МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «Україна і Саудівська Аравія : крос-культурні особливості туризму»

Допущено до захисту

«___» _____ 2023 року

здобувача вищої освіти групи Т01б-19
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Котовської Я.Ю.

Завідувач кафедри психології і туризму
доктор психологічних наук, професор
Бондаренко О.Ф.

_____

Науковий керівник:
кандидат історичних наук, доцент
Лєбедєва І. М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП……3

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО РОЛЬ У КРОС-КУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ……6

1.1. Теоретико-методичні основи дослідження крос-культурної комунікації у туризмі …….……6

1.2. Роль туризму у розвитку крос-культурних відносин в умовах глобалізації…….12

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В САУДІВСЬКІЙ АРАВІЇ ТА УКРАЇНІ…….20

2.1. Державна політика Саудівської Аравії у сфері туризму……...……20

2.2. Аналіз розвитку міжнародного туризму Саудівської Аравії…….….25

2.3. Особливості розвитку міжнародного туризму в Україні……....31

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ САУДІВСЬКОЇ АРАВІЇ В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ…….36

3.1. Особливості крос-культурного менеджменту в галузі туризму королівства Саудівська Аравія…….36

3.2. Співробітництво між Україною та Саудівською Аравією у галузі туризму: стан і перспективи…….....43

ВИСНОВКИ…….50

РЕЗЮМЕ/ RESUME……52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……54

ВСТУП

На сучасному етапі індустрія туризму стрімко розвивається, зростає конкуренція між окремими дестинаціями та туристичними послугами, а ключовою конкурентною перевагою стає задоволеність туриста. Туризм це завжди зіткнення з різними культурами, під час якого можуть виникати різноманітні непорозуміння та проблеми. Передбачати ці проблеми і пропонувати їх вирішення може допомогти крос-культурна комунікація.

Актуальність цієї роботи полягає в тому, що нині в індустрії туризму зростає конкуренція між окремими дестинаціями та туристичними послугами. Ключовою перевагою стає забезпечення позитивних емоцій клієнта в будь-якій точці контакту або, іншими словами, клієнтоорієнтованість.

Одним з основних трендів туріндустрії у постковідний період є персоналізація та індивідуалізований підхід до туристів [1]. Сучасним мандрівникам необхідні пропозиції з урахуванням їхніх індивідуальних уподобань. З цим завданням частково допомагають впоратися: системна бізнес-аналітика і великі дані. Однак не варто забувати, що туризм це, перш за все, взаємодія представників різних культур і, частково, саме культурні особливості визначають індивідуальні вподобання. Усе це перебуває у сфері інтересів крос-культурних відносин, що являє собою сукупність різноманітних форм стосунків і спілкування між індивідами та групами, які належать до різних культур.

Отже, існує необхідність аналізувати прояви крос-культурної комунікації в туристичній індустрії, досліджувати її роль як інструменту створення комфортного середовища для туриста. Досвід Саудівської Аравії у цій сфері є цікавим і потребує вивчення.

Постановка та ступінь розробленості проблеми. Вивченням питань крос-культурних комунікацій та відносин, типології культур, а також шляхів підвищення ефективності міжкультурної взаємодії займалися такі вчені:

Г. Хофстеде [2], Ф. Яндт [3], Г.-Й. Люзебрінк [4], А.Нюннінг [4]. Ця тема також знаходиться у колі наукових інтересів вітчизняних науковців, зокрема О. Власюк [5], О. Семенюк [6] та інших.

Об'єкт дослідження: крос-культурні відносини в туристичній галузі.

Предмет дослідження: крос-культурні особливості туристичного сектору України та Саудівської Аравії.

Мета дослідження: виявлення крос-культурних особливостей туристичного сервісу України та Саудівської Аравії.

Завдання:

1. Вивчення понятійного апарату та теоретико-методичних основ дослідження.

2. Визначення ролі туризму у розвитку крос-культурних відносин в умовах глобалізації.

3. Аналіз державної політики та розвитку міжнародного туризму КСА (Королівство Саудівська Аравія).

4. Формулювання особливостей розвитку міжнародного туризму в Україні.

5. Порівняння України та Саудівської Аравії у сфері міжнародного туризму.

6. Визначення напрямів співробітництва між Україною та КСА у галузі туризму та перспектив використання досвіду цих країн.

Новизна роботи полягає в аналізі крос-культурних особливостей туризму Саудівської Аравії, виробленні на цій основі рекомендацій для працівників туристичної індустрії. В Україні питання застосування крос-культурних комунікацій у туризмі розглядалося переважно в аспекті ділового спілкування або розглядалося в контексті ділового туризму.

У роботі використано такі ***методи дослідження:*** методи аналізу та синтезу інформації, що дозволили розкрити теоретично-методичні основи дослідження крос-культурної комунікації в туризмі; метод аналізу та порівняння, що спрямовані на вивчення державної політики та розвитку

міжнародного туризму Саудівської Аравії, особливостей крос-культурного менеджменту Саудівської-Аравії, стану і перспективи співробітництва між Саудівською Аравією та Україною у сфері міжнародного туризму; хронологічний метод, що дозволив вивчити історію розвитку співробітництва Саудівської Аравії та України у сфері міжнародного туризму.

Теоретичне значення роботи полягає у вивченні й узагальненні теоретичних засад крос-культурної комунікації та відносин, а також аналізу можливості їхнього застосування в персоналізації туристичного сервісу України та Саудівської Аравії.

Практичне значення роботи полягає в розробленні рекомендацій для персоналізації туристичного сервісу України на прикладі досвіду Саудівської Аравії.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Головні положення та результати дослідження представлені у збірнику матеріалів конференції: Котовська Я. Ю. Перспективи розвитку подієвого туризму в Саудівській Аравії. *Ad orbem per linguas. До світу через мови*: матеріали Міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції (13-14 травня 2021 року). Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021, С. 660-661, а також у доповіді «Культурні особливості індустрії гостинності Саудівської Аравії» на Міжнародній науково-практичній відеоконференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови» (18-19 травня 2023 р.).

Структура кваліфікаційної роботи. Робота включає вступ, основну частину, що складається з трьох розділів, висновок, список використаної літератури та додатки. Обсяг роботи основного тексту становить 53 сторінки друкованого тексту. Перелік використаних джерел містить 46 найменувань.

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО РОЛЬ У КРОС-КУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ

1.1. Теоретико-методичні основи дослідження крос-культурної комунікації в туризмі

Міжнародний туризм в епоху глобалізації та розширення міжкультурної комунікації виступає як надзвичайно багатий за змістом і різноманітний за своїми проявами соціокультурний феномен. Особливого значення це положення набуває у зв'язку з культурним вектором туризму, що виконує інтеґративну культурно-пізнавальну, комунікативну та інші функції, впливає на ціннісні орієнтації людей, тобто має аксіологічний, культурологічний аспекти.

У сучасному світі, що характеризується суперечностями, туристична діяльність має важливе духовно-моральне та соціально-практичне значення, є каналом народної дипломатії, зближує країни і народи, сприяючи діалогу культур, їхньому взаєморозумінню та взаємовпливу. В Україні ухвалено Державну програму розвитку туризму до 2026 року, завдання якої полягає у визначенні туризму одним з основних пріоритетів держави, а також у впровадженні економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України [7].

Туризм – багатогранний феномен: це і потужний чинник економіки, і соціальний інститут, і сфера культури, що особливо важливо для нашого дослідження. Антропологічний підхід дає змогу розглянути туризм як специфічний вид життєдіяльності людини. До явищ культури належать вірування, звичаї, мова, мистецтва, символи, коди, знаряддя, ритуали тощо, - тобто все, що є результатом духовної та матеріальної діяльності й реалізації людських можливостей.

Культурний туризм є однією зі сфер людської життєдіяльності. Обмін культурними і, зокрема, мистецькими здобутками надзвичайно розширює сферу людського спілкування. Завдяки цьому в комунікативний процес запроваджуються елементи свободи (незалежності від реальних обставин життя і від повсякденних потреб) та універсальності (подолання часової і просторової обмеженості). Ці самі завдання розв'язуються в процесах крос-культурних комунікацій, що ґрунтуються на використанні методу порівняльного аналізу, який дає змогу виявити й індетифікувати подібне (загальне, інваріантне) та специфічне (відмінне) в культурі. Цей метод ґрунтується на синхронному і діахронному підходах, що дає змогу виявити не тільки статику, а й динаміку розвитку культур у їхньому темпоральному вимірі [8].

У сучасних теоріях крос-культурних комунікацій дедалі більшого значення набуває зіставлення субкультур у межах тієї чи тієї культури, відмінності між якими в низці випадків більш явні, ніж між культурами різних суспільств. Цілеспрямований культурний туризм дає і цю можливість знайомства із соціокультурним простором в усій його складності та різноманітті.

Розрізняють чотири типи крос-культурних комунікацій (рис.1.1).

Рис.1.1. Типи крос-культурних комунікацій [9]

Культурний туризм дає можливість використати таку особливість міжкультурної комунікації, як можливість прямого контакту і принципів комунікативної взаємодії. При цьому її учасники використовують спеціальні мовні варіанти та дискурсивні стратегії, відмінні від тих, якими вони користуються під час спілкування всередині однієї й тієї самої культури. Туризм, заснований на крос-культурній комунікації, розширює комунікативну компетентність людини.

Практичні потреби, підтримані змінами в суспільній свідомості, призвели до визнання абсолютної цінності розмаїття світових культур, до усвідомлення крихкості існування та загрози знищення величезної кількості традиційних культур і мов. Праці багатьох антропологів, етнологів, лінгвістів, культурологів сприяють становленню ідеї багатополярності, полікультурності людської спільноти. Культурний туризм робить свій внесок у багатоаспектну, безперервну, незмінно притаманну людині соціокультурну діяльність.

Комунікативна поведінка людей є результатом складної взаємодії між культурними настановами, знаннями, емоціями та зовнішніми чинниками. В

основі комунікативної поведінки лежить культура. Комунікативна поведінка визначається ставленням до того чи іншого явища, цінностями, традиціями та конкретними очікуваннями етнічної групи. Комунікативні ситуації за участю людей з різних культур називаються міжкультурними комунікаційними ситуаціями. У процесі крос-культурного спілкування кожен з учасників "намагається узгодити свою культурну самобутність, спосіб мислення і сприйняття з іншими" [10].

У ситуаціях крос-культурного спілкування в рамках туризму можуть виникати комунікаційні бар'єри, непорозуміння, спричинені відмінностями в поведінці, сприйнятті чи трактуванні тих чи інших явищ. Крім того, може відбуватися активація негативних стереотипів. Однак, такі непорозуміння та неправильні інтерпретації є невід'ємною частиною крос-культурного спілкування.

У вузькому сенсі крос-культурна комунікація – це пряме або опосередковане спілкування "представників різних культур" [41]. У ширшому розумінні крос-культурна комунікація охоплює спілкування людини з Богом, спілкування людини і природи, діалог особистості та суспільства, взаєморозуміння та непорозуміння різних соціокультурних верств. Крім того, існує низка інших визначень (табл.1.1).

Таблиця 1.1.

Визначення крос-культурної комунікації

Автор	**Визначення**
Манакін В.М. [11]	"сукупність різноманітних форм стосунків і спілкування між індивідами та групами, що належать до різних культур"
Алдошина М.В. [12]	"це спілкування людей, які представляють різні культури"
Семенюк О.А. [13]	"спілкування між особами, які представляють різні народи (етнічні групи)"
Галицька М. М. [14]	те, що породжує "новий загальний соціум культури", особливу соціальність, точніше

	форму вільного спілкування людей у силовому полі діалогу культур
Бацевич Ф.С. [15]	"культурно зумовлений процес, усі складові якого перебувають у тісному зв'язку з культурною (національною) приналежністю учасників процесу комунікації"

Крос-культурна комунікація означає процес міжособистісного спілкування, що відбувається між людьми, які знають про свої культурні відмінності. Крос-культурна комунікація народилася "в результаті взаємодії кількох загальних понять, таких як: міжкультурна комунікація, міжнародна комунікація, міжкультурні відносини" [3].

У туризмі крос-культурна комунікація розглядає взаємодію:

- між туристами різних національностей,

- між туристами і місцевим населенням, де вони перебувають,

- між туристами та спеціалізованим персоналом, з яким вони зустрічаються,

- між працівниками різних національностей або з різних культур, які працюють у різних одиницях туристичного розміщення: готелях, ресторанах, центрах відпочинку, туристичних агентствах тощо.

У зв'язку з ризиком неправильного сприйняття повідомлення персонал, що працює в індустрії туризму, повинен постійно стежити за тим, щоб надана інформація була правильно зрозуміла туристом. Для полегшення розуміння необхідно використовувати інструменти крос-культурної комунікації.

Крос-культурна комунікація завжди передбачає певне "зіткнення" культур. Вони часто супроводжуються подібними психологічними та соціальними процесами. Найпростіша форма "міжкультурної зустрічі" – це стосунки між незнайомцем і новим культурним середовищем, що досить часто зустрічається в індустрії туризму.

Зазвичай "іноземець проходить через культурний шок" [2]. Іноземець може щосили намагатися вивчити кілька символів і ритуалів нового середовища (наприклад, слова, які потрібно використовувати під час привітання, прощання тощо), але навряд чи він дізнається й тим паче відчує цінності більш "глибокого шару". Можна сказати, що іноземець у чужій країні повертається на стадію новонародженого, де йому доводиться від самого початку вчитися найпростіших речей. Зазвичай це породжує збентежені почуття, безпорадність і ворожість до нового середовища.

В індустрії туризму культурний шок має місце, коли туристи обирають як місце відпочинку країну, абсолютно відмінну від їхньої батьківщини у релігійному плані. Наприклад, український православний турист буде вкрай здивований, якщо він поїде в мусульманську країну, таку як Іран, де 95% населення становлять мусульмани, і тому жінки прикривають обличчя, голову, а іноді й усе тіло традиційним мусульманським одягом. Непідготований український турист вважав би це обмеженням свободи жінок. Таким чином, і народжуються культурні стереотипи.

Якщо турист проводить досить довгий час у новій обстановці, він з більшою ймовірністю адаптується і приймає традиції та звичаї цього регіону. Отже, з часом те, що виявилося неприйнятним, може увійти в категорію звичайного. Існує також протилежна ситуація, коли турист не може прийняти спосіб життя населення в певному туристичному місці, що може скоротити час його перебування в країні відвідування.

Під час дослідження крос-культурних особливостей туризму були використані методи аналізу, синтезу, порівняння та хронологічний метод.

Метод аналізу – це вивчення подібних об'єктів шляхом їх порівняння, коли знання про один з них є достовірними. Цей міждисциплінарний метод базується на іншому (логічному) методі – методі порівняння. При його застосуванні також виділяють два етапи:

а) визначення спільних рис між досліджуваним об'єктом і вже відомим об'єктом;

б) вивчення характеристик відмінностей досліджуваного об'єкта від вже відомого об'єкта.

Синтез – це дослідження явища як єдиного цілого, що базується на об'єднанні взаємопов'язаних елементів в єдине ціле.

Синтез дозволяє узагальнювати поняття, закони та теорії. Методи аналізу і синтезу взаємопов'язані, вони однаково часто використовуються в наукових дослідженнях.

Хронологічний метод історичного дослідження передбачає розташування подій, фактів і джерел у хронологічній послідовності. Цей метод дозволяє вивчати історію в хронологічній послідовності, від початку до кінця, щоб отримати більш повну і точну картину розвитку подій.

Отже, культурний туризм дає можливість використати таку особливість міжкультурної комунікації, як можливість прямого контакту і принципів комунікативної взаємодії. При цьому її учасники використовують спеціальні мовні варіанти та дискурсивні стратегії, відмінні від тих, якими вони користуються під час спілкування всередині однієї й тієї самої культури. Було виявлено, що туризм, заснований на кроскультурній комунікації, розширює комунікативну компетентність людини, а також, що теоретико-методологічною основою дослідження крос-культурних особливостей туризму є методи аналізу, синтезу, порівняння та хронологічний метод.

1.2. Роль туризму у розвитку крос-культурних відносин в умовах глобалізації

Під час подорожей власною країною турист здійснює здебільшого контакти, що належать до моносоціумної та монокультурної комунікації. Водночас це може бути спілкування і з представниками інших соціальних груп, але таких, що належать до тієї самої культури, що й мандрівник. Ці контакти вже належать до міжсоціумної монокультурної комунікації.

Контакти в рамках виїзного туризму в переважній більшості належать до міжсоціумної крос-культурної комунікації. Вони здійснюються, як правило, з представниками інших соціальних спільнот і водночас інших культур.

За певної умовності такого поділу типів спілкування необхідно мати на увазі, що крос-культурна комунікація являє собою часто неоднозначний із погляду типології феномен. Це процес безпосередньої взаємодії культур, він "здійснюється в рамках національних стереотипів мислення і поведінки, які не збігаються (частково, істотною мірою, а іноді й повністю), що істотно впливає на взаєморозуміння сторін у комунікації" [16]. Тому роль туризму як одного з основних видів крос-культурної комунікації, що активно проявляється на всіх її рівнях і в усіх типах, надзвичайно висока. Туризм істотно впливає як на форми і способи взаємодії культур у глобальному масштабі, так і на підвищення культурного рівня самого туриста.

Виходячи з того, що крос-культурна комунікація являє собою складне багатоаспектне явище, необхідно виявити чинники, що впливають на їхній розвиток та інтенсифікацію. Результати взаємодії культур, проаналізовані такими дослідниками як Р. Редфілд і М. Херсковіц, класифікують за трьома основними типами: асиміляція, адаптація та реакція.

Туристам притаманна або адаптація, що містить культурну інверсію та можливу часткову зміну старої культури; або реакція, під час якої відбувається повне відторгнення нової культури. Найтиповішим для туристів результатом міжкультурного спілкування є адаптація. Туризм як явище просто припинив би своє існування, якби основна маса мандрівників різко негативно ставилася до культур народів тих країн, які вони відвідують. Туризм можна розглядати як свого роду "провідник" різних культур у ті чи інші соціокультурні простори, але успішні контакти з представниками інших культур неможливі без знання і розуміння їхніх особливостей, а також практичних навичок у міжкультурному спілкуванні.

Сприйняття культури індивідом, зануреним в інше культурне середовище, може бути усвідомленим і підсвідомим. Турист, як правило,

"налаштовується" на поїздку, намагаючись заздалегідь отримати певний обсяг даних, що забезпечують найбільш комфортну подорож. Водночас, безпосередньо стикаючись із різними проявами іншої культури під час туристичної подорожі, він мимоволі, на підсвідомому рівні спробує або пристосуватися, або поводитиметься нейтрально, або заперечуватиме певні стереотипи, норми носіїв іншої культури.

До особливостей, що детермінують ступінь сприйняття іншої культури, можна зарахувати і феномен, який американський дослідник Е. Голл назвав "культурними окулярами" [17]: згідно з ним, інша культура суб'єктивно сприймається через призму власної. Для більшості туристів це неминуче, оскільки обмеженість перебування не дає можливості повної адаптації та "занурення" в інший культурний простір, а іншомовне середовище виступає найчастіше як бар'єр для інтенсивного спілкування.

Крім того, будь-хто з тих, хто вступає у спілкування, має певний набір структурованих сукупних знань і уявлень. Колективне знання можна розділити на національну і соціальну складові. Національна складова являє собою певну базу, до якої входить сукупність необхідних обов'язкових знань і національно-детермінованих і мінімізованих уявлень, менталітету тієї чи іншої спільноти – мова, культура, історія та релігія. У соціумній складовій превалює, як правило, одна з ознак – професія, освіта, вік, хобі тощо. Тому туристи, які належать навіть до однієї культури, можуть бути абсолютно не схожі в однакових ситуаціях спілкування.

Комунікативні процеси також визначаються поведінкою туриста, навколишнім оточенням і обставинами комунікації. Діловий або релігійний туризм уже від початку несе в собі конкретні поведінкові парадигми. Турист, як правило, до поїздки значною мірою інтегрований у відповідний культурний простір, тоді як туристична поїздка до безвізової країни, рішення щодо якої виникає найчастіше спонтанно та яка інколи оформлюється за день до вильоту, може спричинити значні культурно-адаптаційні труднощі.

Певне значення для успішної комунікації мають час, відведений на комунікацію, і навіть частина доби. Що коротша за тривалістю поїздка, то, відповідно, і менше часу відводиться туристу для контактів, що через брак прямого спілкування з носіями іншої культури може призвести до її неадекватного сприйняття. Неформальні контакти в неофіційній обстановці часто сприяють ближчому і відвертішому спілкуванню, що несе в собі зачатки емпатії (співпереживання), коли стає можливим поставити себе на місце співрозмовника, подивитися на себе з його точки зору. При цьому емпатія може проявлятися в трьох формах: когнітивній, експресивній і соціальній [18]. Туризм знаходить свій прояв у всіх трьох формах.

Когнітивність, як сам акт пізнання, проявляється як здатність співвідносити "своє" і "чуже", усвідомлювати, що об'єднує і що роз'єднує людей. Експресивність виражається у здатності розуміти схожість і відмінність емоцій і намірів, а соціальність емпатії – у розумінні та дотриманні норм соціальної поведінки. Залежно від рівня загальної культури туристів, може проявлятися та чи інша форма емпатії, які, своєю чергою, мають етичну та ментальну ієрархію. Для того, щоб виявляти когнітивну емпатію, турист має не лише знати й розуміти свою та "чужу" культури, а й уміти зіставляти їх, об'єктивно реагуючи на несхожість, інакшість культурних зразків. Дотримання соціальності емпатії відбувається в рамках загальноприйнятих норм поведінки, які засвоєні більшістю людей і, зокрема, туристів. А експресивність емпатії нерідко проявляється на підсвідомому рівні.

Для успіху міжкультурних контактів необхідний і певний рівень міжкомунікативної компетенції, який можна частково охарактеризувати як "рівень сформованості міжособистісного досвіду, тобто навченості взаємодії з оточуючими, що потрібен індивідові, щоб у межах своїх здібностей і соціального статусу успішно функціонувати в даному суспільстві" [19]. Можна додати, що рівень міжкомунікативної компетенції залежить також і від спеціальних знань, що містять відомості про конкретну культуру в її

традиційних аспектах, а також емпатійного сприйняття, толерантності та знання загальнокультурних універсалій. При цьому толерантність та емпатія можуть бути розглянуті як фундаментальні, базисні складові комунікативної компетенції.

Чужа культура може сприйматися туристом як "сума символів, норм, моделей поведінки, стереотипів тощо, яка виявляється ...незрозумілою для стороннього спостерігача" [20], у зв'язку з чим відомі моделі розуміння та схеми її інтерпретації не спрацьовують, а отже, інша культура виступає як щось незбагненне, а отже, й небезпечне. Це може призвести до того, що турист відчуває стан культурного шоку або стресу акультурації. Подібну культурну стомлюваність відчувають найчастіше непідготовлені в соціально-культурному плані люди, різко занурені в інше культурне середовище.

Можна назвати й низку зовнішніх чинників, що впливають на динаміку адаптації та культурний шок, зокрема, вік і стать. Молодь, як правило, комунікабельніша й екстравертніша, ніж люди середнього та похилого віку. Чоловіки почуваються більш розкуто в незнайомій обстановці, ніж жінки, яким підсвідомо часто не вистачає опіки.

До зовнішніх чинників, що визначають динаміку адаптації туриста або виникнення в нього "культурного шоку", можна віднести і сугестію. Якщо під час вибору туру на потенційного клієнта чинили тиск, а тур, у який він вирушає, частково або зовсім не збігається з мотиваційними прагненнями цього індивіда, то під час поїздки можливе придушення його поведінки (пов'язаної з його реальними потребами) або, навпаки, штучне спонукання, активізація поведінки, спрямованої на інтереси чужої взаємодії. Такий тур, найімовірніше, призведе зрештою до "культурного шоку", оскільки в такій ситуації турист внутрішньо чинитиме опір комунікативним впливам і не зможе ввійти в інокультурне середовище, що викликає в нього насамперед психологічне відторгнення.

Певну роль у культурній адаптації відіграє потреба в афіліації. Людям властиве бажання подобатися іншим. При цьому спрацьовує механізм

міжособистісної атракції, що включає в себе перевагу одних людей над іншими за принципом взаємної симпатії, тяжіння між ними. Велике значення при цьому мають емоційний стан, просторова близькість, зовнішність, знання (незнання) мови суб'єкта спілкування, його стать, вік тощо.

Якщо турист, навіть за поганого знання мови країни перебування і короткочасності візиту, захоче активних контактів із представниками місцевого населення, то це йому вдасться. При цьому комунікація тим успішніша, чим більше у туриста стимулів до активізації цих контактів і чим яскравіша екстравертність його особистості.

Але до найбільш об'єктивних зовнішніх чинників, що визначають адаптаційні процеси (або стрес акультурації) під час міжкультурної комунікації, належить освітній ценз туриста. Чим вища освіта людини, тим, як правило, складніша картина світу в її свідомості, і тим легше ця людина сприймає будь-які новації.

Велику роль також відіграють культурна дистанція та уявлення про неї в конкретного індивіда. Культурна дистанція зумовлюється внутрішньою позицією носіїв різних культур. На величину дистанції впливає знання мови країни, яку відвідує мандрівник. Культурна дистанція буде тим коротшою, чим краще турист знайомий з історією та культурою даної держави і її жителів, причому це стосується не тільки загальних проблем, а й приватних питань, наприклад, етикету конкретного етносу.

Наявність або, навпаки, відсутність воєн і якихось великих конфліктів між країнами (країною відвідування і батьківщиною туриста), історична пам'ять туристів і місцевих жителів також визначають величину культурної дистанції. Якщо країни перебувають у дружніх відносинах у теперішній час і відносини між ними в історичній ретроспективі не були затьмарені будь-якими конфліктами, то культурна дистанція коротша, і туристам легше адаптуватися в такій країні.

Певна "культурна зарозумілість", притаманна представникам великих держав, також чинить серйозний вплив на культурну дистанцію. Подібну

поведінку деяких західноєвропейських і американських туристів щодо місцевого населення можна досить часто спостерігати в азіатських і африканських країнах. Навіть зовні такі туристи іноді поводяться поблажливо щодо гідів, співробітників готелів, водіїв транспорту, продавців у магазинах тощо.

До чинників, що впливають на адаптацію туриста, належать і умови країни перебування. Для туриста в демократичній державі більша ймовірність швидко адаптуватися до місцевих умов. Але якщо турист прибуває в країну з авторитарним режимом, то йому важко встановити коротку культурну дистанцію, тому що спілкування відбувається лише зі строго обмеженим колом осіб. Так, у певні періоди радянської історії (період сталінізму) за "зв'язок з іноземцем" можна було навіть втратити свободу, тому чимало радянських громадян за можливістю ухилялися від будь-яких контактів з іноземцями, зокрема і з туристами. Те саме можна віднести і до держав з ортодоксальними режимами. Наприклад, практично жодна держава не співпрацювала в туристській галузі з Іраном під час правління Хомейні.

Туризм сприяє виробленню толерантного ставлення до чужої культури. Низка принципів, висунутих американськими вченими К. Сітарамом і Р. Когделлом [21], – своєрідний кодекс міжкультурної комунікації, – цілком відповідають і туризму, підтверджуючи його роль і значення в крос-культурних контактах. Одне з основних положень успішної крос-культурної комунікації ґрунтується на тому, щоб до партнера по комунікації не ставитися як до суперника. Звісно, комунікант не повинен відкидати всі емоції (зокрема й негативні), але він має прагнути уникати нав'язування ідей, гармонізувати діалог. Це необхідна умова розвитку культур. Ідея про поєднання логіки та емоцій у міжкультурному спілкуванні відповідає так званому "холістському" (цілісному) підходу до діалогу культур.

Отже, на сьогоднішній день туризм відіграє велику роль у взаєминах культур. Туризм дає змогу людині взаємодіяти з іншими людьми. Завдяки спілкуванню і туризму ми отримуємо можливість встановити культурні

зв'язки і самовдосконалюватися, а також уникати проблем у міжкультурному спілкуванні. У зв'язку з цим туризм є невід'ємною частиною комунікації між культурами.

Феномен туризму, для якого міжкультурна комунікація має велике значення, відіграє серйозну роль у процесах взаємовпливу культур. Туристична діяльність, з одного боку, була б неможлива без збереження унікальності та своєрідності окремих культур та їхніх носіїв. А з іншого боку – будь-яка крос-культурна комунікація сприяє взаємозбагаченню культур. І успішна адаптація туриста, і, відповідно, рівень та якість міжкультурної комунікації залежать від зовнішніх і внутрішніх чинників, до найважливіших з яких належать загальний рівень культури та освіти, знання мови країни перебування. Так, приїжджаючи в іншу країну, людина зустрічається з людьми, у яких інший темперамент та інше ставлення до світу, там інші закони, звичаї, свої норми моралі. Отже, для туриста важливо зрозуміти звичаї та культуру іншого народу.

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В САУДІВСЬКІЙ АРАВІЇ ТА УКРАЇНІ

2.1. Державна політика Саудівської Аравії у сфері туризму

Королівство Саудівська Аравія – це найбільша держава на Аравійському півострові, яка займає 80% його території. Королівство межує з Йорданією, Іраком і Кувейтом на півночі, Катаром і ОАЕ на сході, Оманом на південному сході та Єменом на півдні; омивається Перською затокою на північному сході та Червоним морем – на заході. Столицею Королівства є місто Ер-Ріяд. Саудівська Аравія класифікується ООН як країна з дуже високим рівнем людського розвитку – за даними за 2020 р. цей показник склав 0,88 – 3-тє місце на Близькому Сході після Ізраїлю, ОАЕ та Кіпру [22].

Економіка Саудівської Аравії заснована на видобутку та експорті нафти (16% світових запасів) і відіграє провідну роль в ОПЕК. На нафтовий сектор припадає приблизно 87% доходів бюджету країни, 42% ВВП і 90% експортних надходжень [23].

Різкі коливання світових цін на нафту мають вкрай негативний вплив на стан економіки Саудівської Аравії. У зв'язку з чим, уряд Саудівської Аравії заявив про намір позбавити економіку країни від нафтової залежності, тому як основний важіль перетворень і диверсифікації національної економіки було обрано туристичну діяльність.

Туризм відіграє важливу роль в економіці Саудівської Аравії. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, у період з 2009 по 2022 рр., загальний внесок індустрії гостинності та туризму у ВВП Саудівської Аравії зріс на 4,64% і становив у 2022 р. 65,21 млрд дол. США або 9% ВВП країни [24]. Витрати міжнародних туристів у період з 2009 по 2022 рр. зросли на 38,4% і в 2022 р. становили 14,04 млрд дол. США.

Саудівська Аравія – другий за величиною туристичний напрямок на Близькому Сході (у 2022 р. Саудівська Аравія прийняла близько 20 млн іноземних відвідувачів, що на 5 млн більше, ніж у 2021 р. (+33%), посівши перше місце в рейтингу найвідвідуваніших арабських країн).

Індустрія туризму Саудівської Аравії розвивається завдяки низці чинників. Розглянемо чинники, що сприяють розвитку індустрії гостинності та туризму в Саудівській Аравії (рис.2.1).

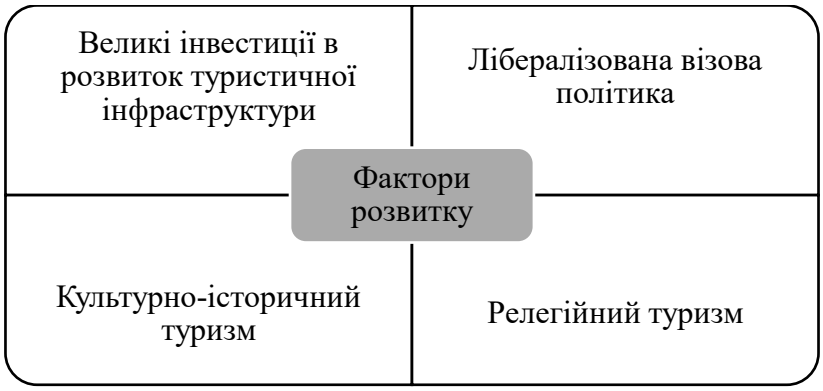

Рис.2.1. Фактори, що сприяють розвитку індустрії туризму в Саудівській Аравії [25]

Основними факторами, що впливають на розвиток індустрії гостинності та туризму в Саудівській Аравії, є: релігійний туризм; великі інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури; візові реформи; культурно-історичний туризм; релігійний туризм.

Понад 64 млрд дол. США було виділено урядом Саудівської Аравії на інвестиції в нові культурно-розважальні проекти. Так, наприклад, готельний проект Qiddiya23 прагне до 2030 р. залучати близько 14,5 млн відвідувачів на рік [26]. Слід зазначити, що до 2019 р. Саудівська Аравія залишалася закритою країною для немусульман. В'їзд іноземців був можливий тільки з метою здійснення Хаджу, а також з особистими та діловими цілями, для підтвердження яких була потрібна велика кількість документів. Зміни у

візовій політиці Саудівської Аравії помітно вплинули на розвиток індустрії гостинності та туризму в країні.

У 2019 р. уряд Королівства запровадив категорію туристичних віз, зокрема електронних; нові правила дають змогу громадянам із 49 країн відвідувати Королівство з туристичною метою, отримавши електронну візу до прибуття або візу після прибуття. Крім того, жінкам, які подорожують окремо, а також іноземним парам, які не перебувають у шлюбі, тепер дозволено бронювати номери в готелях. Протягом перших 10 днів після набрання чинності нової візової політики близько 24 тис. туристів відвідало країну [25].

Для виключення культурних і релігійних конфліктів, які могли б виникнути через наплив іноземних туристів, Верховна комісія з туризму та старожитностей Королівства Саудівська Аравія створила спеціальні правила поведінки іноземних туристів, які випливають із національних і релігійних особливостей країни; до особливих правил поведінки туристів належить необхідність отримувати дозвіл на фотографування людей і об'єктів інфраструктури.

У Саудівській Аравії також докладають зусиль щодо розвитку інфраструктури для культурно-історичного туризму. Так, наприклад, очікується, що проєкт Diriyah Gate24 залучатиме до 25 млн відвідувачів на рік. Будівництво проєкту [26] відіб'ється на розширенні готельного сектору країни (+20 об'єктів розміщення) і розвитку туристичної інфраструктури (буде побудовано понад 100 підприємств громадського харчування, 8 музеїв і галерей, поле для гольфу, а також іподром).

Туризм у Саудівській Аравії, як і раніше, значною мірою пов'язаний з релігійним паломництвом. Мекка приймає понад 3 млн паломників на рік під час хаджу і близько 2 млн туристів протягом місяця Рамадан для здійснення Умри [27]. Завдяки паломництву в Хадж та Умру Королівство щороку отримує близько 12 млн дол. США.

У Саудівській Аравії налічується близько 70 музеїв. Окрім музеїв, у країні є багато об'єктів культурно-історичної спадщини з різною тематикою: пам'ятки архітектурної спадщини; традиційні звичаї та цінності; об'єкти, присвячені історії ісламу; об'єкти, пов'язані з історією країни; традиційні ремесла. Останніми роками Саудівська Аравія проводить активну політику щодо внесення своїх культурних та історичних об'єктів до Світової спадщини ЮНЕСКО [28].

Слід зазначити, що пам'ятки Мекки і Медіни не розглядаються для включення до Списку об’єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Вони не є частиною туристичних об'єктів і продовжують залишатися повністю закритими для немусульман. Аналіз розподілу іноземних туристів за регіонами країни показує, що половина туристичного потоку спрямовується до Мекки, значна частина відвідувачів – до провінції Еш-Шаркія (східний регіон країни, що виходить на узбережжя Перської затоки, адміністративний центр – Дамам), а також до провінцій Ер-Ріяд і Медіна.

Зараз на північному заході країни реалізується проект "Червоне море", в рамках якого планується побудувати величезний туристичний кластер на узбережжі Червоного моря. Вартість проекту за 10 років перевищить $40 млрд.

Проект передбачає розробку екскурсійних маршрутів до історичних пам'яток, зокрема Набатейського царства, будівництво курортів на численних островах уздовж узбережжя та зведення футуристичного міста Неом, яке має стати центром науки, культури та мистецтва. Загалом на території королівства розташовано 5 пам'яток Світової спадщини ЮНЕСКО: найбільша зі збережених набатейських споруд Мадан Салех в Аль-Улі, історичний центр Джидди, розмальована скеля в провінції Хайль з 10 000-річними наскальними малюнками, найбільший у світі оазис Аль-Ахса та район Аль-Таріф в Ер-Ріяді.

Однак найбільший інтерес для туристичного бізнесу становить розвиток пляжних дестинацій. Проект Amaala охоплює 50 островів уздовж

узбережжя Саудівської Аравії. Проект передбачає будівництво курортів преміум-класу та причалів для яхт. Ця територія має довгі піщані пляжі з пологим підходом і красивими кораловими рифами. По суті, Амаала має стати преміальною альтернативою курортам Єгипту. А дістатися курорту можна через аеропорт Каїра, який знаходиться всього в 3 годинах їзди. Близько 2 років тому королівство запустило в Єгипті масштабний проект, який передбачає будівництво швидкісної автомагістралі з Каїра через Південний Синай і Акабську затоку до Саудівської Аравії. З єгипетської столиці до Аравійського півострова можна буде дістатися за 3 години. В обмін на інвестиції Єгипет також запропонував королівству два острови біля узбережжя Південного Синаю – Тиран і Санафір. Через них буде прокладений міст, який з'єднає дві країни [28].

Привертає до себе увагу проект будівництва високотехнологічного міста, названого Neom (neo – новий і мустак-баль – майбутнє), яке має стати аналогом американської Силіконової долини. Місто Neom має з'явитися на кордоні з Єгиптом і Йорданією поруч із затокою Акаба. Воно має користуватися лише сонячною та вітряною енергією і стати технологічним хабом для сусідніх країн. Крім того, тут також буде розкішний курорт і парк розваг. Реалізація проєкту обійдеться в суму в 500 млрд дол [28].

Проєкти, запропоновані в рамках Стратегії "VISION 2030", свідчать про те, що Королівство більше не може спиратися на нафту як джерело доходів. Після того як у 2014 р. ціни на нафту різко знизилися, Ер-Ріяду довелося вжити жорстких економічних заходів, включно зі скороченням зарплати державним службовцям, субсидій на бензин і електроенергію та запровадити податок на додану вартість.

Таким чином, сучасний розвиток туризму в Саудівській Аравії почав зосереджуватися на диверсифікації туризму. Почали розвиватися такі види туризму, як пізнавальний туризм; шопінг і розваги; різні види спорту (особливо дайвінг); пригодницькі тури пустелею, екологічні тури (спостереження за тваринами, відвідування національних парків, ботанічних

парків), пішохідні тури як частина активного туризму (гірські, рівнинні, спелеологічні тощо). Однак, переважний в'їзд іноземців до Саудівської Аравії здійснюється з метою здійснення хаджу та в особистих або ділових цілях.

2.2. Аналіз розвитку міжнародного туризму Саудівської Аравії

Для можливості взаємодії із зовнішнім середовищем туристичний сектор країн Близького Сходу постійно розвивається й адаптується до нових тенденцій і нововведень у сфері туризму, що з'явилися в контексті глобалізації. Водночас внутрішні процеси (економічні, соціальні, політичні, демографічні), що відбуваються в Близькосхідному регіоні, також впливають на функціонування туристичного сектора арабських країн. Огляд та аналітика даних щодо розвитку туристичного сектору Саудівської Аравії дали нам змогу визначити такі тенденції в його розвитку:

- поширення програм "Halal-Friendly" і "China-Friendly";
- повсюдне розроблення та реалізація програм із забезпечення безпеки здоров'я гостей у контексті пандемії COVID-19;
- збільшення чисельності мандрівниць, які сповідують іслам;
- активний розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК).

Розглянемо основні тенденції розвитку туристичної індустрії Саудівської Аравії (рис.2.2).

Рис.2.2. Основні тенденції розвитку туристичної індустрії Саудівської Аравії [25]

Поширення програми "Halal-Friendly". Програма "Halal-Friendly" являє собою певний набір послуг, що надається підприємствами індустрії гостинності туристам, які сповідують іслам. Для надання цих послуг підприємствам індустрії гостинності необхідно пройти сертифікацію "Халяль" у Міжнародному центрі стандартизації та сертифікації "Халяль". Сертифікація "Halal-Friendly" – це процес документованого підтвердження відповідності продукції та послуг готельного підприємства всім необхідним нормам і вимогам стандарту "халяль" [29]. У готелів є можливість сертифікувати, наприклад, номерний фонд або певну кількість номерів, або тільки послуги громадського харчування. Перевагами сертифікації "Halal-Friendly" є розширення й активне нарощування платоспроможного споживчого сегмента, що має можливість користуватися додатковими послугами готелю.

Існує "місячна шкала", що ранжирує готелі за принципом повноти спектра надаваних послуг для туристів, які сповідують іслам, від одного до п'яти лун (категорія "одна луна" обмежується стандартним набором послуг,

необхідних для проходження сертифікації "Халяль"; присудження готелю категорії "п'ять лун" свідчить про те, що підприємство надає винятково халяльні послуги та послуги, які повною мірою відповідають нормам ісламу.

Крім того, у світовій готельній індустрії існує система CrescentRating (рис.2.3), що оцінює рівень готелів з погляду повноти спектра послуг, що надаються для туристів, які сповідують іслам, за шкалою від 1 до 7 ("1" - найнижчий перелік послуг, що надаються, "7" - найвищий).

Рис.2.3. Позначення рейтингу CrescentRating, що ранжирує готелі з погляду повноти спектра послуг, що надаються для туристів-мусульман, за шкалою від 1 до 7 [30]

Після отримання сертифіката "Halal-Friendly" готелі мають можливість надання та реалізації послуг за допомогою розміщення на найбільших онлайн тревел агентствах (далі – OTA): HalalTravels, Tripfez, Rihaala та HalalHoliday, HalalBooking. Туристичний портал HalalTrip та його однойменний застосунок є одним із найбільших засобів просування готельних послуг, дружніх до мусульман. Платформа HalalTrip позиціонує себе як "халяльний Tripadvisor" з акцентом на відгуки клієнтів, путівники місцями призначення і мусульманські послуги. Даний ресурс надає туристам-мусульманам докладний опис послуг готелів, пропонованих туристам-мусульманам, а також ранжирує готелі згідно з рейтингом Crescent Rating. Крім того,

електронна база даних HalalTrip є партнером одного з найбільших у світі OTA – Booking.com, що дає змогу відвідувачам сайту HalalTrip забронювати вподобаний об'єкт розміщення за допомогою системи інтернет-бронювання готелів Booking.com.

Поширення програми "Halal-Friendly" відбувається через те, що мусульманський туристичний ринок є одним з найбільш швидкозростаючих у світі. Згідно з даними зі звіту Annual Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index 2019 [30], у динаміці кількості туристів-мусульман у період із 2000 до 2019 рр. простежується тенденція значного зростання (+460%). Крім того, за прогнозами Mastercard-Crescentrating, до 2050 р. чисельність мусульман становитиме 2,8 млрд осіб.

Поширення програми "China-Friendly". Багато готелів Близькосхідного регіону зосередилися на адаптації до китайського ринку, що можна пов'язати з низкою чинників: укладення між Китаєм і країнами регіону MENA угод про стратегічне партнерство (ОАЕ і Саудівська Аравія ввійшли до переліку країн, найперспективніших з погляду співробітництва з Китаєм); Китай є світовим лідером за кількістю витрат на міжнародний туризм (⅕ від загальносвітового показника).

Беручи до уваги ці факти, готельні підприємства Саудівської Аравії спрямували свою діяльність на знайомство з інфраструктурою китайських соціальних мереж (наприклад, WeChat Moments, Weibo). Крім того, багато готелів пройшли сертифікацію за системою "China Ready" (так, наприклад, 4 готелі регіональної готельної мережі Emaar Hospitality Group були нагороджені сертифікатом "Chinese Preferred Hotel" і удостоєні спеціальним символом, що підкреслює дружність до туристів із Китаю (рис.2.4).

Рис.2.4. Символ китайського OTA Ctrip, що підкреслює дружність будь-якого об'єкта розміщення до туристів із КНР [31]

Отримання сертифіката "Chinese Preferred Hotel" є дуже важливим інструментом просування готельних послуг китайським мандрівникам. Об'єкти, які отримали сертифікат "Chinese Preferred Hotel", мають право на ключові переваги від компанії Ctrip: просування послуг готелю; участь у маркетингових кампаніях Ctrip. Для отримання сертифіката "Chinese Preferred Hotel" готелі мають відповідати низці критеріїв: персонал готелю, що розмовляє китайською мовою; наявність інструкцій та інформаційних бюлетенів китайською мовою; наявність китайських платіжних систем (Unionpay, Alipay або WeChat); відгуки гостей із рейтингом 3,8 і вище; безплатний Wi-Fi у кожному номері; китайський сніданок.

Отже, можна зробити висновок, що ринок китайських мандрівників є перспективним для країн Близькосхідного регіону. Можливості для зростання продажів готельних послуг китайським мандрівникам є експоненціальними для тих гравців туристичного бізнесу, які здатні розуміти потреби сучасного китайського мандрівника та діяти відповідно до них.

Повсюдне розроблення та реалізація програм із забезпечення безпеки здоров'я гостей у контексті пандемії COVID-19. Пандемія COVID-19 зачепила всі сектори економіки, що призвело до значних економічних потрясінь. Найбільший вплив пандемія COVID-19 справила на світову індустрію гостинності та туризму. Саудівська Аравія, ОАЕ та Бахрейн

найбільше постраждали серед країн Перської затоки: всесвітню виставку ЕКСПО-2020 було перенесено на жовтень 2021 р.; Гран-прі Формули-1 у Бахрейні скасовано; паломництво до Умри призупинили в лютому 2020 р.; щорічне паломництво хадж у липні було також скасовано. Згідно з останніми даними аналітичного агентства STR, показник рівня завантаження готелів та аналогічних засобів розміщення в близькосхідному регіоні загалом знизився до 36% (спад на 31% порівняно з травнем 2019 р.). Показник ADR по Близькому Сходу загалом знизився на 45,6% (до 87,84 дол. США), а RevPAR впав на 62,5% (до 31,59 дол США) [32].

Міжнародні готельні мережі, що знаходяться в країнах Близького Сходу, також оголосили про свої власні стандарти безпеки в партнерстві з гігієнічними компаніями та організаціями по всьому світу. Так, наприклад, міжнародна готельна мережа Hilton розробила власний стандарт гігієни "CleanStay", а також спеціальну програму EventReady with CleanStay. Міжнародна готельна мережа Marriott International розробила програму "Marriott's Commitment to Cleanliness ".

Щодо регіональних готельних брендів, бренд Rotana Hotel Management Corporation розробив програму "Rotana Safe Space", що сфокусована на безконтактному досвіді гостей упродовж усього перебування в готелі та значно поліпшених методах очищення та дезінфекції, сертифікованих Ecolab. У рамках процесу сертифікації Ecolab проводить щомісячні аудити номерів і громадських зон у всіх готелях бренду Rotana; проводить додаткове навчання персоналу. Використовувані продукти Ecolab схвалені Агентством з охорони навколишнього середовища США на регіональному та глобальному рівнях [32].

Активний розвиток готельних ТНК. Нині в Саудівській Аравії функціонує безліч різних міжнародних готельних ТНК.

За даними за третій квартал 2020 р., 46% запланованого числа готельних об'єктів на Близькому Сході належить провідним міжнародним готельним мережам Hilton Worldwide (95 проєктів готелів або 26559

запланованих номерів), Marriott International (90 проєктів готелів або 23808 запланованих номерів), Accor (82 проєкти готелів або 24724 запланованих номерів) [32]. Провідними брендами в розробці є DoubleTree Hilton (25 проєктів готелів або 6181 номерів), Hilton Garden Inn (22 проєкти або 6960 номерів); Marriott's Courtyard (21 проєкт або 4382 номери), Residence Inn (17 проєктів або 2057 номерів), Accor Ibis (13 проєктів або 4474 номери, Movenpick (11 проєктів або 2833 номери); Adagio City (11 проєктів або 2288 номерів) [33].

Готельна мережа Marriott International лідирує за кількістю номерів і готелів, розташованих у Близькосхідному регіоні (36200 готельних номерів і 104 готельних підприємства); на другому місці – готельна мережа Accor Hotels (69 готелів на Близькому Сході). Нині в Саудівській Аравії функціонує безліч різних міжнародних готельних ТНК.

З огляду на перераховане вище, можна дійти висновку, що, зважаючи на пандемію COVID-19, підприємства індустрії туризму зіткнулися з необхідністю адаптації до сучасних реалій шляхом упровадження обов'язкових обмежувальних заходів для гарантування безпеки здоров'я гостей.

2.3. Особливості розвитку міжнародного туризму в Україні

Україна, як відомо, має значний туристичний потенціал. Зокрема, вона є однією з провідних європейських країн за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. Лише у державній власності перебуває 150 тисяч нерухомих пам'яток історії та культури, з них 57206 пам'яток археології, 51364 пам'ятки історії та 16800 пам'яток архітектури і містобудування [34, 35].

Популярним сьогодні є відпочинок вихідного дня на власному транспорті. Споживачі частіше обирають більш короткі відпустки та

індивідуальне розміщення, більше уваги приділяється зеленому оздоровчому та сільському туризму.

У сучасній Україні релігійні традиції християн, католиків, мусульман та представників інших релігій створюють постійний попит на паломницькі подорожі як всередині країни, так і за її межами, що інтенсифікує розвиток ринку релігійного туризму. Україна є багатонаціональною та багатоконфесійною країною, в якій налічується понад 100 конфесій та різних релігійних течій. Населення України характеризується толерантністю, віротерпимістю та прагненням до свободи совісті та віросповідання в духовному житті. Стаття 35 Конституції України підтверджує право кожного, хто проживає в Україні, на світоглядну і релігійну свободу.

Прикарпаття і Закарпаття, пов'язані з культурою і місцями пам'яті народів, пов'язаних з католицизмом, іудаїзмом і Вірменською церквою, можуть і повинні стати регіонами міжнародного паломницького туризму. Київ, Чернігів, Одеса, Полтава – ці та інші міста є носіями не лише християнської монокультури, але й багатоконфесійної культури, як у минулому, так і в сьогоденні. Тут є пам'ятки давньохристиянської і навіть дохристиянської язичницької цивілізації. Крим може стати регіоном активного міжнародного паломницького туризму, оскільки тут є історичні та культурні пам'ятки дохристиянських релігій, ісламу, іудаїзму, караїмства та християнства.

В Україні налічується 1,5 мільйона мусульман, об'єднаних у 455 громад під егідою трьох центрів: Духовного управління мусульман України (Київ), Духовного управління мусульман Криму (Сімферополь) та Незалежного управління мусульман України (Донецьк). Хадж є обов'язковою ритуальною дією для кожного мусульманина. Щороку десятки мільйонів мусульман з усього світу відвідують "святі місця" Мекку і Медину в Саудівській Аравії. Ісламське паломництво має свою специфіку. В ісламських країнах його обслуговують виключно мусульманські туристичні агентства.

Мусульманське паломництво в Україні потребує уваги та вивчення з точки зору майбутнього української туристичної галузі.

Також є популярним є хасидизм та паломництво його послідовників до Умані.

Хасидизм – один із єврейських рухів, що зародився у XVIII столітті як альтернатива новому юдаїзму того часу. Хоча пізніше він сам став ортодоксальним. На той час це був реформаторський рух, що бере початок у єврейському містицизмі [36].

Історичне коріння хасидизму йде з України, тут простежується місцевий український вплив на їхню релігію, тут розповсюдилися й тісно переплелися деякі ідеї. Зокрема, традиційна релігія заперечує посередництво між Богом і людиною, яке притаманне хасидизму.

Хасидизм зародився в певній області України: Поділля та Галичина. Одним із найважливіших місць паломництва є Меджибіж. Там похований засновник хасидизму. Історія хасидського паломництва починається 1810 року, після смерті лідера Ребе Нахмана, який похований в Умані. Він заповів, щоб паломництво відбувалося саме тут. Для євреїв, які тяжіють до містичних смислів, такі місця є особливими. Вони вірять, що там, де похований лідер цього руху, встановлюється особливий зв'язок із Всевишнім. І що чудеса, в які вони твердо вірять, відбудуться, якщо прийти на могилу їхнього лідера саме цього дня.

Насправді, таких міст і місць паломництва в Україні дуже багато. За часів Радянського Союзу повноцінного паломництва не було. Лише після того, як Україна стала незалежною, хасиди отримали можливість відвідувати Умань.

Щороку десятки тисяч хасидів відвідують Україну. У 2017 році паломництво досягло піку: було зареєстровано 40 000 хасидів. У цей час в Умані почав дуже добре розвиватися сектор послуг, було запущено різні інфраструктурні проекти [36].

Приклад саудівських туристів та хасидизму в Україні доводить, що ми можемо бути конкурентоспроможними, якщо держава (лібералізація візового режиму) та бізнес (налагодження авіасполучення та готельної інфраструктури) працюватимуть разом.

Організацією паломницьких поїздок, як міжнародних, так і внутрішніх, переважно займаються структури, створені під егідою християнських церков, а також структури, створені окремими громадами та громадськими культурно-релігійними організаціями. Саме вони є найчисельнішими суб'єктами цього ринку. Законодавчих актів, які б безпосередньо регулювали паломництво, немає і бути не може, оскільки паломництво є прерогативою не держави, а релігійних організацій, які у своїй внутрішній діяльності відокремлені від держави. Лише опосередковані відносини, що регулюють паломницьку діяльність, можна знайти в нормативно-правових актах, оскільки вона частково здійснюється поза територіями і будівлями релігійних організацій і підпорядковується загальним законам і нормам суспільного життя та міждержавних відносин. Таким чином, Україна – перспективна, безпечна і приваблива країна для розвитку міжнародного релігійно-паломницького туризму.

Сукупні доходи від туризму становлять близько 2% ВВП Саудівської Аравії, але королівство сподівається збільшити ці доходи.

Ринок іноземного туризму Саудівської Аравії залежить майже виключно від мільйонів прочан, які щорічно приїжджають до королівства для здійснення хаджу. Хоча до 2030 року це число, ймовірно, збільшиться на 30 млн паломників, уряд сподівається, що запровадження віз для іноземців відкриє значною мірою закриту країну для туристів.

Часткова лібералізація деяких сфер життя в КСА дала змогу активізувати туристський сегмент економіки в регіоні. Однак при цьому туризм залишається під серйозним впливом релігійного чинника. Чинна в країні жорстка система соціального контролю забезпечила достатню стійкість суспільного укладу. Релігійні канони вплинули на гендерний склад

населення, що працює, що призвело до необхідності залучення іноземної робочої сили повсюдно, в тому числі і в сфері послуг. А широкий розвиток інфраструктури та законодавства зробили відпочинок у цій країні елітарним.

Можна зробити висновок, що за роки незалежності Україні не вдалося виробити чітку політику інформування міжнародної спільноти про свої досягнення, історичну спадщину, культуру та соціальні реформи. Як наслідок, пересічні громадяни за кордоном формують уявлення про Україну на основі думок громадських діячів та міжнародних організацій і, насамперед, публікацій іноземної преси, які здебільшого мають негативний характер, оскільки фокусуються на резонансних чи скандальних подіях. Проте більшість іноземців, які відвідали Україну, мають краще враження про нашу країну, ніж образ, сформований засобами масової інформації у них на батьківщині.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ САУДІВСЬКОЇ АРАВІЇ В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Особливості крос-культурного менеджменту в галузі туризму королівства Саудівська Аравія

Виходячи з регіональних пріоритетів України, закріплених у Концепції зовнішньої політики 2019 року [37], Близький Схід – значущий напрямок для встановлення й підтримання міжнаціональних дружніх зв'язків.

У близькосхідній системі бізнес-партнерство України та Саудівської Аравії є одним із найважливіших і найбільш багатогранних. Представники обох держав взаємодіють на різних рівнях, починаючи від зустрічей у верхах до індивідуальних контактів фізичних і юридичних осіб, з широкого кола питань і в багатьох галузях, як геополітична, дипломатична, військова, економічна, військова, енергетична, культурна, гуманітарна. У зв'язку зі зміцненням кооперації цих країн виокремимо чинники, що сприяють зближеню двох діаметрально протилежних на перший погляд культур, а також властиві їм розбіжності.

Саудівська Аравія – найбільша держава на Аравійському півострові, країна пустель і зелених оазисів, колиска ісламу. Колись тут виникли найдавніші арабські держави. Саме тут розташовані священні для всіх мусульман міста Мекка і Медина, в яких проповідував пророк Мохаммед. У наші дні Саудівська Аравія залишається однією з найбільш традиційних мусульманських країн. Король має абсолютну владу, основним законом є Коран. У країні немає барів, нічних клубів і казино. Однак тут багато старовинних пам'яток, пов'язаних із давньою історією Аравійського півострова, морські курорти користуються популярністю серед любителів дайвінгу, відкрито чудові магазини та ринки з великим вибором товарів.

Серед розваг, які пропонує Саудівська Аравія – водний спорт, морська рибалка на Червоному морі та в Перській затоці, і, звичайно ж, традиційний місцевий вид спорту - верблюжі перегони.

Саудівська Аравія – один із типових прикладів держави-рантьє. У структурі експорту нафта займає 91%. На душу населення у 2020 році припадало близько 10 тис. (у поточних доларах) нафтових доходів на рік.

Хадж (паломництво до святих місць) є священним обов'язком кожного мусульманина й одним із п'яти стовпів ісламу поряд із шахадою, намазом (п'ятьма щоденними молитвами), уразою (постом у священний місяць Рамадан) і закятом (милостинею) [38]. Оскільки головні об'єкти мусульманського паломництва розташовані в містах Мекка і Медина на території Королівства Саудівська Аравія, феномен хаджу багато в чому визначає політику країни.

Економічна складова хаджу прямо впливає на розвиток туристичного сектору Саудівської Аравії. Так, за даними дослідників, у 2019 р. частка доходу королівства, одержувана від релігійного туризму, склала близько 30 млрд доларів (7 % ВВП країни), що дозволяє вважати цю статтю доходів другою за значимістю після експорту вуглеводневих ресурсів [38]. Крім того, релігійний туризм як значуща складова масштабної стратегічної програми модернізації країни "Бачення - 2030" підвищує залученість КСА до процесів, які відбуваються на Близькому Сході та у світі [39].

У 2017-2018 рр. хадж і умру (малий хадж) у священні міста ісламу – Мекку і Медину – здійснило небувале число прочан (понад 2 млн осіб). Природно, що така масштабна кількість паломників супроводжувалася припливом фінансів, які мусульмани залишили в Королівстві.

Крім того, вирішено відреставрувати саудівські старожитності, а також створити нові музеї (зокрема Музей ісламу). Було підписано угоду з Францією, згідно з якою Париж отримує ексклюзивне право на здійснення культурних проектів. Характерно, що ідея була вперше висловлена спадкоємним принцом у листопаді 2017 р., а в травні 2018 р. відбулося

підписання угоди про співпрацю у сфері культури і туризму терміном на десять років. Також розглядається ідея відкрити частину провінції Медіна (де розташовані священні міста ісламу) для туристів. Ідеться про місто аль-Ула на північному заході Саудівської Аравії, поблизу якого розташовані мальовничі каньйони, а також археологічний комплекс Мадаїн-Саліх, який 2008 року занесено до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Згідно з оголошеними намірами, влада Королівства хоче реставрувати й інші старожитності, що знаходяться на території Королівства, незважаючи на їхнє язичницьке походження. Передбачається також дозволити туристам без віз відвідувати низку районів країни. Крім того, буде створено умови для збільшення потоку паломників до 2030 р. – до 30 млн осіб на рік. Останній проєкт виглядає амбіційно, бо можна порівняти з нинішньою чисельністю населення Саудівської Аравії [40].

Будучи хранителем цінностей Мекки і Медини, КСА орієнтована на просування своєї заявки на лідерство в мусульманському світі, зокрема шляхом звернення до гасел ісламської солідарності. У цьому зв'язку Ер-Ріяд активно застосовує принцип "спонсорської підтримки", покриваючи витрати на хадж представникам мусульманських діаспор інших країн, а також регулярно закликає держави відмовитися від взаємних претензій на користь ідей мусульманської єдності [40].

Для того щоб розглянути крос-культурні особливості Саудівської Аравії, було проведено аналіз культурної складової цієї країни за параметрами Герта Гофстеде. Типологія культурних вимірів, розроблена Гертом Хофстеде, є основою для крос-культурної комунікації. Використовуючи інформацію, отриману з факторного аналізу, можна описати вплив культури суспільства на індивідуальні цінності своїх членів, і як ці цінності впливають на їхню поведінку. Типологія заснована на ідеї про те, що цінність може бути розподілена за шістьма вимірами культури. До цих вимірів належать: дистанційованість від влади, відокремленість, мужність,

уникнення невизначеності, стратегічне мислення та допущення (або індульгенція).

Наявність дистанції влади. Саудівська Аравія отримала оцінку в 95 балів за цим аспектом, що характеризує її як ієрархічне суспільство [41]. Вона є абсолютною монархією, керованою синами й онуками першого короля Абделя Азіза. Закон заснований на ісламському праві. Теоретично влада короля обмежена лише нормами шаріату.

Україна, яка набрала 93 бали, – країна, де влада також досить далека від суспільства. Невідповідність між менш впливовими і більш впливовими людьми призводить до значущості чинника статусу.

Колективізм та індивідуалізм. Саудівська Аравія, яка набрала 25 балів, вважається колективістським суспільством [41]. Це виявляється в тісній і довгостроковій прихильності групі, чи то сім'я, чи то полігамний шлюб, дозволений в ісламі. Лояльність у колективістській культурі має першорядне значення і переважає над більшістю інших соціальних правил і положень. Суспільство підтримує міцні стосунки, в яких кожен бере на себе відповідальність за інших членів своєї групи. У діловому середовищі важлива роль відводиться насамперед встановленню особистих взаємин, а потім ідуть формальні ділові процедури. Рішення про найм і просування по службі ухвалюють на основі того, як співробітника сприймають у колективі.

Показовим прикладом виступає обов'язкова колективна п'ятнична полуденна молитва в мечеті. Мусульмани, молячись за своїх братів по вірі, мають бути згуртованою громадою, скріпленою узами взаємної любові. Посланець Аллаха заохочував мусульман збиратися разом для намазу (він перевершує намаз, здійснений наодинці, у кілька разів).

Крім того, в Саудівській Аравії дуже важливими є сімейні зв'язки, почитання батьків, оскільки населення серйозно ставляться до своїх обов'язків перед сім'єю.

Мужність і жіночність. Саудівська Аравія набрала 60 балів, будучи "чоловічим" суспільством. У "чоловічих" країнах люди живуть "для того,

щоб працювати", від менеджерів очікується рішучість і напористість, наголос робиться на рівність, конкуренцію і продуктивність, а конфлікти вирішуються шляхом негайних дій.

Відносно низький бал в України – 36 [41]. Тут це пов'язано з високою дистанцією влади: українці на робочому місці недооцінюють свої особисті досягнення, внесок або можливості. Вони скромно говорять про себе і не звикли виставляти на загальний огляд свої найкращі сторони.

Ступінь уникнення невизначеності. В Саудівській Аравії з 59 балами населення воліє уникати невизначеності. Воно дотримується жорстких кодексів переконань і поведінки (шаріат, Коран, Сунна), нетерпиме до неортодоксальної поведінки та ідей. В їх культурі існує емоційна потреба в правилах, люди мають внутрішнє спонукання бути зайнятими і старанно працювати, точність і пунктуальність є нормою, інновації зустрічають спротив, а безпека є беззаперечним елементом індивідуальної мотивації.

Набравши 95 балів, українці відчувають серйозну загрозу через неоднозначні ситуації. Дуже поширене докладне планування та інструкції. Українці бажають мати контекстну та довідкову інформацію, щоб можливі труднощі не були для них несподіванкою.

Короткострокова і довгострокова орієнтація. Низький показник в Саудівській Аравії (14 балів) вказує на те, що королівство має суворо нормативну культурну орієнтацію. Тут люди стурбовані встановленням абсолютної істини; вони нормативні у своєму мисленні, виявляють велику повагу до традицій, відносно невелику схильність до заощадження на майбутнє та націленість на досягнення швидких результатів. За короткострокової орієнтації високо цінується минуле й акцентується увага на теперішньому. Велике значення мають такі цінності, як виконання суспільного обов'язку, дотримання прийнятих соціальних умовностей.

Яскравий приклад – саудівські державні діячі згадують у своїх офіційних промовах про всесвітньо-історичне значення Ісламської революції 1979 року в Ірані.

Україна, яка набрала високий бал (81), безумовно є країною з прагматичним складом розуму. Українці демонструють здатність легко адаптувати традиції до умов, що змінилися, схильність до заощадження та інвестування.

Стриманість і розбещеність. Низький показник у 40 балів свідчить про існування в Саудівській Аравії культури стриманості. Суспільства з низькими показниками за цим параметром схильні до цинізму та песимізму. Люди з такою орієнтацією вважають, що їхні дії обмежені соціальними нормами.

Безперечним прикладом може слугувати місяць Рамадан (дотримання посту впродовж місяця, коли мусульмани зобов'язані утримуватися від будь-якої їжі та пиття від сходу до заходу сонця) або наявність трьох видів терпіння: при труднощах, коли людина приймає ситуацію, не зневіряється і не втрачає надії на благий кінець; у приписах Аллага: у намазі, дотриманні посту, здійсненні хаджу; в утриманні від недозволеного.

Стриманий же характер української культури добре простежується за низьким балом (20) [41].

Говорячи про крос-культурні особливості менеджменту в галузі туризму, можна сказати, що бізнес-культура в Саудівській Аравії загалом консервативна. Важливо підтримувати належний рівень формальності та ставитися до всіх з повагою.

Королівство Саудівська Аравія зараз переживає величезні зміни в політичному, соціальному та економічному плані. Хоча культура загалом консервативна, окремі її частини дуже відкриті до порушення правил і до того, щоб робити речі по-іншому.

Менеджери будуть більш ефективними, якщо зрозуміють, як орієнтуватися в більш ієрархічному підході до управління. Працівники, як правило, не ставлять під сумнів рішення, прийняті керівником. Менеджери або ті, хто має таку можливість, зазвичай приймають рішення, мало консультуючись зі своїми командами.

Згідно з академічними міжкультурними дослідженнями, Саудівська Аравія є культурою з низьким рівнем ризику і низькою толерантністю до змін. Нові проекти ретельно аналізуються, щоб переконатися, що будь-який ризик, який вони становлять, ретельно вивчений і усунутий. Для того, щоб зміни закріпилися, ідея повинна сприйматися як корисна для групи і бути прийнятою групою. Культурна чутливість має важливе значення, оскільки ставлення до ризику в Саудівській Аравії сильно залежить від негативних наслідків невдач як для окремої людини, так і для групи.

Саудівці схильні ставити на перше місце людей, а не плани і пунктуальність. Час розглядається як щось, чим можна керувати, а не як щось, що керує. Працюючи з людьми з Саудівської Аравії, бажано підкреслювати важливість дотримання узгодженого дедлайну.

Керівники приймають рішення після обговорення з основними зацікавленими сторонами, а не зі своїми працівниками. Як тільки рішення прийнято, його передають підлеглим для виконання. Рішення приймаються не лише за допомогою статистики, логіки та розуму; саудівці також значною мірою покладаються на почуття та інтуїцію.

У саудівській культурі бізнес є особистим, у тому числі й туристичний. Без особистого контакту укласти угоду буде неможливо. Рішення приймаються повільно. Більшість рішень вимагають декількох рівнів затвердження. Для виконання простих завдань може знадобитися кілька візитів.

Саудівці – жорсткі переговірники. Вони вважають, що про все можна домовитися. Бізнес ієрархічний. Рішення приймає найвища посадова особа.

Обговорюючи ціну, саудівці часто роблять початкову пропозицію, яка є надзвичайно низькою, коли вони купують. І навпаки, коли вони продають, їхня початкова пропозиція буде надзвичайно високою. В королівстві існує тенденція уникати повідомляти погані новини і давати багатослівні відповіді, які можуть означати лише "можливо".

Таким чином, з одного боку, крос-культурні середовища України і Саудівської Аравії мають як близькі значення, які обидві країни визначають як колективістські та стримані. З іншого боку, за такими показниками, як дистанція влади, уникнення невизначеності та довгостроковість орієнтації, розглядувані держави мають більший розрив, що підкреслює неповторність кожної з культур. Проте, незважаючи на можливі перешкоди у здійсненні туристичних завдань українських партнерів унаслідок культурних відмінностей, їх можна нівелювати, вивчаючи детермінанти (звичаї, традиції, релігію), що впливають на поведінку людини.

3.2. Співробітництво між Україною та Саудівською Аравією у галузі туризму: стан і перспективи

Наприкінці 1990-х років XX століття питання розвитку співробітництва між Україною та країнами Перської затоки у сфері туризму було відкрито в контексті загальної зовнішньоекономічної співпраці України з цим регіоном. Доцільність такої співпраці може бути поставлена під сумнів, оскільки традиційно країни Перської затоки, а саме Катар, Кувейт, Бахрейн, Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія та Оман, вважаються досить відомими туристичними напрямками для України, а не навпаки. Насправді, для більшості жителів регіону Перської затоки, де більша частина території – пустеля, туристичний відпочинок у країні з помірним кліматом видається дуже сприятливим.

Королівство Саудівська Аравія визнало незалежність України у 1992 році. Двосторонні відносини між Україною та Саудівською Аравією були започатковані під час візиту до Ер-Ріяда у квітні 1993 року української урядової делегації очолюваною прем'єр-міністром Л.Д. Кучмою [42].

Протягом останнього десятиліття робота посольства України в Королівстві Саудівська Аравія на туристичному напрямі була зосереджена переважно на таких завданнях, як популяризація проведення в Україні

фінальної частини чемпіонату Європи з футболу Євро-2012, забезпечення участі представників КСА у Міжнародному дитячому фестивалі "Змінимо світ на краще" у 2011-2013 рр., відкриття прямого авіаційного сполучення у 2021 році, удосконалення відповідної договірно-правової бази двосторонніх відносин, налагодження співробітництва у таких сферах, як медицина, медична допомога та охорона здоров'я [43].

Співпраця між Україною та КСА у сфері туристичної освіти обмежується наданням послуг з навчання невеликої кількості саудівських громадян (до кількох десятків) в українських вищих навчальних закладах.

У квітні 2019 року в Києві перебувала делегація Саудівського географічного товариства. Доктор Алі бін Абдулла Аль Досарі, співробітник Університету Короля Сауда, відвідав Київський національний університет ім. Тараса Шевченка з метою поділилися досвідом своєї країни у сфері географічних досліджень та обговорити подальші перспективи двостороннього співробітництва. За результатами зустрічі було підписано Меморандум щодо співпраці у сферах науки та освіти. [44].

Важливим напрямом гуманітарного співробітництва є сфера туризму, враховуючи значний інтерес громадян Саудівської Аравії до відвідування України з метою відпочинку та отримання кваліфікованої і відносно дешевої медичної допомоги. Позитивним фактором у цьому відношенні стала лібералізація візового режиму для громадян Королівства Саудівська Аравія та України, запроваджена офіційними особами в Києві та Ер-Ріяді. Окремим видом туризму релігійного спрямування залишається хадж (паломництво) українських мусульман (близько 125 у 2019 р.) до головних ісламських святинь, розташованих на території Королівства – міст Мекки та Медини.

У лютому 2018 р. Посольство України вперше взяло участь у найважливішій події культурного та суспільного життя КСА – 32-му щорічному фестивалі національної спадщини та культури "Аль-Дженадрія", представивши у національному павільйоні основні туристичні маршрути України, її культурні здобутки та економічно-інвестиційні можливості, а у

грудні 2018 р. згаданий фестиваль у якості почесних гостей відвідала делегація провідних арабістів з Київського національного університету та Інституту сходознавства ім. А. Кримського [46].

З метою популяризації в Саудівській Аравії історії України у 2018-2019 рр. у рамках щорічного дипломатичного кінофестивалю "Вибір посла" (організованого за ініціативи та підтримки Посольства Індії в Ер-Ріяді) відбувся публічний показ фільмів "Гіркі жнива" та "Хайтарма", а також переклад арабською мовою брошури "Україна 1932-1933. Геноцид через голод".

У березні 2019 р. національна делегація взяла участь у міжнародному етнокультурно-спортивному фестивалі "Кочовий всесвіт", який проходив у рамках "Фестивалю верблюдів короля Абдель Азіза".

Перспективним у гуманітарному плані є подальше налагодження взаємодії на рівні спортивних федерацій та організацій України та Саудівської Аравії. У цьому контексті можна відзначити проведення товариського матчу між національними футбольними збірними двох країн у березні 2018 р., а також організовані та анонсовані саудівськими ЗМІ протягом 2019 року тренувальні збори в Україні спортсменів національних збірних команд Королівства з бадмінтону, стрибків у воду та фехтування [46].

У 2022 р. культурний напрям роботи дипустанови був зосереджений на просуванні ініціативи першої леді України О.В. Зеленської "Українська книжкова полиця", яка передбачає розповсюдження української літератури в оригіналі та перекладах у найважливіших бібліотеках світу. Примірники творів видатних українських поетів та письменників були розміщені у книжкових фондах Національної бібліотеки ім. Короля Фахда.

У 2021 році в Україні перебувало щонайменше 30 тисяч туристів з КСА, які залучили в Україну понад 850,5 мільйонів гривень [46].

Наразі обидві розглянуті країни – Україна та Саудівска Аравія – роблять перші кроки у впровадженні крос-культурних програм, курсів і

лекцій у свої освітні системи, а також у професійні тренінги. Вибір на користь українсько-саудівської взаємодії у сфері туризму зумовлений наступними факторами (особливо після початку повномасштабного вторгнення Росії):

1) обидві країни є регіональними лідерами – Україна є локомотивом Європи та лідером різноманітних політичних та економічних процесів на пострадянському просторі, а Саудівська Аравія – "серцем і розумом" арабського світу, будучи традиційним архітектором розвитку Близького Сходу та Північної Африки;

2) Україна традиційно має геополітичні інтереси в цій частині світу, а Саудівська Аравія має твердий намір диверсифікувати свої міжнародні зв'язки, включивши Україну в коло своїх стратегічних партнерів;

3) українсько-саудівські відносини мають тривалу і глибоку історію;

4) українсько-саудівське співробітництво сьогодні реалізується в широких масштабах і включає в себе політичну, військову, економічну, культурну, наукову, освітню, соціальну (яку зазвичай називають публічною дипломатією) і навіть релігійну співпрацю. Світанок українсько-саудівських відносин сягає X століття, коли, згідно з Никонівським літописом, київський князь Володимир у 1001 році відправив перших послів до Єгипту та Саудівської Аравії. Згодом українці почали відвідувати Єгипет та КСА у рамках релігійного паломництва до християнських святинь Палестини та Синаю. Християнський православний монастир Святої Катерини з його палаючим кущем, а також гора Мойсея були одними зі святих місць, які охоче відвідували українські паломники. Але перед тим, як потрапити до знаменитого монастиря, українці були зобов'язані проїхати через Каїр, щоб отримати письмовий дозвіл на такий візит від представництва монастиря. Починаючи з XV ст. кількість українських паломників до Саудівської Аравії зростає, деякі з них залишають унікальні та непересічні подорожні нотатки про країну. У другій половині XIX ст. між Україною та КСА встановилися дипломатичні, культурні та торговельні відносини, що було зумовлено

підвищеним інтересом до цієї загадкової країни багатьох заможних українців, які почали активно подорожувати до КСА відкритим у 1858 р. прямим морським маршрутом Одеса – Мекка.

Аналіз сучасного стану українсько-саудівської туристичної та бізнес-взаємодії показує, що культурні відмінності та брак крос-культурної компетентності у представників туристичного бізнесу є одними з основних каменів спотикання для двосторонньої співпраці. Тим часом у сучасній Україні інтерес до крос-культурних програм і тренінгів тільки пробуджується: провідні університети починають включати курси крос-культурної комунікації до своїх навчальних планів, але місцева бізнес-спільнота все ще не усвідомлює критичної важливості крос-культурної компетентності, особливо для експортерів і туристичних компаній, що прагнуть вийти на глобальний ринок.

За даними Українсько-Саудівської ділової ради, представники приватного сектору обох країн роблять постійні спроби налагодити контакт, проводять переговори, беруть участь у професійних виставках і ярмарках, наносять ділові візити до потенційних компаній-партнерів.

Лідери обох країн переконані, що однією з головних перешкод на шляху двостороннього співробітництва між Україною та КСА є культурні відмінності, про які учасники глибоко не обізнані. Елементарний приклад з повсякденної практики – відмінності в стилях усної та письмової комунікації. Саудівська культура є усною, а це означає, що більшість саудівців надають перевагу усному обговоренню робочих питань з партнерами, а не діловому листуванню. У крайньому випадку, можна обговорити професійні питання по телефону. Отже, саудівські менеджери будуть всіляко уникати написання документів і листів, наполягаючи на усному вирішенні робочих питань. Їхні українські колеги, як правило, наполягатимуть на офіційному стилі ділового спілкування, коли всі домовленості та питання формулюються і надсилаються партнерам у письмовому вигляді. Усна форма ділової взаємодії вважається неприйнятною

і сприймається як "несерйозна". Таким чином, вже на рівні попередніх переговорів між потенційними українськими та саудівськими партнерами можуть виникнути комунікативні ускладнення.

Отже, українська традиція, орієнтована на довгострокову перспективу, сконцентрується на наполегливості, структурованому вирішенні проблем і прийнятті відкладених результатів ділового співробітництва, в той час як саудівська традиція, орієнтована на короткострокову перспективу, матиме хаотичне вирішення проблем і очікуватиме негайних або швидких результатів. У разі відсутності культурного розуміння специфіки партнера, конфлікт майже неминучий. Таким чином, оптимізації двостороннього українсько-саудівського співробітництва сприяла б розробка стратегії розвитку туристичних відносин між двома країнами на основі ґрунтовного аналізу сучасних тенденцій та перспектив розвитку для реалізації національних інтересів на основних напрямах співпраці, а також активізація політичного діалогу.

Можна зробити висновок, що в сучасному глобалізованому світі комунікація між представниками двох таких різних культур, як Україна і Саудівська Аравія, не може більше спиратися на традиційні підходи, і єдиним адекватним способом подолання вищезазначених проблем у спілкуванні між українськими та саудівськими бізнесменами і, як наслідок, виведення двосторонніх туристичних відносин на більш високий рівень є серйозне ставлення до отримання крос-культурної компетентності як до стратегічної необхідності і включення її в професійну освіту, а також в інші форми тренінгів з розвитку м'яких навичок.

Слід зазначити, що Королівство Саудівська Аравія є важливим гравцем на міжнародній арені. Падіння світових цін на нафту не завжди має економічний контекст, а часто – політичний. Наприклад, падіння світових цін на нафту має прямий вплив на економіку Росії і, відповідно, на її політику щодо України, що особливо актуально з початком війни у 2022 році.

Ці нові реалії ще раз демонструють, наскільки важливо для української держави забезпечити всебічний розвиток співпраці з такою провідною державою, як Королівство Саудівська Аравія.

ВИСНОВКИ

Країна на Близькому Сході – Королівство Саудівська Аравія, яка вперше в своїй історії відкрила кордони для туристів з інших країн світу, проводить політику розширення можливостей для туристичної індустрії в країнах Близького Сходу, таких як Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія, Сирія, Туреччина, Ізраїль. Зокрема, роботу присвячено розвитку крос-культурних особливостей туристичної індустрії в Саудівській Аравії.

Близький Схід – це регіон з багатьма специфічними особливостями, і саме на цих особливостях базується політика регіону, в тому числі і в сфері туризму. Вивчення Близького Сходу в контексті туризму є недостатнім, оскільки більшість вітчизняних та зарубіжних дослідників звертають увагу передусім на вивчення економічної та політичної ситуації в Саудівській Аравії. Однак слід зазначити, що все ж таки є науковці, які займалися проблемами та розвитком туризму в Саудівській Аравії.

У контексті Близького Сходу можна говорити про Саудівську Аравію як про країну, яка донедавна взагалі не брала участі в перегонах за першість у туризмі, приймаючи лише паломників, адже країна є батьківщиною ісламу, де розташовані його основні визначні пам'ятки. Тому, незважаючи на те, що туризм донедавна був слабо розвинений, країна приймала надзвичайно велику кількість паломників. Яскравим прикладом є успіхи в туризмі сусідніх Об'єднаних Арабських Еміратів, які досягли тієї ж мети, що й Саудівська Аравія – досягнення певної незалежності від нафтових доходів завдяки своєму потужному туристичному потенціалу.

Королівство розташоване на Аравійському півострові і займає більшу його частину. Завдяки вигідному географічному положенню рельєф країни різноманітний: тут є піщані пляжі, гори, оазиси і пустелі, що також позитивно впливає на туризм, особливо з точки зору природних атракцій, хоча значну територію країни займає пустеля. Однак існують і проблеми, головна з яких – відсутність постійних водних шляхів, а отже, нестача

прісної води. Втім, нинішній уряд держави приділяє велику увагу питанням екології.

Завдяки своєму вигідному розташуванню, Королівство має достатню кількість природних пам'яток, найвідомішими з яких є скельні утворення і залишки старої держави (Аль-Ула), гірські хребти і оазиси (один з них навіть внесений до Списку об’єктів Світової спадщини ЮНЕСКО). Незважаючи на те, що майже вся територія покрита пустелями, природні об'єкти по-своєму унікальні і варті уваги. Крім природних пам'яток, тут є велика кількість історичних пам'яток, звичайно, в силу особливостей історичного шляху держави їх кількість менша, ніж в європейських країнах, але їх привабливість полягає в характерному арабському колориті. Цікавими з туристичної точки зору можуть бути міста Мекка і Медина, але вони є діючими релігійними об'єктами.

Саудівська Аравія відноситься до країн, які тільки починають розвиватися в туристичному секторі. Країна є абсолютно безпечною для європейських відвідувачів. Однак необхідно дотримуватися певних культурних та поведінкових правил.

Таким чином, відносини між Україною та Саудівською Аравією характеризуються взаємною зацікавленістю сторін та поступовим розширенням співпраці в окремих сферах. Відносини з Саудівською Аравією мають бути на рівні стратегічного партнерства. Цьому також сприятиме відсутність гострих невирішених питань між двома країнами та високий потенціал у відносинах між двома країнами.

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота: Україна і Саудівська Аравія: крос-культурні особливості туризму.

Об’єкт дослідження: крос-культурні відносини в туристичній галузі.

Мета роботи: виявлення крос-культурних особливостей туристичного сервісу України та Саудівської Аравії.

В рамках кваліфікаційної роботи було проведено дослідження крос-культурних особливостей Саудівської Аравії, доступності та можливостей подорожей українських туристів до Королівства. Для досягнення поставленої мети було проведено комплексний аналіз наукових публікацій та досліджень щодо особливостей міжкультурної комунікації; досліджено розвиток туристичної сфери в Королівстві Саудівська Аравія; проаналізовано основні напрямки соціально-економічного розвитку Саудівської Аравії; вивчено природні, історичні та культурні туристичні ресурси країни; проаналізовано культуру поведінки туристів у Саудівській Аравії; визначено напрямки співробітництва між Україною та Саудівською Аравією в галузі туризму.

Перелік ключових слів: крос-культурний аналіз, Саудівська Аравія, крос-культурні комунікації, міжнародний туризм.

RESUME

Qualification work: Ukraine and Saudi Arabia: cross-cultural features of tourism.

Object of study: cross-cultural relations in the tourism industry.

Purpose: to identify cross-cultural features of tourism services in Ukraine and Saudi Arabia.

As part of the qualification work, a comprehensive study of the cross-cultural features of Saudi Arabia, accessibility and travel opportunities for Ukrainian tourists to the Kingdom was conducted. In order to achieve the set goal, a

comprehensive analysis of scientific publications and research on the peculiarities of intercultural communication was carried out; the development of the tourism sector in the Kingdom of Saudi Arabia was investigated; the main directions of social and economic development of Saudi Arabia are analyzed; natural, historical and cultural tourism resources of the country were studied; analyzed the culture of tourist behavior in Saudi Arabia; directions of cooperation between Ukraine and Saudi Arabia in the field of tourism have been determined.

List of keywords: cross-cultural analysis, Saudi Arabia, cross-cultural communications, international tourism.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабушко С. Р. Актуальні тенденції в туризмі в постковідний період. *Світові досягення і сучасні тенденції розвитку туризу та готельного господарства*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С. 39-42.

2. Hofstede, G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. London: Beverly Hills, 1980.

3. Jandt F. An introduction to Intercultural Communication; Identities in a Global Community. London: Sage Publications, 2004.

4. Lusebrink H.-J., Nunning A., Nunning V. Kulturstudien und Interkuiturelle Kommunikation. Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen. Stuttgart- Weimar, 2003.

5. Власюк. О.С. Близький Схід: міжнародна безпека, регіональні відносини та перспективи для України: монографія. Рада національної безпеки і оборони України, Національний ін-т проблем міжнародної безпеки. Київ: Фоліант, 2008. 589 с.

6. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240 с.

7. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р#Text (дата звернення: 21.04.2023).

8. Пазенок В.С., Федоренко В.К. Філософія туризму. Київ: Кондор, 2004.

9. Кисельов М.М. Туризм і природознавство – філософсько-світоглядний аспект: *Всеукраїнський круглий стіл «Філософія туризму»*. Київ, 2002.

10. Șerbănescu A. Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor. Iași: Polirom, 2007.

11. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. Київ: Академія, 2012. 288 с.

12. Алдошина М.В., Брусільцева Г.М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації. *Бізнес Інформ*. 2014. № 3. С. 197–202.

13. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240 с.

14. Галицька М. М. Міжкультурна комунікація та її значення для професійної діяльності майбутніх фахівців. *Освітологічний дискурс*. 2014. № 2. С. 23–32.

15. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 343 с.

16. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: автореф. дис. … канд. філософ. наук: 09.00.03. Одеса, 2003. 19 с.

17. Hall E. Beyond Culture. New York, 1989.

18. Донец П.Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации. Харьков: Штрих, 2001. 384 с.

19. Емельянов Ю.Н. Теория функционирования и практика совершенствования коммуникативной компетенции. Литва, 1991.

20. Столбова Ю. Комунікативний потенціал туризму. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2010. Вип.10. С. 153-161.

21. Ситарам К., Когделл Р. Основы межкультурной коммуникации. Киев: Человек, 1992.

22. The human development index of Saudi Arabia - knoema.com. Knoema. URL: https://knoema.com/data/human-development-index+saudi-arabia (дата звернення: 20.04.2023).

23. Найкращі країни для бізнесу 2018: веб-сайт. URL: https://www.forbes.com/places/saudi-arabia/?sh=79c235864e5c (дата звернення: 25.02.2023).

24. Decoding the Saudi Arabian Travel and Tourism Industry: веб-сайт. URL: https://skift.com/insight/skift-trend-report-decoding-the-saudi-arabian-travel-and-tourism-industry/ (дата звернення: 02.03.2023).

25. Hospitality industry in the Kingdom of Saudi Arabia: веб-сайт. URL: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-saudi-arabia (дата звернення: 04.03.2023).

26. Giga-projects under construction are set to boost Saudi Arabia's entertainment and tourism offerings: веб-сайт. URL: https://oxfordbusinessgroup.com/analysis/spearheading-growth-giga-projects-expand -entertainment-and-tourism-offering. (дата звернення: 04.03.2023).

27. Saudi Arabia aims to increase pilgrim numbers and non-religious tourism: веб-сайт. URL: https://oxfordbusinessgroup.com/overview/grand-plans-sustained-focus-raising-pilgrim-numbers-and-expanding-beyond-religion-oriented-tourism (дата звернення: 09.03.2023).

28. Офіційний сайт Центрального департаменту статистики та інформації Саудівської Аравії: веб-сайт. URL: http://www.cdsi.gov.sa (дата звернення: 25.02.2023).

29. Антоненко В.С. Дослідження сучасних процесів та тенденцій в халяль-туризмі. *Актуальные научные исследования в современном мире*. Вип. 12 (32), ч. 5, 2017. С. 66-71.

30. Annual Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index 2019: веб-сайт. URL: https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html (дата звернення: 02.03.2023).

31. Four Emaar hotels earn Ctrip's 'Chinese Preferred Hotel' status: веб-сайт. URL: https://www.hoteliermiddleeast.com/business/32571-four-emaar-hotels-earn-ctrips-chinese-preferred-hotel-status (дата звернення: 04.03.2023).

32. Hotel Performance Forecast 2020-2024: веб-сайт. URL: https://www.hospitalitynet.org/opinion/4098555.html (дата звернення: 06.03.2023).

33. Saudi and UAE have 90000 hotel rooms in the work: веб-сайт. URL: https://www.hoteliermiddleeast.com/business/126086-saudi-and-uae-have-90000-hotel-rooms-in-the-works (дата звернення: 06.03.2023).

34. Титова О. Деякі актуальні питання збереження культурної спадщини України. *Праці центру пам'яткознавства*. Київ, 2009. С. 5.

35. Кифяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. *Економіка та право*. 2013. № 1. С. 128-132.

36. Хто такі хасиди і чому вони щовересня здійснюють паломництво до Умані — пояснює президент Української асоціації юдаїки : веб-сайт. URL: http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=99655 (дата звернення: 06.03.2023).

37. Концепція зовнішньої політики 2019 року: веб-сайт. URL: https://library.fes.de/pdffiles/bueros/ukraine/16594.pdf (дата звернення: 24.02.2023).

38. Словник ісламських термінів і понять: веб-сайт. URL: http://muslimclub.ru/znanie/words/h/1.html (дата звернення: 25.02.2023).

39. زو جحلا ةرمعلاو حتتفي لامعأ ةودن جحلا بربكلا يف اهترود لـ 44 ناونعب "مالسإلا شياعت شياعتت حماستو" (Міністр хаджу й умри відкриває 44-й великий симпозіум "Ісламське співіснування й терпимість" // Міністерство хаджу і умри й великий симпозіум "Ісламське співіснування і терпимість": веб-сайт. URL: https://www.haj.gov.sa/ar/News/Details/12351 (дата звернення: 28.02.2023).

40. Riedel B. Fallout of the Hajj stampede for the Saudi monarchy. URL: https://www.brookings.edu/blog/markaz/2015/09/24/fallout-of-the-hajj-stampede-for-the-saudi-monarchy/ (дата звернення: 06.03.2023).

41. Порівняння країн: веб-сайт. URL: https://www.hofstede-insights.com/country/saudi-arabia/ (дата звернення: 25.02.2023).

42. Мурад Махмуд Хасан Абумуфрех. Зовнішньоекономічні відносини України з країнами Перської затоки : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук. Львів, 2014. 19 с.

43. Культурно-гуманітарне співробітництво між Україною та Королівством Саудівська Аравія. Посольство України в Королівстві Саудівська Аравія : веб сайт. URL: https://saudiarabia.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/533-kulyturno-gumanitarne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-saudivsykoju-aravijeju (дата звернення 23.02.2023).

44. Новини: Університет налагоджує партнерські зв'язки з Саудівською Аравією. КНУ імені Тараса Шевченка. URL: http://univ.kiev.ua/news/10330 (дата звернення: 21.04.2023).

45. Лєбедєва І. М. Перспективи розвитку етнокультурного туризму в Африканському туристичному регіоні. *Інноваційна парадигма розвитку економіки, фінансів, обліку та права*: збірник тез та доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 15 вересня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. С. 33-34.

46. Політичні відносини між Україною та Саудівською Аравією. Посольство України в Королівстві Саудівська Аравія : веб сайт. URL: https://saudiarabia.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/531-politichni-vidnosini-mizh-ukrajinoju-ta-saudivsykoju-aravijeju (дата звернення: 23.02.2023).