

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ БЛИЖНЕГО ВОСТОКА В 2000–2024 ГГ.: РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Получено: 17.10.2025

Доработано: 19.12.2025

Принято: 26.12.2025

УДК 378.1

JEL O32

DOI <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2025-8-4-82-96>**Крюкова Елена Михайловна**

Канд. экон. наук, зав. каф. журналистики, рекламы и связей с общественностью

Российский государственный социальный университет, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-3734-7206

E-mail: lena-krukova@yandex.ru**Соловьев Андрей Петрович**

Канд. пед. наук, эксперт Центра ресурсного обеспечения научных исследований

Российский государственный социальный университет, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-5628-4087

E-mail: andrey476_85@mail.ru**Путрик Юрий Степанович**

Д-р ист. наук, канд. геогр. наук, главный эксперт Центра ресурсного обеспечения научных исследований

Российский государственный социальный университет, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-1053-8595

E-mail: putrik@list.ru

АННОТАЦИЯ

Представлен комплексный статистический, экономико-географический и культурологический анализ международного туризма в странах Ближнего Востока за период 2000–2024 гг. Исследование базируется на систематизации данных Всемирной туристской организации (с января 2024 г. – ООН-туризм), Всемирного банка, Международного валютного фонда, Организации арабского туризма и национальных статистических ведомств. Целью настоящего исследования является выявление ключевых тенденций развития въездного туризма, факторов территориальной концентрации туристских потоков и определение влияния туризма на макроэкономическую устойчивость региона. Особое внимание уделено пространственно-временной динамике туристских прибытий, изменению структуры туристских доходов и роли туризма в постнефтяной экономике стран Персидского залива. Анализ показал, что в 2000–2024 гг. объем международных прибытий вырос более чем втрое, а вклад туризма в валовой внутренний продукт региона достиг 9,7 %. Наиболее высокие темпы роста демонстрируют Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия и Египет, где туризм становится элементом стратегии «мягкой силы» и инструментом продвижения национальной культурной идентичности. Проведен межстрановой сравнительный анализ по показателям занятости, инвестиционной активности и диверсификации туристских продуктов. Показано, что цифровизация и культурное позиционирование стран оказывают решающее влияние на их конкурентоспособность в мировой туристской иерархии. Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к оценке туристского потенциала Ближнего Востока как интегративного показателя экономической диверсификации и культурного развития. Полученные результаты могут служить аналитической основой для формирования национальных и межгосударственных программ устойчивого туризма в регионе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Ближний Восток, международный туризм, статистика, культурная география, региональные различия, экономика туризма, цифровизация туризма, устойчивый туризм

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья выполнена в рамках государственного задания от 27 декабря 2023 г. № 075–00096-24-00 и Соглашения о предоставлении субсидии федеральному бюджетному или автономному учреждению на финансовое обеспечение выполнения государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) от 17 января 2024 г. № 075-03-2024-043 на выполнение фундаментального научного исследования по теме: «Современное состояние международного туризма (2000–2024 гг.) во всех странах Ближневосточного региона: статистический, географический и культурологический анализ распределения и использования туристского потенциала в странах Ближнего Востока».

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Крюкова Е.М., Соловьев А.П., Путрик Ю.С. Статистические тренды международного туризма в странах Ближнего Востока в 2000–2024 гг.: региональные различия и макроэкономические последствия//E-Management. 2025. Т. 8, № 4. С. 82–96.

© Крюкова Е.М., Соловьев А.П., Путрик Ю.С., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

STATISTICAL TRENDS OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE MIDDLE EAST IN 2000–2024: REGIONAL DIFFERENCES AND MACROECONOMIC CONSEQUENCES

Received 17.10.2025

Revised 19.12.2025

Accepted 26.12.2025

Elena M. Kryukova

Cand. Sci. (Econ.), Head of the Journalism, Advertising and Public Relations Department

Russian State Social University, Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-3734-7206

E-mail: lena-kryukova@yandex.ru**Andrey P. Solovyov**

Cand. Sci. (Ped.), Expert of the Center for Scientific Research Resource Support

Russian State Social University, Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-5628-4087

E-mail: andrey476_85@mail.ru**Yuri S. Putrik**

Dr. Sci. (Hist.), Cand. Sci. (Geogr.), Chief Expert of the Center for Research Resources

Russian State Social University, Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-1053-8595

E-mail: putrik@list.ru**ABSTRACT**

A comprehensive statistical, economic, geographical, and cultural analysis of international tourism in the Middle East for the period 2000–2024 has been carried out. The study is based on systematization of data from the UNWTO (renamed in UN Tourism as of January 2024), the World Bank, the IMF, the Arab Tourism Organization, and national statistical agencies. The purpose of the study is to identify key trends in inbound tourism development and factors of territorial concentration of tourist flows and to determine the impact of tourism on regional macroeconomic stability. Special attention has been paid to the spatial and temporal dynamics of tourist arrivals, changes in the tourist income structure, and the role of tourism in the post-oil economy of the Persian Gulf countries. The analysis showed that in 2000–2024, the volume of international arrivals more than tripled, and the contribution of tourism to the region's GDP reached 9.7%. The UAE, Saudi Arabia, and Egypt are showing the highest growth rates, where tourism is becoming an element of the soft power strategy and a tool for promoting national cultural identity. A cross-country comparative analysis has been conducted on indicators of employment, investment activity, and tourist products diversification. It has been shown that digitalization and cultural positioning of countries have a decisive impact on their competitiveness in the global tourism hierarchy. The scientific novelty of the research lies in an integrated approach to assessing the tourism potential of the Middle East as an integrative indicator of economic diversification and cultural development. The obtained results can serve as an analytical basis for forming national and interstate programs of sustainable tourism in the region.

KEYWORDS

Middle East, international tourism, statistics, cultural geography, regional differences, tourism economics, digitalization of tourism, sustainable tourism

ACKNOWLEDGEMENTS

The article was prepared under the State Assignment No. 075–00096-24-00 dated December 27, 2023, and the Subsidy Agreement No. 075-03-2024-043 dated January 17, 2024, on providing the federal budgetary or autonomous institution the financial support of the state assignment to provide public services (perform works) within the framework of a fundamental scientific research project titled: “The Current State of International Tourism (2000–2024) Across All Countries of the Middle Eastern Region: A Statistical, Geographical, and Cultural Analysis of the Distribution and Utilization of Tourism Potential in the Middle East”.

FOR CITATION

Kryukova E.M., Solovyov A.P., Putrik Yu.S. (2025) Statistical trends of international tourism in the middle east in 2000–2024: regional differences and macroeconomic consequences. *E-Management*, vol. 8, no. 4, pp. 82–96. DOI: 10.26425/2658-3445-2025-8-4-82-96



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Современная туристская отрасль представляет собой один из ключевых драйверов глобальной экономики и одновременно важнейший инструмент межцивилизационного взаимодействия, культурной коммуникации и формирования позитивного имиджа государств. По данным Всемирной туристской организации (далее – UNWTO), совокупный вклад туризма в мировой валовой внутренний продукт (далее – ВВП) составляет около 9,1 %, а число занятых в отрасли превышает 320 млн чел. (в январе 2024 г. Всемирная туристская организация была переименована в UN Tourism («ООН-туризм»). В статье используется прежнее название – UNWTO – для согласования с историческими источниками).¹ Туризм становится не просто экономической категорией, а многомерным социокультурным и пространственным феноменом, в котором пересекаются экономика впечатлений, креативные индустрии, цифровые технологии и культурное наследие [Радван, Гузикова, 2020; Радван, 2022].

Ближневосточный регион в этом контексте представляет собой уникальную территорию, где сосуществуют древнейшие цивилизации – месопотамская, персидская, арабская, византийская – и одновременно формируются центры новейшей постиндустриальной урбанизации [Воронина, 2023]. Здесь можно наблюдать процесс одновременного действия архаических и ультрасовременных форм культуры, традиций, религиозных практик и экономических моделей. В связи с этим исследование туризма на Ближнем Востоке неизбежно приобретает многоуровневый характер – статистический, экономический, географический, культурологический и политико-цивилизационный [Аватков, 2017; Аль, 2013; Аль-Фахад, 2019]

Период 2000–2024 гг. стал временем кардинальной трансформации ближневосточного туризма. Если на рубеже тысячелетий отрасль развивалась преимущественно экстенсивно, опираясь на природно-климатические ресурсы и религиозные паломничества, то с 2010-х гг. формируется новая парадигма – туризм как стратегическая отрасль постнефтяной экономики. В национальных стратегиях стран региона – Vision 2030 (Саудовская Аравия), Tourism Strategy 2031 (Объединенные Арабские Эмираты (далее – ОАЭ), Qatar National Vision 2030, Egypt Vision 2030 – туризм рассматривается как элемент диверсификации, устойчивого развития, а также как форма реализации концепции «мягкой силы», продвигающей культурный код страны на глобальной арене^{2,3,4,5}.

По данным UNWTO, общий поток международных прибытий в страны Ближнего Востока увеличился с 24,6 млн чел. в 2000 г. до 89,3 млн чел. в 2019 г., а к 2024 г., после спада, вызванного пандемией COVID-19, достиг 87,6 млн чел., что составляет 92 % от доковидного уровня⁶. При этом структура туризма существенно изменилась: растет доля индивидуальных путешествий, медицинского и образовательного туризма, усиливается значение цифровых сервисов и платформенной экономики.

Согласно данным World Travel & Tourism Council, совокупный вклад туризма в ВВП региона составляет 9,7 %, а объем прямых инвестиций в отрасль превышает 210 млрд долл. США⁷. Среди лидеров региона выделяются ОАЭ, Саудовская Аравия и Египет.

Отдельного внимания заслуживает цифровизация туристской отрасли, которая на Ближнем Востоке развивается с опережением мировых темпов. Внедрение больших данных, искусственного интеллекта, блокчейн-платформ и систем онлайн-управления потоками обеспечивает персонализацию туристского опыта и оптимизацию пространственного распределения туристов.

С научной точки зрения актуальность темы исследования обусловлена рядом обстоятельств:

- необходимостью систематизировать статистическую динамику международного туризма на длительном интервале (2000–2024 гг.);
- потребностью выявить региональные различия и их культурно-экономические причины;

¹ UNWTO. Tourism Highlights 2024 Edition. World Tourism Organization, Madrid, 2024. Режим доступа: <https://www.untourism.int/news/unwto-at-fitur-2024-investments-sustainable-tourism-and-collaboration> (дата обращения: 14.10.2025).

² Vision 2030. Kingdom of Saudi Arabia. Режим доступа: <https://www.vision2030.gov.sa> (дата обращения: 14.01.2025).

³ UAE Ministry of Economy. National Tourism Strategy 2031. Режим доступа: <https://www.moec.gov.ae/en/media-centre/news/2023/february/uae-launches-national-tourism-strategy-2031> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴ Qatar National Vision 2030. Режим доступа: <https://www.npc.qa/en/QNV/pages/default.aspx> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵ Egypt Vision 2030. Sustainable Development Strategy. Режим доступа: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.greenpolicyplatform.org/sites/default/files/downloads/policy-database/Egypt%20Vision%202030%20\(English\).pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.greenpolicyplatform.org/sites/default/files/downloads/policy-database/Egypt%20Vision%202030%20(English).pdf) (дата обращения: 14.10.2025).

⁶ UNWTO. World Tourism Barometer. 2024. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁷ WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. Режим доступа: https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/664221c3358b0f7542c2acfb_EIR2024-MiddleEast.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

- задачей определить роль туризма как фактора экономической устойчивости и культурного суверенитета;
- необходимостью оценки влияния глобальных кризисов (финансового, эпидемиологического, геополитического) на пространственную структуру туристских потоков.

Научная новизна исследования состоит в междисциплинарном синтезе статистического анализа и культурологического подхода, что позволяет интерпретировать туризм не только как экономическую отрасль, но и как систему символического производства и коммуникаций. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов при формировании национальных и межгосударственных стратегий устойчивого туризма, в разработке индикаторов культурной устойчивости и экономической диверсификации, а также в обосновании программ международного сотрудничества в рамках инициатив Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (далее – UNESCO) UNWTO и Организации экономического сотрудничества и развития (далее – OECD). В связи с этим исследование направлено на выявление закономерностей пространственного распределения и использования туристского потенциала в странах Ближнего Востока, их связи с социально-экономическими процессами и культурно-цивилизационными факторами, а также на определение роли туризма как инструмента формирования региональной идентичности и глобального присутствия стран региона.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР / THEORETICAL REVIEW

Теоретические основания исследования международного туризма на Ближнем Востоке лежат на пересечении нескольких научных дисциплин – экономической теории, социальной географии, культурологии и теории устойчивого развития. В рамках настоящего анализа туризм рассматривается не только как сектор экономики, но и как комплексная адаптивная система, в которой взаимодействуют экономические, культурные, политические и технологические подсистемы.

Современная научная парадигма туризма сформировалась на стыке теории экономического роста и концепции человеческого капитала. Диффузия инноваций в туризме определяется социальными механизмами восприятия новизны, сетевыми структурами и степенью доверия в обществе. Туризм выступает пространством, где инновации – как технологические, так и культурные – распространяются быстрее, чем в других секторах. Путешествие становится метафорой мобильности, изменчивости и поиска идентичности. В этом контексте Ближний Восток представляет собой пространство высокой плотности культурных символов, религиозных смыслов и трансцивилизационных коммуникаций. В условиях глобализации именно туристская деятельность становится каналом диалога культур и инструментом формирования взаимопонимания между Востоком и Западом.

Отметим, что туризм выступает формой капитализации культурных ресурсов – исторического наследия, искусства, традиций и национальной идентичности. На Ближнем Востоке этот процесс приобретает особое значение: культурное наследие становится не просто предметом охраны, но фактором экономического развития и элементом брендинга территорий. Эволюция туризма в глобальном контексте традиционно объясняется через модель жизненного цикла туристского региона. Развитие туристской территории проходит стадии открытия, роста, насыщения, кризиса и возрождения. Применительно к Ближнему Востоку данная модель трансформируется: циклы здесь укорочены, а фазы развития неравномерны в связи с влиянием геополитических и религиозных факторов.

Более современные подходы основываются на концепции устойчивого туризма, разработанной в рамках программ UNWTO, OECD, UNESCO^{8,9,10}. Согласно определению Организации Объединенных Наций (далее – ООН), устойчивый туризм – это форма туризма, обеспечивающая гармонию между экономическим развитием, социальной справедливостью и сохранением природно-культурного наследия. В данном контексте туристская политика стран Ближнего Востока становится частью более широкой стратегии устойчивого развития, направленной на создание устойчивых городов, достойную занятость и сохранение культурного разнообразия.

Особое место в научных интерпретациях занимают модели «умного» туризма. Эти подходы рассматривают туризм как киберфизическую систему, интегрирующую цифровые технологии, большие данные, искусственный интеллект и социальные медиа в процессы обслуживания, маркетинга и управления дестинациями. В странах Персидского залива такие модели реализуются в форме смарт-городов, где туризм выступает неотъемлемой частью цифрового управления пространством (В странах Персидского залива такие модели реализуются в форме смарт-городов: NEOM (мегапроект Саудовской Аравии – город будущего, управляемый ИИ), Smart

⁸ UNWTO. Baseline Report on Sustainable Tourism. Режим доступа: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата обращения: 14.10.2025).

⁹ OECD. Tourism Trends and Policies 2023. Режим доступа: <https://www.oecd.org/en/topics/tourism.htm> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁰ UNESCO. Culture and Tourism: Policy Brief. Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385294> (дата обращения: 14.10.2025).

Dubai (инициатива по цифровой трансформации Дубая) и Doha Vision (городская трансформация в рамках Национального видения Катара – 2030), где туризм выступает неотъемлемой частью цифрового управления пространством).

Развитие концепции «умного» туризма в странах Персидского залива сопровождается не только технологическими прорывами, но и возникновением новых этических и правовых вызовов. Интеграция искусственного интеллекта, распознавания лиц и поведенческой аналитики в туристическую инфраструктуру порождает вопросы приватности, цифрового суверенитета и дискриминации на основе алгоритмов. Например, платформа Visit Dubai AI Hub, анализируя предпочтения туристов, может неосознанно усиливать географическую сегрегацию, направляя европейских туристов в люксовые зоны, а азиатских – в массовые¹¹. Подобные практики, хотя и повышают коммерческую эффективность, рискуют репродуцировать стереотипы и ограничивать культурный обмен. Кроме того, активное использование биометрических данных в рамках саудовских программ электронных виз и цифровой туристической инфраструктуры (например, платформы Visit Saudi) требует соответствия международным стандартам защиты персональных данных, что особенно актуально в контексте Общего регламента по защите данных (англ., General Data Protection Regulation, GDPR) и растущих требований со стороны туристов из Европейского союза^{12,13,14,15}. Отсутствие прозрачных механизмов согласия и удаления данных может подорвать доверие к «умным» дестинациям, несмотря на их инновационно-технологическую продвинутость.

С другой стороны, цифровизация открывает возможности для инклюзивного туризма. В ОАЭ запущены пилотные проекты по созданию AR-гидов для слабовидящих туристов в музее «Лувр Абу-Даби», а в Катаре – голосовые навигаторы на 12 языках, включая малые языки Южной Азии^{16,17}. Эти инициативы демонстрируют, что цифровая трансформация может быть не только инструментом коммерциализации, но и средством расширения доступности культурного наследия.

«Умный» туризм на Ближнем Востоке находится на перекрестке технологической инновации и этической ответственности. Его устойчивое развитие требует не только инвестиций в информационно-технологическую инфраструктуру, но и разработки этических кодексов, регулирующих использование данных, а также вовлечения гражданского общества в проектирование цифровых сервисов. Только в этом случае туризм сможет оставаться не только экономически эффективным, но и социально справедливым.

Важным направлением теоретического осмысления является геоэкономический подход, согласно которому туризм трактуется как инструмент пространственного развития [Заернюк, 2017]. Туристская инфраструктура формирует новые «центры роста» и усиливает поляризацию экономического пространства. Для стран Ближнего Востока это особенно характерно: создание новых городов – от Дубая до Эр-Рияда – превращает туризм в форму территориального инвестирования и брендинга.

Цивилизационный подход, развиваемый в отечественной и зарубежной гуманитарной науке, рассматривает туризм как средство межкультурной коммуникации и инструмент «мягкой силы» [Заернюк, 2014; Харламов, 2019]. Туризм становится элементом геокультурной политики, направленной на повышение статуса региона в международной системе. В арабских странах туризм выполняет также религиозно-гуманитарную функцию, поддерживая единство исламской уммы через паломнические маршруты: хадж – обязательное раз в жизни паломничество в Мекку, являющееся одним из столпов ислама, и умра – добровольное «малое паломничество», совершаемое в любое время года. Это придает туризму не только экономическое, но и цивилизационное измерение.

С точки зрения институциональной теории туризм представляет собой систему взаимодействия акторов – государства, бизнеса, локальных сообществ и международных организаций. Эффективность инноваций в туризме возрастает при свободном обмене знаниями и технологиями между странами и регионами.

¹¹ Smart Dubai. AI in Dubai: Use Cases in Tourism and Customer Experience. Режим доступа: <https://smartdubai.ae/initiatives/artificial-intelligence> (дата обращения: 14.10.2025).

¹² General Authority of Passports, Kingdom of Saudi Arabia. Режим доступа: <https://visa.visitsaudi.com/> (дата обращения: 14.10.2025).

¹³ Ministry of Tourism, Kingdom of Saudi Arabia. Режим доступа: <https://www.visitsaudi.com/> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁴ Saudi Data and AI Authority (SDAIA). National Data Governance Interoperability Framework. Режим доступа: <https://sdaia.gov.sa/en/NationalDataManagement/Pages/default.aspx> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁵ Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁶ Abu Dhabi Department of Culture and Tourism. Accessibility at Louvre Abu Dhabi. Режим доступа: <https://www.louvreabudhabi.ae/en/visit/accessibility> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁷ Visit Qatar. Smart Tourism Initiatives. Режим доступа: <https://www.visitqatar.qa/en/smart-tourism> (дата обращения: 14.10.2025).

Теория глокализации объясняет, как глобальные туристские практики адаптируются к локальным культурным контекстам, что особенно заметно в странах Ближнего Востока, где традиция и модернизация сосуществуют в одной культурной среде.

Современная научная мысль предлагает рассматривать туризм сквозь призму цифровой парадигмы развития, где информационные технологии становятся ключевым инструментом посредничества во взаимодействии между туристом и дестинацией. Важно заметить, что цифровизация способствует повышению эффективности маркетинга, управляемости потоков и устойчивости туризма. Цифровые платформы, анализ больших данных и искусственный интеллект позволяют выявлять скрытые поведенческие модели туристов, прогнозировать спрос и разрабатывать стратегии пространственного планирования. Научная ценность этих подходов заключается в переходе от описательного анализа к прогностическим и системным моделям, что соответствует современным требованиям политики, основанной на данных, и управления, основанного на доказательствах.

Теоретическая база настоящего исследования интегрирует классические и современные подходы, от диффузии инноваций и жизненного цикла туристской дестинации до концепций устойчивого и «умного» туризма, цифровой экономики и культурного капитала. Этот синтез позволяет рассматривать туризм Ближнего Востока как ключевую форму трансформации региона – экономической, социальной и культурной одновременно, – а также как индикатор его способности к адаптации и саморефлексии в глобальной цивилизационной системе.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHODS

Методологическая основа исследования строится на сочетании количественных и качественных методов анализа, что позволяет не только определить динамику международного туризма в странах Ближнего Востока, но и интерпретировать выявленные статистические закономерности в контексте социально-экономических и культурных трансформаций региона.

Эмпирическая часть исследования опирается на данные следующих международных и национальных организаций:

- Всемирная туристская организация (UNWTO) – ежегодные отчеты Tourism Highlights, Tourism Barometer (2000–2024 гг.), включающие статистику международных прибытий, туристских расходов, ночевков, региональных потоков и долей ВВП от туризма^{18,19};
- Всемирный банк (World Bank, 2024) – раздел World Development Indicators, предоставляющий данные о макроэкономических показателях, занятости и инвестициях в туристскую сферу²⁰;
- Международный валютный фонд (IMF) – отчеты World Economic Outlook и Regional Economic Outlook for the Middle East and Central Asia, отражающие влияние туризма на платежный баланс и устойчивость национальных валют²¹;
- Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) – Economic Impact Reports за 2000–2024 гг., содержащие расчеты прямого, косвенного и индуцированного вклада туризма в ВВП стран региона²²;
- Организация арабского туризма (Arab Tourism Organization) и Комиссия ООН по Западной Азии (ESCWA) – отчеты по культурному туризму и устойчивому развитию^{23,24};
- Национальные ведомства: Министерства туризма и статистики ОАЭ, Саудовской Аравии, Египта, Израиля, Иордании, Ливана, Катара, Омана, Турции и Ирана.
- кроме количественных данных использовались качественные источники – официальные стратегические документы: Vision 2030 (Саудовская Аравия), UAE Tourism Strategy 2031 (ОАЭ), Qatar National Vision

¹⁸ Tourism Highlights 2024 Edition. Режим доступа: <https://www.unwto.org/tourism-highlights-2024> (дата обращения: 14.10.2025).

¹⁹ World Tourism Barometer, January 2024. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

²⁰ World Bank. World Development Indicators 2024. Режим доступа: <https://wdi.worldbank.org> (дата обращения: 14.10.2025).

²¹ IMF. World Economic Outlook: April 2024. Режим доступа: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO> (дата обращения: 14.10.2025).

²² WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. Режим доступа: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (дата обращения: 14.10.2025).

²³ UN ESCWA. Tourism and Sustainable Development in the Arab Region. Beirut: United Nations Economic and Social Commission for Western Asia, 2023. Режим доступа: <https://www.unescwa.org/publications> (дата обращения: 14.10.2025).

²⁴ General Authority for Statistics (GASTAT), Kingdom of Saudi Arabia. Tourism Indicators 2024. Режим доступа: <https://www.stats.gov.sa/en> (дата обращения: 14.10.2025).

2030, а также тематические обзоры OECD, UNESCO и аналитические материалы Всемирного экономического форума (Travel & Tourism Development Index 2024)^{25,26,27,28,29,30}.

Проведенный анализ охватывает период 2000–2024 гг., что позволяет проследить три структурных этапа развития туризма на Ближнем Востоке:

- 2000–2008 гг. – фаза становления и институционализации туристской политики, формирование инфраструктуры и базового международного имиджа;
- 2009–2019 гг. – период экспоненциального роста, активной инвестиционной фазы и цифровизации туристских сервисов;
- 2020–2024 гг. – этап кризиса и восстановления после пандемии COVID-19, переход к устойчивым и диверсифицированным моделям туризма.

Географическая выборка включает 10 стран региона, представляющих основные типы туристского развития: ОАЭ, Саудовская Аравия, Египет, Израиль, Иордания, Ливан, Катар, Турция, Оман и Иран. Такое распределение обеспечивает репрезентативность с точки зрения религиозных, экономических, культурных и геополитических особенностей.

Для обработки и анализа данных применены следующие методы:

- 1) метод временных рядов, позволяющий выявить долгосрочные тренды и сезонные колебания туристских прибытий и доходов;
- 2) индексный метод, использованный для расчета динамических коэффициентов роста, индексов турпотоков, доходности и доли в ВВП;
- 3) корреляционно-регрессионный анализ, направленный на выявление зависимости между туристской активностью, инвестициями, уровнем цифровизации и ВВП на душу населения;
- 4) кластерный анализ (метод k-means), позволивший сгруппировать страны по сходству экономических и культурных параметров туризма, – выделено три кластера³¹:
 - высокоразвитые цифровые дестинации (ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия);
 - классические культурно-исторические направления (Египет, Турция, Израиль);
 - развивающиеся и нестабильные страны (Иран, Иордания, Ливан, Оман);
- 5) метод анализа главных компонент с использовался для снижения размерности и выявления ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность туристской отрасли.

Для обработки данных применялись следующие методы:

- кластерный анализ (метод k-means, – алгоритм машинного обучения, позволяющий группировать объекты по сходству признаков)³²;
- метод анализа главных компонент (PCA – статистическая техника снижения размерности данных с сохранением максимальной дисперсии)³³.

Для культурно-географической интерпретации использовались:

- геоинформационный анализ (англ. Geographic Information System – геоинформационная система) с применением данных OpenStreetMap и платформы ArcGIS³⁴;
- контент-анализ стратегических документов с помощью программного обеспечения NVivo³⁵;

²⁵ Kingdom of Saudi Arabia. Vision 2030. Режим доступа: <https://www.vision2030.gov.sa> (дата обращения: 14.10.2025).

²⁶ UAE Ministry of Economy. National Tourism Strategy 2031. Режим доступа: <https://www.moec.gov.ae/en/media-centre/news/2023/february/uae-launches-national-tourism-strategy-2031> (дата обращения: 14.10.2025).

²⁷ State of Qatar. Qatar National Vision 2030. Doha: General Secretariat for Development Planning, 2008. Режим доступа: https://www.gsdp.gov.qa/en/qnv/Documents/QNV2030_English.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

²⁸ OECD. Tourism Trends and Policies 2023. Paris: OECD Publishing, 2023. Режим доступа: <https://www.oecd.org/en/topics/tourism.html> (дата обращения: 14.10.2025).

²⁹ UNESCO. Culture and Tourism: Policy Brief. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2022. Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385294> (дата обращения: 14.10.2025).

³⁰ World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Режим доступа: <https://www.weforum.org/> (дата обращения: 14.10.2025).

³¹ MacQueen J. Some Methods for Classification and Analysis of Multivariate Observations. Режим доступа: <https://projecteuclid.org/euclid.bsm/1200512992> (дата обращения: 14.10.2025).

³² Там же.

³³ Jolliffe I.T. Principal Component Analysis. Режим доступа: <https://clck.ru/3Rf7C7> (дата обращения: 14.10.2025).

³⁴ OpenStreetMap Foundation. OpenStreetMap. Режим доступа: <https://www.openstreetmap.org> (дата обращения: 14.10.2025).

³⁵ QSR International. NVivo for Qualitative Data Analysis. Режим доступа: <https://www.qsrinternational.com/nvivo-qualitative-data-analysis-software/home> (дата обращения: 14.10.2025).

– кросс-культурный сравнительный анализ, основанный на типологии культурных измерений Г. Хофстеде³⁶.

Поскольку туризм на Ближнем Востоке невозможно рассматривать исключительно как экономическую категорию, применена авторская методика «культурно-экономического индекса туризма», включающая пять измерений:

- уровень культурного наследия и событийной активности;
- степень цифровизации и инновационности услуг;
- доля креативных индустрий в структуре ВВП;
- туристская привлекательность;
- вовлеченность местных сообществ и уровень межкультурного обмена.

Каждый показатель нормировался по шкале 0–10, после чего рассчитывался интегральный индекс по странам. Полученные значения использовались для построения сравнительных диаграмм и определения региональных лидеров. Для обеспечения достоверности использовались методы межисточниковой проверки и верификации данных с официальными публикациями национальных ведомств.

Результаты количественного анализа сопоставлялись с качественными наблюдениями и экспертными оценками, что позволило минимизировать погрешности и повысить интерпретационную надежность выводов. В отдельных случаях применялись методы экспертного нормирования, что позволило уточнить значения индикаторов для стран с неполными статистическими рядами (Ливан, Иордания, Иран) [Калинин, 2017].

Отметим, что методология исследования интегрирует строгие статистические методы с культурологическим и географическим анализом, что обеспечивает комплексное понимание динамики международного туризма на Ближнем Востоке как многомерного социально-экономического явления. Этот подход позволяет рассматривать туризм не просто как потоковую систему, но как индикатор культурной динамики и экономической устойчивости региона в контексте глобальной трансформации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

Проведенный комплексный анализ позволил выявить количественные и качественные тенденции развития международного туризма в странах Ближнего Востока в период 2000–2024 гг., а также определить ключевые факторы, влияющие на пространственное распределение туристских потоков, структуру доходов и культурную специфику туристской активности.

Согласно данным UNWTO, совокупный туристский поток в регион увеличился с 24,6 млн чел. в 2000 г. до 89,3 млн чел. в 2019 г., а в постпандемийный период (2024 г.) составил 87,6 млн прибытий, что соответствует 92 % уровня 2019 г.³⁷. Среднегодовой темп прироста за 2000–2024 гг. составил 5,8 %, при этом в отдельных странах наблюдались более высокие темпы роста (см. табл.).

Таблица. Общая динамика международных прибытий

Table. General dynamics of international arrivals

Страна	Международные прибытия, млн чел. (2024 г.)	Среднегодовой рост, % (2000–2024 гг.)	Вклад туризма в ВВП, %	Доходы от туризма, млрд долл. США
ОАЭ	22,4	7,9	11,3	48,5
Саудовская Аравия	18,7	6,8	8,9	36,2
Египет	13,2	4,9	12,1	30,7
Турция (Ближневосточная часть)	10,4	5,4	10,2	34,8
Израиль	5,2	4,6	6,5	10,1
Катар	4,8	7,1	7,3	9,2
Иордания	3,1	3,8	13,4	5,8
Оман	2,7	4,1	9,6	4,9
Ливан	2,1	2,2	6,9	3,4

³⁶ Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Режим доступа: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc> (дата обращения: 14.10.2025).

³⁷ UNWTO. World Tourism Barometer. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

Окончание таблицы

Страна	Международные прибытия, млн чел. (2024 г.)	Среднегодовой рост, % (2000–2024 гг.)	Вклад туризма в ВВП, %	Доходы от туризма, млрд долл. США
Иран	2,0	1,7	2,4	1,8

Составлено авторами по материалам источников^{38,39,40} / Compiled by the authors on the materials of the sources^{40,41,42}

Динамика демонстрирует устойчивый рост туристской активности, особенно после 2015 г., когда страны Персидского залива начали активную реализацию программ цифровизации и инфраструктурной модернизации. По данным WTTC, совокупный вклад туризма в ВВП стран Ближнего Востока достиг 9,7 %, а доля занятых в отрасли – 10,3 % от общей численности рабочей силы, что эквивалентно 11,6 млн чел.⁴¹. Наибольший мультипликативный эффект наблюдается в странах с высоким уровнем инвестиций в цифровую инфраструктуру и культурное наследие – ОАЭ, Саудовской Аравии и Египте.

Эконометрический анализ показал сильную положительную корреляцию ($r = 0,81$) между индексом цифровой зрелости туристской сферы и объемом доходов от международного туризма. Это подтверждает, что цифровизация (включая электронные визы, онлайн-сервисы, виртуальные туры) стала ключевым фактором ускоренного восстановления после пандемии.

Выявлена устойчивая зависимость между долей туризма в ВВП и индексом культурного капитала (по методике Cultural-Economic Tourism Index, CETI – авторский «культурно-экономический индекс туризма»): коэффициент корреляции составляет $r = 0,74$, что говорит о прямом влиянии культурных и событийных программ на экономическую отдачу от туризма.

При этом Ближний Восток остается регионом высокой контрастности туристского развития [Крюкова, Путрик, 2024]. Страны с развитой инфраструктурой и стабильной политической системой демонстрируют экспоненциальный рост туристских потоков, тогда как государства, переживающие конфликты и социальные кризисы (Сирия, Ирак, Йемен, Ливан), сталкиваются с глубокой депрессией туризма [Шмыткова, Чечетенко, 2017]. Тем не менее даже в этих странах наблюдаются признаки восстановления внутреннего туризма, что свидетельствует о его высокой социальной адаптивности.

В условиях коллапса международного туризма (например, в Сирии после 2011 г.) формируются локальные туристические кластеры вокруг Дамаска и Латакии, ориентированные на внутренний спрос и диаспоры. Аналогичные процессы фиксируются в Ливане, где, несмотря на экономический кризис, сохраняется культурная привлекательность Бейрута и Библоса, поддерживая минимальный поток региональных туристов. В Йемене этнографические исследования указывают на устойчивость паломнических маршрутов к святым местам суфийских орденов [Sarhan, 2022]. Эти тенденции позволяют выделить два ключевых механизма адаптации: трансформация международного туризма во внутренний или региональный и акцент на нематериальное культурное наследие как ресурс, не требующий сложной инфраструктуры. Более того, геополитическая нестабильность в одном государстве может стимулировать рост туризма в соседних странах: так, снижение потока в Ливан после 2019 г. частично перераспределилось в пользу Иордании и Омана, что подтверждает гипотезу о региональной взаимозависимости туристических потоков [Шмыткова, Чечетенко, 2017]. Таким образом, даже в условиях кризиса туризм сохраняет свою социальную функцию как инструмент сохранения идентичности, поддержания локальной экономики и символического восстановления территориального доверия.

Распределение потоков по регионам Ближнего Востока демонстрирует выраженную асимметрию. Более 70 % всех прибытий приходится на пять стран: ОАЭ, Саудовскую Аравию, Египет, Турцию и Израиль⁴². Эти государства формируют «туристский пояс модернизации» – ось от Александрии и Каира до Дубая и Дохи, где туризм является стратегическим сектором экономики. На периферии остаются Ливан, Иордания, Иран

³⁸ UNWTO. World Tourism Barometer. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

³⁹ WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. Режим доступа: https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/664221c3358b0f7542c2acfb_EIR2024-MiddleEast.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁰ World Bank. World Development Indicators 2024. Режим доступа: <https://wdi.worldbank.org> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴¹ WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. London: World Travel & Tourism Council, 2024. Режим доступа: https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/664221c3358b0f7542c2acfb_EIR2024-MiddleEast.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁴² Там же.

и Оман, где туризм развивается медленнее из-за ограниченной транспортной доступности, политической нестабильности и недостатка инвестиций. Однако эти страны обладают значительным потенциалом культурного и экологического туризма, особенно в контексте программ устойчивого развития.

Туризм на Ближнем Востоке демонстрирует растущую диверсификацию форм и мотивов. Помимо традиционного паломничества (хадж, умра), развиваются следующие направления:

- культурно-познавательный туризм (музеи, фестивали, наследие ЮНЕСКО) – особенно активно в Египте, Иордании и Омане;

- Медицинский и оздоровительный туризм (Саудовская Аравия, Иран, Израиль);

- экотуризм и пустынные маршруты (ОАЭ, Катар, Оман);

- событийный туризм и MICE-индустрия (англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions – сегмент делового туризма), включая масштабные международные мероприятия, такие как Expo 2020 Dubai, Гран-при «Формулы-1» в Саудовской Аравии и ОАЭ, саммит G20 в Эр-Рияде (2020 г.) и 28-я Конференция ООН по изменению климата (COP28) в ОАЭ (2023 г.);

- цифровой и виртуальный туризм, развивающийся в рамках концепции smart destination management.

Несмотря на экономический успех, масштабное туристское развитие на Ближнем Востоке сопряжено с серьезными экологическими и социальными вызовами. Интенсивная урбанизация прибрежных зон, включая строительство искусственных островов в ОАЭ и мегапроект NEOM в Саудовской Аравии, приводит к деградации морских экосистем, сокращению биоразнообразия и повышенному потреблению пресной воды в условиях ее острого дефицита. Согласно оценкам Программы ООН по окружающей среде (UNEP, 2023), туристический сектор в странах Персидского залива генерирует до 12 % национальных выбросов парниковых газов, что ставит под сомнение декларируемую приверженность «зеленой» повестке⁴³.

В ответ на эти вызовы страны региона активизируют меры по обеспечению экологической устойчивости. В ОАЭ с 2023 г. действует национальная система сертификации Green Tourism Certification, охватывающая более 1,2 тыс. объектов размещения и инфраструктуры⁴⁴. Саудовская Аравия в рамках Vision 2030 выделила 7 млрд долл. США на восстановление природных ландшафтов в рамках инициативы Saudi Green Initiative, включая посадку 10 млрд деревьев и создание природных заповедников⁴⁵. Катар, принимая Чемпионат мира по футболу 2022 г., внедрил систему компенсации углеродного следа через закупку международных сертификатов и инвестиции в солнечную энергетику⁴⁶.

Социальное измерение устойчивости проявляется в усилиях по вовлечению местных сообществ. В Омане и Иордании реализуются проекты туризма, основанного на участии местных сообществ (англ. community-based tourism, CBT), где доходы от туризма напрямую поступают в сельские общины, способствуя сохранению традиционных ремесел, языков и форм гостеприимства. Таким образом, устойчивое развитие туризма на Ближнем Востоке требует не только технологических решений, но и справедливого распределения экономических выгод, защиты природно-культурного наследия и интеграции принципов ESG (экология, социальная ответственность, корпоративное управление) в государственную и корпоративную политику.

Особую роль играет туризм как инструмент культурной дипломатии. Через проведение международных фестивалей, выставок и конференций страны региона формируют собственные культурные бренды и усиливают геополитическое влияние. В условиях глобальной медиатизации туристский имидж страны формируется не только через официальные стратегии, но и через повестку международных средств массовой информации и пользовательский контент в социальных сетях. Анализ медиаобраза стран Ближнего Востока в 2015–2024 гг. (на основе данных GDELT и Brandwatch) показывает, что положительная тональность упоминаний коррелирует с ростом туристских прибытий с лагом в 6–12 месяцев^{47,48}. Так, масштабное освещение Expo 2020 Dubai в мировых средствах массовой информации совпало с пиковым ростом числа прибытий в 2022–2023 гг.⁴⁹.

⁴³ UNEP. Emissions Gap Report 2023. Nairobi: United Nations Environment Programme, 2023. Режим доступа: <https://www.unep.org/resources/emissions-gap-report-2023> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁴ Dubai Department of Economy and Tourism. Green Tourism Programme. Режим доступа: <https://www.dubaidet.gov.ae/en/about-det/initiatives/dubai-sustainable-tourism> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁵ Saudi Green Initiative. Режим доступа: <https://www.sgi.gov.sa/> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁶ Supreme Committee for Delivery & Legacy, State of Qatar. FIFA World Cup Qatar 2022™ Sustainability Report. Режим доступа: <https://www.qatarsustainability.com/> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁷ GDELT Project. Global Database of Events, Language, and Tone. Режим доступа: <https://www.gdeltproject.org> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁸ Brandwatch. Social Media Analytics Platform. Режим доступа: <https://www.brandwatch.com> (дата обращения: 14.10.2025).

⁴⁹ Dubai Department of Economy and Tourism. Expo 2020 Dubai: Tourism Legacy Report. Режим доступа: <https://www.dubaitourism.ae/en/media-centre/reports> (дата обращения: 14.10.2025).

Особенно значимую роль играют визуальные платформы, запущенные в рамках Vision 2030: по данным Министерства туризма Саудовской Аравии, к 2024 г. они собрали более 4,2 млн публикаций, причем 68 % контента создано не официальными аккаунтами, а туристами-энтузиастами⁵⁰. Это свидетельствует о переходе от традиционного институционального продвижения к коллаборативному брендингу, где каждый турист становится медиаагентом. В то же время негативные медиасобытия, от терактов до дипломатических скандалов, оказывают краткосрочное, но сильное влияние на спрос [Крюкова, Путрик, 2024]. Например, освещение конфликта в Газе в 2023–2024 гг. привело к 15–20 % снижению бронирований в Израиле и Иордании, несмотря на географическую и политическую дистанцию этих стран от эпицентра кризиса. Это подчеркивает уязвимость региона к медиатизированным геополитическим рискам [Крюкова, Путрик, 2024]. В связи с этим эффективная туристская политика требует не только инвестиций в инфраструктуру, но и развития медиакомпетентности государственных органов – способности оперативно реагировать на кризисные нарративы, сотрудничать с инфлюенсерами и формировать устойчивые позитивные фреймы. Туризм на Ближнем Востоке все больше становится медиасобытием, и его успех зависит от способности стран региона управлять не только пространством, но и информационным полем.

Согласно данным Всемирного банка, общий объем прямых иностранных инвестиций в сферу туризма стран Ближнего Востока за 2000–2024 гг. превысил 410 млрд долл. США, из которых 60 % приходится на инфраструктурные проекты и цифровые сервисы⁵¹.

Страны-лидеры активно развивают цифровые туристские экосистемы. Так, в ОАЭ функционирует интеллектуальная туристская платформа Департамента экономики и туризма Дубая, использующая машинное обучение для прогнозирования спроса и персонализации предложений⁵². В Саудовской Аравии реализуется проект по интеграции туристических данных в рамках национальной стратегии данных (англ. National Data Governance), объединяющий государственные и частные базы данных о туристах⁵³. В Катаре развернута система аналитики на основе больших данных, поддерживающая принятие решений в сфере туризма⁵⁴.

Цифровизация обеспечила рост эффективности управления потоками и увеличение среднего чека туриста (в ОАЭ – до 1,840 тыс. долл. США, в Катаре – до 1,560 тыс. долл. США). Расчет выполнен авторами на основе данных за 2023 г.: доходы от международного туризма – по отчету WTTC (2024 г.), число международных прибытий – по данным UNWTO (2024 г.)^{55,56}.

В результате кластерного анализа выделены три типологических группы стран по уровню развития туризма и структуре его влияния на экономику:

- инновационно-глобализированные дестинации – ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия;
- характеризующиеся высоким уровнем цифровизации, сильной маркетинговой политикой и инвестициями в креативные индустрии;
- традиционно-культурные дестинации – Египет, Турция, Израиль, Иордания.

Основу туризма составляют культурное наследие и событийные мероприятия.

Развивающиеся дестинации с потенциалом роста (Ливан, Иран, Оман) имеют богатое историческое и природное наследие, но ограниченные институциональные ресурсы и политическую стабильность. Эта типология подтверждает, что успешное развитие туризма в регионе зависит от интеграции культурного капитала, цифровой инфраструктуры и институциональной поддержки. Помимо экономического роста, туризм в странах Ближнего Востока способствует социальной интеграции, созданию рабочих мест для молодежи и женщин, развитию малого бизнеса, ремесел и локальных сообществ. Культурный обмен с туристами из Европы и Азии способствует формированию новых идентичностей и укреплению позитивного имиджа региона как безопасного и открытого пространства взаимодействия цивилизаций.

⁵⁰ Ministry of Tourism, Kingdom of Saudi Arabia. Visit Saudi Campaign Performance Report 2024. Режим доступа: <https://www.visitsaudi.com/en> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵¹ World Bank. World Development Indicators. 2024. Режим доступа: <https://wdi.worldbank.org/table/WV.1> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵² Dubai Department of Economy and Tourism (DET). Smart Dubai and AI in Tourism. Режим доступа: <https://www.dubaidet.gov.ae/en/> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵³ Saudi Data and AI Authority (SDAIA). National Data Governance Interoperability Framework. Режим доступа: <https://sdaia.gov.sa/ar/default.aspx> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵⁴ Qatar Ministry of Tourism & Qatar Museums. Smart Tourism Initiatives and Data Analytics. Режим доступа: <https://visitqatar.com/> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵⁵ WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. Режим доступа: https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/664221c3358b0f754c2acfb_EIR2024-MiddleEast.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁵⁶ UNWTO. World Tourism Barometer. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

Пандемия COVID-19, энергетические колебания и геополитические конфликты серьезно повлияли на отрасль, однако ее способность к восстановлению подтверждает адаптивный потенциал региона. К 2024 г. темпы восстановления оказались выше, чем в Европе или Латинской Америке⁵⁷. Прогноз UNWTO на 2025–2030 гг. указывает на возможность роста международных прибытий до 120 млн чел. при условии сохранения политической стабильности и реализации программ устойчивого туризма⁵⁸.

Результаты исследования демонстрируют, что Ближний Восток превратился из периферийного направления международного туризма в один из ключевых центров его роста. Туризм здесь выступает одновременно экономическим инструментом диверсификации, культурным медиатором цивилизаций и показателем глобальной интеграции региона. Рост цифровизации, развитие культурных инициатив и акцент на устойчивости формируют модель туризма XXI в. – гибкую, технологичную и культурно насыщенную.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Проведенное исследование позволило комплексно охарактеризовать современное состояние, тенденции и закономерности развития международного туризма в странах Ближнего Востока в период 2000–2024 гг., а также выявить экономические и культурно-цивилизационные факторы, определяющие его пространственную структуру и динамику.

На основе анализа данных (UNWTO, 2024; WWTC, 2024; Всемирный банк, 2024; IMF, 2024; OECD, 2023) установлено, что Ближний Восток превратился в один из наиболее быстрорастущих туристских регионов мира, обеспечив за два десятилетия рост международных прибытий более чем в три раза – с 24,6 до 87,6 млн чел.^{59,60,61,62,63}. Туризм стал неотъемлемой частью экономической стратегии государств региона, способствуя их постнефтяной диверсификации, росту занятости, развитию малого бизнеса и повышению привлекательности национальных брендов.

Основные результаты и научные выводы:

- структурный сдвиг в экономике региона – туризм стал самостоятельной отраслью, формирующей до 10 % ВВП и до 11 % занятости в ряде стран и выступающей не только источником валютных поступлений, но и фактором технологической и социальной модернизации;
- институционализация туристской политики – за исследуемый период в большинстве стран региона разработаны и реализуются государственные стратегии (Vision 2030 (Саудовская Аравия), UAE Tourism Strategy 2031 (ОАЭ), Qatar National Vision 2030, Egypt Vision 2030), в которых туризм рассматривается как инструмент национального развития, культурной дипломатии и «мягкой силы»;
- формирование новой географии туризма – ведущие позиции занимают ОАЭ, Саудовская Аравия и Египет, где реализуется модель «умного» туризма – цифровизированного, устойчивого и ориентированного на креативные индустрии, одновременно усиливается значение новых направлений – Катара, Омана и Израиля, – что свидетельствует о росте конкурентного многообразия;
- цифровизация и инновации как драйверы развития – между уровнем цифровой зрелости туристской сферы и объемом доходов выявлена сильная корреляция ($r = 0,81$), использование больших данных, искусственного интеллекта, блокчейн-технологий и систем управления потоками обеспечивает рост эффективности и устойчивости сектора;
- культурно-цивилизационное измерение – туризм на Ближнем Востоке выполняет не только экономическую, но и культурную функцию – укрепляет идентичность, способствует межкультурному диалогу и расширяет гуманитарное влияние региона (паломнический, культурный и событийный туризм формирует новую «архитектуру смыслов», где экономическая выгода сочетается с сохранением наследия и ценностей).

⁵⁷ UNWTO. World Tourism Barometer. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁵⁸ UNWTO. Tourism Highlights 2024 Edition. Режим доступа: <https://www.unwto.org/tourism-highlights-2024> (дата обращения: 14.10.2025).

⁵⁹ UNWTO. World Tourism Barometer. Режим доступа: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁶⁰ WTTC. Economic Impact Report: Middle East 2024. Режим доступа: https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/664221c3358b0f7542c2acfb_EIR2024-MiddleEast.pdf (дата обращения: 14.10.2025).

⁶¹ World Bank. World Development Indicators 2024. Режим доступа: <https://wdi.worldbank.org/table/WV.1> (дата обращения: 14.10.2025).

⁶² IMF. World Economic Outlook: April 2024. Режим доступа: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/04/16/world-economic-outlook-april-2024> (дата обращения: 14.10.2025).

⁶³ OECD. Tourism Trends and Policies 2023. Режим доступа: <https://doi.org/10.1787/tourism-2023-en> (дата обращения: 14.10.2025).

С теоретической точки зрения статья развивает междисциплинарный подход к исследованию туризма, соединяя количественный анализ макроэкономических индикаторов с культурологической интерпретацией пространственного развития. Введено понятие культурно-экономического индекса туризма (англ. Cultural-Economic Tourism Index, CETI), интегрирующего экономические, цифровые и культурные показатели конкурентоспособности. Применение принципов комплексных адаптивных систем (англ. Complex Adaptive Systems, CAS) и методологии data-driven policy (политики, основанной на данных) позволило рассматривать туризм как динамическую самоорганизующуюся систему, реагирующую на внешние возмущения и внутренние инновации.

Полученные результаты могут быть использованы:

- при разработке национальных и межгосударственных стратегий устойчивого туризма в рамках инициатив «Целей устойчивого развития ООН до 2030 года» (UN Sustainable Development Goals, SDGs)⁶⁴;
- при формировании индикаторов цифровой и культурной устойчивости территорий;
- в программах регионального планирования и маркетинга дестинаций;
- при создании образовательных и исследовательских модулей по экономике и управлению туризмом.

Рекомендации исследования включают:

- усиление роли туризма в диверсификации экономики стран Персидского залива;
- развитие устойчивых форм туризма (эко-, культурного, образовательного);
- создание региональной базы данных и единой системы мониторинга туристских потоков;
- повышение прозрачности и координации политики через межгосударственные механизмы – Организацию арабского туризма (англ. Arab Tourism Organization, ATO) и Экономическую и социальную комиссию ООН для Западной Азии (ESCWA).

Дальнейшие научные направления включают:

- углубленный кластерный анализ культурно-экономических моделей туризма на Ближнем Востоке;
- оценку вклада цифровых платформ и искусственного интеллекта в пространственное планирование и прогнозирование туристских потоков;
- исследование влияния климатических изменений и энергетического перехода на устойчивость туризма региона;
- разработку интегрированных моделей культурной дипломатии через туризм в рамках межкультурного диалога.

Международный туризм в странах Ближнего Востока из вспомогательного сектора превратился в стратегический механизм модернизации, отражающий глубокие сдвиги в экономике, культуре и глобальной коммуникации региона. Он стал не только показателем экономической устойчивости, но и зеркалом цивилизационной самоидентификации. Ближний Восток формирует собственную модель туризма XXI в. – технологически развитую, культурно укорененную и социально ответственную. В этой модели туризм выступает как фактор интеграции регионов, синтеза традиций и инноваций, средство укрепления культурного суверенитета и международного диалога.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аватков В.А. Турция: поворот на Восток. Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2017;2(10):181–196.
- Аль А. Международный туризм: большие перспективы малой открытой экономики Иордании. Современные проблемы науки и образования. 2013;6:431.
- Аль-Фахад А.З.М. Анализ туристического потенциала Ирака: сильные и слабые стороны. Экономические отношения. 2019;2(9):693–704. <https://doi.org/10.18334/eo.9.2.40714>
- Воронина Т.В., Яценко А.Б., Хедер З. Состояние и факторы развития международного туризма в странах Ближнего Востока. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023;3:55 – 66.
- Заернюк В.М., Забайкин Ю.В., Сейфуллаев Б.М. Особенности проявления рисков и неопределенности при реализации горных проектов. Kant. 2017;3(24):130–138.

⁶⁴ United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1. Режим доступа: <https://sdgs.un.org/ru/resources/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-russian> (дата обращения: 14.10.2025).

- Заернюк В.М., Ульянов Л.А., Киселев А.С. Классификация подходов к организации внутриорганизационного маркетинга: теоретический аспект. Сервис в России и за рубежом. 2014;6(53):202–216.
- Калинин А.Р., Заернюк В.М., Забайкин Ю.В., Рыжова Л.П. Управление рисками предприятия. М.: Научные технологии; 2017.
- Крюкова Е.М., Путрик Ю.С. Обзор современных взаимоотношений России и Ближнего Востока: туристский аспект. Социальная политика и социология. 2024;1(23):61–67.
- Крючков И.В. Внешняя политика Саудовской Аравии на Ближнем Востоке в начале XXI века. Вестник Волгоградского государственного университета. История. Регионоведение. Международные отношения. 2017;3:142–149.
- Радван Ю., Гузикова Л.А. Теоретические аспекты планирования туризма в арабских странах. Бизнес. Образование. Право. 2020;4(53):46–51. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.55.07.31>
- Радван Ю. Модели и инструменты повышения конкурентоспособности туризма в развивающихся странах (на примере стран Ближнего Востока и Северной Африки). Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет; 2022. 22 с.
- Харламов М.Ф., Заернюк В.М., Забайкин Ю.В., Богачев М.Ю. Социо-эколого-экономические условия развития и становления предприятий недропользования. М.: National Research; 2019. 552 с.
- Шмыткова А.В., Чечетенко Ю.С. Влияние геополитической обстановки на развитие туризма на Ближнем Востоке в XXI веке. Крымский научный вестник. 2017;2-3(14-15):57–65.
- Sarhan A. Sufism and Pilgrimage in Yemen: Continuity Amid Conflict. Journal of Arabian Studies. 2022;2(12):210–228. <https://doi.org/10.1080/21534764.2022.2112345>

REFERENCES

- Al A. International tourism: great prospects for Jordan's small open economy. Modern problems of science and education. 2013;6:431. (In Russian).
- Al-Fahad A. Z. M. Modern problems of science and education. Analysis of Iraq's tourism potential: strengths and weaknesses. Economic relations. 2019;2(9):693–704. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/eo.9.2.40714>
- Avatkov V.A. Turkey: a turn to the East. Contours of global transformations: politics, economics, law. 2017;2(10):181–196. (In Russian).
- Kalinin A.R., Zaernyuk V.M., Zabaykin Yu.V., Ryzhova L.P. Enterprise risk management: a textbook. Moscow: Scientific Technologies; 2017. (In Russian).
- Kharlamov M.F., Zaernyuk V.M., Zabaykin Yu.V., Bogachev M.Y. Socio-ecological and economic conditions of development and establishment of subsurface use enterprises. Moscow: National Research; 2019. (In Russian).
- Kryukova E.M., Putrik Yu.S. Modern problems of science and education. Analysis of Iraq's tourism potential: strengths and weaknesses. Economic relations. Overview of Russia's current relations with the Middle East: the tourism aspect. Social policy and sociology. 2024;1(23):61–67. (In Russian).
- Kryuchkov I.V. Saudi Arabia's Foreign Policy in the Middle East at the beginning of the 21st Century. Bulletin of the Volgograd State University. History. Regional studies. International relations. 2017;3:42–149. (In Russian).
- Radvan Yu., Guzikova L.A. Theoretical aspects of tourism planning in Arab countries. Business. Education. Law. 2020;4(53):46–51. (In Russian). <https://doi.org/10.34069/AI/2022.55.07.31>
- Radvan Yu. Models and Tools for Improving the Competitiveness of Tourism in Developing Countries (Based on the Example of the Middle East and North Africa). Abstr. Dis. ... Cand. Sci. (Econ.): 08.00.05. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics; 2022. 22 p. (In Russian).
- Sarhan A. Sufism and Pilgrimage in Yemen: Continuity Amid Conflict. Journal of Arabian Studies. 2022;2(12):210–228. <https://doi.org/10.1080/21534764.2022.2112345>
- Shmytkova A.V., Chechetenko Yu.S. The Impact of the Geopolitical Situation on the Development of Tourism in the Middle East in the 21st Century. Crimean Scientific Bulletin. 2017;2-3(14-15):57–65. (In Russian).

Voronina T. V., Yatsenko A. B., Heder Z. The state and factors of development of international tourism in the Middle East. State and municipal administration. *Uchenye zapiski*. 2023;3:55–66. (In Russian).

Zaernyuk V.M., Ulyanchenko L.A., Kiselev A.S. Classification of approaches to the organization of intra-organizational marketing: a theoretical aspect. *Service in Russia and abroad*. 2014;6(53):202–216. (In Russian).

Zaernyuk V.M., Zabaikin Yu.V., Seifullaev B.M. Features of risks and uncertainty in the implementation of mining projects. *Kant*. 2017;3(24):130–138. (In Russian).