

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю 242 Туризм,
освітньою програмою «Туризмознавство»

на тему: «СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ БЛИЗЬКИЙ СХІД»

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Постернак Катерини Олександрівни
(ПІБ)

Науковий керівник: Опанасюк Н. А.
(прізвище, ініціали)
кандидат юридичних наук, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Рецензент: Антоненко І. Я.
(прізвище, ініціали)
доктор економічних наук, професор
(наук.ступінь, вчене звання)

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № 5 від 23.11.2022 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С.Р.
(прізвище, ініціали)
доктор педагогічних наук, професор
(науковий ступінь, вчене звання)

_____ (підпис)



Київ – 2022

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ. ANNOTATION.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ	
РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	8
1.1. Поняття та сутність туристичного регіону.....	8
1.2. Особливості розвитку туризму та його вплив на регіональному рівні.....	12
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО	
РЕГІОНУ БЛИЗЬКИЙ СХІД.....	26
2.1. Аналіз господарсько-фінансової діяльності країн Близького Сходу..	26
2.2. Діагностика середовища співпраці держав Близького Сходу в сфері туризму.....	35
2.3. Правові засади розвитку туризму в країнах Близького Сходу.....	42
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	
В КРАЇНАХ БЛИЗЬКОГО СХОДУ.....	55
3.1. Моніторинг проблем розвитку туризму в регіоні	55
3.2. Основні напрями та перспективи розвитку туризму в регіоні.....	59
3.3. Авторська концепція впровадження позитивних практик розвитку туризму країн Близького Сходу в Україні.....	67
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	80

АНОТАЦІЯ

Постернак К. О. Сучасний стан, перспективи і проблеми розвитку туристичного регіону Близький Схід. – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туризмознавство». – Національний університет фізичного виховання та спорту України, Київ. 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено визначенню сучасного стану, проблем та перспективних напрямів розвитку туристичного регіону Близький Схід. Висвітлено поняття та сутність терміну «туристичний регіон», розкрито особливості розвитку туризму та його вплив на регіональному рівні. Здійснено аналіз середовища співпраці держав Близького Сходу в сфері туризму. Базуючись на проведеній діагностиці, створено авторську концепцію впровадження позитивних практик розвитку туризму країн Близького Сходу в Україні.

Ключові слова: туристичний регіон, Близький Схід, економіка, туристична галузь, правове регулювання.

ANNOTATION

Posternak K. O. Current state, prospects and problems of development of the tourist region of the Middle East. – Manuscript.

Graduation qualification work in specialty 242 Tourism, specialization «Tourism». – National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Kyiv. 2022.

The graduation thesis is devoted to the definition of the current state, problems and promising directions of development of the Middle East tourism region. The concept and essence of the term «tourist region» are highlighted, the peculiarities of tourism development and its influence on the regional level are revealed. An analysis of the cooperation environment of the Middle East states in the field of tourism is carried out. Based on the conducted diagnostics, the author's concept of implementing positive practices for the development of tourism of the Middle East countries in Ukraine is offered.

Keywords: tourist region, Middle East, economy, tourism industry, legal regulation.

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що регіон Близького Сходу здійснив стрімке зростання протягом останніх двох десятиліть. Цей розвиток й нині продовжується та впливає на кожен сектор економіки регіону, включаючи індустрію подорожей і туризму. Саме в цьому конкретному секторі можна оцінити досягнуте зростання й регіональне розширення, яке перетворює Близький Схід як наступний центр глобального туризму.

Згідно з останніми даними ЮНВТО, кількість міжнародних прибуттів до місць призначення на Близькому Сході була на 52% вищою в січні, ніж у тому самому місяці 2021 року. Враховуючи цей показник, членами ЮНВТО було визначено зосередити увагу на підвищенні рівня розвитку smart-туризму, сприяттві зеленим інвестиціям і підприємництву, підтримці освіти та робочих місць, підвищенні стійкості та захисту природної та культурної спадщини регіону.

На Близькому Сході туризм є стратегічним важелем для диверсифікації нафтової економіки. Станом на 2021 р., регіон налічує близько 90 млн міжнародних прибуттів на рік, що дорівнює 6% від загальної кількості прибуттів у світі. Охоплюючи понад 15 країн, варто вказати, що природні, культурні та релігійні туристичні ресурси регіону є досить привабливими практично для всіх сегментів мандрівників. Проте деякі напрямки виграють від чітких місцевих пріоритетів і більш зрілої туристичної екосистеми. Такі напрямки, як Єгипет, Дубай і Абу-Дабі, закріпилися на світовій туристичній карті, тоді як інші зміцнюють своє позиціонування та стають новими напрямками регіону [80].

Постановка проблеми. Зважаючи на вищевикладене, визначення особливостей розвитку туризму у регіоні, моніторинг проблем розвитку туристичної галузі Близького Сходу та розробка авторської концепції впровадження позитивних практик розвитку туризму країн Близького Сходу в Україні є надзвичайно актуальними, адже допомагатимуть у полегшенні подорожей до країн окресленого регіону, сприятимуть

створенню гідних робочих місць у секторі туризмі, посиленню охорони культурної, соціальної та екологічної спадщини та підтримці політики сталого туризму.

Ступінь розробленості проблеми. Зважаючи на стрімке зростання міжнародних прибуттів та розвиток туристичної галузі на Близькому Сході, окреслене питання розглядається належним чином в академічних колах. До розгляду питання тлумачення поняття «туристичний регіон» долучились низка зарубіжних та вітчизняних дослідників-туризмознавців: Я. Саарінен [56], В. Смолій [2].

Метою кваліфікаційної роботи є розгорнуте дослідження сучасного стану та перспектив розвитку туризму у регіоні Близький Схід. До наукових інтересів автора також увійшли питання, що стосується правових аспектів розвитку туристичної галузі у вказаному регіоні, а також розроблення унікальної авторської концепції, що матиме позитивний відбиток на туристичній діяльності України.

Для реалізації зазначеної мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- висвітлити поняття та сутність туристичного регіону;
- визначити особливості розвитку туризму та його вплив на регіональному рівні;
- проаналізувати господарсько-фінансову діяльність країн Близького Сходу;
- продіагностувати середовище співпраці держав Близького Сходу в сфері туризму;
- окреслити правові засади розвитку туризму в країнах Близького Сходу;
- здійснити моніторинг проблем розвитку туризму в регіоні;
- визначити основні напрями та перспективи розвитку туризму в регіоні;
- розробити авторську концепцію впровадження позитивних практик розвитку туризму країн Близького Сходу в Україні.

Об'єктом дослідження є туристичний регіон Близький Схід.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку туристичного регіону Близький Схід.

Методи дослідження. Для теоретичного висвітлення дослідження були використані такі інформаційні матеріали, як друковані та електронні друкування зарубіжних та вітчизняних науковців, звіти Tourism Research Australia, UNWTO тощо, дані міжнародних організацій. Задля досягнення поставленої мети, автор застосовував такі методи: аналіз, синтез, порівняння, статистичний, прогностичний та проблемно-орієнтовний. Саме вони посприяли виявленню наявних проблем у розвитку туристичної галузі регіону, допомогли у порівнянні кількісних та якісних характеристик туристичних прибуттів окремо країн та регіону загалом, а також виявили можливі перспективи рівня зростання туризму Близького Сходу.

Теоретичне значення виконаної кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних та практичних основ досвіду розвитку туристичної галузі Близького Сходу, визначенні перспективних напрямів діяльності туризму та застосуванні позитивних аспектів розвитку Близького Сходу у вітчизняну туристичну практику.

Практичне значення роботи полягає у тому, що її результати можуть сприяти підвищенню привабливості туристичних продуктів та, загалом, досвіду окресленого регіону, створенню нових тенденцій, які б були націлені на задоволення потреб цільових туристичних сегментів, а також сформувати певний системний підхід для розвитку галузі туризму у довгостроковій перспективі. Також вони можуть бути використані в освітньому процесі під час викладання фахово-орієнтованих дисциплін за спеціальністю 242 Туризм («Туристичне країнознавство», «Спеціалізований туризм», «Організація туристичних подорожей», «Туроперейтинг» тощо) та для здійснення здобувачами першого та другого рівня вищої освіти кваліфікаційних досліджень з вивчення туристичної діяльності певної країни чи регіону.

Апробацію результатів кваліфікаційної роботи було здійснено на Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: Проблеми та перспективи розвитку», проведеній 16 листопада 2021 р. у м. Переяслав; II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції молодих

вчених і здобувачів вищої освіти «Освітній простір ХХІ ст.: виклики та перспективи», проведених 21 квітня 2022 р. у закладі вищої освіти «Подільський державний університет» (м. Кам'янець-Подільський). Опубліковано тези доповідей «Проблеми і перспективи розвитку туризму в Королівстві Саудівська Аравія» та «Критичне мислення, як умова розвитку особистості в освітньому середовищі вищої школи» у збірниках матеріалів конференцій.

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел і додатків. Кваліфікаційна робота викладена на 72 сторінках. У процесі написання роботи автором було опрацьовано 81 наукове джерело, з них 78 іноземними мовами.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність туристичного регіону

На даному етапі розвитку людства, туризм об'єктивно є однією зі сфер, що найбільш стрімко розвиваються та мають безпосередній вплив на безліч галузей. Не дивлячись на усі кризи, що відбуваються у світі туристичний вплив буде зростати, як на світовому так і на локальному рівнях. Стає очевидним, що на кожному рівні туризм має керуватися грамотно, залежно від рівня його обширності. В розрізі цього обрано до розгляду регіональний рівень розвитку. Отож, туристичний регіон простими словами – це географічний регіон, який був визначений урядовою організацією чи бюро туризму, як такий, що має спільні культурні чи екологічні характеристики. Ці регіони часто називають на честь історичних або сучасних адміністративно-географічних регіонів. На туристичні регіони можуть поділятися: країни, штати, провінції та, власне, інші адміністративні регіони. [79]. Доцільно навести іншу варіацію цього визначення, так, географ Яркко Саарінен вважає, що в туристичному регіоні соціальні та географічні якості регіону поєднуються зі знайомими та традиційними уявленнями про нього. Більшість туристичних регіонів належать до більшої економічної та адміністративної одиниці, яка бере на себе роль розвитку туризму як продукту. За словами Саарінена, як тільки буде встановлено означення(питання) туризму, батьківський регіон має допомагати формувати подальший розвиток району (місцевості), як туристичного регіону. [56]

Поняття туристичного регіону використовується для позначення тієї території, яка, оскільки має певні особливості, представляє інтерес для туристів. Це може бути регіон, що характеризується своєю природною красою, своєю історією чи культурною пропозицією, щоб назвати декілька можливостей. [] Туристичний регіон привабливий для пересічного подорожуючого. Це змушує багатьох людей обирати його як пункт призначення своєї подорожі. Наприклад: в Аргентині одним із найважливіших туристичних регіонів є Атлантичне узбережжя. Це територіальна смуга, розташована біля Атлантичного океану, туристи часто обирають цей туристичний регіон під час

літнього сезону, аби насолодитися пляжами. У випадку з Венесуелою, як це зазвичай, існує багато туристичних регіонів, наприклад, регіон Льянос, який має унікальну природну красу – савани та гірський масив Гуаянес, і тропічний ліс Амазонки. Іноді регіон може виходити за межі однієї держави, як Альпи – Альпійський регіон розташований на землях таких країн, як Швейцарія, Італія, Франція та Австрія. Мільйони туристів щороку подорожують до альпійського регіону, аби зайнятися зимовими видами спорту, оцінити його ландшафти та провести якісний відпочинок.

Якісно працюючий механізм розподілу та управління туристичними регіонами має Австралія. Існує Австралійський статистичний географічний стандарт (ASGS), відповідно до нього 1) туристичні регіони – визначаються за погодженням з відповідними національними та державними/територіальними туристичними організаціями; 2) кожен туристичний регіон складається з розподілу цілих статистичних територій рівня 2 (SA2), які є невеликими просторовими одиницями ASGS. [69] (SA2 – Statistical Area Level 2: найменша площа для опрацювання Австралійського статистичного бюро). Tourism Research Australia, як підрозділ Австралійського уряду мають на меті надавати статистичні дані та результати досліджень, задля допомогти уряду, індустрії туризму та австралійському бізнесу. Tourism Research Australia створили профілі усіх 8 регіонів та їх складових. [8] Наприклад, туристичний регіон Квінсленд має район Капрікорн (англ. Capricorn – козеріг) відомий найбільшими в Австралії автомобільними кооперативами, а також "Тропою Козерога", що простягується від незайманого південного Великого Бар'єрного рифу на сході до Центрального Квінслендського нагір'я на заході. [75] Тут, дивлячись на усі доступні звіти стає зрозумілим чіткий поділ та точні покрокові дослідження туристичної сфери, як регіону загалом, так і їх районів, що може слугувати прикладом коректної роботи туристичних установ державного рівня.

Тлумачення поняття "туристичний регіон" має не істотні розбіжності між іноземними авторами, сутність не змінюється, на підтвердження цьому можна навести визначення українських вчених-туризмознавців, які вважають, що туристичний регіон

характеризується, перш за все, туристичною діяльністю що є своєрідною для конкретного регіону групи країн або територій з однаковими умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичного освоєння. [2]

Згідно до ВТО у світі налічується 5 туристичних регіонів – Африка, Америки, Азія та Тихоокеанія, Європа, Близький Схід. [73] (Додаток А) При цьому ці світові регіони можна поділяти далі, наприклад, туристичний регіон Близький Схід може бути поділений на регіон Аравійського півострова, Кавказ та Близький Схід (у вужчому розумінні). [66] Поділи часто є умовними, адже іноді виникають притиріччя та дискусії, тому існують також інші варіації. Автору імponує поділ що спирається на історичне підгрунтя, а саме: Іран (Персія), Мала Азія, Месопотамія, Левант, Аравійський півострів та Єгипет.

"Регіон" достатньо "плаваюче" поняття, доцільно навести приклад від найбільшого до найменшого регіонального поділу: Європейський туристичний регіон – Західноєвропейський (або Західна Європа) – Регіон Франції – Бургундія-Франш-Конте (з центром у м. Діжон).

Часто при поділах на регіони спираються на країни, дослідження регіоналізму показали, що в більшості випадків регіональні ідентичності відповідають національній ідентичності та місцевому "корінню". Також було показано, що такі регіональні ідентичності, як нації є переважно сучасними творіннями або навіть відвертими винаходами. У політичному розумінні нація – це сукупність громадян певної держави, що мають суверенітет, незалежно від етнічного походження. Визначення сформувалось напр. 18 – сер. 19 ст. в Сполучених Штатах та Західній Європі, в країнах, де етнічні та державні кордони збігаються, а на поширення вплинули процеси широкої демократизації. [1]

Оскільки нації часто можуть поглинати менші регіональні ідентичності тому частим явищем є бажання регіональних одиниць здобути свою незалежність. Наприклад, яскравий приклад – бажання Каталонії відділитись від Іспанського Королівства, Азербайджан, що немав спільної культури та історичного підгрунтя по

відношенню до СРСР, у ширшому розумінні незалежність на рівні держав – Косово та Чорногорія від Сербії, Андорра отримала незалежність від Франції, Бахрейн від Британії, а деякі регіони тільки виборюють незалежність, як наприклад Шотландія.

Регіональна ідентичність є різновидом просторової ідентичності в певному масштабі, який називається мезорівнем. Регіональна ідентичність знаходиться між національним і місцевим рівнями. Для просторової ілюстрації регіональної ідентичності, швидше за все, мають підходити терміни графство, край, емірат, штат, герцогство, кантон, воєводство, тощо.

Масштаб допомагає відрізнити регіональну ідентичність від ідентичності місця. Хоча в деяких випадках ідентичність місця використовується як загальний термін для різних рівнів масштабу, ідентичність місця зазвичай асоціюється з безпосередньо сприйнятим простором. Аспектом, який відрізняє регіональну ідентичність від ідентичності місця, є вищий ступінь абстракції від конкретного простору. Наприклад, "обличчям" Близького Сходу останнє десятиліття є місто та емірат Дубай (ОАЕ), іноземці ототожнюють "розвинутий" Близький Схід з сучасним містом із великою кількістю спортсменів, високим рівнем заробітних плат, грандіозними прибутками від видобутку нафти та охайними місцевими жителями. Це яскравий приклад, як місцева ідентичність бере верх над ідентичністю усього регіону, створюючи в деяких розуміннях хибний образ усього регіону, адже насправді прибуток від нафти в ОАЕ має невеликий відсоток від загальнодержавних річних прибутків, а блиск і розкіш цієї країни не може прибрати бідність та гуманітарні проблеми Сирії чи Оману, так і бедуїни, що живуть в Аравійських пустелях пересуваються на верблюдах, а не на спортсменах.

«Місцева ідентичність» пов'язана з мережею друзів і родичів, з особистою соціалізацією особистості, і тому люди глибоко прив'язані до певних місць. Регіональна ідентичність, однак, є більш абстрактною: вона не потребує реального чи пам'яті про колишню спільну присутність людей на одному місці. Людина, яка має

тісні зв'язки з регіоном, зазвичай знає регіон, фізичний простір, а тим більше його мешканців, лише частково на особистому досвіді.

Цікавим є факт існування "антирегіоналізму". Захист і просування територіальної ідентичності, особливо регіональної, які зазнали жорсткої критики. Регіоналістів критикують за те, що вони підкреслюють топографічний погляд на культуру та політику. З цієї точки зору, сучасне життя відбувається не в територіально обмежених регіонах, а в мережах, що простягаються через регіони і за їх межами, хоча це точка зору, яка має тенденцію не помічати того, наскільки соціальна практика, дискурс і влада продовжують зосереджуватися на створенні регіональної географії, кордонів і масштабів. Простими словами вище сказане можна пояснити так – сучасний тренд "людина всесвіту", коли особи відмовляються визнавати певні географічні та культурні кордони.

Отже, підсумовуючи усе вище сказане можна дійти до висновку, що поняття туристичного регіону досить широке та може інтерпретуватись по різному. Регіоном є територія, встановлена урядовою організацією, що має ряд спільних характеристик. В межах туризму розглядаються культурні, природні та етнічні характеристики, окрім того, менші територіальні одиниці, що входять до складу регіону повинні мати однакові умови розвитку туристичної сфери.

1.2. Особливості розвитку туризму та його вплив на регіональному рівні

Культура регіоналізму формувалась паралельно становленню феномену держави і народності. Нова культура регіоналізму почала активно формувати свій риси ближче до кінця 19 ст. Тоді це все більше ставало звичайним засобом популяризації – представляти регіональну ідентичність на світових ярмарках, у музеях під відкритим небом, виставках та в класичних музеях. Активну роль у цьому приймали представники інтелігентних верств населення та інтелектуали. Вони більше не задовольнялися "інвентаризацією" та систематизацією народної мови та культури захищаючи її, інтелектуали та митці почали впливати на відновлення зв'язку сучасної високої культури – яку вони тепер засудили як академічну, штучну та театральну – з

автентичними традиціями батьківщини. Найкраще традиції можна знайти в сільській місцевості, де справжній характер нації був ще живий. До речі, нажаль, ця тенденція досі існує – міста мають схожу між собою урбаністичну культуру, коли провінційні місцевості високо шанують традиції та культуру попередніх поколінь.

Яскравим прикладом прориву туристичної сфери та рушієм для розвитку регіоналізму були Всесвітні туристичні виставки. Всесвітня виставка в Парижі 1889 р. стала визначною для світового туризму. Говорячи про неї, регіоналізм можливо розглянути на прикладі фінського павільйону представленого там. Кілька молодих художників-новаторів, скульпторів і архітекторів створили справді витвір національного мистецтва, в якому народні елементи, здебільшого з Карелії – були гармонійно поєднані з модними формами модерну.

Натхненні британським рухом мистецтв і ремесел, художники скрізь у Європі намагалися відродити декоративне мистецтво, переорієнтувавши його на народні традиції. Художні осередки, наприклад, Геделле в Угорщині, відіграли провідну роль у зібранні художників і ремісників разом, та сприяли продажу продукції за кордон. У той же час, архітектори шукали натхнення в народних будівлях, щоб розробити новий стиль, який би пригнічив та призупинив домінуючий історичний та академічний вплив. Використовуючи природні матеріали, існуючі ремісничі техніки та інтегруючи їх конструкції в оточення ландшафту, вони сподівалися створити більш органічну архітектуру, яка б відображала місцеву культуру та відповідала духу часу. На поч. 20 ст. цей неонародний стиль став популярним у Європі та особливо застосовувався для вілл у передмістях і котеджів у садових містах, де інтеграція будівель, садів і ландшафту була особливо актуальною.

Неонародний стиль також набув успіху в туристичних районах, як на узбережжі, так і в гірських курортних зонах. У Польщі цей стиль відомий як закопанський, на честь туристичного місто в регіоні Подгалля біля підніжжя Татр. Будинки в Європі були побудовані в різних регіональних варіантах цього неонародного стилю. На французькому Приморському курорті Довіль, навіть ринок і вокзал були побудовані

в неонормандському стилі. Щоб залучити більше туристів і відновити зв'язок населення з рідними традиціями, великий міста також взяли за амбітні плани трансформації міського ландшафту. Таким чином, в Севільї убогі, антисанітарні провулки старого єврейського кварталу були перетворені на архетиповий андалузський район із брукованими вулицями, декоративною плиткою та чавунними вуличними ліхтарями. Нові споруди в Барріо-де-Санта-Крус були навіть більш типовими, ніж існуючі. Тим часом Фріц Шумахер постановив, що нові муніципальні будівлі в Гамбурзі повинні прийняти неоганзейський стиль, тоді як архітектори амстердамської школи відродили техніку кустарного будівництва з цегли в Нідерландах. В Італії міста такі як Флоренція та Ареццо, відновили пам'ятники, площі та цілі міські пейзажі в ідеалізованому вигляді середньовічної або ренесансної форми, додаючи характерні вежі та звільняючи старі будівлі від пізніших доповнень. Переосмислюючи популярні «середньовічні» фестивалі, тосканський характер цих свят ще більше активізувався. Народну спадщину слід не тільки зберігати, але й надихати нею сучасність культурного самовираження, це також якісно використовалося для залучення відвідувачів. Таким чином, ближче до кінця 19 ст. Leendert Spaander рекламував свій готель у голландському рибальському селі Волендам, позуючи з дочкам у традиційних костюмах на його тлі для художників, друкуючи листівки з традиційними визначними пам'ятками села та шляхом реклами за кордоном. В Бретань, колоритні місця паломництва почали залучати все більше відвідувачів. Особливо в туристичних центрах старі церкви були відроджені, а інші атракції були перенесені на період літнього сезону, а нові фольклорні свята, такі як фестиваль цвітіння дроку в Понт-Авен і фестиваль блакитних мереж у Конкарно були додані до календаря. Місцеві, регіональні та національні органи влади також почали вживати заходів. Близько 1900 р. перші туристичні інформаційні центри почали надавати карти, путівники та листівки. Наступні кілька десятиліть супроводжувалося зростанням кількості регіональних і національних туристичних рад. Це також означало, що регіони мали стати ідентифікованими. Це можна було б зробити шляхом

включення посилання на відомі туристичні райони. Таким чином, у 19 ст. багато гірських місцевостей – таких як Саксонія, Нормандія та Люксембург – стали відомі як «маленькі Швейцарії».

На рубежі століть було багато прибережних районів від Чорного моря до Атлантики названий на честь італійської Рів'єри, і більш індивідуальні позначення, такі як Côte d'Azur або Коста-Брава також набули популярності.

Створювались автомобільні клуби, національні туристичні асоціації та комерційні підприємства, що активно визначали регіональні особливості та робили їх доступними, створюючи дорожні вказівники, розмітку пішохідних доріжок та видання дорожніх карт і путівників. Це частково мало стимулювати жителів до знайомства з усіма регіонами країни. Однак це також служило важилем для залучення більшої кількості іноземних відвідувачів. В обох випадках регіональні пам'ятки були поставлені в центрі уваги. Таким чином, у 1904 р. Touring Club de France розпочав кампанію за визначенням найважливіших пам'яток та місць в різних частинах країни, а також Мішлен почав видавати карти і свій знаменитий путівник міст, готелів і ресторанів, даючи зірки тим об'єктам, які варто відвідати. Датський туристичний клуб і завод Форда в Копенгагені так само стимулював подорожі до визначних куточків країни.

Усі ці події зробили багато сіл, міст і регіонів більш характерними ніж вони коли-небудь були.

Однак, період розквіту цієї неонародної течії не тривав вічно. Вже напередодні та під час Першої світової війни можна було помітити перші ознаки її неминучого занепаду. Традиційні ремесла та народні будівлі повільно виходили з ринку. Кустарна техніка не могла конкурувати з масовим промисловим виробництвом. Таким чином, у багатьох країнах де було створено амбітні плани для відбудови в неонародному стилі територій, так і не могли бути втіленими в життя. Зрештою, нестача житла та післявоєнна економічна криза лише посилили розуміння, що поставлені плани не є

реальними до виконання. Стандартизація та використання сучасного будівництва техніки, такі як використання бетону, стали неминучими.

Тим не менш, традиційне ремесло та неонародна архітектура продовжували високо цінуватися у міжвоєнний період. Навіть архітектура багатьох функціональних вілл спиралася на місцеві традиції. Архітектори на Балканах, наприклад, створювали виступаючі поверхи і побілені стіни, які були натхненні місцевими народними будинками модерністському стилі.

На Паризькому всесвітньому ярмарку 1937 р. була зроблена спроба поєднати регіональні традиції з міжнародною сучасністю. Сама Франція була представлена великим регіональним центром із сімнадцятьма регіональними павільйонами. Усі вони були побудовані в оновленому неонародному стилі де використання сталі та бетону більше не було заборонено. В середині було виставлено приклади традиційного декоративно-прикладного мистецтва. Однак, це не увінчалось успіхом. Існували труднощі з пошуками традиційних ремісників, тоді як народні форми, зроблені з бетону, втратили будь-який достовірний вигляд.

Зростання масового туризму наприкінці 1920-х і 1930-х років також зіграло значну роль в піднесенні регіональної культури в туристичних районах. Стимулювався масовий туризм явно фашистськими диктатурами, аби залучити населення. В Італії Муссоліні Дополаворо пропонував народним масам екскурсії та короткі канікули, ця модель була скопійована в нацистській Німеччині "Kraft durch Freude" ("Сила через радість"). Хоча ці режими й святкували регіональне розмаїття країни, їхніми пріоритетами були національна єдність та імперське розширення. Причому для того, щоб зробити відпочинок доступним для широких мас, режими повинні були бути максимально ефективними.

Курорт Прора, побудований з бетону і без будь-яких прив'язок до регіону, був символічним для промислового функціоналізму, який був розгорнутий, щоб дозволити якомога більшій кількості «расово придатних» німців на цьому нажитись.

Ліві режими також сприяли масовому туризму, але не сприймали культурний регіоналізм також. У 1922 р. Радянський Союз першим запровадив щорічну двотижневу відпустку для всіх працівників. Регіональні екскурсії, які дали можливість мандрівникам ознайомитися з історією, ландшафтами та соціальним життям окремих частин країни – Крим і Кавказ як найвідоміші напрямки – були популярнішими, ніж організовані поїздки на промислові підприємства чи сільськогосподарські кооперативи. Однак метою екскурсій та відпочинку для робітників та їх дітей було перетворити їх на зразкових громадян.

Більш консервативні авторитарні уряди, такі як диктатура Горті в Угорщині чи режим Улманіса в Латвії, з іншого боку, сильно стимулювали громадян до знайомства з народною культурою та природним різноманіттям сільської місцевості. Права диктатура в Португалії продовжувала цю політику до 1960-х і початку 1970-х років.

Для більшості країн Європи Друга світова війна стала переломним моментом. Туризм було призупинений, знадобилися роки, аби повернутися до довоєнного рівня, у той час, як в період активної холодної війни створювались перешкоди подорожам між Сходом і Заходом. Міжнародна виставкова традиція також була перервана і відроджена лише у 1990-х рр. Винятком буде Всесвітній брюссельський ярмарок 1958 р., який майже повністю проігнорував вислови культурних регіоналістів. Деякі аспекти культури регіоналізму стали підозрілими, тому що вони тепер асоціювалися з піднесеним націоналізмом та ідеологією "Blut und Boden" ("Кров і земля") нацистської Німеччини. Отже, етнографічні села з живими мешканцями, які нібито репрезентували різні регіони або країни значною мірою зникли.

Існуючі музеї тепер зосереджені на більш реальних етнографічних показах, тоді як на виставках ремісники за роботою або фольклорні шоу були представлені як пережитки минулого. Це не означає, що етнографічні, краєзнавчі музеї та скансени зачинили свої двері, але більше вони не претендували на те, щоб демонструвати квінтесенцію нації.

Крім того, епоха відбудови, яка тривала до 1960-х рр., була дуже орієнтована на майбутнє, як на Сході, так і на Заході віддавали перевагу модерністським рішенням. Більшість політиків, місто планувальників та архітекторів вирішили перебудувати міста та промислові зони у функціональний спосіб, забезпечивши простір для сучасних засобів транспорту та зведення нових модерністських будівель.

Багато жителів, однак виступали за відновлення старих будівель і збереження історичного характеру свого міста та місцевості. Мабуть, найбільш екстремальним випадком було старе місто Варшави, яке було ретельно реконструйоване за допомогою розписів 18 ст. В інших місцях Польщі націоналістичні мотиви були також важливими, а особливо території на Заході, які належали Німеччині, повинні були полонізуватися. Однак через масштабність завдання лише великі пам'ятники такі як герцогський замок у Щецині/Штеттіні, колишній столиці Померанії, були ретельно очищені від пізніших «пруських» додатків.

У Федеративній Республіці Німеччина лише декілька прикладів: Муніципальна влада Нюрнберга та Мюнстера, вирішила зберегти дух історичного центру міста шляхом реконструкції монументальних будівель і значною мірою зберігши існуючий план вулиць. Нові, загалом досить суворі будівлі мали поважати традиції, використані матеріали та пропорції. Однак це не призвело до неонародної пастиші які були звичайними протягом десятиліть до 1945 р.

Після повільного старту в пізні 1940 рр. туризм почав ставати масовим явищем. Вже у 1952 р. Францію відвідало бл. 3 мільйонів іноземних туристів. Ці цифри швидко зростали, частково через впровадження авіаквитків туристичного класу та чартерні рейси в 1950-х роках та підвищення рівня життя в 1960-х роках.

Кількість іноземних відвідувачів Іспанії, наприклад, зросла з 4 мільйонів у 1959 р. до вражаючих 34 мільйонів у 1973 р.

Радянський Союз та інші країни комуністичного блоку також нерішуче відкривалися для західних туристів – переважно з економічних причин – Югославія явно лідирувала.

Пакетні тури набули популярності, але ключову роль відігравали й інші колективні форми туризму. Комерційні організації, наприклад, табори відпочинку Біллі Батліна у Великій Британії та французький клуб Méditerranée почали пропонувати відпочинок за системою «все включено» у курортних селищах.

У міжвоєнний період багато торговельних союзів, політичних рухів та церков організовували екскурсії та свята для своїх і цей вид соціального туризму продовжував процвітати й після війни. Поїздки, організовані партійними організаціями були основною формою відпочинку в Радянському Союзі та в комуністична Східній Європі. Стара перевага для вибору місця відпочинку з пам'ятниками, музеями та горами в інтер'єрі поступилися місцями з більш гедоністичними атракціями – морем, піском та сонцем на пляжі. Хоча сонячні ванни були введені в 1920-х рр. туристами з Німеччини та інших скандинавських країн, це стане домінуючою формою відпочинку лише в 1950-х рр. З причин зручності функціоналістична архітектура стала нормою для готелів і житлових будинків.

Багатоповерхові бетонні готелі перетворили звичайні села, такі як Торремолінос і Бенідорм, на сучасні курорти. Зараз туристичні агенції відправляють все більше туристів на відпочинок уздовж узбережжя Середземного моря. Фольклорно-регіональний характер став досить загальним гарніром – у вигляді екскурсії в характерне село, купити типовий виріб кустарного виробництва, покататися на ослику або відвідати фольклорне шоу – з відпочинком на пляжі.

Таким чином, міська сучасність – масові розваги, доступні за допомогою нових засобів транспорту та модерністичне розміщення – знову стали стандартом, але тепер у масовій, «фордистській» формі.

Тим не менш, традиційне сімейне життя в сільській місцевості продовжувало цінуватися. Життя в маленьких містечках чи звичайній сільській місцевості оспівувалося в кіно та на телебаченні, яке тепер значною мірою взяло на себе роль світових ярмарків, як основного візуального засобу масової інформації. Туризм до села також стимулювався, але тепер переважно з економічних причин. Ірландія

націлилася отримати тверду валюту шляхом стимулювання колишніх емігрантів повертатися на батьківщину на свято. У рамках цієї кампанії у 1958 р. Рада з туризму започаткувала акцію «Охайні міста та села». Конкурс сіл, щоб показати країну як привабливу та чисту дестинацію з яскраво пофарбованими будинками та чистими вулицями, прикрашеними квітами.

Інші уряди також намагалися стимулювати туризм у менш розвинених частинах країни. Більш того, не всім сподобався новий масовий відпочинок на пляжі, деякі продовжували здійснювати поїздки на гори, озера, ліси та в мальовничі села. Зростання володінням автомобілями дало змогу легше зійти з второваних шляхів. Особливо з 1970-х рр. і далі кемпінги та будинки для відпочинку виростають у більш привабливих частинах сільської місцевості. Але всупереч подіям, що відбувалися в міжвоєнний період, більшість кемпінгів і будинків відпочинку були досить загальними і не підкреслювали специфіку окремих регіонів. [58]

Регіони можуть розвинути «структуровану узгодженість», породжуючи відчуття регіональної ідентичності та інтересів, які поділяє низка соціальних груп і сил, що виражені через певну «структуру почуттів». Така структура почуттів і прихильності до регіону може, якщо вона пов'язана з нерівномірним регіональним економічним розвитком, може спонукати до різноманітних регіоналістських кампаній, оскільки різні альянси соціальних груп збираються разом, щоб захистити або просувати спільні регіональні інтереси. Це може включати кампанію захисту існуючої економічної діяльності або залучення нових бізнесів до периферійних регіонів. Це може включати тиск, що має на меті скоротити трансфери доходів від економічно успішних до периферійних регіонів, збільшити розподіл центральних державних ресурсів або встановити більш децентралізовані форми регіонального управління, які надають більше повноважень і ресурсів регіонам (або, точніше, ті, хто має право говорити та діяти від імені регіону), як активні суб'єкти, які можуть діяти «для себе» та мати більший ступінь впливу на свій власний економічний добробут, хоча такі кроки можуть оскаржуватися в самому регіоні. Однак у тій чи іншій формі

політичні наслідки нерівномірного регіонального розвитку полягають у створенні тиску з метою зміни моделей розподілу ресурсів через державу та утримання державних видатків у прийнятних межах та забезпечення територіальної цілісності держави та уникнення різних потенційних форм кризи.

Починаючи з Великобританії, наприкінці 1920-х рр., регіональний нерівномірний розвиток перестав розглядатися просто як неминуча і непомічена риса промислового капіталізму, а став розглядатися як потенційна політична проблема, потенційне джерело соціальних хвилювань і незгоди та гальмо національного економічного зростання, на яке держава «мусила» реагувати. Згодом така регіональна політика була розроблена у більш витончений спосіб і стала частиною політичного репертуару практично всіх держав, оскільки вони намагалися керувати картою регіонального нерівномірного розвитку. Отже, така політика повинна бути спрямована на розрядку неминучої напруги та прихованих конфліктів, які виникають внаслідок того, що регіон є водночас соціально виробленим місцем із багатовимірним значенням і прив'язаністю для різних людей і частиною суспільно виробленого простору, в якому прагнуть отримати прибуток. Більшу частину часу цей конфлікт залишається латентним, затопленим, у гіршому випадку тліючим, оскільки напруга залишається в допустимих межах. Але тенденція до кипіння і переростання в регіональну кризу ніколи не зникає.

Проте існують межі спроможності держави діяти так, щоб зменшити ступінь регіональної нерівномірності розвитку. Вони виникають через зв'язки між державою та домінуючими соціальними силами та відносинами в капіталістичних суспільствах. Отже, держава є не просто нейтральним інструментом, який можна захопити певними соціально-політичними силами, але сама по собі є і ареною, і продуктом політичного конфлікту. Як наслідок, існують певні механізми відбору, які слугують для зосередження її політичних виборів і соціально-економічних інтересів, яким вони служать, і обмежують різновиди політичних виборів, які вона може зробити саме тому, що це капіталістична держава. [29]

Фінський географ Анссі Паасі найбільш ефективно використовує структурно-раціоналістський підхід у розумінні регіонів та регіональної ідентичності. Його ідеї унікальні, тому що він успішно поєднує соціалізацію, досвід і дії в розвитку регіональної ідентичності, і, в свою чергу, вплив цієї самої ідентичності. Водночас він не ігнорує, вплив світової системи (в цю епоху глобалізації). Паасі плідно використовує концепцію *longue durée* для розуміння повсякденних дій окремих "гравців" у регіоні та їхніх взаємозв'язків із ширшими регіональними інституціями. У результаті він успішно уникає «територіальної пастки» або «контейнерного» погляду на регіональну географію. Паасі стверджує, що регіон не можна просто звести до певної адміністративної одиниці, одного регіонального рівня або одиниці без урахування ширших соціально-просторових зв'язків, і «конкретного» або «емпіричного» явища. Так само її неможливо зрозуміти, не вивчивши її історію глибше. Регіональне формування – це лише один момент у безперервній регіональній трансформації, через яку проходить кожен регіон, і воно пов'язане з місцевими, державними та міжнародними політико-економічними практиками, що відбуваються в різних часових проміжках та історичних масштабах. Паасі вважає, що регіон може розвивати свою ідентичність лише тоді, коли він інституціоналізований. Таким чином, для нього ключем до розуміння регіональної ідентичності та конкретного регіону є розуміння того, як цей регіон пройшов процес інституціоналізації. На першому етапі процесу встановлюються практики даного регіону. Як тільки певні практики визнаються, вони починають впливати на просторову структуру цього регіону. Потім просторова структура починає впливати на ширше суспільство. Суспільство, у свою чергу, впливає на державу, а держава – на ширшу світову систему. Для нього регіональна інституціоналізація є не односпрямованим, а багатоспрямованим процесом. Світова система впливає на державу. Ця мінлива природа держави впливає на суспільство, суспільство впливає на просторову структуру, яка знову ж таки змінює природу регіону. Таким чином, регіональна ідентичність є безперервним процесом розвитку.

Регіон повинен пройти через чотири процеси, перш ніж він може бути інституціоналізований (рис. 1.1.):



Рис. 1.1. Процеси інституціоналізації регіону.

Джерело: розроблено автором.

Після інституціоналізації серед мешканців і аутсайдерів, пов'язаних із цим регіоном, формується структура очікувань. Рамки формуються структурою очікування щодо конкретного регіону. Цей каркас є відносно постійним і проявляється в специфічних для простору, обмежених регіонами, інституційно вбудованих схемах сприйняття, концепції та дії. Ці очікування поступово формуються як внутрішніми навчальними практиками, так і системою зовнішнього світу. Очікування сприймаються більше як вираження «офіційного» світогляду чи ідеології, пов'язаної з історією цього регіону.

Люди, що живуть у регіоні, на думку Паасі, розвивають соціопросторову свідомість. Через цю свідомість вони прагнуть осмислити цей територіально обмежений простір і надати значення цьому простору, через що вони перетворюють його на «місце». Це усвідомлення зливає воедино соціальні практики, що відбуваються в різних масштабах, таких як місцевий, національний та міжнародний.

Соціально-просторова свідомість виражається у формах матеріального та символічного ландшафту, мемуарах, книгах, картах, малюнках, картинах, оповіданнях, оповіданнях, газетах, мистецтві тощо. Люди є просторово соціалізованими, коли вони розвиваються та виконують дії, повторювані щодня, керовані соціально-просторовою свідомістю. Просторова соціалізація не тільки створює регіональні практики, але й розвиває регіональну ідентичність серед індивідів, що належать до регіону. Ці регіональні практики, які розвиваються серед мешканців регіону (шляхом просторової соціалізації), функціонують водночас як засіб і цілі (подвійність структури). Через дії мешканців регіону розвивається регіональна ідентичність, і в той же час цей регіон, перебуваючи під впливом більш масштабних суб'єктів, таких як держава та світова система, визначає дії мешканців. Таким чином, регіональна ідентичність залишається динамічним процесом, який розвивається, практикується та на який одночасно впливають як мешканці, так і більші структури. [35, 50]

Історія та колективна пам'ять населення іноді є сильнішими орієнтирами в конструюванні ідентичності, ніж правила та обмеження. Незважаючи на те, що протягом останніх століть кордони і разом з ним політичні режими кілька разів змінювалися, населення зазвичай продовжує ідентифікувати себе з місцевими звичаями, а також можуть захистити свої місцеві діалекти та звичаї. Подібна ситуація склалася у Львові, місті, яке у 19 ст. входило до складу Австро-Угорської імперії. Ті, хто народився там на початку 20 ст., пережили різні режими. До Першої світової війни вони були австрійцями, а після стали поляками. У 1939 р. місто було окуповане радянською владою, у 1941 р. – німецькою армією, а з 1944 р. до 1991 р. воно знову перебувало під радянським контролем. З 1991 р. – найбільше місто Західної України. Сьогодні у Львові більшість мешканців розмовляє українською. Прогулянка містом дає змогу відчути мінливі політичні та культурні впливи, які були кодифіковані в назвах вулиць, вивісках та архітектурі, а також у менш матеріальних формах, таких як вірші та оповідання. Хоча в радянські часи було суворо заборонено розмовляти

німецькою та польською мовами та посилалися на їхні епохи, мова та звичаї обох традицій все ще вижили та процвітали. Таке населення розвиває регіональну ідентичність як «прикордонні люди», яка може бути сильнішою за зміну національної ідентичності.

Вивчення регіонів полегшує тонке розуміння соціального життя. Люди встановлюють, утверджують і оскаржують національну та регіональну ідентичність. Люди зводять межі між собою та іншими, інсайдерами та аутсайдерами, але при цьому вони обривають суто арифметичні форми оцінювання. Політикам не корисно відточувати так звані погані рішення, ігноруючи значущі ритуали та головні значення, які роблять стратегії економічних дій помітними для поточної ситуації. Контрапродуктивно зводити гроші як технологію обміну, а не як значущий інструмент, який групи використовують, щоб повідомити, хто вони є і що для них є святом [22].

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ БЛИЗЬКИЙ СХІД

2.1. Аналіз господарсько-фінансової діяльності країн Близького Сходу

Надто багато світових економік все ще переживають проблеми. Полегшити всесвітню кризу міг би регіон Близького Сходу, але лише тоді, коли візьме на себе довгострокову роль лідера в органах фінансового регулювання та розвитку світової економіки.

Нааявний значний простір для покращення лідерства світової економічної системи, яка залишається відзначеною надмірним споживанням (особливо в західними економіками), несправедливою глобалізацією та недостатнім регулюванням основних банків.

Перш за все, розглянути гіперспоживання можна на прикладі, особистих витрат американців, що складають близько 68% національного ВВП, що на 10% вище, ніж у більшості інших розвинених країн, і на цілих 30%, ніж у Китаї. Щоразу, коли особисте споживання перевищує приблизно 50% ВВП, існує серйозний ризик для економіки країни та повної реальної зайнятості. [24]

Далі – постійні несправедливі та нерівномірні наслідки глобалізації, незважаючи на приблизно 25 років, щобуло втрачено на виправлення наслідків. Проблема полягає не в передумові глобалізації, що полягає в підкресленні порівняльних переваг кожної країни. Швидше, недолік полягав у тому, що Сполучені Штати та багато європейських країн надто часто не в змозі конкурувати з поєднанням несправедливих субсидій, низьких трудових стандартів, поганої екологічної практики та валютних маніпуляцій.

Ці «субсидії» в сукупності переважають підхід відкритої конкуренції до торгівлі, і як у США, так і в Європі вони призвели до переміщення мільйонів робочих місць в офшори та переміщення мільйонів працівників із високооплачуваних експортних галузей на менш продуктивну та низькооплачувану роботу.

Коротше кажучи, існує два загальні набори правил бізнесу та торгівлі. Одна група знаходиться в старих розвинених країнах, де компанії все ще конкурують здебільшого самостійно на основі своєї ділової хватки та диференціації вартості продукту. Інша група знаходиться в Китаї, Тайвані та Кореї, де існує ретельно розроблена політика захисту вітчизняних підприємств, спонукання іноземних корпорацій перенести свої виробничі потужності та технології до них, а також помазання вибраних «чемпіонів» як вибраних глобальних конкурентів із повною допомогою від держави.

Як додатковий фон того, що потрібно зробити зараз, важливо поміркувати над значними змінами, викликаними глобальною фінансовою кризою десять років тому, і наступними викликами імміграції, починаючи зі змін у політичній і соціальній стабільності.

Зокрема, політична та соціальна стабільність зараз явно під загрозою в усьому світі – в Європі, яка переживає найбільше відносне погіршення; війна на території України; Латинська Америка, де надто багато країн прийняли зростання, орієнтоване на експорт, зосередившись на мінералах і сільськогосподарській продукції, майже виключивши стале внутрішнє зростання; і в Африці, де колись загальний (хоча й скромний) профіцит поточного рахунку континенту перетворився на дефіцит, а продовольча безпека перебуває у загрозовому стані.

Відбуваються зміни і в розстановці сил у світі. Китай стає ще активнішим залученим у світові міжнародні інституції, одночасно розширюючи свій і без того значний вплив у Південно-Східній Азії, Африці та Латинській Америці. А з «блакитним флотом» Китаю – головною рисою його стратегії «Один пояс, один шлях» – здатний незабаром спрямувати могутність на весь Тихий океан і аж до Індійського океану та Північного морського шляху, є принаймні перспектива регіонального та глобального напруга такого масштабу, якого не бачили з часів холодної війни.

Окрім Brexit, ймовірно, відбудеться подальше перевпорядкування Європейського Союзу, складність якого зараз є прокляттям, оскільки економіка кількох країн континенту стагнує, а населення скрізь різко старіє.

У цій дещо похмурій структурі можливо зосередитись конкретно на можливостях покращити економічне майбутнє Близького Сходу, якщо регіон зможе «зібратися разом». Регіон має небагато аналогів з точки зору поєднання його величезних запасів нафти та газу, великої робочої сили, яка швидко навчається, і величезних державних фондів добробуту у Кувейті, Об'єднаних Арабських Еміратах, Катарі та Саудівській Аравії.

Регіону потрібно зробити кілька кроків, щоб реалізувати свій потенціал, але мета досяжна.

Для початку Близький Схід потребує, як колись Сінгапур, прийняти генеральний економічний план, який сприятиме підприємництву приватного сектора. Інакше дисбаланс між споживанням і виробництвом збережеться, а найрозумніші та найпідприємливіші люди продовжуватимуть емігрувати на Захід.

Замість того, щоб уряди регіону були розподільниками капіталу – що навіть у комуністичному Китаї зараз усвідомлює безглуздість – цим урядам потрібно піти з дороги та дозволити підприємцям приватного сектору чесно заробляти їхню вартість капіталу. Щоб це сталося, верховенство права має бути впроваджено та забезпечено в усьому світі, має бути дозволена відкрита вільна торгівля, мають поважатися права іноземної власності.

Уряди процвітаючих країн Близького Сходу намагаються шукати важливі ролі у Світовому банку та МВФ, у поточних зусиллях щодо реформ, спрямованих на великі банки та інвестиційні компанії, а також у відповідальних недискримінаційних ініціативах, особливо в ісламському світі та в Африці. .

П'ятнадцять країн Близького Сходу, від Алжиру до Ємену, відчувають нестачу капіталу та багато безробітних. Тим часом такі країни, як Кувейт, Катар, Саудівська

Аравія та ОАЕ – головні виробники нафти та газу – мають великий капітал і нестачу людей.

Стабільні робочі місця в приватному секторі та постійне створення нових робочих місць – це те, що найбільше потрібно регіону Близького Сходу, щоб пом'якшити нинішню надмірну вагу у викопному паливі. [60]

Близький Схід – це регіон дисбалансу сил і величезної нерівності, де блискучі високотехнологічні міста межують із зруйнованими війною сусідами. Це регіон, де уряди з надлишковим багатством можуть дозволити собі субсидувати освіту, охорону здоров'я та електроенергію для своїх громадян, тоді як ті, хто живе по сусідству, борються з одними з найвищих у світі рівнів бідності та безробіття. Отже, що пояснює такі різкі розбіжності? Найчастіше лише дві речі: нафта та природний газ – два ресурси, які рухають майже всі найбагатші економіки регіону. Але просто сидіти на величезних запасах енергії не є гарантованим квитком до багатства. Серед постійно мінливих політичних реалій Близького Сходу раптові війни, санкції та коливання цін можуть перевернути економічну долю навіть наймогутніших країн, багатих на нафту. [41]

У глобальному середовищі, що погіршується, економіки Близького Сходу та Центральної Азії (Близького Сходу та Центральної Азії) зазнають ударів внаслідок злиття потрясінь: глобальне уповільнення, високі та нестабільні ціни на продовольство та енергію, швидше та сильніше, ніж очіувалося, посилення фінансових умов, і ризик фрагментації. Країни з ринковою економікою, що розвивається, із середнім рівнем доходу і країни з низьким рівнем доходу сильно постраждали, багато з них стикаються з обмеженим доступом до ринкового фінансування, а країни-експортери нафти страждають від все ще високих цін на енергоносії. Негативний вплив російської війни в Україні на Кавказ і в Центральну Азію наразі був меншим, ніж очіувалося. Тим не менш, міцні зв'язки з росією становлять значні ризики для перспектив регіону. Найактуальнішим політичним викликом для всіх країн є подолання кризи вартості життя шляхом відновлення

цінової стабільності, захисту вразливих груп шляхом цільової підтримки та забезпечення продовольчої безпеки. Експортери нафти мають можливість максимізувати вигоди від нафтових надходжень шляхом створення буферів і просування своїх планів диверсифікації. Країни повинні ретельно оцінити масштаби та довготривалість початкових наслідків війни в Україні та відповідно скорегувати свою політику. Обмежений політичний простір у багатьох країнах посилює терміновість структурних реформ для сприяння економічному зростанню з одночасним перетворенням економіки на більш стійку, стійку, диверсифіковану та інклюзивну. [51]

Економісти Світового банку прогнозують, що регіон Близького Сходу та Північної Африки (MENA) зросте на 5,5% у 2022 р. (найшвидший темп з 2016 р.) і на 3,5% у 2023 році. Однак зростання буде нерівномірним у групах країн. Руйнівні потрясіння виштовхнули світову економіку з рівноваги низької інфляції та низьких процентних ставок, яка панувала до 2020 р., у нове середовище вищої інфляції та підвищення процентних ставок. Для кількох країн, у тому числі експортерів нафти з Близького Сходу, нове глобальне середовище є одним із можливостей, тому що високі ціни на нафту та газ є основним джерелом прибутків від експорту та бюджетних надходжень для країн Ради співробітництва Перської затоки і країн-експортерів нафти, що розвиваються. Однак для імпортерів нафти, що розвиваються, нове глобальне середовище є середовищем підвищеного стресу та ризику. Комбінація прямих і непрямих наслідків кризи призвела до збільшення рахунків за імпорт, особливо за продовольство та енергоносії, а також до знецінення місцевих валют у деяких країнах – і те, і інше сприяє інфляції. [37]

У останньому випуску звіту Світового банку про економіку Близького Сходу та Північної Африки (Близького Сходу та Північної Африки) у 2022 р. економіки зростуть. Однак панує невизначеність через непередбачуваний хід війни в Україні та наукова невизначеність щодо еволюційного шляху вірусу, який викликає COVID-19. Економічне відновлення може бути нерівномірним, оскільки середні регіональні

показники маскують великі відмінності між країнами. Виробники нафти можуть отримати вигоду від підвищення цін на енергоносії разом із вищим рівнем вакцинації проти COVID-19, тоді як нестабільні країни відстають. ВВП на душу населення, який є більш точним показником рівня життя людей, ледь перевищує рівень до пандемії через слабкі показники більшості країн у 2020-2021 рр. Якщо ці прогнози справдяться, економіка 11 із 17 країн Близького Сходу та Близького Сходу може не відновитися до рівня до пандемії до кінця 2022 р.

У часи невизначеності важливо не бути надто впевненим у перспективах розвитку регіону. Простіше кажучи, прогнозування є найбільш цінним, коли панує невизначеність. Дослідники виявили, що прогнози зростання за останнє десятиліття були надто оптимістичними і часто неточними через брак своєчасних і прозорих даних. У нинішньому контексті глобальної та регіональної невизначеності отримання максимально точних прогнозів є навіть важливішим. [36]

Загальний фон розвитку регіону цілком зрозумілий, тому доречно навести приклади країн Близького Сходу. Зростання ВВП Марокко відновилося до 7,4% у 2021 р. після скорочення на 6,3% у 2020 році. Це відновлення було зумовлене винятковим урожаєм зернових після двох послідовних років посухи, міцним експортом і грошовими переказами, сприятливою макроекономічною політикою та значним прогресом у вакцинації проти COVID-19. Річна інфляція в середньому залишалася на рівні 1,4%, але наприкінці 2021 р. з'явився тиск імпортних витрат. У лютому 2022 р. індекс споживчих цін зріс на 3,6% за рік. Цей інфляційний тиск пов'язаний з новими потрясіннями, які зазнає економіка Марокко. Зараз стикається: ще одна сильна посуха та різке зростання цін на енергоносії та сировину, що також підживлюється війною в Україні. [47]

Економіка Бахрейну поступово виходить із спричиненої пандемією рецесії. Останні офіційні дані свідчать про те, що економіка зросла на 1,5% за перші дев'ять місяців 2021 р. (9 місяців-2021 р.) після скорочення майже на 5% у 2020 р. Відновлення в основному було підкріплено зростанням на 2,3% у не вуглеводній

сфері, чому сприяло потужне розширення сектору транспорту та зв'язку – одного з найбільш постраждалих від пандемії, – а також збільшення сільськогосподарської та рибальської діяльності. Інфляція залишається негативною, в середньому $-0,6\%$ через слабкий попит, а також зниження цін на оренду, частково викликане від'їздом експатріантів через пандемію. [24] (Додаток Б)

У 2021 р. Кувейт вийшов із дворічної рецесії, оскільки обмеження через COVID-19 і скорочення ОПЕК+ поступово послаблювалися. Очікується, що його фіскальний дефіцит скоротиться через різке зростання цін на нафту.

Зростання реального ВВП Кувейту у 2021 р. оцінюється на рівні $2,3\%$, що є помірним відскоком, враховуючи, що COVID-19 спричинив значне скорочення зростання на $8,9\%$ у 2020 р. Відновленню сприяло пожвавлення нафтового сектору відповідно до рішення ОПЕК+ щодо послаблення скорочення виробництва сирої нафти, а також відновлення внутрішнього споживання, підтримане поновленими відстрочками виплати боргу та збільшенням споживчих кредитів. Внутрішній кредит зріс на $6,3\%$ у 2021 р., що є найвищим темпом зростання з 2015 р., і був спричинений домогосподарствами, тоді як бізнес-кредити залишилися незмінними. Сплеск випадків COVID-19 на початку 2022 р. став найвищим зафіксованим з початку кризи, що змусило владу посилити обмеження. Відтоді кількість випадків різко впала, і тепер понад 83% населення країни повністю вакциновано. Центральний банк Кувейту підвищив процентні ставки на 25 базисних пунктів відповідно до кроків Федеральної резервної системи щодо боротьби з інфляцією. [32]

Арабська весна виявила ключові проблеми в регіоні MENA, які для деяких уже існували час. Ці проблеми включають високий рівень безробіття (зокрема серед молоді); повсюдна корупція відсутність підзвітності та прозорості; роздуті державні сектори з державними підприємствами, які натовп розвиток приватного підприємництва та інвестицій; низький рівень створення підприємств; і для низка країн, висока залежність від імпорту палива та продовольства, що створює великий вплив волатильність цін на товари. Враховуючи те, що ці виклики є як структурними,

так і взаємопов'язаними, вони можуть бути такими вирішуються лише через скоординовану та комплексну стратегію, яка залучає уряди, приватні сектор, громадянське суспільство та міжнародна спільнота. [68]

Нафта і природний газ є двома двигунами, які живлять економіку Близького Сходу. У цьому регіоні зосереджено 53% підтверджених світових запасів нафти та майже половина всіх відомих запасів природного газу. Разом на ці два ресурси припадає 51% усіх товарів, які експортує регіон (порівняно з середнім світовим показником лише 12%). Для небагатьох країн із величезними запасами нафти й газу ці ресурси принесли величезні багатства – жителі Катару, ОАЕ та Кувейту є одними з найбагатших громадян світу. Водночас країни з обмеженими природними ресурсами, наприклад Ємен, Марокко та Йорданія, мають громадян, які заробляють менше на душу населення, ніж у середньому у світі. Результатом є регіон великої нерівності, де нафта і газ є найшвидшим квитком до багатства. [59]

На нафту та природний газ припадає 97% товарів, які експортує Ірак (а також 94% для Алжиру, 87% для Катару, 85% для Кувейту та 76% для Саудівської Аравії). З одного боку, ці природні ресурси можуть створювати величезні багатства. Однак надмірна залежність уряду від однієї галузі, як-от нафти, – за рахунок розвитку різноманітного приватного сектора – може бути небезпечною; це відоме як прокляття ресурсів. Коли світові ціни на нафту різко падають, як це сталося в 2014 р., це падіння може призвести до падіння економіки всієї країни. Кувейт, наприклад, втратив 30% свого ВВП у 2014 р. (для перспективи світовий ВВП впав лише на 5% як за цей час, так і під час рецесії 2008 р.). Це економічне потрясіння призвело до того, що багаті на нафту країни Перської затоки згорнули свої широкі програми соціального забезпечення, а в деяких випадках навіть вперше оподаткували своїх громадян. У 2016 р. Саудівська Аравія оголосила про «Бачення 2030» – багатомільярдну ініціативу з диверсифікації економіки країни та зменшення її залежності від нафти. [39]

COVID-19 перевернула світові ринки нафти, загрожуючи головному джерелу економіки Близького Сходу. У грі є подвійні виклики попиту та пропозиції. Що

стосується попиту, глобальне споживання нафти різко впало через різке скорочення авіасполучення, закриття заводів і мільйони людей, які перебувають на карантині по всьому світу навесні та влітку 2020 р. Коли Росія відмовилася знизити видобуток нафти, Саудівська Аравія заповнила ринок дешевою нафтою, щоб змусити росіян капітулювати, створивши шок пропозиції. Через зниження попиту та зростання пропозиції ціни на нафту впали нижче 20 доларів за барель вперше з 2002 р, а в Сполучених Штатах ціни ненадовго впали нижче нуля. Незважаючи на те, що ОПЕК і росія досягли угоди в квітні 2020 р., експортери нафти Близького Сходу залишаються на шляху до втрати майже 3 відсотків свого ВВП у 2020 році. [38]

Досліджуючи вплив цін на нафту на рівень безробіття на Близькому Сході та в Північній Африці (MENA) протягом 1991–2017 рр. Було виявлено, що короткострокові зміни цін на нафту не виявляють значного впливу на рівень безробіття. Країни з більшою залежністю від ренти природних ресурсів мають у середньому повільніші довгострокові темпи економічного зростання (і, отже, вищі рівні безробіття) порівняно з країнами з меншою залежністю. [67]

Отже, Економічного зростання У 2022 р. зростання ВВП прискориться, оскільки експортери нафти отримують вигоду від вищих середніх квот і цін на нафту. Тим часом імпортери нафти загалом втратять силу через високу інфляцію. У 2023 р. регіональне зростання має сповільнитися через зниження цін на вуглеводні та пом'якшене зростання видобутку нафти. Ризики включають екстремальні погодні умови, зміни квот ОПЕК+ і соціально-політичну нестабільність.

Очікується, що цього року регіональна інфляція залишиться на високому рівні, а наступного року знизиться. Інфляція у 2022 р. була викликана вищими цінами на продовольство та пальне, але нещодавне їх зниження разом із жорсткішою монетарною політикою має призвести до послаблення цінового тиску у 2023 р. Серед ризиків – екстремальні погодні умови, зміни квот ОПЕК+ і відновлення перебоїв з українським зерном. припаси. [46]

2.2. Діагностика середовища співпраці держав Близького Сходу в сфері туризму

Туристичний ринок Близького Сходу, станом на 2022 р. становить 246 мільярдів доларів США, прогнозується, що оцінка зросте на 5%, а в 2032 р. зросте до 400,71 млрд доларів США. Будучи релігійним центром і пропонуючи туристам як сучасне суспільство, так і стародавні місця, очікується, що туристичний ринок Близького Сходу зростатиме.

Близький Схід є одним із найпопулярніших напрямків, особливо серед людей, які проживають на Індійському субконтиненті.

Близький Схід в основному розташований у Західній Азії, але є кілька частин, які виходять до Південно-Східної Європи та Північної Африки. Характеризується переважно теплим кліматом. Літо надзвичайно спекотне, і температура піднімається до 50 С, тоді як зима м'якша.

Принадність Близького Сходу полягає в тому, що, незважаючи на те, що регіон переважно пустельний, у цьому регіоні також є річки, моря та затоки. Отже, без сумніву, Близький Схід має все, що може запропонувати туристу. [61]

Активність подорожей і туризму набрала обертів, уникаючи впливу сильних прив'язаних до долару регіональних валют і сприяючи ненафтовому відновленню. В'їзні подорожі до регіону випереджають світові тенденції, частково завдяки великим міжнародним подіям у регіоні у 2022 р., включаючи Чемпіонат світу з футболу в Катарі, який, як сподівається влада, приверне 1,5 млн відвідувачів. Остання туристична статистика вказує на збільшення кількості відвідувачів у Катарі на 19% у першому півріччі порівняно з 2021 р. загалом завдяки різкому зростанню прибуттів з інших країн Перської затоки, а також Індії, США та Великобританії. Схоже, цього року Катар перевищить рівень відвідувачів 2019 р. (2,1 млн), причому інші країни, зокрема ОАЕ, також отримають вигоду. Тим не менш, у Дубаї кількість відвідувачів все ще була приблизно на 15% нижчою, ніж у першому півріччі 2019 р., незважаючи на збільшення від затримки Ехро 2020. [30]

Туризм є життєво важливою частиною економіки Близького Сходу, з місцями паломництва та туристичними пам'ятками, які щороку приваблюють мільйони відвідувачів і мільярди доларів у регіон. Однак за останнє десятиліття два потрясіння дестабілізували цю галузь: протести Арабської весни 2011 р. та глобальна пандемія COVID-19. Політична нестабільність, пов'язана з Арабською весною, призвела до 13-відсоткового скорочення туристів у всьому регіоні в 2011 р., причому найбільше падіння відбулося в Бахреїні (44%), Сирії (41%), Єгипті (32%), Омані (29%) та Тунісі (27%). Але COVID-19 перевищив ці драматичні цифри. Станом на травень 2020 р. 92% країн Близького Сходу частково або повністю закрили свої кордони, щоб стримати передачу вірусу. Саудівська Аравія призупинила релігійні паломництва до священних міст Мекки та Медіни, які приваблюють мільйони відвідувачів і становлять 7% ВВП країни. Тим часом у березні 2020 р. Єгипет призупинив свою індустрію туризму, у якій зайнято понад 12% робочої сили країни. Хоча єгипетський уряд почав відкривати туристичні готелі в травні, представники охорони здоров'я попереджають, що такі кроки можуть призвести до другої хвилі інфекцій. [28]

Мабуть, найбільш помітною особливістю, пов'язаною з туризмом у Близькому Сході та Близькому Сході, є нестабільний ландшафт безпеки, який впливає на зростання та розвиток туризму більше, ніж будь-яка інша сила. Поточні та нещодавні війни фактично призупинили міжнародний туризм у кількох країнах, хоча в них продовжує функціонувати обмежений внутрішній туризм, як і діяльність невеликої кількості екстремальних авантюристів, які бажають відвідати зони активних військових дій. Міжнародне ембарго проти Ірану зменшило кількість міжнародних прибуттів туди. Дипломатична криза (з 2017 р. по теперішній час) між Катаром та декількома іншими країнами MENA значно скоротила внутрішньорегіональний туризм, а навмисні терористичні атаки на туристичні об'єкти в Єгипті та Тунісі негайно зробили ці країни небезпечними для відвідування. Так само «арабська весна» (2010-2011) призвела до повалення урядів у Тунісі, Лівії, Єгипті та Ємені, триваючих

конфліктів у Лівії, Сирії та Ємені та громадських протестів майже в усіх інших країнах регіону, деякі з яких призвели до у великих урядових, правових і політичних змінах.

Деякі країни доклали великих зусиль для відновлення туризму, щоб відродити туризм для економічного розвитку. Лівану довелося оговтатися після громадянської війни 1975-1990 рр., хоча поточний конфлікт у Сирії продовжує впливати на імідж Лівану за кордоном. Громадянська війна в Сирії також вплинула на туризм у сусідніх Йорданії та Туреччині через побоювання її поширення. У відповідь на терористичні атаки, націлені на туристів, Туніс і Єгипет зробили серйозні кроки у маркетингу відновлення, щоб ребрендингувати себе як відновлені напрямки, які тепер безпечні для відвідування.

Окрім стримування потенційних туристів, конфлікти призвели до інших наслідків, пов'язаних із туризмом. Наприклад, війни на Близькому Сході, особливо в Іраку та Сирії, були особливо руйнівними для культурної спадщини регіону. Багато пам'яток старовини були навмисно спрямовані на знищення екстремістами. Музеї та історичні місця були широко розграбовані, а артефакти незаконно продані для фінансування війни. Багато інших місць було зруйновано як нецільові жертви війни. Багато пам'яток стародавньої спадщини Близького Сходу було знищено без можливості ремонту, що коштувало не лише важливих історичних записів, але й майбутніх засобів до існування людей, які раніше залежали від туризму.

Ще одним наслідком близькосхідних конфліктів є розвиток незвичайних видів туризму. Одним із прикладів є авантюрні туристи, які відвідують зони активних бойових дій, згадані раніше. Це регулярно відбувається в Іраку, Сирії та Афганістані. Інший вид туризму називається «туризмом солідарності». Триваючий ізраїльсько-палестинський конфлікт, спричиняючи періодичне зниження кількості міжнародних прибуттів, стимулював явище подорожей, відоме як «туризм солідарності», хоча це не є ендемічним для цього регіону. Це стосується людей, які подорожують до «Святої землі», щоб підтримати справу Ізраїлю або справу Палестини. Велика кількість християн відвідує палестинців на Західному березі річки Йордан, щоб

продемонструвати солідарність і співчуття їхньому становищу під ізраїльською окупацією. Інші євангельські християнські групи, як правило, з Європи та Північної Америки, є пристрасними прихильниками Ізраїлю та його позиції в конфлікті.

Деякі країни доклали великих зусиль для відновлення туризму, щоб відродити туризм для економічного розвитку. Туніс і Єгипет зробили значний крок у маркетингу відновлення, щоб ребрендингувати себе як відновлені напрямки, які тепер безпечно відвідувати. [63]

Поточна динаміка ринку, що стимулює попит на туристичному ринку Близького Сходу. Якщо говорити про Близький Схід, то перше, про що можна подумати, це хадж. Мусульманські віруючі з усього світу приїжджали на паломництво в хадж до Мекки, яка вважається священним місцем для мусульман усього світу. Це знаходиться в Саудівській Аравії. Це може збільшити попит на близькосхідний туризм.

Для багатьох людей Близький Схід є синонімом ОАЕ. Безсумнівно, тому що ОАЕ можуть багато чого запропонувати для всіх видів туристів. Дубай, який колись був безлюдною територією, з часом розвинувся і зараз є одним із найбільш технологічно розвинутих місць у світі.

Будучи домом для Бурдж-Халіфа, спокійних піщаних дюн і Пальмових островів, Дубай приваблює безліч туристів. Крім того, якщо туристи хочуть відвідати пляжі, вони можуть відвідати пляж Джумерія.

Дубай також відомий сафарі по пустелі. Туристи проводять деякий час на околицях міста, відвідують піщані дюни, насолоджуючись культурними шоу по дорозі. Дубай також усяяний нічними клубами, барами та нічними кафе, що робить життя вночі дуже жвавим.

Дубай також є місцем для любителів пригод. Поруч із водоймами є такі пригодницькі заходи, як підводне плавання, парасейлінг тощо.

Наступний на черзі Абу-Дабі. Абу-Дабі є столицею ОАЕ.

Одним з найвідоміших туристичних місць є Корніш. Це набережна, яка являє собою пляж з білим піском. З набережної Корніш відкривається вражаючий вид на горизонт Абу-Дабі.

Ferrari World є одним із найгарячіших туристичних місць в Абу-Дабі. Це місце як для пригод, так і для розваг для людей будь-якого віку. Світ Ferrari також має репутацію першого у світі тематичного парку Ferrari.

Люди також відвідують світ Warner Bros. Навіть цей критий тематичний парк має репутацію першого у світі парку розваг під брендом Warner Bros.

Якщо ви хочете миттєво познайомитися з культурою та історією ОАЕ, мечеть шейха Заїда – саме те місце, яке варто відвідати. Мечеть особливо славиться своєю величиною.

Туристи також можуть насолодитися розважальними розвагами, пов'язаними з водою, у аквапарку Yas Waterworld. Це місце відоме тим, що пропонує інноваційні атракціони.

Катар – ще одне місце, яке привернуло увагу туристів у всьому світі. Широкий спектр пропозицій у цьому регіоні забезпечує широкий вибір вражень для будь-яких мандрівників.

Одним з найвідоміших місць Катару є Сук Вакіф. Якщо туристи хочуть відчувати неймовірний шопінг, а також ресторани, Сук Вакіф – це місце. Традиційна архітектура та красиві художні галереї захоплюють відвідувачів.

Музей ісламського мистецтва – ще одне місце, яке відвідують туристи. Він має репутацію найбільшої колекції ісламського мистецтва у світі, якій понад 14 століть.

Національний музей Катару також є одним з найбільш відвідуваних місць. Музей демонструє культуру та спадщину Катару.

Перлина – це вишуканий штучний острів, який справляє враження, що відвідувачі зачаровують своєю красою. Цей острів є чудовим прикладом більшого за життя образу, змішаного з розвагами.

Катар також відомий Хор Аль-Адаїдом, який також відомий як внутрішнє море. Це місце можна вважати рідкісним з рідкісних, оскільки тут біла піщана пустеля зустрічається з синім морем. Саме тому це місце є головною туристичною визначною пам'яткою.

Ще одне велике місце відпочинку на Близькому Сході – Єгипет. Єгипет, де розташовані фараони, гробниці та піраміди, користується великою популярністю серед туристів.

Піраміди Гіза, яка входить до семи чудес стародавнього світу, вважається однією з найпопулярніших пам'яток. Ці гробниці фараонів, які охороняє Сфінкс, зазвичай займають перше місце в списку більшості туристів.

Храми та гробниці Луксора є ще однією головною туристичною визначною пам'яткою Єгипту. Це особливо популярно для Долини царів, Карнакського храму та Меморіального храму Хатшепсут. У цьому храмі зазвичай наплив туристів.

Туристи люблять круїзи по річці Ніл. Розслабляє побачити храми, розташовані на берегах річки, а також спостерігати як за схід, так і захід сонця.

І останнє, але не менш важливе, одна з країн Близького Сходу, куди найчастіше подорожують, – це Ізраїль. Ізраїль є батьківщиною Ісуса і розташований на узбережжі Середземного моря.

Єрусалим вважається одним із найсвятіших місць у світі, його шанують християни, мусульмани та іудеї. Місце відоме красивими старовинними будівлями та величними спорудами.

Віфлеєм є ще однією великою туристичною визначною пам'яткою. Це місце, де народився Ісус Христос. У Віфлеємі є багато церков і релігійних місць, що робить його однією з головних визначних пам'яток.

З пагорба Іродіум, який знаходиться приблизно в 10 км від Єрусалима, відкривається панорамний вид на Мертве море, який є досить заспокійливим.

Якщо ви хочете познайомитися з нічним життям Ізраїлю, Тель-Авів – саме те місце. Крім того, тут є багато музеїв, які відображають історію ісламу та християнства.

На Близькому Сході є інші країни, такі як Йорданія, Ірак, Сирія, Бахрейн, Палестина, Ліван, які створені завдяки своїй культурі, спадщині, пам'ятникам і їжі.

Але за останні кілька років повідомлялося про зростання насильства на Близькому Сході.

Ірак і Сирія є небезпечними, оскільки в цих районах спостерігаються випадки насильства та анархії, і, згідно з новинами, ці райони перебувають під впливом деяких екстремістських угруповань.

Крім того, зростання напруги між Ізраїлем і Палестиною через сектор Газа робить цей регіон нестабільним.

Влада має взяти це до уваги та вжити відповідних заходів.

Очікується, що в майбутньому розмір туристичного ринку Близького Сходу зросте. Деякі з ключових гравців ринку: Explorer Tours, I Love Adventures, Bin Dasmal Tourism LLC, Compass International Tours, Al Majid Travel and Tourism, Expedia, Kurban Tours, Sun and Sand Tourism & Travel, Thomas Cook, Saadi Tours and Travels. [14]

Отже, Очікується, що в майбутньому частка туристичного ринку Близького Сходу зросте. Адже держави-лідери регіону стрімко розвиваються – це позитивно вплине на загальний образ регіону на світовому туристичному ринку.

Загалом, підсумовуючи усе вище сказане можна дійти висновку, що не дивлячись на недостатньо диверсифіковану економіку та господарську діяльність, деякі держави навіть в умовах глобальної кризи зуміли втримати свою економіку і не допустити занепаду. Близький Схід, як регіон, з однієї сторони представляє абсолютно контрастні умови життя – від бідності та голоду до шаленого багатства. І навіть з такими реаліями регіон має усі шанси з перебігом певних подій та часом – стати вагомою фігурою світової політики, безпеки та економіки.

2.3. Правові засади розвитку туризму в країнах Близького Сходу

Коли Всесвітній економічний форум опублікував видання Travel & Tourism за 2019 р. Звіт про конкурентоспроможність, зростання подорожей та загалом сектор туризму досягав нових рекордів. За даними Всесвітньої туристичної організації

(UNWTO), міжнародні туристичні прибуття по всьому світу досягли 1,4 млрд дол в 2018 р., на два роки раніше прогнозів, хоча висновки попереджали про потенційну переломну точку, в якій нескінченна гонитва зростання та конкурентоспроможності в секторі можуть прослужити для підриву самих активів, на яких він знаходиться, побудований і залежить.

Через два роки сектор туризму виглядає зовсім інакше. Попит у цьому секторі постраждав чи не найбільше з усіх індустрій, що постраждали від пандемії COVID-19. На щастя, є позитивні сигнали, і аналіз показує, що почалося відновлення, хоча й не однаковими темпами по всьому світу або в різних сегментах ринку. Нові фактори, такі як війна в Україні, також додають до складності цього нерівномірного відновлення. Однак сектор і його клієнти ймовірно змінилися назавжди. Мандрівники мають стати більш розбірливим, не в останню чергу щодо здоров'я та звертати увагу на гігієнічні умови в потенційних пунктах призначення; вони також обережні щодо впливу майбутнього COVID-варіанту або виклику у формі державної політики, закриття кордонів і зривів подорожей. Крім того, припинення міжнародних поїздок дозволило взяти паузу деяким мандрівникам та бізнесу, аби добре проаналізувати досвід та зробити висновки. Урядам та підприємствам туризму довелося переоцінити, в що вони інвестувати, як вони зменшать ризики і збільшать попиту та те, як вони реагують на зміни очікувань своїх клієнтів.

Відносно застійні результати Індексу розвитку туризму посилює складність ситуації, з якою стикається сектор туризму. В середньому в Індексі розвитку туризму показники зросли лише на 0,1% між 2019 і 2021 рр., охоплюючи лише 39 із 117 економік при покращенні індексу більш ніж на 1,0%, 51 збільшення або зменшення в межах 1,0% і 27 знизився більш ніж на 1,0%.

Серед країн Близького Сходу позитивно виділяється Саудівська Аравія (+2,3%, що з 43 місця піднялась на 33 місце), входить до держав, що суттєво покращили свої показники.

А от в рейтингу Індексу розвитку туризму – перша Близькосхідна країна з'являється лише на 25 місці – Об'єднані Арабські Емірати.

Регіон Близького Сходу поступається світовому середньому значенню Індексу розвитку туризму, отримані результати сильно відрізняються залежно від субрегіону та економічного рівню розвитку. Загалом у області показники вище середнього, половину з економік охоплює показник індексу вище середнього. Країни Близького Сходу з високим рівнем доходу зазвичай вирізняються першокласним повітряним транспортом, а значна наявність позадозвіллевих ресурсів таких як великі корпорації, та мають в цілому сприятливе середовище, включаючи бізнес і ринки людських ресурсів та праці. З іншого боку, північноафриканська економіка, усі держави з яких мають доходи нижче середнього, мають прогалини в авіаційній та туристичній сфері, як і в охороні здоров'я, також інфраструктура та доступ до кваліфікованої робочої сили не на високому рівні. Ще держави, що лідирують в регіоні за ціною конкурентоспроможністю і схильні розставляти пріоритети та приділяти відносно більше ресурсів для туризму. Для подальшого розвитку своїх туристичних сфер багато країн MENA потребують збільшення їх міжнародної відкритості, мають інвестувати більше в індустрію послуг та туристичну інфраструктуру та навести фокус на заохочення та утвердження культурних та природних пам'яток. Останнє завдання буде важко виконати без покращення складної ситуації регіону з екологічною стійкістю. Крім того, регіон може значно покращитися наявністю кваліфікованої робочої сили та її стійкість, вирішити соціально-економічні проблеми, такі як низький соціальний захист, працевлаштування молоді, навчання, права працівників і можливості для жінок та груп меншин.

Об'єднані Арабські Емірати (25 місце) є найкращим Індексом розвитку туризму.

З 2019 р. Саудівська Аравія, яка має найбільшу економіку туризму в області, найбільше стрибнула у рейтингу (+2,3%, з 43-го по 33-е), тоді як Єгипет мав друге за величиною відсоткове покращення (+4,3%, 57-51 місце) у всьому індексі. Об'єднані Арабські Емірати є найкращою туристичною державою на Близькому Сході, тоді як

Єгипет є найкращим на Північній Африці. У 2020 р. Катар (43) і Туніс (80) найбільше залежали від туризму для ВВП.

На Близькому Сході та в Північній Африці туризм є стратегічним важелем диверсифікації нафтових економік.

Деякі дестинації отримують вигоду від чітких місцевих пріоритетів і більш зрілої туристичної екосистеми. Такі дестинації, як Єгипет, Дубай і Абу-Дабі, утвердилися на світовій туристичній карті, в той час як інші зміцнюють своє позиціонування і навіть з'являються як нові дестинації.

Туристичне законодавство Близького Сходу є досить закритою темою, для подорожуючих важливіше знати місцеві звичаїб норми та традиції. Проте, оскільки держави намагаються розвивати туризм та боротися за лідерські позиції тому деякі особливості все ж відомі. Для прикладу обрано 3 держави: Ємен – країна де туристичної сфери майже не існує, Саудівська Аравія – державаб що активно розвиває галузь і намагається досягти лідерських позицій, та лідер Близькосхідного туристичного ринку – Об'єднані Арабські Емірати.

Правова система Ємену є змішаною системою ісламського права, наполеонівського права, звичаєвого права та англійського загального права, хоча насправді ця система перебуває в процесі становлення. Конституція має найвищу юридичну силу в Ємені, що прямо зазначено в проекті Конституції 2015 р. Тим не менш, це було відкинуто стороною хуситів, які віддають перевагу дворегіональному рішенню, що дозволяє їм домінувати на півночі Ємену, а не запропонованій шестирегіональній федеративній системі. Таким чином, на сьогоднішній день Конституція 2001 р. залишається де-факто вищим законом. Роль ісламу в правовій системі Ємену чітко визначена в обох документах: Іслам є державною релігією, а ісламський шаріат визначається як джерело законодавства. [81]

Поточні комерційні можливості вкрай обмежені. Єменська Генеральна інвестиційна адміністрація (GIA) повідомила, що у 2016 р. в Ємен було інвестовано лише 65,12 млн. доларів США, переважно у видобувну, будівельну та обробну галузі.

Наразі міжнародна допомога є основним джерелом державного фінансування, оскільки державні рахунки залишаються вкрай виснаженими. Гуманітарні організації замінили державу в регіонах, що зазнали важких бойових дій та кризових ситуацій у сфері охорони здоров'я.

Американське бюро по консульським питанням визначило Ємен як державу яку краще не відвідувати. В Ємені триває громадянська війна. Крім того, терористичні угруповання продовжують готувати та здійснювати напади на території Ємену. Терористи можуть здійснювати напади практично без попередження, обираючи об'єктами громадські місця, транспортні вузли, ринки/торгові центри та об'єкти місцевих органів влади. Крім того, зберігається загроза викрадення/затримання терористами, кримінальними елементами та/або неурядовими суб'єктами. Співробітники західних організацій можуть стати об'єктом нападу або викрадення.

Військовий конфлікт спричинив значні руйнування інфраструктури, житла, медичних закладів, шкіл, а також об'єктів енерго- та водопостачання. Це обмежує доступність електроенергії, чистої води та медичної допомоги. Така нестабільність часто перешкоджає гуманітарним організаціям доставляти критично необхідні продукти харчування, медикаменти та воду. Критичний рівень насильства, включаючи збройні конфлікти, артилерійські обстріли та повітряні удари, зберігається по всій країні. Надходять також повідомлення про наявність наземних мін на всій території Ємену.

Отже, з усього вище сказаного можна зробити висновок, що в країні туризм абсолютно не розвивається через об'єктивні безпекові причини. Нажаль, проблема в тому, що на Близькому Сході існує ще кілька країн з подібними обставинами, а саме тому на прикладі Ємену можливо зрозуміти і рівень розвитку сусідніх держав. [71]

Наступним прикладом є держава з протилежними обставинами – Саудівська Аравія.

Туристична галузь, ймовірно, розвиватиметься та зростатиме, оскільки уряд прагне залучити як внутрішніх, так і іноземних туристів. Заохочення туризму з-за меж

Королівства Саудівська Аравія є відносно новою концепцією, оскільки туристичні візи стали доступними лише з 2013 року. Однак зараз існує низка ініціатив, спрямованих на розвиток туризму, головною з яких є новий закон про туризм.

Протягом певного часу існувала потреба в регулюванні галузі, і зміни очікувалися з нетерпінням. Новий Регламент про туризм, оприлюднений Королівським Указом № 2 від 09.01.1436Н, що відповідає 25 жовтня 2014 року ("Регламент"), разом з підзаконними актами (разом відомі як "Закон про туризм") набуває чинності в травні цього року. Він замінює Положення про готелі, видане Королівським Указом М/27 від 11/04/1395Н від 23 квітня 1975 року.

Закон про туризм спрямований на регулювання всієї галузі в межах КСА і застосовується до відносин як з внутрішніми, так і з іноземними туристами. Крім того, він слугує основою для взаємодії між різними секторами галузі. Він також спрямований на регулювання відносин між постачальниками та споживачами послуг. Це дозволить створити сприятливу атмосферу для розвитку туризму в Королівстві, надаючи інвестиційні можливості як для саудівців, так і для іноземців.

За словами Його Королівської Високості Принца Султана бін Салмана бін Абдул Азіза, Президента ("Президент") Саудівської комісії з питань туризму та національної спадщини ("Комісія"), імплементація Закону про туризм підтверджує підтримку галузі з боку уряду, а розвиток туризму в цілому в Королівстві має на меті стати ключовим фактором, що сприяє розвитку економіки. Президент також вважає, що Закон про туризм створить робочі місця та сприятиме збільшенню попиту на внутрішній туризм. Зрозуміло, що при розробці нового Закону про туризм Королівство спиралося на досвід багатьох інших країн з уже добре розвиненою туристичною інфраструктурою.

Регламент стосується конкретних секторів та імплементується сімома підзаконними актами, які наведені нижче:

- Бронювання та маркетинг туристичних засобів розміщення;
- Турагенти (включаючи надання послуг, пов'язаних з наданням турів);

- Агенти з подорожей та туризму (всі послуги, пов'язані з туризмом);
- Розміщення туристів;
- Туристичні гідів;
- Комісія з нагляду за дотриманням законодавства у сфері туризму;
- Туристичні дестинації.

Всі види діяльності, які відносяться до туристичної індустрії, зараз регулюються. Кожен, хто бажає здійснювати підприємницьку діяльність у цій галузі, повинен отримати відповідну ліцензію Комісії та мати всі необхідні дозволи. За винятком туристичних гідів (до яких допускаються лише громадяни Саудівської Аравії), туристичну діяльність може здійснювати будь-яка юридична або фізична особа з країн РСАДПЗ або іноземна особа. Це є значною зміною, оскільки раніше туристична діяльність була в основному обмежена громадянами Саудівської Аравії або юридичними особами, що належать Саудівській Аравії. Якщо заявник відповідає критеріям, викладеним в Імплементативному регламенті, і не має попередньої ліцензії, яка була анульована протягом останніх п'яти років, він може отримати ліцензію. Ліцензії дійсні протягом трьох років, є персональними для заявника і не можуть бути переуступлені або передані.

Роль Комісії закріплена в Законі "Про туризм" як контролюючого органу, який здійснює нагляд за цінами, практикою, ліцензіями та багатьма іншими аспектами галузі. Комісія відповідатиме за класифікацію, нагляд та проведення перевірок з метою забезпечення дотримання ліцензіатами вимог Закону про туризм. Надаючи можливість Комісії встановлювати відповідні рівні класифікації, вона забезпечить збереження якості та відповідність ліцензіатів міжнародним стандартам, тим самим дозволяючи проводити вигідні порівняння з постачальниками послуг за межами КСА. Комісія також функціонує як правоохоронний орган, який має повноваження карати порушників відповідно до Закону про туризм. Будь-яка особа, яка порушує Закон про туризм, може бути оштрафована на суму від 1 000 до 50 000 дирхамів та/або анульована її ліцензія. Комісія має право збільшувати суму штрафу в кілька разів у

разі повторного порушення. Закон про туризм уповноважує Комісію визначати критерії для публікації будь-яких друкованих або електронних матеріалів, включаючи статті, книги, карти, путівники, фотографії або плакати для просування туризму. Це забезпечить створення позитивного враження про Королівство і заохотить громадян Саудівської Аравії до більш глибокого вивчення своєї країни, одночасно залучаючи міжнародних туристів.

Незважаючи на те, що Закон про туризм був схвалений і опублікований, класифікації, на які посилаються п'ять перших підзаконних актів, не зазначені або не визначені в них і ще не були оприлюднені. Зрозуміло, що Імплементативний регламент є основою, з якої випливають повноваження Комісії. Комісія матиме можливість і право на власний розсуд видавати класифікації та вносити до них зміни, коли вона вважатиме це за доцільне. Раніше розміщення в готелях класифікувалося відповідно до класифікацій, викладених у Положенні про готелі, однак класифікації, що замінять їх, наразі невідомі.

Відтепер Комісія матиме центр туристичних даних, який буде збирати всю інформацію, пов'язану з туристичною галуззю Королівства, яка повинна бути зібрана від ліцензіатів. Ця інформація буде передаватися іншим відповідним міністерствам Королівства, таким як Міністерство внутрішніх справ. Крім необхідності надання відповідної інформації Комісії, Закон про туризм накладає на ліцензіатів додаткові зобов'язання, включаючи зобов'язання відповідати вимогам саудизації щодо працівників, а також реєструвати інформацію про всіх працівників у Комісії. Крім того, кожен ліцензіат повинен розміщувати інформацію про свої послуги та ціни на видному місці у своєму приміщенні або в Інтернеті на розсуд Комісії з метою забезпечення прозорості та заохочення здорової конкуренції. Наразі особлива увага приділяється захисту прав споживачів, і всі споживачі матимуть доступ до процедури подання скарг.

Відповідно до статті 5(1) Правил, туристи з країн, що не входять до РСАДПЗ, зобов'язані отримати туристичну візу для в'їзду до КСА, де це можливо. Туристичні

візи є відносно новою концепцією в Саудівській Аравії, оскільки візи, як правило, надавалися тільки для роботи, бізнесу або релігійних цілей. Раніше туристичних віз видавалося небагато, однак передбачається, що їх кількість збільшиться.

Закон про туризм конкретно стосується розвитку туристичних напрямків як у містах, так і в інших місцях, таких як пляжі, острови та пустелі. Він підкреслює необхідність і здатність Комісії координувати свої дії з різними органами влади, коли йдеться про туристичні дестинації. Багато туристичних об'єктів є об'єктами, що охороняються державою, і Королівство особливо зацікавлене у подальшому розвитку та просуванні цих об'єктів. Це буде зроблено за рахунок прямих інвестицій з боку уряду і через комерційні домовленості з приватним сектором. Саудівська Аравія зараз має чотири об'єкти Всесвітньої спадщини, на додаток до святих місць Мекки і Медіни. Вона також має Червоне море, яке є домом для великої кількості різноманітного морського життя, а також красиві гори і оазиси.

Саудівська Аравія тепер офіційно відкрита для іноземних інвестицій на туристичному ринку після багатьох років обмежень. Цей крок відповідає стратегії Королівства щодо посилення конкуренції на ринку та підтримки сталого розвитку. Вважається, що туристичний сектор є другим за величиною потенційним джерелом робочих місць у Королівстві, і в Законі про туризм значна увага приділяється створенню можливостей для працевлаштування громадян Саудівської Аравії. Президент заявив, що Комісія не підтримає жоден проект у сфері туризму або спадщини, який не враховує це питання. Таким чином, будь-який іноземний інвестор, який сподівається скористатися можливостями Королівства, повинен продемонструвати життєздатний план саудизації як Управлінню з питань іноземних інвестицій, так і Комісії. Незважаючи на це, Саудівська Аравія прагне консолідувати туристичний сектор та залучити іноземні інвестиції у всю галузь. [62]

Наступними прикладом є Об'єднані Арабські Емірати – держава-лідер світового туристичного ринку.

Закони та звичаї ОАЕ дуже відрізняються від європейських. Туристи мають бути уважними до своїх дій аби не образити місцевих жителів, особливо під час священного місяця Рамадан або якщо є намір відвідати релігійні райони. [76]

Об'єднані Арабські Емірати у 2020 р. оголосили про низку законодавчих змін, які посилюють захист жінок, послаблюють правила вживання алкоголю та розширюють можливості негромадян дотримуватись іноземного законодавства при спадкуванні та розлученні.

Кроки зменшують роль ісламських правових кодексів у системі правосуддя арабської країни Перської затоки, яка прагне посилити свій бренд як глобалізованої, перспективної країни, привабливої для іноземних туристів, професіоналів та інвесторів.

Об'єднані Арабські Емірати у 2020 р. оголосили про низку законодавчих змін, які посилюють захист жінок, послаблюють правила вживання алкоголю та розширюють можливості негромадян дотримуватись іноземного законодавства при спадкуванні та розлученні.

Ці кроки зменшують роль ісламських правових кодексів у системі правосуддя арабської країни Перської затоки, яка прагне посилити свій бренд як глобалізованої, перспективної країни, привабливої для іноземних туристів, професіоналів та інвесторів. [74]

Об'єднані Арабські Емірати на разі є лідером туристичного ринку Близького Сходу, та займає високі позиції на світовому рівні, вірогідно, це є головним рушієм їх розвитку адже країна дуже стрімко розвиває свою туристичну сферу та супутнє законодавство.

У січні 2021 року Кабінет міністрів ОАЕ схвалив створення Ради з питань туризму Еміратів з метою зміцнення туристичного портфелю. Це буде зроблено шляхом розробки туристичної стратегії відповідно до прагнень нації та сторіччя ОАЕ до 2071 року, а також інтеграції всіх відповідних місцевих органів влади та відомств.

Рада буде відповідати за:

- пропонування та перегляд політики і законодавства, які будуть підтримувати туристичний сектор і національні плани розвитку туризму;
- підтримку зростання туристичних галузей;
- залучення інвестицій у сферу туризму;
- внесення пропозицій щодо економічних стимулів для заохочення зростання сектору;
- створення всеосяжної національної інформаційної бази даних про туризм;
- підтримка малих і середніх підприємств (МСП), задіяних у туристичному секторі.

До складу Ради з питань туризму Еміратів увійшли:

1. Департамент культури і туризму – Абу-Дабі,
2. Департамент туризму та комерційного маркетингу – Дубай,
3. Управління з розвитку торгівлі та туризму Шарджі,
4. Департамент розвитку туризму Аджмана,
5. Департамент туризму та археології Умм-ель-Кувейн,
6. Управління з розвитку туризму Рас-ель-Хайма,
7. Управління з питань туризму та старожитностей Фуджейри.

У 2016 році прямий внесок сектору подорожей та туризму у ВВП ОАЕ склав 68,5 млрд дирхамів (18,7 млрд дол. США), що еквівалентно 5,2 відсотка від загального ВВП. Прогнозується, що він зростатиме на 5,1% на рік з 2017 по 2027 рік до 116,1 млрд дирхамів (31,6 млрд дол. США), що буде еквівалентно 5,4% від загального ВВП у 2027 році.

Загальний внесок сектору подорожей та туризму у ВВП ОАЕ склав 159,1 млрд дирхамів (43,3 млрд дол. США), що становить 12,1% ВВП. Прогнозується, що він зростатиме на 4,9% на рік до 264,5 млрд дирхамів (72 млрд дол. США), що становитиме 12,4% ВВП у 2027 році.

Сектор подорожей і туризму безпосередньо підтримав 317 500 робочих місць в ОАЕ, що становить 5,4 відсотка від загальної зайнятості. Очікується, що цей показник зростатиме на 2,4% на рік до 410 000 робочих місць, що становитиме 5,9% від загальної зайнятості у 2027 році.

Загальний внесок сектору подорожей та туризму в зайнятість, включаючи робочі місця, які опосередковано підтримуються галуззю, склав 10,4% від загальної кількості робочих місць, що становить 617 500 робочих місць. Очікується, що цей показник зростатиме на 2% на рік до 770 000 робочих місць у 2027 році, що становитиме 11,1% від загальної кількості робочих місць.

Інвестиції в сектор подорожей і туризму склали 26,2 млрд. дирхамів (7,1 млрд. доларів США), що становить 7% від загального обсягу інвестицій. Прогнозується, що протягом наступних 10 років вони зростатимуть на 11% на рік до 74,5 млрд. дирхамів (20,3 млрд. дол. США) у 2027 році, що становитиме 11,2% від загального обсягу інвестицій. [45]

ОАЕ започаткували низку ініціатив, спрямованих на розвиток сектору подорожей та туризму. Деякі з цих ініціатив перераховані нижче:

Департамент культури і туризму Абу-Дабі працює в напрямку сталого розвитку туризму в еміраті. Це включає в себе:

- підготовку щорічного звіту про сталий розвиток;
- започаткування та реалізацію "зелених" туристичних та готельних ініціатив;
- проведення виставок та конференцій на екологічну тематику.

Стратегічний план розвитку туризму в Аджмані на 2015-2021 роки – Місія Стратегічного плану розвитку туризму в Аджмані полягає у розвитку та забезпеченні стійкості туристичного сектору з метою перетворення його на місце призначення для всіх типів туристів за допомогою ефективного стратегічного партнерства та постійних інновацій:

- Він буде зосереджений на покращення клієнтського досвіду та надання послуг з доданою вартістю;
- підвищення стійкості та зростання;
- операційну ефективність;
- розширення прав і можливостей працівників у творчому робочому середовищі;
- раціональні витрати та оптимальне інвестування фінансових ресурсів.

Дубайська туристична стратегія 2020 була запущена у 2013 р. Це стратегічна дорожня карта з ключовою метою залучення 20 млн відвідувачів на рік до 2020 р. Стратегія зосереджена на тому, щоб зробити Дубай "першим вибором" для міжнародних туристів та ділових мандрівників.

Це передбачає розширення пропозиції Дубаю у сфері подій, визначних пам'яток, інфраструктури, послуг та пакетів, а також підвищення його привабливості для більш широкої аудиторії. Стратегія буде зосереджена на трьох ключових цілях:

- збереження частки ринку на існуючих вихідних ринках;
- збільшення частки ринку на ринках з високим потенціалом зростання;
- збільшення кількості повторних відвідувань.

Менш відомі емірати також намагаються створити якомога якісніший туристичний продукт: Стратегія розвитку туризму Шарджі до 2021 р. має на меті залучити понад 10 млн. туристів до 2021 р, коли ОАЕ святкуватимуть 50-річчя свого заснування. Для того, щоб втілити Візію в життя, Управління з розвитку торгівлі та туризму Шарджі у співпраці з партнерами у туристичному секторі визначить чотири стратегічні напрями. Ними є:

- просування Шарджі як ідеального місця для сімейного туризму, пропонуючи окремі пакети та пропозиції, спеціально розроблені для сімейного відпочинку;
- прийняття інноваційного туристичного підходу для поліпшення туристичного досвіду шляхом надання інноваційних рішень;
- підвищення ефективності у туристичному секторі через партнерство та спільні дії для забезпечення туристичних об'єктів та можливостей світового класу;
- популяризація елементів культури та спадщини серед сімей з метою перетворення Шарджі на міжнародний культурний центр.

Отже, з усього вище сказаного можна зробити висновок, що чим сильніші позиції держави в туризмі тим більше інформації висвітлюється на загал і тим більше законодавчих механізмів створюється. Близький Схід – регіон контрастів, а тому і сфери туризму та їх підтримка державою – сильно відрізняються.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ БЛИЗЬКОГО СХОДУ

3.1. Моніторинг проблем розвитку туризму в регіоні

Арабський регіон переповнений політичними викликами, найбільш помітною з яких є Арабська весна, а арабо-ізраїльський конфлікт є постійною і триваючою подією, яка постійно присутня на порядку денному арабського та йорданського туризму. Відсутність фінансових асигнувань на маркетинг не є новою подією в туристичних стратегіях Йорданії. Додамо, що існує явний дефіцит кваліфікованих людських ресурсів для роботи в місцевому туристичному секторі.

Багато громадян не сприймають туризм, оскільки він впливає на систему цінностей і моралі в країні; адже збільшується кількість закладів відпочинку та барів й це відбувається швидше, ніж зростання мечетей або культурних і соціальних центрів, а також є основним джерелом високих цін і підвищеної жадібності торговців, особливо власників ресторанів і готелів, виробників туристичної продукції, що не відрізняють іноземних туристів та місцевими жителями.

Деякі дослідники пов'язують тероризм з туризмом, в тому числі: Ферідун [20], який дослідив вплив терористичних атак на туристичний сектор на в'їзний туризм в Туреччині в період 1986-2006 рр., і показав, що терористичні атаки негативно вплинули на економічну сторону. Деякі дослідники пов'язують політичні, економічні та терористичні події з розвитком туризму. Саха і Яп (2013) провели дослідження впливу політичної нестабільності та тероризму на розвиток туризму в 139 країнах за період 1999-1999 рр. Дослідження показало вплив політичної нестабільності на розвиток туризму. Крім того, тероризм і політична нестабільність також серйозно вплинули на туристичну галузь. У дослідженні також вивчався взаємозв'язок між політичною нестабільністю, тероризмом і туризмом в регіонах SAARC, що представляють країни Пакистану, Індії, Шрі-Ланки і Бангладеш за період 2012-1995 рр. [4,5,33].

На додаток до багатьох інших даних, таких як середні витрати туристів відповідно до середньої тривалості перебування в різних туристичних районах та інших даних, це правило повинно також включати все, що стосується туристичної пропозиції, різних засобів розміщення, зайнятості, туристичного транспортного сектору, туристичних компаній, громадських туристичних магазинів, місць розваг, спеціальних подій та фестивалів. Це на додаток до необхідності надання даних та інформації про вплив туристичного сектору на національну економіку, таких як валовий і чистий дохід від туризму та вплив цього доходу на платіжний баланс і капітал, інвестований у туристичний сектор, зайнятість у туризмі, туристичний сектор, а також темпи зростання туризму та туристичного сектору порівняно з іншими секторами.

Нарешті, ця база даних повинна включати дані про внутрішній туризм і туристичні офіси всередині країни і за кордоном, а також дані про навколишнє середовище і його вплив на туристичний сектор. Роль Міністерства закордонних справ всередині країни і за кордоном полягає в тому, щоб роз'яснити реальну картину іноземним посольствам всередині Єгипту і іноземним громадянам за кордоном, щоб зменшити наслідки цієї кризи, на додаток до багатьох інших заходів, які доповнюють ці кроки. Після кризи передбачено низку заходів, таких як надання медичної та психологічної допомоги постраждалим туристам і громадянам, а також роль міністерств інформації, туризму, закордонних справ і внутрішніх справ у стримуванні кризи та проведення міжнародних туристичних семінарів і конференцій, роз'яснення та захист туризму і нетуризму. В Єгипті світ може відчувати той рівень безпеки і захищеності, яким користується Єгипет.

Однією з таких криз є війна в Перській затоці і криза єгипетського туристичного сектору: єгипетський туристичний сектор зазнав значних втрат з моменту ескалації війни в Перській затоці в серпні 1990 р. і навіть після закінчення війни в лютому 1991 р. Війна в Перській затоці призвела до спаду єгипетського туристичного сезону, приблизно на 6%, приблизно на 60%. Туристичний рух (кількість туристів) з

приблизно 27% у 1989 р. знизився до 9,3% у 1990 р., а потім досяг 80,14% у 1991 р. Для нас очевидно, що без війни в Перській затоці і за умови стабільних темпів зростання кількості туристів, у 1989 р. кількість туристів досягла б більшого показника. Втрата не обмежилася лише кількістю туристів, що приїхали до Єгипту, але й кількістю туристичних ночей, проведених у 1990 р., за той же період 1990 р.

Криза в Перській затоці також призвела до погіршення стану кількох ключових секторів, пов'язаних з туристичною діяльністю, таких як готелі, туристичні компанії, громадські магазини, звичайні торговці, а також корпорації. Прямі втрати туристичного сектора оцінювалися приблизно в 3 млрд. фунтів стерлінгів, але збитки також склали ще близько 3 млрд. фунтів стерлінгів, що означає як прямі, так і непрямі втрати. [49, 6]

Для туристичного сектору в цілому, наявні проблеми виникають широке занепокоєння серед деяких туристів, деякі з них скасовують свої бронювання і змінюють орієнтацію на інші більш безпечні країни та регіони.

Мирний договір 1994 р. сприяв збільшенню кількості групових туристів, що прибувають до Йорданії з американського та європейського регіонів і національностей більше, ніж з арабських країн, що суперечить першій гіпотезі. Американський і європейський регіони і національності є більш розвиненими, ніж Азійсько-Тихоокеанський регіон і арабські країни, які представляють країни, що несумісні і не відповідають другій гіпотезі. Це свідчить про вплив позитивної безпекової події, пов'язаної з миром в регіоні, такої як йордансько-ізраїльський мирний договір, що відображає негативний вплив на кількість туристів, які приїжджають до Йорданії, що сприяє збільшенню кількості туристів з віддалених регіонів і розвинених країн більше, ніж туристів з сусідніх регіонів і країн, що розвиваються.

З 1967 р. палестинський туризм зазнав поразки. Ізраїль захопив палестинський туристичний потенціал і змінив йорданські та єгипетські закони і правила військовими наказами, які служать лише його інтересам.

Місто Єрусалим було ізольоване, а палестинські туристичні компанії були взяті в облогу низкою рішень, які не дають їм можливості протистояти ізраїльським компаніям, що надали всі можливості.

Ізраїльські туристичні компанії нав'язали туристичним групам з усього світу умови відвідування Святої Землі, в тому числі проживання в ізраїльських готелях, що завдає великих збитків сектору туристичних послуг в Палестині.

Тут слід згадати знищення багатьох історичних і археологічних пам'яток в Палестині, де ведуться розкопки під мечеттю Аль-Акса, змітаючи з лиця землі стародавні історичні гробниці і багато археологічних об'єктів. Єврейська епоха не змогла скасувати арабську присутність з Палестини, і не продовжилася більш ніж на 8 років; крім того, ця епоха настала із запізненням в порівнянні з історією багатовікової історії Палестини.

Індустрія туризму в Палестині може процвітати за умови справедливого політичного рішення, що призведе до створення незалежної суверенної палестинської держави, і супутнього зняття обмежень на поїздки, пересування, розвитку туристичної інфраструктури, а також забезпечення безпеки і спокою.

Туристичний сектор характеризувався припливом великої кількості інвесторів, наближених до системи, з метою отримання вигоди від концесій, включаючи придбання землі за низькими цінами та доступ до банківських кредитів в обмін на низькі відсоткові ставки та інші пільги. Водночас, фахівці сектору потерпали від свавільних рішень регуляторів, особливо у сфері класифікації об'єктів розміщення туристів та доступу до ліцензій.

Наслідками кризи є: криза призвела до людських втрат, таких як загибель певної кількості туристів та працівників єгипетського туристичного сектору, а також до існування фінансових втрат, таких як пошкодження деяких підприємств та деяких активів деяких підприємств. Ця криза також мала значний вплив, такий як паніка та панічний страх багатьох туристів. Важливо, аби бази даних та інформація були доступними для управління кризою в туристичному секторі: повинна існувати

інтегрована база даних з туристичними даними та інформацією для того, щоб успішно управляти туристичною кризою. Це правило повинно включати все, що пов'язано з туристичним попитом, таким як кількість туристів, туристичні ночівлі, доходи від туризму, туристичні напрямки та туристичні дестинації. Вживання національності туристів.

Отже, події та зміни, які відбуваються в арабському світі, мали значний вплив на економічну реальність, а криза охопила багато секторів, найважливішим з яких є туризм. Туристичний сектор вважається стратегічним у багатьох країнах, включаючи Туніс, Єгипет і Сирію, яка залишається однією з найпомітніших арен "арабської весни". Той факт, що ці країни не є нафтовими і бідними на природні ресурси, значною мірою вплинув на їхні доходи від туризму, які значно знизилися у порівнянні з ситуацією, що існувала до нещодавніх політичних перетворень.

3.2. Основні напрями та перспективи розвитку туризму в регіоні

Завдяки поєднанню природних і культурних цінностей світового класу, регіон Близького Сходу і Північної Африки (MENA) протягом століть був важливим туристичним напрямком. Наразі туристична індустрія (задуманий як широка парасолька, що перетинає суміжні галузі і дисципліни, такі як дозвілля, гостинність, рекреація і заходи) в цьому регіоні переживає колосальне зростання. Дійсно, за останні 20 років більшість країн MENA інвестували в розвиток і просування туризму як спосіб диверсифікації місцевої економіки і зміни сприйняття дестинацій. Незважаючи на зростаючий інтерес до Близького Сходу і Північної Африки як до туристичної дестинації і відносно значний обсяг опублікованих знань, порівняно цей регіон залишається недостатньо представленим в літературі. Дослідження туризму в регіоні MENA проводяться вченими з 1990-х рр. (Beirman, 2002; Daher, 2006; Mansfeld, 1994; Timothy, 2018). Проте, потрібно більше роботи, щоб пролити світло на регіон, який характеризується безперервними економічними та соціально-політичними змінами та різноманітними контекстами. Це особливо вірно, якщо

йдеться про конкретні зміни, що відбуваються під впливом туризму. Зростання туризму і туристичних потоків, поряд з глобалізаційними процесами, сприяло переформатуванню національної та місцевої ідентичності на макро- і мікрорівнях.

Сталий туризм пропонує оцінити ринкову можливість у розмірі 246 млрд дол США у 2022 р. на Близькому Сході. Місцеві громади, та усі хто залучені в виробничий процес можуть отримати вигоду від цієї можливості. Уряди ряду Близькосхідних країн мають намір розпочати трансформацію туристичної індустрії шляхом розбудови потенціалу, створення партнерств та інтеграції інструментів та процесів, які посилюють сталість, таких як сталі закупівлі. [42]

Сталий туризм вже відбувається. Наприклад, острови Гілі в Індонезії, архіпелаг з 3 невеликих островів, щороку приймають мільйони туристів. Подорожувати островом можна на кінних візках, велосипедах або пішки, оскільки всі моторизовані транспортні засоби на острові заборонені. Відновлення коралових рифів, захист тварин, переробка відходів та місцева зайнятість активно підтримуються після того, як виникла безпосередня загроза життю на островах. Ці заходи дозволяють туристам насолоджуватися природними пропозиціями островів без завіси забруднення, що додає величезної популярності цим островам. Це квінтесенція інтеграції сталого розвитку по всьому ланцюжку створення вартості в туризмі для досягнення зменшення впливу людської діяльності на планету. Сталий розвиток може надати унікальну можливість зберегти те, що в іншому випадку руйнує туризм.

Туризм – це орієнтована на розвиток, самодостатня галузь, що створює робочі місця та має значний позитивний вплив на економіку країни. Однак він також може створювати негативний вплив на навколишнє середовище, культурну спадщину, середовище проживання та його мешканців, якщо ним не управляти належним чином. Дослідження, опубліковане у 2018 р. журналом "Nature Climate Change", показало, що туризм відповідає за приблизно 8% світових викидів вуглецю, тоді як на нього припадає 10% світового ВВП. Сталий туризм є відповіддю на парадокс туризму, який

полягає в тому, щоб максимізувати його створення цінності та мінімізувати негативний вплив на природне та соціальне середовище. [3]

Для того, щоб скористатися можливостями сталого туризму, необхідно, щоб основні гравці (такі як готелі, заклади харчування, розважальні парки тощо) у туристичному секторі отримали належний розвиток потенціалу для створення дестинації сталого туризму. Міжнародні організації, такі як Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО), проводять тренінги для готелів, намагаючись підвищити кваліфікацію персоналу з питань сталого розвитку. Наприклад, ЮНВТО працює в Єгипті над підготовкою понад 30 готелів до впровадження практик сталого розвитку для зменшення вуглецевого сліду та взаємодії з місцевими громадами для покращення гендерної рівності та зайнятості.

Можливість полягає в партнерстві по всьому ланцюжку створення вартості. Багато незалежних агентств проводять аудит та сертифікацію зусиль зі сталого розвитку, що докладаються цими суб'єктами. У галузі з'явилася низка сертифікатів, які допомагають гравцям приватного сектору на шляху до дотримання принципів сталого розвитку, таких як Green Key, ЮНВТО, GSTC тощо. Їх метою є деталізація конкретних дій, які необхідно здійснити у вичерпному переліку таких сфер, як енергетика, вода, відходи, викиди вуглецю, а також деякі економічні та соціальні ініціативи.

За даними ЮНВТО глобальні міжнародні туристичні прибуття зросли більш ніж удвічі (+130%) у січні 2022 р. порівняно з 2021 р. На Близькому Сході спостерігалось зростання на 89% у січні 2022 р. порівняно з 2021 р. Туризм на Близькому Сході переживає безпрецедентне зростання, а такі країни, як Оман, отримують понад 10% свого загального ВВП від туризму. Географічно він пропонує все: від величезного пустельного ландшафту до мальовничих пляжів і гір. Регіон особливо важливий з точки зору культурного туризму, завдяки своїм унікальним історичним пам'яткам та археологічним об'єктам (таким як Петра, Йорданія).

У міру того, як світ оговтується від кризи, спричиненої COVID, і правила карантину послаблюються по всьому світу, ми бачимо збільшення попиту у всіх галузях, пов'язаних з туризмом. Приймаючі громади, національні уряди та туристичні компанії розпочали дискусії про те, як краще поважати межі екосистем з відновленням подорожей. Близький Схід лідирує в цьому питанні у світі. ЕКСПО-2020, що відбулася в Дубаї, стала подією, яка вивела питання сталого розвитку на передній план сучасних бізнес-практик. Виставка прийняла понад 15 млн відвідувачів та започаткувала місію сталого туризму у глобальному масштабі.

Згідно зі звітом Booking.com Sustainable Travel Report 2022 та дослідженням Sustainable Travel Study 2022 від Expedia Group, ми спостерігаємо зростання рівня сталого вибору серед мандрівників у всьому світі. Такі настрої стосуються і мандрівників на Близькому Сході.

Сталий туризм має потенціал для зміцнення сталого споживання та виробництва. Сталі закупівлі можуть відігравати провідну роль у сприянні кращому управлінню ресурсами та підвищенню ефективності використання ресурсів по всьому ланцюжку створення вартості в туризмі. Включаючи вимоги сталого розвитку в свої процеси закупівель, корпоративні покупці можуть подати потужний сигнал і підштовхнути ринки до більшої стійкості, а також допомогти розширити ринок більш стійких продуктів, послуг і робіт.

Циркулярні закупівлі – це гнучка та динамічна стратегія, яка зосереджена на повторному використанні, ремонті та переробці продукції. Циркулярні закупівлі сприяють створенню сприятливих умов для системи, яка створює цінність та соціальний добробут, зберігаючи при цьому ресурси на максимально можливому рівні протягом усього життєвого циклу.

Багато державних і приватних структур на Близькому Сході визнають виклики, що виникають у зв'язку зі зростанням туризму в регіоні, і вживають заходів для забезпечення сталого розвитку туризму.

Йорданія активно працює над розвитком соціального туризму. Королівство відіграє важливу роль у боротьбі зі зміною клімату і продовжує бути піонером у розумних ініціативах з відновлюваної енергетики. Марракеш – ще один популярний туристичний напрямок на Близькому Сході, який націлений на зелений туризм. Місто проводить багато екологічних заходів і відоме своїми зусиллями, спрямованими на те, щоб зробити місто більш стійким і зменшити його вуглецевий слід. Він отримав сертифікат ISO 14 011 за свої зусилля в галузі сталого туризму.

Уряди, приватний сектор і міжнародні агентства працюють над тим, щоб зробити цю мету реальністю, забезпечуючи сприятливу нормативно-правову базу, доступ до землі, фінансові інструменти і привабливий інвестиційний клімат, а також зручне транспортне сполучення. Єгипет та ОАЕ виводять питання сталого розвитку на перший план як країни, що приймають конференції COP 27 та 28 цього та наступного року. Приватний сектор користується цією можливістю, щоб продемонструвати свої ініціативи та драйв.

Прихильність ОАЕ до сталого розвитку відображається в їхніх зусиллях з підтримки екотуризму та захисту навколишнього середовища. Стартап ENVI lodges, заснований в ОАЕ, зосереджується на створенні відпочинкових комплексів, які мають низький вплив на навколишнє середовище і занурені в природу. Будиночки пропонують розкіш п'ятизіркових зручностей на незвіданих територіях з принципами сталого розвитку в основі. ОАЕ з нетерпінням чекають на проведення наступного року кліматичного саміту Cop28, на якому будуть розглянуті можливості створення більш стійкого і прогресивного економічного майбутнього за допомогою туризму.

Поєднання декількох факторів принесло процвітання з точки зору подорожей і туризму в цьому регіоні. З точки зору як кількості прибуттів міжнародних туристів, так і внеску подорожей і туризму у ВВП регіону, регіон демонструє приголомшливе зростання, яке розпочалося в середині 90-х рр. і триває донині, за винятком падіння попиту в 2010 р., спричиненого початком "арабської весни".

Розташування регіону вказують на те, що країни Близького Сходу знаходяться в центрі ключових світових регіонів та країн, таких як Європа, Північна Африка, Індія та Китай. Цей фактор сприяв формуванню міжнародних ділових зв'язків, які протягом багатьох років стимулювали економіку країн. Додатковим фактором, що сприяв такому розвитку і започаткуванню нових торговельних відносин для Близького Сходу, стала велика кількість енергоресурсів (особливо нафти), що пролягають через Аравійський півострів.

В цілому, Близький Схід ініціював урбанізацію та інші проекти розвитку, які сприяли створенню в регіоні інфраструктури та визначних пам'яток, необхідних для того, щоб почати пропонувати послуги з подорожей та туризму. Таким чином, країни Близького Сходу поступово прийняли відвідувачів і почали позиціонувати туристичний сектор як головну опору своєї економіки. Одним з наслідків такого сприятливого підходу до туризму стало створення як мегаполісів, так і міжнародних міст. Від Дубаю до Ер-Ріяду та Амману. Всі вони об'єднують такі ключові характеристики, як велика кількість населення, найсучасніша інфраструктура та відмінні транспортні мережі, які в цілому роблять ці міста привабливими для мандрівників з усього світу.

Створення та розвиток цих міст на Близькому Сході відповідає сучасній світовій тенденції, яка свідчить про те, що близько 50% населення світу сьогодні проживає у містах. Крім того, очікується, що у наступному десятилітті ця тенденція продовжуватиме зростати зі збільшенням кількості мегаполісів у всьому світі, а також збільшенням відсотку населення, що переїжджає на постійне місце проживання до міст. Таким чином, велика кількість відвідувачів великих мегаполісів Аравійського півострова надає можливість DESTINATIONAM регіону задовольнити більш космополітичні способи подорожей і ведення бізнесу.

Згідно з останнім Індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму, розробленим Всесвітнім економічним форумом, Близький Схід випереджає інші регіони переважно за показниками, пов'язаними з бізнес-середовищем і ціною

конкурентоспроможністю. У 2019 р. Близький Схід посів друге місце у сфері подорожей і туризму, продемонструвавши річні темпи зростання на рівні 5,3%. З точки зору країн, Оман показав найкраще поліпшення в таких аспектах, як міжнародна відкритість та екологічна стійкість. Тим часом, Сполучені Арабські Штати лідирують у сфері повітряного транспорту та інфраструктури туристичного обслуговування. Так само Саудівська Аравія досягла найкращих загальних показників у регіоні за всіма показниками з подорожей та туризму, що містяться у звіті. [7]

Випадок Саудівської Аравії є найкращим прикладом, що демонструє зростання, яке переживає дестинація на Близькому Сході. Це Королівство розробило інноваційну туристичну стратегію, яка розширила національний сектор подорожей та туризму приблизно на 15%, одночасно підтримуючи 1,5 млн робочих місць у 2019 р. Цей план має на меті відкрити країну для світу, інвестуючи в гіга-проекти, спрямовані на утримання як саудівських мандрівників, так і міжнародних відвідувачів. Паралельно з цим, згадана стратегія зосереджує зусилля на розвитку як халяльного туризму, так і релігійного туризму шляхом видачі більшої кількості віз, в тому числі і нетуристичних. Загалом, Саудівська Аравія прагне залучити 100 млн відвідувачів до 2030 р. і позиціонувати себе як значного конкурента для інших дестинацій, таких як Сполучені Арабські Штати.

Іншим прикладом для аналізу є Дубай. Ця дестинація являє собою один з найважливіших авіаційних хабів не тільки на Близькому Сході, але й у світі. Місто досягло цього статусу завдяки залученню мандрівників з ключових ринків, таких як Китай та Індія, завдяки прямим рейсам та спрощенню процедур отримання віз. У той же час, мегаполіс розробив готелі світового класу та роздрібну торгівлю, а також інші атракції та враження, які мають на меті залучити різні сегменти подорожей від сімей до культурних туристів.

Хоча для відновлення рівня туристичних витрат на Близькому Сході до рівня, що існував до COVID-19, може знадобитися до трьох років, регіон продовжує рухатися вперед на шляху до відновлення. Два аспекти, які мають значення для

Близького Сходу, включають авіацію і події. Авіакомпанії з регіону, такі як Emirates, Qatar Airways або Etihad Airways, посідають перші місця у списках найкращих світових авіакомпаній за якістю послуг, які вони надають. Ці авіаперевізники здатні забезпечити повітряне сполучення в регіоні, а також всі вони вжили заходів, які сприяють безпечному поверненню з міжнародних подорожей, таких як тестування проїзних квитків, які надають надійні докази того, що пасажери були вакциновані або отримали негативний результат тесту перед польотом. Так само Близький Схід є світовим еталоном для індустрії ділового туризму та ділових поїздок (MICE). Незважаючи на те, що пандемія зупинила організацію та святкування великих подій, регіон демонструє свою стійкість, демонструючи широку їх пропозицію. Від проведення Чемпіонату світу з футболу в Катарі до святкування гібридних подій, критично важливих для туристичного сектору, таких як Арабський туристичний ринок в Дубаї.

Роль і вплив дестинацій Близького Сходу в сьогоденні і майбутньому глобальних подорожей не викликає сумнівів. У міру того, як повернення подорожей з метою відпочинку в усьому світі стає все ближчим і продовжують з'являтися нові типи мандрівників, цей регіон демонструє дорожню карту відновлення після зняття глобальних обмежень на подорожі. Реакція регіону на кризу, яка вразила туристичну галузь, є досить чіткою. Чітко визначені туристичні стратегії, інвестиції в гіга-проекти, розвиток чудових авіаційних хабів, організація заходів світового рівня та застосування заходів з підвищення конкурентоспроможності.

Вище сказане можна підсумувати так – Близький Схід є регіоном можливостей. Держави, що займають лідерські позиції впроваджують і застосовують велику кількість ідей, що відповідають викликам часу та ситуації в світі. Важливим є те, що рушійною силою змін є уряд.

3.3. Авторська концепція впровадження позитивних практик розвитку туризму країн Близького Сходу в Україні

Український туризм має потужний потенціал, проте, на сьогодні він розкритий не у повній мірі. У 2021 р. туристичні потоки України почали відроджуватися (у порівнянні з 2020 р.) , кількість туристів склала 4,3 млн, з яких 70% були європейцями. Також була реалізована програма залучення іноземних мандрівників і відкриття нового туристичного ринку, що ініціювалася за підтримки керівництва України. Проте, дедалі частіше до просування вітчизняної сфери туризму почали долучатися приватні підприємці, бізнес-структури та професіонали туристичної індустрії. Варто вказати, що українському туризму бракує цілісного національного нарративу та відповідних підходів.

Важливим етапом у вітчизняній сфері туризму було приєднання Державного агентства розвитку туризму до Європейської туристичної комісії (ЕТС). Основною місією ЕТС є представлення інтересів національних туристичних органів у Європі, просування європейських країн як туристичних напрямків у всьому світі та надання своїм членам унікального досвіду і міцної основи для стратегічної співпраці та обміну досвідом. Рішення про додаткове членство України в ЕТС дозволить ДАРТ використовувати всі ресурси цієї організації та залучати інвестиції й кошти в будівництво туристичних локацій. Протягом останніх місяців команда ДАРТ доклала значних зусиль, щоб глибше інтегрувати туристичне середовище України у європейську спільноту , а також співпрацювати з десятками ключових країн світу.

Тому, виходячи з вищевказаних обставин, доцільно також запровадити певні ініціативи та позитивні практики розвитку туризму, запозичивши їх з країн Близького Сходу.

Країни Близького Сходу розуміють важливу роль туризму в економічній диверсифікації, зростанні та створенні робочих місць. Останніми роками вони зосередилися на вдосконаленні своєї туристичної інфраструктури та пропозицій, а також на широкому маркетингу своїх туристичних напрямків. Однак продуктивність часто не відповідає амбіціям. За винятком Бахрейну та ОАЕ, які приваблюють велику чисельність відвідувачів, ці країни не приймають стільки туристів, скільки могли

б. Пандемія COVID-19 ще більше зменшила їх кількість. Проте масштаб довгострокової можливості залишається незмінним.

Отже, варто почати з визначення національного туристичного бачення та плану розвитку туризму країни. Такі плани повинні включати наступні ключові цілі (рис. 3.1.). Прикладом може слугувати досвід Саудівської Аравії, вона планує залучити 100 млн внутрішніх і міжнародних туристів до 2030 р., а також збільшити внесок цього сектора з 3% ВВП до 10%.

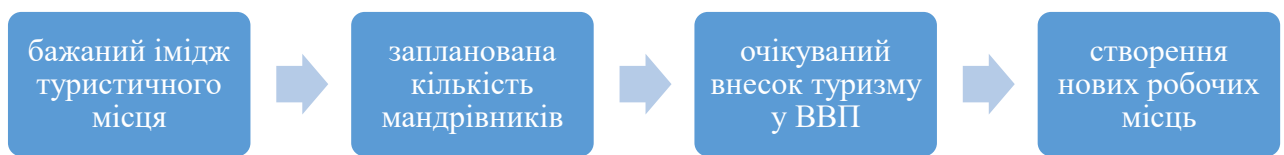


Рис. 3.1. Ключові цілі модернізації туристичної галузі країни.

Джерело: сформовано автором.

Наступним кроком є запровадження ефективного управління. Це сприятиме узгодженню зусиль всіх відповідних державних і приватних зацікавлених сторін, забезпеченню їхньої колективної та послідовної відданості у досягненні встановленого бачення та у полегшенні реалізації планів. Зацікавлені сторони включають державні органи, туристичні гравці, такі як авіакомпанії, готелі та місця проведення заходів, туристичні об'єкти (парки, музеї, замки, садиби тощо) а також туристичні послуги (турагенти та туроператори).

Третій крок полягає в тому, щоб уряди точно визначили, на які категорії туристів вони хочуть орієнтуватися, враховуючи їхні вихідні ринки та соціально-демографічні профілі. Вибрані категорії повинні складатися з тих мандрівників, яких найбільше привабить те, що може запропонувати країна, тих, хто може зробити найбільш значний економічний внесок, і тих, хто може подорожувати регіоном відносно легко. У випадку з Україною, найбільш популярним є медичний, оздоровичий, пізнавальний

та зелений туризм. Саме ці напрямки можуть стати опорою для визначення позиціонування країни з туристичної точки зору.

Четвертий крок спрямований на підвищення привабливості туристичних продуктів і досвіду, а також на гарантію того, що обрана локація спроможна приймати туристів. Туристичні продукти повинні відповідати новим тенденціям і перевагам цільових туристичних сегментів. Це можуть бути продукти, засновані на внутрішніх атрибутах, таких як культура, спадщина або клімат. Можуть бути розроблені інші пропозиції. Наприклад, міський та діловий туризм виграє від підвищення привабливості торговельних, конференц-центрів або розважальних закладів.

Країні необхідно оцінити, наскільки вона готова прийняти своїх цільових туристів і надати їм те, чого вони прагнуть. Є багато аспектів цієї готовності, таких як якість розміщення та ресторанів, наявність першокласних туристичних послуг та заходів, висококваліфікований персонал, ефективна транспортна інфраструктура, а також стандарти безпеки, охорони здоров'я та навколишнього середовища.

П'ятий крок – залучення та спонукання туристів приїхати до України. Суть полягає в тому, щоб звичайні одноразові бронювання поїздок перетворювати на туристів, які стануть постійними відвідувачами країни. Для цього потрібне проведення ретельних і поглиблених маркетингових і рекламних кампаній, спрямованих на підвищення інтересу мандрівників до конкретних вихідних ринків, встановлення правильних каналів розподілу, сприяння конвертації інтересів у бронювання та забезпечення транспортного сполучення до місця призначення.

Досить важливим аспектом, який необхідно враховувати про розробленні такого системного підходу, є вимога до використання цифрових технологій, яку уряди повинні включати на кожному етапі розвитку туризму. Пандемія посилила критичну роль цифрових технологій, дозволяючи здійснювати безконтактні та безпечніші подорожі.

Отож, підсумовуючи, доцільно вказати, що зазначені кроки необхідно повинна постійно оновлювати та переглядати їх, щоб посилити свою ефективність у

внутрішньому та міжнародному туризмі. Розроблені етапи рекомендовано використовувати у розвиток туристичної галузі України, таким чином відбудеться зростання обсягів туристичних потоків та пришвидшення у відновленні сфери туризму в цілому після закінчення війни з Російською Федерацією.

Отже, можна дійти висновку, що країни Близького Сходу слугують прикладом для наслідування у своєму прагненні вивести туристичну індустрію на більш вищий, інноваційніший щабель. Регіон інтенсивно рухається у напрямі розкриття широкого спектру інвестиційних можливостей для вітчизняних і міжнародних інвесторів у низці секторів, включаючи туризм і готельний бізнес. Це, у свою чергу, створить робочі місця для місцевої громади та сприятиме туристичним та інвестиційним можливостям регіону. Такі кроки сприятимуть також розвитку природної та культурної спадщини та перетворить регіон на туристичний напрямок світового класу для відвідувачів з усього світу. Такі кроки є безперечно позитивними та вартують того, аби запровадити цей досвід у вітчизняну практику розвитку туризму.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження туристичного регіону Близький Схід, автор дійшов наступних висновків.

1. Встановлено, що термін «туристичний регіон» є досить широким та може інтерпретуватись по-різному. Тлумачення вказаного поняття не має істотних розбіжностей у працях зарубіжних науковців. Тому, в якості підтвердження, можна навести визначення українських вчених-туризмознавців, які вважають, що туристичний регіон характеризується, перш за все, туристичною діяльністю що є своєрідною для конкретного регіону групи країн або територій з однаковими умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичного освоєння.

2. Визначено, що яскравим прикладом прориву туристичної сфери та рушієм для розвитку регіоналізму були Всесвітні туристичні виставки. Зростання масового туризму наприкінці 1920-х і 1930-х років також зіграло значну роль в піднесенні регіональної культури в туристичних районах. У міжвоєнний період багато торговельних союзів, політичних рухів та церков організували екскурсії та свята для своїх і цей вид соціального туризму продовжував процвітати й після війни.

3. Встановлено, що нині політична та соціальна стабільність є під загрозою в усьому світі. У глобальному середовищі, що погіршується, економіки Близького Сходу та Центральної Азії (Близького Сходу та Центральної Азії) теж зазнають ударів внаслідок злиття потрясінь: глобальне уповільнення, високі та нестабільні ціни на продовольство та енергію, швидше та сильніше, ніж очікувалося, посилення фінансових умов, і ризик фрагментації.

4. З'ясовано, що туризм є життєво важливою частиною економіки Близького Сходу, з місцями паломництва та туристичними пам'ятками, які щороку приваблюють мільйони відвідувачів і мільярди доларів у регіон. Туристичний ринок Близького Сходу, станом на 2022 р. становить 246 млрд доларів США, прогнозується, що оцінка зросте на 5%, а в 2032 р. Збільшиться й до 400,71 млрд доларів США. Тому,

очікується, що в майбутньому частка туристичного ринку Близького Сходу зросте, з огляду на те, як держави-лідери регіону стрімко розвиваються. Таке зростання однозначно позитивно вплине на загальний образ регіону на світовому туристичному ринку.

5. Визначено, що чим сильніші позиції держави в туризмі, тим більше інформації висвітлюється на загал і тим більше законодавчих механізмів створюється. Всі види діяльності, які відносяться до туристичної індустрії, зараз регулюються. Кожен, хто бажає здійснювати підприємницьку діяльність у цій галузі, повинен отримати відповідну ліцензію Комісії та мати всі необхідні дозволи.

6. Проаналізовано, що події та зміни, які відбуваються в арабському світі, мають значний вплив на економічну реальність, а криза охопила багато секторів, найважливішим з яких є туризм. Туристичний сектор вважається стратегічним у багатьох країнах, включаючи Туніс, Єгипет і Сирію, яка залишається однією з найпомітніших арен "арабської весни". Той факт, що ці країни не є нафтовими і бідними на природні ресурси, значною мірою вплинув на їхні доходи від туризму, які значно знизилися у порівнянні з ситуацією, що існувала до нещодавніх політичних перетворень.

7. Встановлено, що роль і вплив дестинацій Близького Сходу в сьогоденні і майбутньому глобальних подорожей тільки зростатиме. Реакція регіону на кризу, яка вразила туристичну галузь, є досить чіткою. Чітко визначені туристичні стратегії, інвестиції в гіга-проекти, розвиток інноваційних авіаційних хабів, організація заходів світового рівня та застосування заходів з підвищення конкурентоспроможності.

8. Розроблено авторську концепцію розвитку туризму, внаслідок якої відбудуться позитивні зрушення у вітчизняній туристичній галузі, зокрема, зростання обсягів туристичних потоків, створення нових робочих місць у сфері туризму та цифровізація туристичних процесів та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Інститут історії України. Нація. URL: <https://cutt.ly/30qTOiw> (дата звернення 25.10.2022)
2. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М. Литвина. К.: Видавничий Дім "Слово", 2006. С. 372.
3. AESG. Sustainable Tourism in the Middle East. URL: <https://aesg.com/perspective/sustainable-tourism-in-the-middle-east/> (дата звернення 22.11.2022)
4. Al-Omari I, Ali M, Mahmoud R, Jawabreh O. The Arab spring impacts on the Jordanian hotels sector. International Journal of Humanities and Social Science. 2015. 5(44). P.159-171.
5. Alsarayreh M, Jawabreh O, Helalat M. The influence of terrorism on the international tourism activities. European Journal of Social Sciences. 2010.
6. Angel K, Menéndez-Plans C, Orgaz-Guerrero N. Risk management: Comparative analysis of systematic risk and effect of the financial crisis on US tourism industry: Panel data research. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2018.
7. ATM: New ideas, technology and inclusivity to drive Middle East tourism sector. URL: <https://bit.ly/3iEtc1t> (дата звернення 23.11.2022)
8. Australian tourism region data profiles. URL: <https://www.tra.gov.au/regional/tourism-region-profiles/tourism-regional-profiles> (дата звернення 22.10.2022)
9. BNC Publishing. Special report: Bringing the world to Saudi. URL: <https://bncpublishing.net/saudi-report/> (дата звернення 21.11.2022)
10. Business Management. Could Saudi Arabia Become the Next Tourism Leader in the Middle East? URL: <https://bit.ly/3FFMjBq> (дата звернення 01.11.2022)
11. Cultural and Heritage Tourism in the Middle East and North Africa. URL: <https://bit.ly/3W9cK89> (дата звернення 01.11.2022)

12. Driving Economies: Breaking down the significance of the global tourism industry. URL: <https://bit.ly/3BL8a8n> (дата звернення 01.11.2022)
13. Dubai Tourism Strategy 2020. URL: <https://bit.ly/3iKHuh7> (дата звернення 22.11.2022)
14. Economic Assessment of Tourism in the Arab Middle East Region. Dr. Ahmad A. Assaf. URL: <https://bit.ly/3PtX0ul> (дата звернення 23.11.2022)
15. Entrepreneur. Bringing the world to Saudi: a new entrepreneur Middle east report looks into Arabia's US \$1 trillion investment in the tourism industry. URL: <https://www.entrepreneur.com/en-ae/news-and-trends/bringing-the-world-to-saudi-a-new-entrepreneur-middle-east/427193> (дата звернення 21.11.2022)
16. Environment and Tourism, Second Edition. Andrew Holden. URL: <https://cutt.ly/Q0qYgw1> (дата звернення 25.10.2022)
17. Eric Storm. Tourism and the Construction of Regional Identities. <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/access/item%3A2975365/view> (дата звернення 11.11.2022)
18. European Institute of the Mediterranean. IEMed Mediterranean Yearbook 2019. URL: <http://surl.li/dzwmwy> (дата звернення 27.11.2022)
19. FAO's Global Information System on Water and Agriculture. Regional Overview of Middle East. URL: <https://www.fao.org/aquastat/en/countries-and-basins/regional-overviews/middle-east> (дата звернення 19.10.2022)
20. Feridun M. Impact of terrorism on tourism in Turkey: Empirical evidence from Turkey. Applied Economics. 2011.
21. Financial Times. Middle Eastern economy. URL: <https://www.ft.com/middle-eastern-economy> (дата звернення 23.11.2022)
22. Frederick F. Wherry, in International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition). 2015.
23. Future of Business Travel in the Middle East. URL: <https://bit.ly/3FGNuAK> (дата звернення 01.11.2022)

24. GCC Economic Update – April 2022. URL: <https://bit.ly/3W8bC4j> (дата звернення 21.11.2022)
25. González-Herrero A, Pratt C. Preventive marketing for crisis communications in tourism: Management strategies in the USA and Spain. *Journal of Communication Management*. 1998. 3(1). P. 9-25.
26. Government Resources and International Information: Middle East. URL: https://library.louisville.edu/ekstrom/gov_intl/mideast (дата звернення 23.11.2022)
27. Governments of the Arab East. URL: <https://www.jstor.org/stable/24354907> (дата звернення 23.11.2022)
28. How the Travel Industry Can Effectively Serve Middle Eastern Travelers. URL: <http://surl.li/dzmym> (дата звернення 28.11.2022)
29. Hudson, R. 'Regional development: uneven regional development.', in *International encyclopaedia of human geography*. Amsterdam: Elsevier. 2009. P. 18-23.
30. ICAEW. Economic Update: Middle East. URL: <https://bit.ly/31HjZsg> (дата звернення 23.11.2022)
31. Inbound visitor growth in the Middle East from 2011 to 2024. Statista. URL: <http://surl.li/dzmyc> (дата звернення 28.11.2022)
32. Kuwait. URL: <https://bit.ly/3VZJoZA> (дата звернення 21.11.2022)
33. Little John R. *Crisis Management: A Team Approach*. New York: AMA; 1993.
34. Liu B, Pennington-Gray L, Klemmer L. Using social media in hotel crisis management: The case of bed bugs. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2015;6(2):102-112.
35. Md Azmeary Ferdoush, in *International Encyclopedia of Human Geography*. (Second Edition). 2020.
36. MENA Economic Update. URL: <https://bit.ly/3iLbqtz> (дата звернення 21.11.2022)
37. MENA Economic Update: Reality Check: Forecasting Growth in the Middle East and North Africa in Times of Uncertainty. URL: <https://bit.ly/3UONfaS> (дата звернення 21.11.2022)

38. Middle East Economy Watch. November 2022. URL: <https://pwc.to/3VQbHtR> (дата звернення 26.11.2022)
39. Middle East Tourism Market Outlook (2022-2032). URL: <http://surl.li/dzmyw> (дата звернення 28.11.2022)
40. Middle East travel sector to see 3.6m more jobs in next 10 years: WTTC. URL: <https://www.arabnews.com/node/2079261/business-economy> (дата звернення 23.11.2022)
41. Middle East & North Africa. Economics. URL: <https://world101.cfr.org/rotw/middle-east/economics> (дата звернення 21.11.2022)
42. Middle East's Travel & Tourism sector could grow to US\$246 billion in 2022, says WTTC. URL: <https://bit.ly/3VL90K9> (дата звернення 22.11.2022)
43. Middle East. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Middle_East#Territories_and_regions_usually_considered_within_the_Middle_East (дата звернення 25.10.2022)
44. Middle Eastern Culture. URL: <http://surl.li/dznbb> (дата звернення 26.11.2022)
45. Middle Eastern Destinations Lead Global Travel Recovery. URL: <http://surl.li/dzmwe> (дата звернення 22.11.2022)
46. Middle Eastern Economies. Oxford Economics. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/region/the-middle-east/> (дата звернення 01.11.2022)
47. Morocco's Economic Update – April 2022. URL: <https://bit.ly/3BorlEE> (дата звернення 21.11.2022)
48. O'Connor N. Crisis Management in the Tourism Industry—Beating the odds? International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2010. 22(4). P.582-584.
49. Pforr C, Hosie P. Crisis management in the tourism industry: Beating the odds? Disaster Prevention and Management: An International Journal. 2010. 19(4).

50. Ray Hudson, in *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)*. 2020.
51. Regional economic outlook. Mounting Challenges, Decisive Times. Middle East and Central Asia. URL: <https://bit.ly/3Ho9qBG> (дата звернення 21.11.2022)
52. Regional identities. URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/regional-identity> (дата звернення 11.11.2022)
53. Regional report on women in tourism in the Middle East. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/middle-east> (дата звернення 27.11.2022)
54. Regionalism in history, 1890-1945: The cultural approach Storm, H.J. (Storm, H. J. (2003). Regionalism in history, 1890-1945: The cultural approach. *European History Quarterly*. P. 251-266.
55. Regionalism in history, 1890-1945: The cultural approach. Storm H.J. URL: <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/access/item%3A2857828/view> (дата звернення 11.11.2022)
56. Saarinen, Jaarko, "The Social Construction of Tourist Destinations: The Process of Transformation of the Saariselkä Tourism Region in Finnish Lapland", in *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism*, ed. Greg Ringer (London: Routledge, 1998), 159.
57. Saudi Arabia tops Arab countries for most tourists in 2022: WTO. URL: <http://surl.li/dznak> (дата звернення 28.11.2022)
58. Storm, H. J. (2003). Regionalism in history, 1890-1945: The cultural approach. *European History Quarterly*. P. 251-266.
59. The Asymmetric Impact of Oil Prices on Unemployment in the MENA Region. URL: <https://bit.ly/3W51REd> (дата звернення 21.11.2022)
60. The Middle East and its role in the global economy. URL: <https://www.mei.edu/publications/middle-east-and-its-role-global-economy> (дата звернення 01.11.2022)

61. The most famous wonderful tourism destinations in the Arab world. URL: <http://surl.li/dzmym> (дата звернення 28.11.2022)
62. The New Tourism Law and Saudi Arabia's Renewed Commitment to Tourism. URL: <https://bit.ly/3YdYGf6> (дата звернення 22.11.2022)
63. The Rise of a New Tourism Dawn in the Middle East. URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=102120> (дата звернення 27.11.2022)
64. The State Agency for Tourism Development of Ukraine will become a member of the European Tourism Commission. URL: <http://surl.li/dzmwb> (дата звернення 27.11.2022)
65. Tourism Development – A New Priority for Ukraine. URL: <https://traveltoukraine.org/news/tourism-development-a-new-priority-for-ukraine/> (дата звернення 27.11.2022)
66. Tourism in the Arabian Gulf Region – Present Situation, Chances and Restraints. URL: <https://www.jstor.org/stable/41143722> (дата звернення 28.11.2022)
67. Tourism in Middle East and North Africa: A Strategy to Promote Recovery, Economic Diversification and Job Creation. URL: <https://bit.ly/3FEHIPO> (дата звернення 23.11.2022)
68. Tourism in the Middle East: Conflicts, Crises and Economic Diversification, Some Critical Issues. URL: <http://surl.li/dzmxl> (дата звернення 27.11.2022)
69. Tourism Research Australia. Tourism regions. URL: <https://www.tra.gov.au/regional/tourism-regions/tourism-regions> (дата звернення 17.10.2022)
70. Travel and tourism. Formation of Emirates Tourism Council. URL: <https://u.ae/en/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/travel-and-tourism> (дата звернення 22.11.2022)
71. Travel. State. Gov. Yemen Travel Advisory. URL: <https://bit.ly/2Yv1V2i> (дата звернення 22.11.2022)

- 72.UNESDOC. Tourism, culture and development in the Arab region: supporting culture to develop tourism, developing tourism to support culture. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000118316> (дата звернення 28.11.2022)
- 73.UNWTO. About us. URL: <https://www.unwto.org/about-us> (дата звернення 10.10.2022)
- 74.U.A.E. Changes Laws to Attract Foreign Tourists and Investment. URL: <https://nyti.ms/3HoC9Gs> (дата звернення 22.11.2022)
- 75.Visit Capricorn. Central Queensland. URL: <https://www.visitcapricorn.com.au/> (дата звернення 23.10.2022)
- 76.Visiting the Middle East: Customs and Culture. URL: <https://www.pilotguides.com/articles/visiting-the-middle-east-customs-and-culture/> (дата звернення 26.11.2022)
- 77.Waleed Hazbun. Visions and Mirages of Tourism in the Middle East. URL: <https://bit.ly/3BptsrE> (дата звернення 23.11.2022)
- 78.What does "regional tourism" mean? URL:<https://www.quora.com/What-does-regional-tourism-mean> (дата звернення 10.10.2022)
- 79.What is tourist region? URL: <https://whatdoesmean.net/what-is-tourist-region/> (дата звернення 17.10.2022)
- 80.WTM Global Hub. The expansion of travel and tourism in the Middle East. URL: <https://hub.wtm.com/blog/destinations/the-expansion-of-travel-and-tourism-in-the-middle-east/> (дата звернення 21.11.2022)
- 81.Yemen Legal Profile. URL: <https://proeliumlaw.com/yemen-legal-country-profile/> (дата звернення 22.11.2022)

ДОДАТОК А

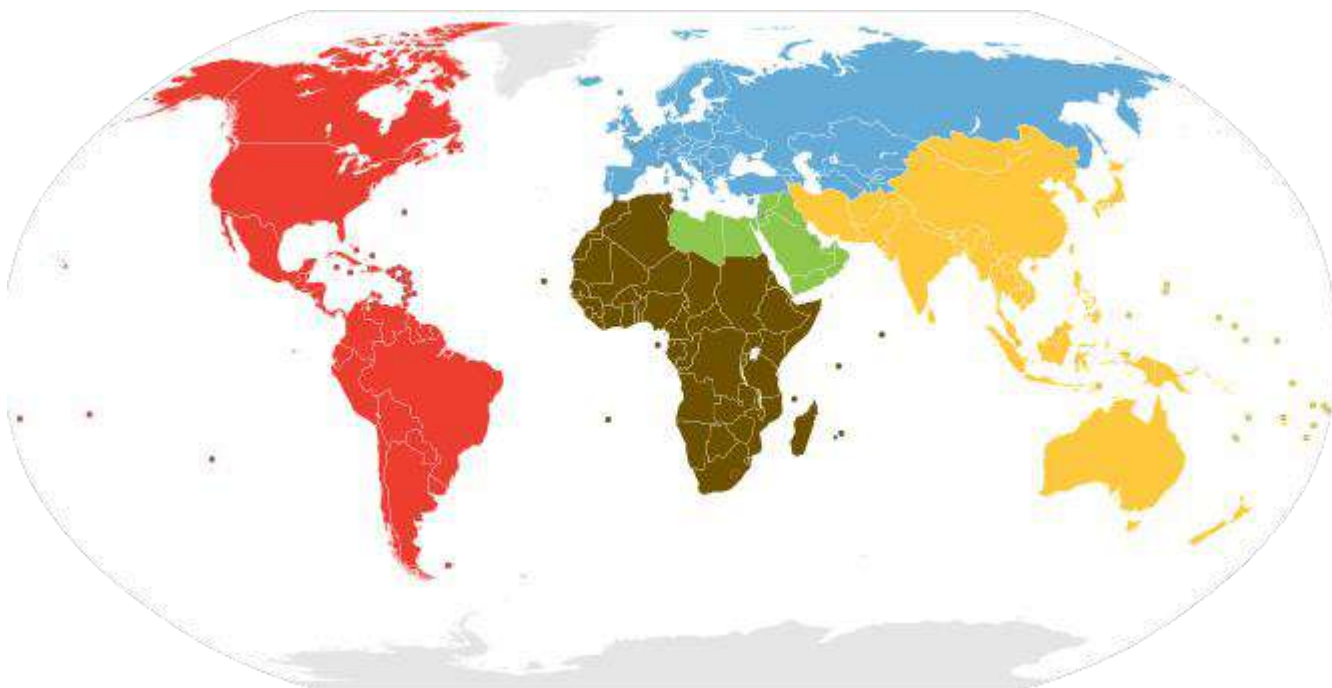


Рис. 1. Зображення 5 туристичних регіонів, згідно з класифікацією ВТО.
Джерело: [73].

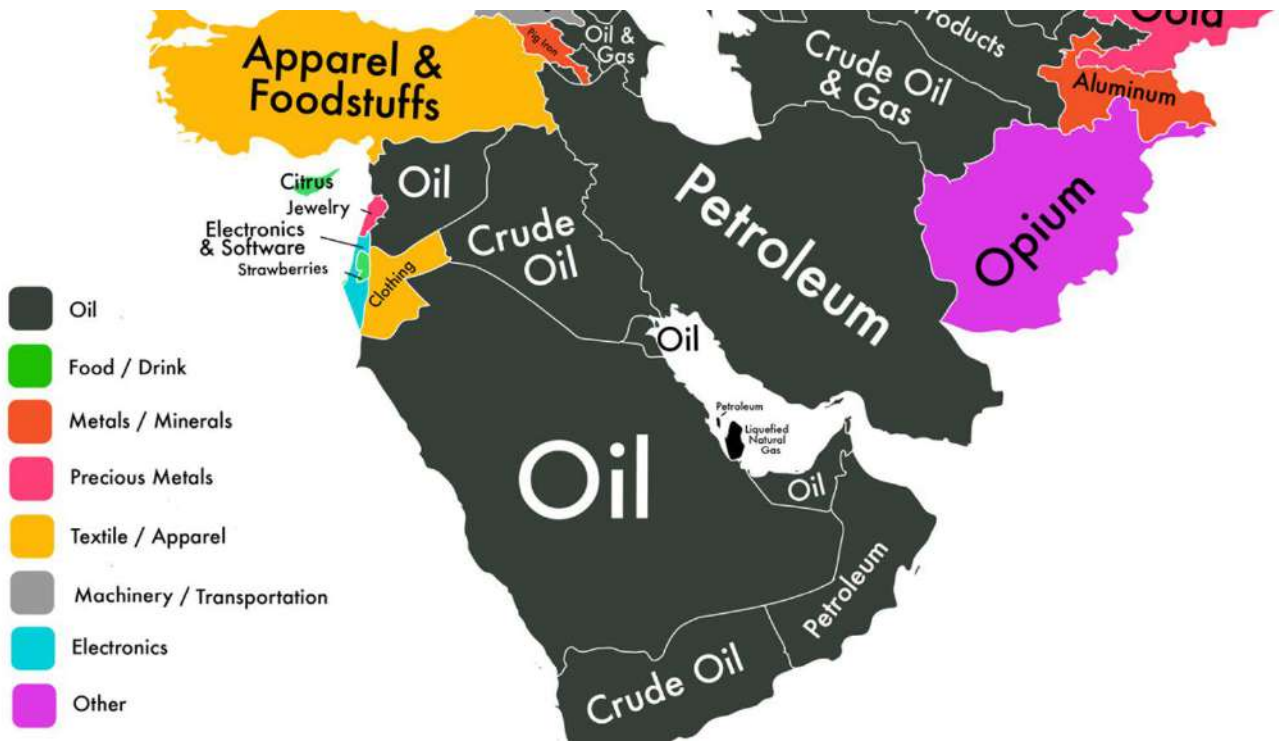


Рис. 2. Зображення головних напрямів промисловості Близького Сходу.
Джерело: [38].