай поділяються на тривалість подорожі, що включає подорожі з ночівлею та одноденну подорож, а також на ціль подорожі, яка розрізняє подорожі на дозвілля, бізнес або відвідування родичів і друзів. Подорожі на ніч становлять більшість витрат на внутрішній туризм в Японії, а також дещо частіше, ніж подорожі в той же день. З іншого боку, більшість поїздок, незалежно від того, тривалі вони чи короткі, зумовлені рекреаційними цілями. Завдяки робочій культурі в Японії, де тривалі відсутності з причин дозвілля є рідкістю, велика частина ночівлі здійснюється під час основних святкових сезонів Японії, наприклад, під час Золотого тижня в травні або навколо фестивалю Бон в серпні [55].

Одноденні подорожі – популярний вид дозвілля, який проводиться у вихідні дні. Добре розвинена мережа громадського транспорту в Японії пропонує хорошу альтернативу особистим транспортним засобам, що дає змогу молодим людям без водійських прав або автомобіля подорожувати. Широкий спектр доступності залізничного, водного та повітряного транспорту в поєднанні з добре організованим розкладом робить можливим відвідування туристичних визначних місць у сусідніх префектурах.

У 2020 р. пандемія COVID-19 сильно вплинула на туристичну індустрію, причому галузі розміщення, ресторани та подібні сфери послуг значно погіршилися. Після першого оголошення надзвичайного стану в квітні 2020 р. кордони були закриті для іноземних туристів, а громадян Японії попросили уникати непотрібних подорожей і залишатися вдома. Блокування допомогло знизити рівень зараження COVID-19, але завдало шкоди вищезгаданим галузям.

Щоб підсилити зношені сектори промисловості та оживити туристичну індустрію, уряд Японії оголосив про впровадження кампанії «Go to Travel».

Ініціатива розпочалася менш ніж через два місяці після скасування початкового надзвичайного стану та була орієнтована на внутрішніх мандрівників. Очікувалося, що завдяки державній субсидії витрат на подорожі кампанія стимулюватиме попит на подорожі та позитивно вплине на численні сегменти сфери послуг. Кампанії вдалося стимулювати внутрішні подорожі, оскільки в період з липня по грудень 2020 р. було зафіксовано близько 90 млн. ночівель, які скористалися програмою [55].

До кінця грудня кампанію «Go to Travel» було припинено через зростання кількості випадків COVID-19. Станом на серпень 2021 р. кампанія все ще перебуває в режимі очікування, оскільки Японія продовжувала боротися з пандемією і нещодавно оголосила третє оголошення надзвичайного стану, пов'язаного з COVID-19, для деяких великих міст. З початку пандемії в'їзний туризм зник, і, незважаючи на зусилля японського уряду стимулювати внутрішній туризм, подорожі та витрати значно нижчі порівняно з допандемічним рівнем.

2.2. Міжнародне співробітництво та міжнародні конфлікти як маркери оцінки динаміки міжнародного туризму

Розгляд регіонів міжнародного туризму вказує на потребу розгляду міжнародного співробітництва та міжнародних конфліктів як маркерів оцінки динаміки міжнародного туризму [56].

У 1987 р. у звіті Брундтланд була представлена нова концепція розвитку - сталий розвиток. Ця нова концепція акцентує увагу на аспектах, пов'язаних з людськими ресурсами та розвитком, враховуючи три вирішальних виміри: економічний, соціальний та екологічний, демонструючи сильну турботу про задоволення не лише теперішніх, а й майбутніх потреб. Розуміння туризму як потенційного стимулятора загального розвитку економіки, і, зокрема, місцевої економіки стає все більш однорідним. Отже, вкрай важливо, щоб ця діяльність набула цінностей стійкості.

Таким чином, концепція сталого туризму повинна вписуватися в сталий розвиток. Цю структуру можна побачити в Порядку денному про сприяння сталому розвитку, який визначає як пріоритет сприяння та формулювання екологічно безпечних і культурно чутливих туристичних програм як стратегії сталого розвитку міських і сільських територій і як спосіб децентралізації міського розвитку та зменшення регіональної асиметрії.

Протягом багатьох років Європейська комісія надала деякі рекомендації, які підтверджують важливість туризму для сталого розвитку. У 2007 р. Група з розвитку туризму у звіті «Дії для більш сталого європейського туризму» підтверджує свою мету стимулювати дії, які забезпечують більш сталий європейський туризм через безперервний процес. В рамках «Порядку денного для сталого та конкурентоспроможного європейського туризму» Європейська комісія взяла на себе довгострокове зобов'язання, підкріплене звітом Групи зі сталого розвитку туризму, сприяти впровадженню відновленої Лісабонської стратегії відповідно до Стратегії сталого розвитку. У цьому документі Комісія закликає всі зацікавлені сторони, які безпосередньо чи опосередковано залучені до туризму, поважати принципи, викладені у звіті Групи зі сталого розвитку «Дії для більш сталого європейського туризму» [54].

Деякі дослідження виявляють розуміння значущості туризму для розвитку, зокрема, регіонального розвитку. Туризм є явищем великого значення з політичної, економічної, екологічної та соціально-культурної точки зору. Економічне та соціально-культурне значення туризму перетворило цю діяльність на фундаментальну вісь економіки та розвитку багатьох регіонів, привернувши увагу регіональних та місцевих органів влади, зацікавлених у сприянні зростанню на своїх територіях. Інші автори підкреслюють актуальність використання сільськогосподарського потенціалу регіонів, збереження та визнання багатства природних, культурних, історичних та ландшафтних ресурсів як відповідних факторів розвитку та конкурентоспроможності.

Відповідно до Стратегічного плану розвитку туризму, туризм повинен розробити набір стратегій, а саме:

- 1) поглибити відносини між туристичними регіонами; запровадження моделі розвитку туризму, яка сприяє інтегрованому стану;
- 2) посилити різноманітність туристичних пропозицій;
- 3) оцінити наявні активи шляхом розробки відповідних туристичних продуктів.

Крім того, як і слід було очікувати, деякі фактори ускладнюють встановлення коопераційних відносин, їх консолідацію та підтримку. Тим не менш, ті самі автори вказують на те, що потенційні винагороди від довгострокових відносин настільки привабливі та стратегічні для залучених організацій, що вони «мають докласти зусиль, щоб вони працювали». У випадку стосунків між організаціями співпраця представляє певну складність, і існує набір факторів, які вже визначені в літературі, які можуть перешкоджати її впровадженню. Ці фактори зазвичай пов'язані з відносинами влади, що встановлюються між зацікавленими сторонами, часто пов'язані з їхніми різними вимірами, які самі по собі мають інші обмеження; незгодні бачення, різні, а іноді й конкуруючі інтереси, відсутність діалогу та лідерства, але також різні стилі спілкування. Слід зазначити, що як довіра, так і відданість є вимірами, які називаються вирішальними для успіху міжорганізаційних відносин.

У туристичному секторі мережі співпраці є особливо важливими для:

- 1) покращення розробки та просування туристичних ініціатив;
- 2) розробки туристичного продукту чи послуги, які відповідають очікуванням споживачів, і збільшує попит.

Проте найважливішими для створення та розвитку цих мереж є суттєві передумови, а саме взаємна довіра між учасниками. Декілька авторів вважають, що довіра має важливе значення для встановлення відносин між партнерами. У міжорганізаційних відносинах довіра передбачає як очікування правильної поведінки від інших членів, так і впевненість у їхній компетентності.

Довгостроковий успіх ділових відносин також залежить від вміння учасників співпрацювати та координувати. У цьому сенсі розробка набору стратегій переговорів є важливою для залучення учасників, які бажають співпрацювати. Роль управління також є важливою для заохочення координації та нагляду за членами мережі.

Настанови та методи управління сталого розвитку туризму застосовні до всіх форм туризму в усіх типах напрямків, включаючи масовий туризм та різні сегменти нішевого туризму. Принципи сталого розвитку стосуються екологічних, економічних та соціально-культурних аспектів розвитку туризму, і між цими трьома вимірами має бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати його довгострокову стійкість.

Сталий розвиток туризму вимагає інформованої участі всіх відповідних зацікавлених сторін, а також сильного політичного лідерства для забезпечення широкої участі та досягнення консенсусу. Досягнення сталого туризму є безперервним процесом, який вимагає постійного моніторингу наслідків, запровадження необхідних превентивних та/або коригувальних заходів, коли це необхідно. Сталий туризм також повинен підтримувати високий рівень задоволеності туристів і забезпечувати значущий досвід для туристів, підвищуючи їх обізнаність про проблеми сталого розвитку та пропагуючи серед них практику сталого туризму.

Розвиток туризму покладається на хорошу державну та приватну інфраструктуру та інноваційне середовище. Сектор також може стимулювати національні уряди оновлювати свою інфраструктуру та модернізувати свої галузі, роблячи їх більш стійкими, ресурсоефективними та чистими, як засіб залучення туристів та інших джерел іноземних інвестицій. Це також має сприяти подальшій стійкій індустріалізації, необхідній для економічного зростання, розвитку та інновацій.

Збройні конфлікти та насильницькі акти тероризму безпосередньо впливають на поведінку туристів, змінюючи сприйняття ризику в країні призначення. Однак зміна сприйняття ризику залежить від кількох факторів, які

в кінцевому підсумку можуть визначити туристичні потоки. Культурна близькість, минулий досвід і витрати на уникнення ризику відіграють центральну роль у прийнятті туристами рішень про подорожі. Культурна подібність, яка виражається в культурних вимірах Хофстеде, найкраще передбачає сприйняття ризику подорожі до країни призначення.

Мандрівники з минулим досвідом, пов'язаним із загрозою тероризму, менш імовірно будуть знеохоченими терористичним нападом, ніж ті, хто цього не зробив. Коли є низькі варіанти заміни для країни призначення, тоді витрати на уникнення ризику високі, і навпаки. У результаті рішення туриста відвідати ризиковану країну призначення, ймовірно, залежить від наявності альтернативних напрямків та пов'язаних з ними витрат на перехід.

Більше того, відбудова країни призначення після конфлікту займає деякий час. Зміна уявлення міжнародної спільноти щодо туристичної дестинації, ймовірно, буде повільним процесом. Беручи до уваги ці фактори, це дослідження досліджує, скільки часу потрібно країні, щоб залучити міжнародних туристів після конфлікту, що залежить від витрат на безпеку країни призначення.

Конфлікт уповільнює міжнародні туристичні потоки. Це говорить про те, що за наявності конфлікту в приймаючій країні більшість туристів воліють подорожувати в альтернативні напрямки, щоб отримати приємні враження від туризму в безпечному середовищі. Крім того, результати показують, що витрати на безпеку не можуть протидіяти негативному впливу конфлікту за короткий період часу.

Точніше, спільний ефект конфлікту та військових витрат як частка ВВП є позитивним і статистично значущим після восьми років. Це означає, що для середньої постраждалої країни призначення вона може залучити назад міжнародних туристів після закінчення збройного конфлікту. Ефективне використання видатків на безпеку створює сприятливі умови для ефективного управління кризою, що, у свою чергу, призведе до відновлення миру та безпеки. Ефективне використання видатків на безпеку також веде до кращого

управління сприйняттям, коли колись постраждалий пункт призначення перетворює себе на безпечне місце для туристів.

Крім того, результати цього дослідження не заперечують роль м'якої сили як ключового інструменту для вирішення конфліктів. Тому політикам слід шукати інші шляхи, окрім витрат на безпеку, як інструменту для прискорення процесу зміни уявлень про країну призначення, охоплену конфліктами. Цього можна досягти, використовуючи вплив ЗМІ та соціальних мереж на зміну сприйняття ризику потенційними туристами.

Цілеспрямована реклама та рекламні ролики можуть допомогти відновити імідж туристичної дестинації і, таким чином, посилити позитивний пом'якшувальний ефект витрат на безпеку на негативний конфлікт міжнародного туризму. Це може допомогти скоротити час, необхідний для розвитку міжнародного туризму після події насильницького конфлікту.

РОЗДІЛ 3. KEYСИ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОЇ ПОЛІТИКИ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

3.1. Глобальні виклики для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму

За результатом розгляду трендів міжнародного туризму актуальним є виявлення глобальних викликів для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму в сучасних міжнародних умовах.

Перехід до більш стійких форм розвитку є однією з основних тенденцій і викликів для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму в сучасних міжнародних умовах. Сталість – не нова концепція; однак остання ітерація охоплює заходи щодо пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації, а нещодавно – нові соціальні рухи щодо скорочення викидів CO₂. Багато зацікавлених сторін в індустрії туризму погоджуються, що вплив глобального потепління та зміни клімату, включаючи екстремальні погодні явища, є загрозою для природних територій, біорізноманіття та суспільства [18].

Для подолання глобального потепління та зміни клімату існує потреба у підвищенні громадянської обізнаності, нових технологіях та (новій) політиці. Сталий соціокультурний туристичний напрямок – це місце, яке розглядає можливості та вплив туризму на суспільство та його культурну та природну спадщину. Він розглядає туризм як рушійну силу, яка може як впливати, так і покращувати якість життя місцевих громад і жителів, і інтегрує принципи «туризм для всіх» по всьому ланцюжку створення вартості туризму.

Туризм, екологічна та транспортна політика в ЄС повинні краще інтегруватися для забезпечення сталого розвитку. Овертуризм є недавнім поняттям, хоча його симптоми, можливо, були помітні протягом деякого часу. Це є наслідком занадто великої кількості відвідувачів, що спричиняє переповненість і затори в пункті призначення, часто призводячи туристів до

конфлікту з місцевим населенням. Це вимагає відповідей, що стосуються конкретного контексту, та спеціально розробленої політики для кожного конкретного середовища, із спільними та загальними відповідями, які включають представників місцевого населення, установ та політиків, промисловості та наукових кіл. Необхідно вжити заходів, щоб зменшити сезонність і піковий попит у деяких напрямках.

Загальний набір показників неможливо визначити через складні причини та наслідки надмірного туризму. Якість життя, для мешканців, для відвідувачів, для кожного має стати відправною точкою для будь-якої майбутньої ініціативи. Для того, щоб туристи робили усвідомлений вибір подорожей, існує потреба в певній формі системи акредитації [31].

Зміни в тому, як туристи та туристична індустрія використовують ІКТ протягом останніх десятиліть, мали один із найбільш значних впливів на індустрію та те, як туристи подорожують та відчують місця призначення; це, ймовірно, триватиме й у майбутньому. Наслідки останніх розробок інформаційних технологій на туристичні МСП в ЄС були глибоко руйнівними для традиційних бізнес-моделей туристичної інформації та розповсюдження.

ІКТ будуть корисні в багатьох аспектах майбутнього розвитку туризму. Пункти призначення зможуть передбачати попит на послуги та краще керувати масовізацією та надмірним туризмом. Туристи використовуватимуть штучний інтелект, Інтернет речей, віртуальну/доповнену реальність, віртуальне споживання тощо, щоб споживати туристичні продукти та послуги. Більше того, розширення використання розумних технологій призведе до розумної мобільності, яка може сприяти розвитку екологічного транспорту.

Необхідні дії для підтримки досліджень, освіти та співпраці у впровадженні та використанні ІКТ між напрямками та підприємствами туристичних технологій. Зокрема, потрібні чотири конкретні дії:

- розробка системи моніторингу, призначеної для виявлення змін як у туристичному середовищі, так і в тенденціях попиту та пропозиції. Це дасть

спеціалістам у сфері туризму інструмент для покращення управління їхньою діяльністю;

- регулювання власників великих даних, щоб забезпечити кращу прозорість і безпеку даних;
- прийняття нормативно-правових актів, що стосуються використання штучного інтелекту та робототехніки, заснованих на принципах прав людини та демократії, для захисту приватності та зловживання інформацією;
- слід створити відповідну нормативну базу для економіки спільного використання.

Відносини між різними зацікавленими сторонами впливають на способи створення ефективних структур управління. Структури управління повинні дозволяти будувати більш стійкі, стабільні та безпечні місця призначення. У цій новій схемі управління партнерські відносини є ключовими, і вони побудовані на потребі спільного успіху, довіри та послідовного спілкування. Картування зацікавлених сторін може бути прийнято як інструмент для ефективного управління мережами зацікавлених сторін. Малі фірми мають приділяти особливу увагу як активні зацікавлені сторони в екосистемах призначення, але їх участь має бути більш прямою та ефективною. Приймаючим громадам та представникам зацікавлених сторін з охорони навколишнього середовища слід надати більш помітний статус [14].

Крім того, туристам слід надати більш чітке визнання, а їхнім потребам і турботам також надати відповідний статус. Необхідно розробити стратегії, щоб навчити туристів бути більш екологічними та соціально поважними під час подорожей. Інноваційне управління туризмом може сприяти боротьбі з нерівномірним розподілом відвідувачів (недостатній та надмірний туризм) у місцях призначення. Розумне управління та просування цільових місць включає керування потоками відвідувачів, стійку мобільність та доступність, сприяння бізнес-аналітиці та інноваціям малого та середнього бізнесу.

Сучасне управління та політика в галузі туризму сприятиме створенню більш стійких та відповідальних моделей туризму та ефективнішому діалогу

між місцевими жителями та відвідувачами. Розвиток регіональних інноваційних екосистем на основі кластерів стимулюватиме конкурентоспроможність дестинації. Необхідно розглянути заходи та політику, щоб збільшити обмін знаннями, зосередившись на проблемах, з якими стикаються туристичні напрямки, щоб стати більш стійкими. Нарешті, оскільки ми не можемо ефективно керувати без підтримки інформаційних систем, слід розробити систему, яка дозволить вимірювати вплив туризму та стійкість для використання у прийнятті політичних рішень на регіональному, національному та європейському рівнях, а також для бізнес-аналітики в пункти призначення [41].

Необхідно покращити загальний бренд цільового призначення Європи шляхом кращої координації між різними країнами та зацікавленими сторонами. За останнє десятиліття туризм стає все більш спеціалізованою галуззю, де розвиваються нові ніші ринків, наприклад оздоровчий туризм, екологічно-відповідальний туризм, туризм, керований громадою (знизу вгору), туристичний готель/внутрішній туризм, ринок для людей похилого віку/пенсіонера тощо. соціальні мережі мають великий вплив на сучасний туристичний маркетинг. Тому європейські напрямки повинні переглянути свої традиційні маркетингові стратегії. Використання ІКТ має важливе значення для розробки інноваційних маркетингових та рекламних заходів на майбутнє.

Багато робочих місць у туристичній індустрії страждають від проблеми іміджу, яка частково пов'язана з такими проблемами, як сезонність та погані умови праці. Перший досвід багатьох потенційних майбутніх працівників галузі – це робота у відпустці; ці перші враження часто бувають несприятливими. Крім того, ймовірно, буде значний «розрив у навичках» між поточною робочою силою та майбутніми потребами галузі, наприклад, проблеми, пов'язані з зростаючою цифровізацією галузі та подоланням сталого розвитку напрямків. Талант, підприємницький настрій, навички та компетенції є факторами, необхідними для задоволення поточних і майбутніх потреб галузі та сприяння розвитку туризму завтрашнього дня. Покращення здібностей

робочої сили покращить здатність розробляти та надавати розумні, стійкі напрямки [18].

Таким чином, до глобальних викликів для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму в сучасних міжнародних умовах належать санітарно-епідеміологічні виклики, зокрема, ковід-пандемія, зростання вимог стосовно регулювання туристичних потоків та правил в'їзду до країни, зокрема, стосовно сертифікації вакцинації, збільшення міжнародних конфліктів на основі політики захисту внутрішнього ринку, зокрема, туристичного, розвиток збройних конфліктів та їх прямий вплив на зростання кількості переміщених осіб (мігрантів).

3.2.Пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму

Виявлення глобальних викликів для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму в сучасних міжнародних умовах вказує на можливість формування пропозицій використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму.

Крім різноманітності просторів (Китай, Лаос, Непал, Україна, Грузія, Португалія, Ізраїль, Франція, серед інших), види туризму - релігійний, етнічний, пам'ятний, екологічний - або туристичні практики - стосовно способів розміщення або характеристики відвідування – можна виділити щонайменше три основні теми, що відображають геополітичні виміри, що діють у сучасній туристичній системі в цілому. Ці виміри мають відношення саме до найважливіших поточних трансформацій: мобілізації соціального та культурного як туристичного «ресурсу», розробки наративів, які створюють привабливість, розташовану на ідеологічному та політичному перетині між історією та пам'яттю та нові цінності «автентичності» та «ідентичності» [19].

Перетворення туризму на важіль міжнародної респектабельності, використовуючи переваги валюти, яку він генерує, безперечно, не нещодавнє

явище. Зараз на цьому аспекті діють Саудівська Аравія або Китай. Але також використовуються інші, більш тонкі форми м'якої сили, засновані на відповідальних орієнтаціях (наприклад, етика) або культурних орієнтаціях (етнічний туризм), які виникають в еволюційному контексті самого туристичного сектору. Наприклад, виклики екологічної м'якої сили для азіатських меншин у гірських районах (Китай, Лаос, Непал) розглядаються в трьох різних азіатських просторах наслідки, спричинені еко-етнічною пропозицією, а також її ефективністю в туристичному плані. Екоетнічність може брати участь у побудові сучасного туристичного уявлення і, у свою чергу, надати меншинам корисний важіль для переговорів про права з місцевою владою або пошуку підтримки у «глобальних» екологічних організацій. Ця м'яка сила розглядається більш-менш відкрито в туристичній пропозиції для протидії ситуаціям соціокультурної чи політичної маргіналізації [33].

Європейський Союз через свої культурні маршрути геополітично просуває спільну ідентичність, спрямовану на розвиток нового наративу, спільного, поза межами окремих національних історій. Геополітичні виміри, безсумнівно, спонукають задуматися про перекриття антагоністичних відносин, таких як кордони – державні, культурні, пам'ятні, соціальні – які конфігурують відносини влади та створюють соціальні простори.

Лісабонський договір надав ЄС більше повноважень у сфері туризму. Проте минуло 10 років з моменту набуття чинності, і галузь зросла і продовжує розвиватися швидше, ніж економіка загалом. Тому настав час переглянути роль ЄС у його розвитку, особливо у світлі нових викликів, таких як зміна клімату. Зокрема, враховуючи вплив туристичної діяльності на зміну клімату та потенційний вплив зміни клімату на туристичну діяльність. Така ситуація вимагає більш скоординованого підходу. Встановлено, що відбувається зсув у бік більш сталого та відповідального розвитку туризму, від зміни клімату до управління надмірним туризмом та необхідності певної форми системи акредитації на європейському рівні. У наступні роки можна побачити значні технологічні зміни, пов'язані з туристичною індустрією. Цифровалізація вже

порушує традиційні бізнес-моделі, як і розумні технології, такі як розумна мобільність. Ефективне управління туризмом дозволить створити більш стійкі, стабільні та безпечні напрямки, що відповідає тенденції номер один – сталому розвитку туризму. В даний час існує «розрив у навичках» між поточною робочою силою та майбутніми потребами туристичної індустрії, тому нові навички та навчання були б ефективнішими, якби освіта та індустрія туризму співпрацювала [36].

Аналіз пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму вказує на збільшення ефективності саме даних інструментів впливу міжнародної політики на туристичну сферу, що дозволить побудувати довгострокові партнерські відносини не лише на наддержавному, але й на міжнародному рівні.

ВИСНОВКИ

За результатом узагальнення впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму зроблено такі висновки і пропозиції.

Узагальнення загальних теорій міжнародного туризму вказує на використання переважно системного та функціонального підходів при розумінні як поняття, так і нормативної бази міжнародного туризму. Встановлено важливість використання інструментів міжнародних відносин для регулювання активізації або сповільнення потоків міжнародного туризму, тому актуальним є виявлення впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму.

Аналіз впливу міжнародних відносин на стан розвитку міжнародного туризму вказує на використання регуляторної складової в сфері візової, авіаційної, безпекової, гуманітарної та культурної політики з метою формування сталого середовища для розвитку міжнародного туризму, проте окремі країни свідомо та несвідомо формують несприятливі умови для міжнародного туризму (Росія, Північна Корея, Еритрея, Венесуела), що обумовлено вектором розвитку їх міжнародних відносин та орієнтацією країни на капсулювання (закриття) як економічної складової міжнародного туризму, так і інших підсистем міжнародних відносин.

Політика подорожей змінюється відповідно до поточного сценарію. Окрім розгляду нових рекомендацій щодо охорони здоров'я та безпеки, важливою темою є потреба в більш гнучкому бронюванні, оскільки очікується, що під час пандемії ціни на деякі послуги з ділових подорожей різко зміняться. У міру поступового відновлення, продиктованого близькістю, компанії планують спочатку відновити внутрішні поїздки, а інтерес до цифровізації подорожей зростає. Однак, оскільки особисті зустрічі вважаються ключовим елементом на цьому ринку, поетапне зростання гібридних рішень здається більш вірогідним, ніж повний перехід до віртуальних подій.

У разі неминучого конфлікту політики повинні бути наполегливо зосереджені на середньострокових і довгострокових змінах в економіці, а також на сприйнятті туристів. Наявний чіткий позитивний пом'якшувальний ефект витрат на безпеку на взаємодію між конфліктом та міжнародним туризмом у середньостроковій та довгостроковій перспективі, вони вказують на відсутність такого короткострокового зв'язку. Міжнародна політика повинна бути зосереджена на середньостроковому та довгостроковому розвитку та зміцненні довіри після закінчення збройного конфлікту, а не реагувати на спеціальні заходи, спрямовані на щорічні коливання в туризмі.

Вставлено, що до глобальних викликів для міжнародних відносин при регулюванні міжнародного туризму в сучасних міжнародних умовах належать санітарно-епідеміологічні виклики, зокрема, ковід-пандемія, зростання вимог стосовно регулювання туристичних потоків та правил в'їзду до країни, зокрема, стосовно сертифікації вакцинації, збільшення міжнародних конфліктів на основі політики захисту внутрішнього ринку, зокрема, туристичного, розвиток збройних конфліктів та їх прямий вплив на зростання кількості переміщених осіб (мігрантів).

Аналіз пропозиції використання м'якої сили в рамках розвитку міжнародного туризму вказує на збільшення ефективності саме даних інструментів впливу міжнародної політики на туристичну сферу, що дозволить побудувати довгострокові партнерські відносини не лише на наддержавному, але й на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеєнко І.В. Глобальні проблеми міжнародних відносин та світової політики: безпековий вимір. Дніпро : Дніпропетр. держ. ун-т внутр. справ, 2021. 163 с.
2. Бохан А. Новітні орієнтири архітектонізації екологічної дипломатії. Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. Сер. Екон. науки. 2018. № 6. С. 42-54.
3. Гаврилюк А. М. Сучасні тенденції публічно-приватного партнерства в індустрії туризму України. Публ. урядування. 2016. № 3. С. 40-49.
4. Гапоненко Г. І. Вплив декомунізації на туристичну привабливість регіонів. Бізнес Інформ. 2017. № 3. С. 202-207.
5. Гарбера О. Є. Розвиток міжнародного туризму у світовій економічній системі: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / Гарбера Ольга Євгенівна ; Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2012. 20 с.
6. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин. Колект. монографія / [А. П. Голіков та ін.]. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2018. 468 с.
7. Глобальні тренди міжнародних відносин : монографія / [О. І. Брусиловська та ін.]. Київ : Вадекс, 2020. 523 с.
8. Дарвіду К. Розвиток міжнародного туризму Греції : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / К. Дарвіду; Терноп. нац. екон. ун-т. Тернопіль, 2015. 20 с.
9. Дзявроник О. Адміністративно-правовий механізм міграційних процесів у сфері конфесійних відносин. Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". 2017. № 876. С. 118-123.
10. Дорош Л.О. Зовнішня політика України : навч. посіб. / Л. О. Дорош, О. Я. Івасечко, Я. Б. Турчин ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2021. 347 с.

11. Історія міжнародних відносин: підручник / І. В. Алексеєнко ; Дніпропетр. держ. ун-т внутр. справ. Дніпро : Дніпропетр. держ. ун-т внутр. справ, 2020. 227 с. :

12. Зима О. Г. Дослідження конкурентоспроможності національних економік у галузі туризму згідно з методикою Всесвітнього економічного форуму. Препр. Х., 2009. 59 с.

13. Єрмаченко В. Є. Перспективи застосування у вітчизняній економіці досвіду перетворень туристичної галузі Китаю. Проблеми і перспективи економіки та упр., 2015. № 2. С. 78-90.

14. Калущкий І. Ф. Розвиток туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та воєнно-політичного конфлікту в Україні. Географія та туризм. 2015. Вип. 33. С. 19-29.

15. Капрусь О. В. Еволюція структури та діяльності Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) у контексті сучасних глобалізаційних процесів : автореф. дис. канд. політ. наук : 23.00.04 / О. В. Капрусь; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2015. 20 с.

16. Комеліна О. В. Регіональні важелі розвитку туристичного бізнесу (інноваційний аспект). Економіка і регіон. 2017. № 4. С. 33-39.

17. Кузик С.П. Географія міжнародного туризму : навч. посіб. / Степан Кузик ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2018. 268 с.

18. Кузьменко А. М. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах : курс лекцій / Кузьменко А. М. Київ : Компринт, 2014. 362, [1] с.

19. Лісовський П. М., Політика міжнародних відносин: проблеми та перспективи : навч. посіб. Київ : Ун-т "Україна", 2021. 349 с.

20. Лютак О. М. Інституційне забезпечення міжнародної туристичної діяльності в умовах глобалізації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 425 с.

21. Лютак О. М. Глобальна інституціоналізація бізнес-діяльності у сфері міжнародного туризму : автореф. дис. д-ра екон. наук : 08.00.02 / Лютак Олена Миколаївна ; Держ. ВНЗ "КНЕУ". Київ, 2018. 36 с.

22. Македон В. В. Поляризація України у сфері світового туризму: реалії та перспективи. Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2018. № 1. С. 10-18.

23. Максимець В. Є. Парадигма європейської безпеки у вимірах встановлення нової системи "балансу сил" у Центрально-Східній Європі. Прикарпат. вісн. НТШ. Сер. Думка. 2017. № 5/6. С. 137-147.

24. Максимюк С. О. Обґрунтування теоретико-методичних особливостей функціонування та забезпечення економічної безпеки туристичного комплексу. Бізнес Інформ. 2018. № 2. С. 164-169.

25. Малиновська О. А. Міграційна політика: теоретичні підходи та напрями наукового аналізу. Демографія та соц. економіка. 2018. № 2. С. 27-37.

26. Мателешко Ю. П. Теорія міжнародних відносин : навч. посіб. / Ю. П. Мателешко ; Держ. ВНЗ "Ужгород. нац. ун-т", Ф-т історії та міжнар. відносин, Каф. міжнар. відносин та сусп. комунікацій. Ужгород : Говерла, 2020. 155 с.

27. Мушак Н. Б. Актуальні проблеми зовнішньої політики України та міжнародних відносин: курс лекцій. Київ : Компринт, 2015. 82 с.

28. Ніколаєнко Н. О. Засоби масової комунікації як детермінанти гібридної війни : монографія. Миколаїв : НУК, 2021. 217 с.

29. Облакова О. С. Цивільно-правова відповідальність у сфері міжнародних спортивних відносин : автореф. дис. канд. юрид. наук : 12.00.03 / Облакова Олена Сергіївна ; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. -Харків, 2021. 20 с.

30. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / Подлепіна Поліна Олександрівна ; Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса. Вінниця, 2020. 20 с.

31. Прийдун С. В. Особливості та проблеми становлення України як суб'єкта нової системи міжнародних відносин. Наук. пр. іст. ф-ту Запоріз. нац. ун-ту. 2018. Вип. 51. С. 65-73.

32. Рудакевич І. Р. Сучасні тенденції територіальної організації політичного туризму в Україні. Наукові записки Тернопільського

національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія. 2014. № 2. С. 111-117.

33. Студінська Г. Я. Стратегічне партнерство України та ЄС. Формування ринк. відносин в Україні : зб. наук. пр. 2018. № 7/8. С. 22-36.

34. Темник І. О. Пріоритети національного розвитку в макропроектах міжнародного туризму : дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / Темник Інга Олександрівна ; Нац. акад. наук України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К., 2012.

35. Технології сучасних міжнародних відносин : колект. монографія / [І. В. Іщенко та ін.] ; за заг. ред. проф. І. В. Іщенка ; Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Каф. міжнар. відносин. Дніпро : Акцент ПП, 2021. 291 с.

36. Ткачук Л. Актуальні проблеми розвитку туризму на узбережжях морів та океанів. Наук. вісн. Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. 2014. № 11. С. 149-155.

37. Цирфа Ю.А. Зовнішньополітична ідентичність у теорії міжнародних відносин : дис. канд. політ. наук : 23.00.04 / Цирфа Юлія Анатоліївна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. 225 арк.

38. Шаров О.М. Економічна дипломатія: основи, проблеми та перспективи. Київ : НІСД, 2019. 559 с.

39. Яковенко Є.В. Механізм реалізації державної інноваційної політики у сфері міжнародного туризму : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.03 / Яковенко Євген Васильович ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. Сімф., 2012. 20 с. :

40. Яцина Н. Аналіз та перспективи розвитку круїзного ринку в умовах глобалізації та регіональної інтеграції. Наук. вісн.. 2016. № 2. С. 182-195.

41. Albrecht, J.N. (2013). Networking for sustainable tourism – towards a research agenda. Journal of Sustainable Tourism, 21(5), 639-657. DOI: 10.1080/09669582.2012.721788.

42. Cao, M. & Zhang, Q. (2010). Supply chain collaborative advantage: a firm's perspective. *International Journal of Production Economics*, 128, 358-367. DOI: 10.1016/j.ijpe.2010.07.037.

43. Cao, M. & Zhang, Q. (2011). Supply chain collaboration: impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of Operations Management*, 29, 163-180. DOI: 10.1016/j.jom.2010.12.008.

44. Chaiboonsri Ch. The dependence structure of international tourism demand: seasonal data affected by fluctuations in the AEC countries = Структура залежностей у попиті на міжнародний туризм: за даними про сезонні коливання в туризмі країн АЕС. *Актуал. проблеми економіки*. 2017. № 7. С. 159-168.

45. Derunets N. Impact of resolutions of the UN General Assembly on international legal regulation of trade relations = Вплив резолюцій Генеральної Асамблеї ООН на міжнародно-правове регулювання торговельних відносин. *Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 4. С. 50-58.

46. Instituto Nacional de Estatística (2016). *Estatísticas do Turismo 2015*. Lisboa-Portugal: Instituto Nacional de Estatística

47. Jesus, C. & Franco, M. (2016). Cooperation networks in tourism: A study of hotels and rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 639-657. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.07.005>

48. Magaš, D. (2010). Destinacijskimenadţment i sustavturističkihzajednica – jošvišeraznolikosti. *ČasopisUgostiteljstvo i turizam*, 4, 27-29.

49. Park, D., Lee, K., Choi, H & Yoon, Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33, 1511-1520. DOI: 10.1016/j.tourism.2012.02.005.

50. Pearce, D. G. (2015). Destination management in New Zealand: Structures and functions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (1), 112.

51. Saito, H. & Ruhanen, L. (2017). Power in tourism stakeholder collaborations: Power types and power holders. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 189–196. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.01.001>

52. Sfantla, C. & Bjork, P. (2013). Tourism experience network: cocreation of experiences in interactive processes. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 495– 506. DOI: 10.1002/jtr.1892

53. Ushakov D. Transnationalization as a trend of the present stage of international tourism development = Транснаціоналізація як тренд сучасного етапу розвитку міжнародного туризму. *Актуал. проблеми економіки*. - 2016.

54. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації - <http://www.unwto.org/index.php>.

55. WTO year's report: Tourism Market Trends, 2 edition, 2020. 501p.

56. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.4>