Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 3. С. 55–66
State and Municipal Management. Scholar Notes. 2023;(3):55–66
Проблемы экономики

Научная статья
УДК 339.5
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-3-55-66 EDN FDYOTX

Состояние и факторы развития международного туризма в странах Ближнего Востока

Татьяна Васильевна Воронина[1], Ашхен Борисовна Яценко[2], Зуха Хедер[3]

[1, 2, 3]Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

[1]t.v.voronina@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-9972-9736
[2]ashkhen@list.ru, https://orcid.org/0000-0001-9527-8336
[3]heder@sfedu.ru, https://orcid.org/0009-0004-6627-4327

Аннотация. Развитие международного въездного туризма для стран Ближнего Востока является ключевым направлением диверсификации экономики, формирует благоприятные долгосрочные экономические перспективы и укрепляет позитивный имидж региона в мире. Цель исследования заключается в оценке текущего состояния и выявлении факторов развития международного туризма в регионе Ближний Восток для обоснования приоритетных направлений развития туризма с учетом страновых особенностей. На основе сравнительного анализа по основным показателям развития туризма выявлена значительная дифференциация стран и различный вклад экспорта туристических услуг в развитие национальных экономик. Наибольший вклад экспорт туристических услуг вносит: в национальный ВВП в Ливане, Иордании, Бахрейне, ОАЭ; в национальный экспорт – в ОАЭ, Саудовской Аравии, Египте; в совокупный экспорт услуг – в Палестинской Автономии, Иордании, Саудовской Аравии, Ливане, Египте, Ираке. Выявлены страны-лидеры регионального рынка – ОАЭ, Саудовская Аравия, Египет, на которые приходится две трети экспорта туристических услуг региона Ближний Восток. На основе выявления средних значений по региону по каждому показателю авторами ранжированы страны на группы «выше среднего» и «ниже среднего» для учета страновой специфики развития туризма. В процессе анализа авторами обоснованы и классифицированы позитивные и деструктивные факторы развития туризма в регионе. В качестве приоритетных направлений развития туризма для стран региона сформулированы следующие предложения: акцентировать внимание на: развитии современной инфраструктуры туризма, особенно в Йемене, Ливане, Бахрейне, Кувейте; популяризации достопримечательностей; восстановлении доверия туристов к безопасности в регионе (Сирия, Ирак, Палестинская автономия, Израиль и др.); диверсификации туристического продукта, (ОАЭ, Катар, Израиль, Египет, Саудовская Аравия); предоставлении комплексных услуг (ОАЭ, Саудовская Аравия, Бахрейн); углублении межправительственного сотрудничества и создание совместного регионального туристического продукта (для всех стран региона).

Ключевые слова: Ближний Восток, въездной туризм, инфраструктура туризма, международный туризм, факторы туризма, экспорт туристических услуг

Для цитирования: 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. С. 55–66. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-3-55-66. EDN FDYOTX

Problems of Economics

Original article

Condition and factors of development of international tourism in Middle Eastern countries

Tatiana V. Voronina[1], Ashkhyen B. Yatsenko[2], Zouha Kheder[3]

[1, 2, 3]Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

[1]t.v.voronina@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-9972-9736
[2]ashkhen@list.ru, https://orcid.org/0000-0001-9527-8336
[3]heder@sfedu.ru, https://orcid.org/0009-0004-6627-4327

© Воронина Т. В., Яценко А. Б., Хедер З., 2023

Abstract. Development of international tourism is a key direction for economic diversity of Middle Eastern countries. It provides favorable long-time economic aspects and enhances positive image of the region. The purpose of the research is to assess the current state and identify the factors of development of international tourism in the Middle East in order to validate priorities for tourism development applying specific features of each country. Based on comprehensive analysis of the main indicators of tourism, authors identified significant differentiation among countries and different contributions of tourism service exports to the development of national economies. The largest contribution of tourism service export is made by Lebanon, Jordan, Bahrain and the UAE to the national GDP and by the UAE, Saudi Arabia and Egypt to the national exports. In terms of aggregate service exports the Palestinian Authority, Jordan, Saudi Arabia, Lebanon, Egypt and Iraq have the highest contributions. The leading countries in the region are the UAE, Saudi Arabia, and Egypt, which account for two-thirds of the tourism service exports in the Middle East. Based on determining the average values for the region for each indicator, the authors ranked countries into "above average" and "below average" groups to account for the specific characteristics of tourism development in each country. Through the analysis, the authors justified and classified positive and destructive factors of tourism development in the region. The following priorities for tourism development were formulated for countries: focusing on the development of modern tourism infrastructure, especially in Yemen, Lebanon, Bahrain, and Kuwait; promoting tourist attractions; restoring tourist trust in the region's security (Syria, Iraq, Palestinian Authority, Israel, etc.); diversifying the tourism product (UAE, Qatar, Israel, Egypt, Saudi Arabia); providing comprehensive services (UAE, Saudi Arabia, Bahrain); deepening intergovernmental cooperation and creating a joint regional tourism product (for all countries in the region).

Keywords: international tourism, outbound tourism, Middle East, tourism export service, tourism factors, tourism infrastructure

For citation: Voronina T. V., Yatsenko A. B., Kheder Z. Condition and factors of development of international tourism in Middle Eastern countries. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2023;(3):55-66. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-3-55-66. EDN FDYOTX

Международный туризм является важной отраслью мировой экономики с высокими темпами развития. До пандемии вклад международного туризма в мировой валовой продукт достигал 10%. Развитая национальная туристская индустрия выступает в качестве стабильного источника поступления денежных средств, создания рабочих мест, улучшения благосостояния населения, расширения деловых межправительственных контактов. Обладая высоким мультипликативным эффектом, въездной туризм затрагивает практически все отрасли народного хозяйства стран, в первую очередь, влияя на темпы развития смежных отраслей, таких как транспорт, индустрия гостеприимства, торговля и т.д. Это заставляет государства включаться в конкурентную борьбу за устойчивый рост иностранных туристов и формировать привлекательный имидж своих туристических дестинаций.

В большинстве стран Ближнего Востока, обладающих нефтяными ресурсами, экономическая зависимость от нефтяных доходов не способствует эффективному использованию других ресурсов. Доходы от добычи и экспорта нефти являются основой национальной экономики Саудовской Аравии – доля нефтяного экспорта в структуре национального экспорта достигает 80,4 % и обеспечивает 90 % доходов от экспорта (2019 г.). В Ираке сырая нефть и нефтепродукты составляют 99 % экспорта; в Омане – 60 %; в Кувейте – 91 %. В стратегиях развития большинства стран-экспортеров нефти на Ближнем Востоке в качестве ключевого направления диверсификации экономики рассматривается ненефтяной рост ВВП. Одним из способов диверсификации национального производства, стабилизации доходов и роста ненефтяного экспорта является развитие международного въездного туризма. Для стран Ближнего Востока наращивание потенциала международного туризма не только формирует благоприятные долгосрочные экономические перспективы, но и становится залогом более выгодного позиционирования региона, инструментом, который сможет улучшить имидж ближневосточных стран, наладить отношения с другими государствами мира.

Степень привлекательности туристической дестинации для иностранных туристов зависит от большого числа факторов разной этимологии (природных, культурно-исторических, инфраструктурных, медицинских, геополитических, безопасности и др.). Обладая значительным потенциалом для развития международного туризма, тем не менее, в настоящее время ближневосточный регион значительно уступает Европе и АТР по показателям въездного туризма и доле в общемировом экспорте туристических услуг (по расчетам авторов – 7,1 % в благоприятном 2019 г.).

В этой связи ***цель*** исследования заключается в оценке текущего состояния и факторов развития международного туризма в регионе Ближний Восток, включая сравнительный анализ стран региона

по основным показателям развития туризма с целью выявления его влияния на национальные экономики и обоснования приоритетных направлений дальнейшего развития туризма с учетом страновых особенностей.

В научной литературе достаточно широко обсуждаются различные аспекты развития международного туризма, его потери в связи с пандемией COVID-19 [1], а также перспективы восстановления и тенденции после кризисной ситуации 2020 года [2–5]. Ряд авторов проводят сопоставление основных показателей развития международного туризма в разрезе групп стран [6] или регионов мира [7] для выявления лидеров туристического рынка. Другие исследования освещают восстановление отдельных направлений международного туризма в постпандемический период [8].

В контексте региона Ближний Восток или отдельных его стран публикации нацелены на: выявление позиций региона на мировом туристическом рынке[9]; подтверждение гипотезы о связи международного туризма и экономического роста, обоснование факторов, оказывающих воздействие на въездной туризм, характеристику отдельных его форм в регионе [10].

Такие авторы, как Ladki S., Abimanyu A., Kesserwan L. [11], отмечают успехи стран ближневосточного региона по диверсификации туристических продуктов, снижению зависимости от религиозного туризма, как доминирующего, для отдельных стран региона.

Несмотря на усилия государств Ближнего Востока, например ОАЭ, по формированию привлекательности региона для путешествий и бизнес-поездок, Ayeh J. [12] обращает внимание на фактор политической нестабильности и вооруженные конфликты, которые наносят ущерб туризму в определенных частях региона и приводят к разрушению наиболее важных объектов мирового наследия.

Falcon Villar D. [13] выявляет растущий вклад туризма в ВВП региона с 90-х гг. XX века до начала пандемии 2019 года. Одним из факторов роста международного туризма в регионе эксперт считает создание мегаполисов и космополитичных городов – таких, как Дубаи, Эр-Рияд, Амман с большой численностью населения, современной инфраструктурой, развитой транспортной сетью, которые определяют привлекательность этих городов для туристов и деловых поездок.

Abdallah K., Bejjani M., Sayess D., Rizk M. [14] связывают укрепление позиций региона на мировом туристическом рынке с развитием туристической инфраструктуры, более активным продвижением своих турпродуктов по всему миру, в том числе, с использованием цифровых технологий. Однако, по мнению исследователей, результаты принимаемых действий со стороны государств часто не соответствуют их амбициям, поэтому всем странам необходим системный подход к развитию международного туризма.

Исследования в разрезе конкретных стран освещают взаимосвязь въездного туризма и экономического роста. Torabi Farsani N., Shafiei Z. [15] на примере Ирана, как развивающейся страны с экономикой, основанной на добыче и экспорте нефти, обосновывают вклад туризма в достижение экономического роста до и после революции 1978 года. Положительное влияние туризма на экономический рост в Саудовской Аравии подтверждает работа Jamel L. [16]; в ОАЭ – Al-Shami M., Naim Chaker M., Sabah A. Saima Sh. [17].

Таким образом, анализ научных публикаций подтверждает актуальность и теоретическую значимость темы исследования.

Методология исследования базируется на понимании въездного международного туризма как специфической формы торговли услугами и как составной части совокупного национального экспорта. В данном исследовании авторы придерживаются версии UNWTO, согласно которой к региону «Ближний Восток» относятся следующие государства: Египет, Ливия, Бахрейн, Иордания, Ирак, Йемен, Израиль, Катар, Кувейт, Ливан, Объединенные Арабские Эмираты, Оман, Палестинская автономия, Саудовская Аравия, Сирия.

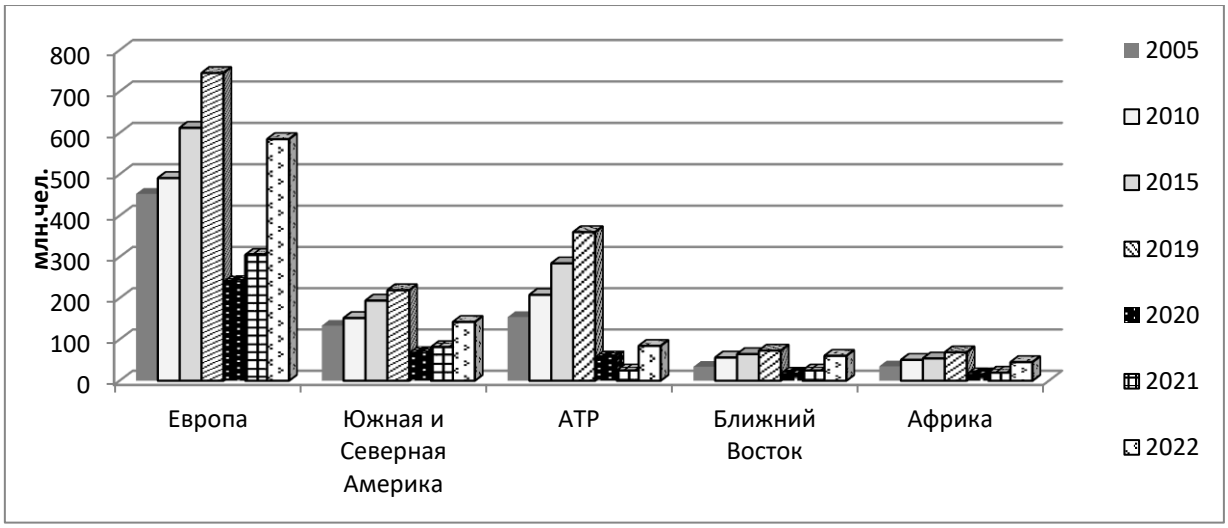
Источником данных для расчетов послужили статистические базы UNCTAD, UNWTO, Travel & Tourism Development Index 2021 (World Economic Forum), источники открытых данных национальных органов власти. Однако, в процессе сбора первичных данных авторы столкнулись с проблемой полного или частичного отсутствия актуальных статистических показателей по некоторым странам региона.

Основными методами исследования выступают методы анализа и синтеза, группировки, сравнительного анализа, статистической обработки данных. Компаративный анализ стран Ближнего Востока проводился на основании расчетов авторами ряда показателей (экспорт туристических услуг; доля страны в общемировом экспорте туристических услуг; доля экспорта туристических услуг в общем

экспорте услуг страны; доля туристических услуг в ВВП; доля страны в совокупном экспорте туристических услуг региона; темпы роста туристических услуг; туристические прибытия на душу населения), позволяющих выявить их значительную дифференциацию в развитии туризма. Ранжирование стран по указанным показателям осуществлялось на основе расчета среднего значения по региону с последующим разделением государств на 2 группы – «выше среднего» и «ниже среднего». Оценка факторов туристической привлекательности региона производилась с учетом Travel & Tourism Development Index 2021 по версии World Economic Forum. Хронологические рамки исследования охватывают 2005-2022 гг.

В течение десятилетий, предшествовавших ковидному 2020 году, международный туризм во всех регионах мира устойчиво рос (рис. 1). Рост был обусловлен относительно стабильной ситуацией в мировой экономике, ростом среднего класса, быстрой урбанизацией в развивающихся странах, доступностью авиаперелетов, упрощением визового режима во многих государствах, использованием IT-технологий в индустрии туризма.

В 2020 г. туризм пережил крупнейший кризис за всю историю наблюдений вследствие беспрецедентной и чрезвычайной ситуации в области здравоохранения, социальной и экономической жизни, связанной со вспышкой пандемии COVID-19. По регионам мира наибольшее падение в 2020 г. по сравнению с 2019 г. наблюдалось в Азиатско-Тихоокеанском регионе: количество прибытий сократилось на 84 % (300 млн). Количество прибытий в Европе, в Северной и Южной Америке сократилось на 68 % (спад составил 510 и 150 млн, соответственно), на Ближнем Востоке и в Африке – на 73 % и 74 %, соответственно (рис. 1).



Источник: составлено по данным UNWTO.

Рис. 1. Число международных туристических прибытий по макрорегионам мира, 2005 – 2022 гг. (млн)
Fig. 1. Number of international tourist arrivals by macro–regions of the world, 2005-2022 (million)

Сравнивая регионы мира по числу международных прибытий в период 2005-2022 гг. (рис. 1), можно резюмировать, что на регион Ближний Восток приходится довольно незначительное количество туристических прибытий – 60,3 млн чел. в 2022 г.

Анализ стран Ближнего Востока по показателям таблицы 1 выявил их значительную дифференциацию в развитии туризма и различный вклад туризма в развитие национальной экономики.

Лидером в туристической индустрии на Ближнем Востоке являются Объединенные Арабские Эмираты. В 2019 г. их доход от экспорта туристических услуг составил 38 421 млн долл. США, на них приходилось 36,1 % доходов от экспорта всех стран Ближнего Востока и 2,6 % от общемирового экспорта услуг. За ОАЭ со значительным отрывом следуют Саудовская Аравия (15,5 %; 1,1 %) и Египет (13,2 %, 0,9 %). В целом, на эти три страны приходится две трети экспорта туристических услуг региона Ближний Восток.

Таблица 1 – Ранжирование стран Ближнего Востока по показателям экспорта туристических услуг, 2019 г.

Table 1 – Ranking of the Middle East countries in terms of tourism services exports, 2019

Показатели	Выше среднего	Среднее значение по региону	Ниже среднего
Экспорт туристических услуг, млн долл.	ОАЭ (38 421), Саудовская Аравия (16 431), Египет (13 030), Ливан (8 539)	8 178	Израиль (7 600), Иордания (5 786), Катар (5 442), Бахрейн (4 168), Ирак (3 593), Оман (1 811), Палестинская Автономия (726), Кувейт (700), Йемен (71)
Доля в общемировом экспорте туристических услуг, %	ОАЭ (2,6), Саудовская Аравия (1,1), Египет (0,9)	0,7	Ливан (0,6), Израиль (0,5), Иордания (0,4), Катар (0,4), Бахрейн (0,3), Ирак (0,2), Оман (0,1), Палестинская Автономия (0,1), Кувейт (0,1)
Доля экспорта туристических услуг в общем экспорте услуг страны, %	Палестинская Автономия (78,8), Иордания (73,7), Саудовская Аравия (67,8), Ливан (62,8), Египет (52,0), Ирак (49,1)	45,84	ОАЭ (42,6), Оман (37,0), Бахрейн (35,4), Катар (28,5), Израиль (13,7), Кувейт (8,7)
Доля туристических услуг в ВВП, %	Ливан (16,0), Иордания (13,0), Бахрейн (10,8), ОАЭ (9,2)	5,3	Палестинская Автономия (4,2), Египет (4,1), Катар (3,1), Оман (2,4), Саудовская Аравия (2,1), Израиль (1,9), Ирак (1,5), Кувейт (0,5), Йемен (0,3)
Доля страны в совокупном экспорте туристических услуг региона, %	ОАЭ (36,1), Саудовская Аравия (15,5), Египет (13,2), Ливан (8,0)	7,75	Израиль (7,1), Иордания (5,4), Катар (5,1), Бахрейн (3,9), Ирак (3,4), Оман (1,7), Палестинская Автономия (0,68), Кувейт (0,66), Йемен (0,07)
Темпы роста экспорта туристических услуг, %	Палестинская Автономия (141), Ирак (80,9), ОАЭ (79,7), Кувейт (52,9)	33,7	Саудовская Аравия (19,2), Египет (12,2), Иордания (10,2), Израиль (5,2), Оман (3,0), Ливан (2,3), Катар (-2,2), Бахрейн (-4,0)
Международные туристические прибытия на душу населения	Бахрейн (3,46), Египет (2,9), ОАЭ (2,26), Израиль (2,26)	1,28	Иордания (0,55), Саудовская Аравия (0,46), Ирак (0,46), Йемен (0,44), Катар (0,33), Кувейт (0,08), Ливан (0,05)

Источник: рассчитано авторами по данным UNCTAD, UNWTO, WEF

Наибольшая составляющая туристического экспорта в национальном экспорте услуг по странам Ближнего Востока в 2019 г. выявлена в Палестинской автономии (78,8 %). Также значительные показатели наблюдались у Саудовской Аравии (67,8 %), Ливана (62,8 %) и Египта (52 %). Средний показатель по странам региона достаточно высок – 45,84 %, что говорит о значительном влиянии туризма на третичный сектор национальных экономик. Самые низкие показатели наблюдаются у Кувейта (8,7 %) и Израиля (13,7 %). Низкий показатель доли экспорта туристических услуг в общем экспорте услуг у Израиля объясняется высокой диверсификацией и технологической интенсивностью экспорта услуг страны. Кувейт же основные сервисные доходы получает от эксплуатации инфраструктуры и транспорта.

Что касается наибольшего влияния доходов от экспорта туристических услуг на экономику страны (доля в ВВП), то средний показатель по региону в 2019 г. составлял 4,9%. Здесь первую позицию занимает Ливан (16%), затем идут Иордания (13%) и Бахрейн (10,8%). Необходимо отметить, что при

самых высоких относительных показателях, абсолютные показатели этих стран достаточно низкие. В целом в регионе основная нагрузка в формировании ВВП ложится на добычу и экспорт нефти.

О неравномерном развитии въездного туризма в странах ближневосточного региона также свидетельствует показатель международных туристических прибытий на душу населения. За исключением Бахрейна, Египта, ОАЭ, Израиля, у большинства стран значение этого показателя ниже 1 (для сравнения отметим, что, по расчетам авторов, аналогичный показатель у Франции составляет 1,28; Испании – 1,75; Италии -1,03; Сингапура -3,3).

В целом, данные табл. 1 позволяют сделать вывод о том, что значения «выше среднего» по большинству анализируемых показателей демонстрируют ОАЭ, Саудовская Аравия, Египет, поэтому данные государства можно отнести к лидерам регионального туристического рынка, привлекающим набольшее количество иностранных туристов и доходов от них.

Значительная дифференциация стран Ближнего Востока по уровню развития международного туризма объясняется наличием групп факторов, которые определяют туристический интерес к этому региону и могут значительно стимулировать приток иностранных туристов и увеличение доходов от экспорта туристических услуг.

К первой группе относятся *природные факторы*:

– географическое положение (уникальный регион, расположенный на стыке 3 частей света: Европы, Азии и Африки);

– природно-климатические условия (побережье Средиземного и Красного морей, Персидского залива, пустыни);

– уникальные лечебно-рекреационные ресурсы (лечебные курорты, Мертвое море);

– разнообразие животного и растительного мира (заповедники, парки).

Наличие различных природных богатств/благ мотивирует интерес туристов к пляжному, медицинскому, экстремальному, сельскому, экотуризму в регионе и др.

Вторую группу составляют *культурно-исторические* факторы:

– уникальные исторические достопримечательности (родина древнейших очагов цивилизации Древнего Египта и Месопотамии);

– исключительное культурное наследие (в регионе находятся 62 объекта, внесенных в список всемирного наследия ЮНЕСКО, большинство стран региона долгое время были частью крупных империй);

– религиозные центры. Ближний Восток является родиной трех основных религий мира: ислама, христианства, иудаизма, что обуславливает развитие культурного, познавательного и религиозного туризма (последний особенно важен для региона). Религиозный туризм активно развивается в Израиле, Ираке, Иране, Иордании, Катаре, Саудовской Аравии. В Израиле на долю паломников приходится 18 % туристов (2019 г.). Ежегодно Саудовская Аравия принимает около 17,5 млн религиозных туристов, Ирак – 22 млн чел. [18–19]. В целом, за счет паломников ежегодно обеспечивается рост въездного туризма в регион на 11 %[1]. Пандемия нанесла значительный ущерб туризму в регионе, но с 2021 г. количество иностранных паломников постепенно восстанавливается. Так, в 2022 г. в Мекку совершили хадж 1 млн иностранцев, а в 2023 – 1,6 млн. При этом, уровень заполняемости отелей в Мекке в период хаджа в 2022 г. достигал 60 %, а в 2023 г. – 100%. Как доминирующая форма туризма, религиозный туризм принес экономике Саудовской Аравии более 31 млрд долл. дохода в 2019 г., что эквивалентно 4–5 % ВВП Королевства[2].

К третьей группе относятся *инфраструктурные* факторы:

– наличие в ряде стран региона высокоразвитой туристической инфраструктуры (отели, предприятия общественного питания, торговые и развлекательные центры, сувенирные магазины, передовые медицинские центры, спортивная, транспортная инфраструктура и др.);

– деловая инфраструктура для международного бизнеса (международные конгресс-центры, скоростной Интернет, присутствие крупнейших международных компаний, университетов, финансовая инфраструктура и др.).

[1] 300 m Religious Tourists in Middle East p.a. FInancial Tribune, 2014 URL: https://financialtribune.com/articles/travel/5492/300m-religious-tourists-in-middle-east-pa (дата обращения 18.07.2023)

[2] Unpacking the Hajj dividend for Saudi Arabia's travel and hospitality industries ARAB NEWS. 01 July 2023. URL:https://arab.news/jjtcg (дата обращения 03.07.2023)

Эта группа факторов позиционирует Ближний Восток как регион для проведения различных международных спортивных мероприятий (чемпионат мира по футболу в Дохе, Катар, 2022 г.) и международных деловых форумов и выставочно-ярмарочных мероприятий (EXPO, октябрь 2021 г.-март 2022 г. и Arabian Travel Market в 2023 г. в Дубае; Saudi International Digital Marketing & E-Commerce Expo (SIDMC) в Саудовской Аравии (2023 г.). Только объем сделок заключенных на Arabian Travel Market в 2023 г. оценивается в 2,5 млрд долл. Международные форумы и экспо-мероприятия способствуют не только развитию международного делового туризма (деловые туристы в Саудовской Аравии составляют 36% от общего количества туристов), но и позитивно отражаются на развитии других его форм, смежных с туризмом отраслей, ВВП стран.

Благодаря Чемпионату мира по футболу в Дохе в 2022 г., регион посетили 1,5 млн иностранных туристов, а подготовка к мероприятию обеспечила Катар современной туристической и деловой инфраструктурой. Было осуществлено строительство футбольной инфраструктуры (6,5 млрд долл.), четырех веток метро с беспилотными поездами, отелей, скоростной автомагистрали Doha Expressway (8 млрд долл.) развязок дорог, аэропорта Hamad International, способного принимать 60 млн туристов (16 млрд долл.) и других объектов. Однако нехватка в Дохе гостиничных номеров (совокупный номерной фонд – 30 000 номеров) переориентировала часть туристов на размещение в Дубаи и Абу-Даби (ОАЭ), что способствовало развитию международного туризма в ближневосточном регионе в целом. В результате, доходы стран Персидского залива от въездного туризма и транспортного сектора в период проведения чемпионата мира по футболу (в четвертом квартале 2022 г.) составили 9 млрд долл.[1] Очевидно, что такие крупные массовые международные мероприятия оказывают, в целом, положительное воздействие на международный туризм в регионе.

Для целей подтверждения значительной дифференциации государств Ближнего Востока по обеспеченности вышеотмеченными группами факторов, мотивирующих спрос туристов на посещение стран региона, авторами был отобран ряд субиндексов Travel & Tourism Development Index 2021 по версии World Economic Forum[2] (рис. 2).

Рис. 2 подтверждает дифференциацию факторного потенциала стран, который обуславливает развитие различных форм туризма, позволяет определить слабые места и потенциальные направления дальнейшего развития туристической индустрии.

Однако, несмотря на то, что Ближний Восток обладает привлекательными ресурсами для развития туризма, тем не менее, странам региона не удается их полноценно реализовать. Это объясняется наличием деструктивных факторов, которые оказывают сдерживающее влияние на реализацию туристического потенциала на Ближнем Востоке и определяют отставание по числу международных туристических прибытий от других регионов мира (рис. 1), а именно:

– неравномерность экономического развития (ВВП на душу населения в странах региона колеблется от 533 долл. США в Сирии до 66 838 долл. США в Катаре);

– недостаточная развитость туристической, транспортной инфраструктуры (особенно в Йемене, Ливане, Йордании);

– геополитическая напряженность и региональные военные конфликты. Именно этот фактор оказывает значительное негативное влияние на всю индустрию туризма в регионе, вызывая ощущение нестабильности на всем Ближнем Востоке. С 2011 г. начались гражданские войны в Сирии и Ливии, произошли перевороты в Египте и Йемене, гражданские выступления в Бахрейне, массовые протесты в Ираке, Иордании, Омане и менее значительные протесты в Кувейте, Ливане, Саудовской Аравии. Только в результате т.н. «арабской весны» регион потерял около 7 млн туристов и 6 млрд долл. США дохода. В Египте количество туристов сократилось на 33 % из-за произошедших волнений[3] и высокой вероятности террористических актов (теракты в Египте, Израиле, Сирии и т.д.);

---

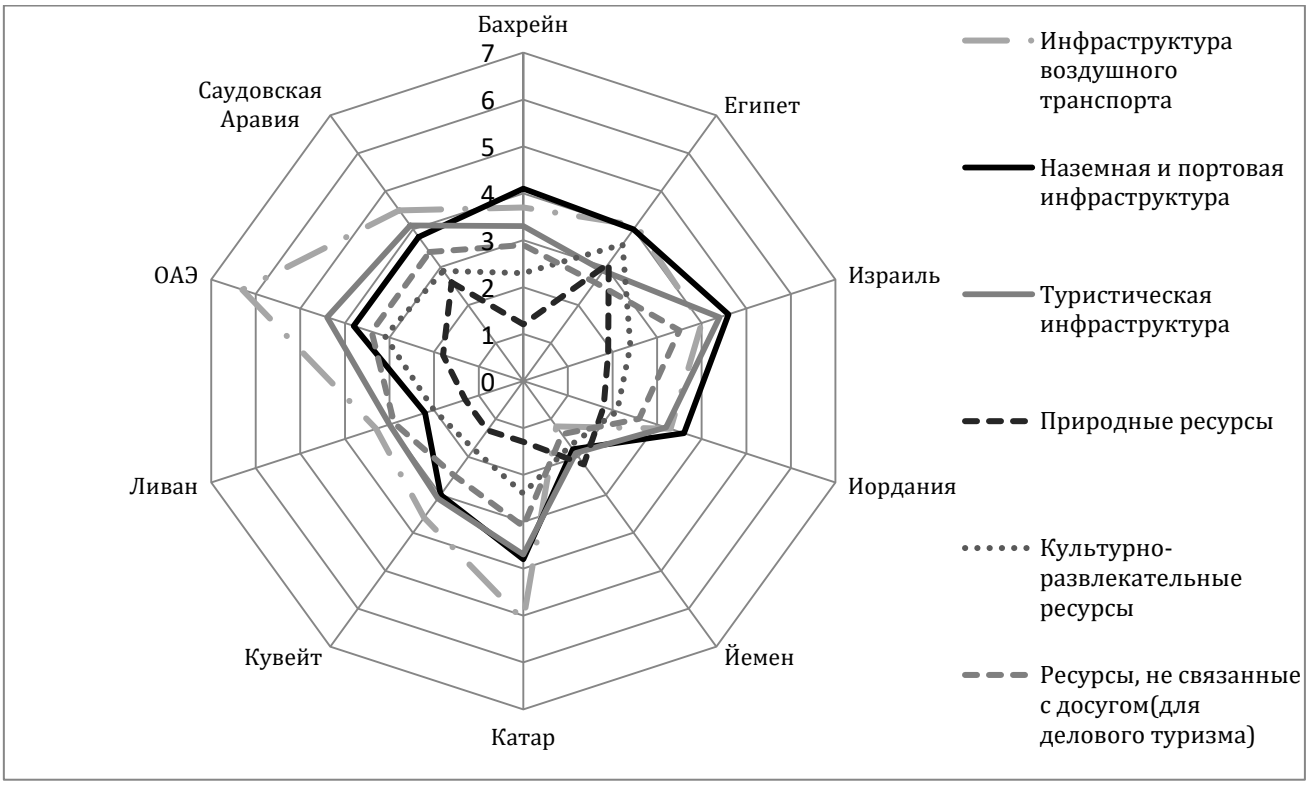
[1] Qatar travel spending hits $3.59bn in first three months of 2023. Dohanews. July 5, 2023. URL:https://dohanews.co/qatar-travel-spending-hits-3-59bn-in-first-three-months-of-2023/ (дата обращени 04.07.2023).

[2] Travel & Tourism Development Index 2021. URL: https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data (дата обращения 10.07.2023).

[3] Bundhun R. Unrest spurs tourism challenges for Middle East and North Africa. Business news, 2012. URL: https://www.thenationalnews.com/business/unrest-spurs-tourism-challenges-for-middle-east-and-north-africa-1.365809 (дата обращения 12.06.2023).

– религиозные и культурные ограничения (требования к одежде, поведению в общественных местах, запрет на спиртные напитки и т.д.);

– медицинский (карантинные ограничения, которые появились в глобальной международной практике в 2020 г. в связи COVID-19, но в будущем прогнозируется их прочное укоренение). В результате пандемии в 2020 году, по расчетам авторов, регион потерял 57,6 % доходов, по сравнению с предыдущим годом, что составило более 61 млрд долл. США. Самый большой спад показали Иордания, Оман, Саудовская Аравия – более 75 %, Катар и ОАЭ – на уровне 34–36 %. Темпы восстановления ситуации в 2021 г. по странам также значительно различаются. Египет и Иордания показали высокие результаты – 102,3 % и 95,8 %, соответственно. В то время как Израиль, Кувейт и Саудовская Аравия не смогли выйти на положительные значения вследствие частичного сохранения ковидных ограничений. Палестинская автономия имела самый низкий показатель на уровне – 44,1 %, но необходимо отметить, что в абсолютных значениях - это очень малая величина.



Источник: составлено по данным[1].

Рис. 2. Факторы мотивации спроса на туристические услуги в странах Ближнего Востока
Fig. 2. Factors motivating demand for tourist services in the Middle East

Признавая важную роль туризма в процессе модернизации и диверсификации национальных экономик и экспорта, в росте ВВП, создании рабочих мест, страны Ближнего Востока в государственных стратегиях развития уделяют внимание направлениям активизации притока иностранных туристов. В первую очередь возможность финансировать различные проекты имеют нефтедобывающие страны за счет доходов от сбыта нефти.

Так, национальная Программа развития Саудовской Аравии «Saudi Vision 2030»[2] предусматривает реализацию инновационной стратегии развития туризма с основным акцентом на цифровые технологии (реализуется проект Giga по подключению к сети Интернет всех секторов экономики) и дальнейшую поддержку перспективных форм туризма. К 2030 г. запланировано увеличение доли

[1] Travel & Tourism Development Index 2021. URL: https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data (дата обращения 10.07.2023)
[2] Saudi Vision 2030. URL: https://www.vision2030.gov.sa/v2030/overview/ (дата обращения 16.06.2023).

туризма в ВВП до 10%. Также делается акцент на дальнейшее развитие халяльного и религиозного туризма. К 2030 г. Саудовская Аравия планирует достичь показателя в 100 млн прибытий в год, из них 30 млн – должны приходиться на религиозных туристов. Для достижения этой цели в течение 10 лет Королевство планирует инвестировать в сектор туризма более 800 млрд долл.[1] С октября 2022 г. в стране максимально упрощена процедура выдачи электронных туристических виз для туристов из 49 стран. Виза действительна в течение 1 года и допускает многократное посещение на срок не более 90 дней.

В стратегии ОАЭ внимание сконцентрировано на строительстве современных объектов инфраструктуры туризма (международного аэропорта, современных космополитичных городов), внедрении цифровых компонент в каждый этап организации путешествия и пребывания туриста в стране[2]. Сформировав инфраструктуру международного транспортного хаба и превратив Эмират Дубаи в место «стыковочных» рейсов, ОАЭ ввели упрощенный визовый режим с целью привлечения туристов из Европы, Азии и Африки.

Новая стратегия развития туризма Бахрейна на период 2022-2026 гг. преследует 4 основные цели: увеличение вклада туристического сектора в ВВП до 11,4 % к 2026 г.; позиционирование Бахрейна как глобального туристического центра; увеличение количества прибытий до 14,1 млн иностранных туристов к 2026 г. (рост в 2,5 раза); диверсификация туристических продуктов[3].

В национальной стратегии Катара «Qatar National Vision 2030»[4] снижение зависимости от добычи углеводородов, модернизация и диверсификация экономики также связаны с развитием международного туризма.

Несмотря на некоторое различие национальных подходов к развитию туризма, считаем целесообразным сформулировать общие предложения, способствующие развитию туристских дестинаций в регионе и росту въездного туризма:

– развитие современной инфраструктуры в отстающих странах региона (Йемен, Ливан, Бахрейн, Кувейт и др.);

– популяризация достопримечательностей региона, брендирование туристического продукта;

– восстановления доверия туристов к безопасности в регионе (Сирия, Ирак, Палестинская автономия, Израиль и др.);

– диверсификация туристического продукта, включающая предложение максимально разнообразных туристических услуг, новых направлений и видов туризма в дополнении к традиционным – экотуризм, гастрономический, экстремальный, образовательный, агротуризм (ОАЭ, Катар, Израиль, Египет, Саудовская Аравия);

– предоставление комплексных услуг иностранному туристу. Это касается сопровождения делового туризма (ОАЭ, Саудовской Аравии, Бахрейн) дополнительными туристическими услугами (посещение архитектурных и исторических памятников, рекреационных зон и т.д.) и т.д. Отдельными компонентами культурного, познавательного, досугового туризма может быть дополнен и религиозный туризм;

– углубление межправительственного сотрудничества в сфере туризма и создание совместного регионального туристического продукта, что позволит увеличить экспорт туристических услуг странам региона с менее развитой инфраструктурой. Эффективным инструментом здесь может стать вариант общей туристической визы для региона.

---

[1] Travel spending in the Kingdom jumps over 224% to hit $9.8bn in Q1: SAMA. ARAB NEWS. 04 July 2023. URL:https://arab.news/65spc (дата обращения 12.07.2023).

[2] United Arab Emirates and the 2030 Agenda for sustainable Development. URL: https://fcsc.gov.ae/en-us/Documents/UAE%20SDGs%20–%20Executive%20Summary%20–%20VNR%202018%20EN.PDF (дата обращения 18.06.2023); The Abu Dhabi Vision 2030. URL: https://www.actvet.gov.ae/en/Media/Lists/ELibraryLD/economic-vision-2030-full-versionEn.pdf. (дата обращения 16.06.2023).

[3] Bahrain Economic Development Board URL: https://www.bahrainedb.com/latest-news/bahrain-attracts-usd291-million-worth-of-investment-in-the-tourism-sector (дата обращения 28.06.2023).

[4] Qatar National Vision 2030. URL: https://www.psa.gov.qa/en/qnv1/pages/default.aspx#qnv2030-EcoDev (дата обращения 23.06.2023).

Таким образом, результаты проведенного исследования заключаются в следующем:

– сравнительный анализ выявил низкую долю региона Ближний Восток в общемировом экспорте туристических услуг (7,1 %) и отставание его от других регионов мира по количеству международных прибытий, несмотря на их устойчивый рост за весь рассматриваемый период (за исключением 2020–2021 гг.);

– на основе сравнительного анализа доказана значительная дифференциация и отставание большинства государств Ближнего Востока от лидеров регионального рынка – ОАЭ, Саудовской Аравии, Египта, которые вносят наибольший вклад в совокупный экспорт туристических услуг всего региона. На эти три страны приходится две трети экспорта туристических услуг региона Ближний Восток;

– на основе выявления средних значений по региону по каждому показателю развития туризма страны ранжированы на группы «выше среднего» и «ниже среднего» для учета страновой специфики развития туризма;

– обоснована неравномерность развития национальных туристских индустрий в регионе Ближнего Востока по показателям развития туристической, транспортной, развлекательной и деловой инфраструктуры, а также темпам роста экспорта туристических услуг;

– выявлено значительное различие влияния международного туризма на развитие национальных экономик. Наибольший вклад экспорт туристических услуг вносит: в национальный ВВП в Ливане, Иордании, Бахрейне, ОАЭ; в национальный экспорт - в ОАЭ, Саудовской Аравии, Египте; в совокупный экспорт услуг – в Палестинской Автономии, Иордании, Саудовской Аравии, Ливане, Египте, Ираке;

– значительный туристический потенциал регион не может полноценно реализовать на протяжении двух десятилетий XXI века вследствие сильного влияния ряда деструктивных факторов военно-политического характера;

– учитывая выявленные страновые особенности, в качестве приоритетных направлений для развития въездного туризма в регионе предложено акцентировать внимание на: развитии современной инфраструктуры туризма, особенно в Йемене, Ливане, Бахрейне, Кувейте; популяризации достопримечательностей; восстановлении доверия туристов к безопасности в регионе (Сирия, Ирак, Палестинская автономия, Израиль и др.); диверсификации туристического продукта, (ОАЭ, Катар, Израиль, Египет, Саудовская Аравия); предоставлении комплексных услуг (ОАЭ, Саудовской Аравии, Бахрейн); углублении межправительственного сотрудничества и создание совместного регионального туристического продукта (для всех стран региона).

Список источников

1. Монг Тхи Фыонг Тхао, Змияк. С.С. Тенденции развития туризма в условиях кризиса: обзор мирового и российского сектора // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2022. №1. С. 169–174.
2. Воскресенский В.Ю. Современные тенденции в международном туризме // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 6. С. 33-36. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-6-33-39.
3. Воронина Т.В., Савенкова И. В., Хедер З. Современные факторы и тенденции развития международного туризма // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2023. Т. 9 (75). № 1.С. 13–23.
4. Пшеничных Ю.А. Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка // Вестник университета. 2021. № 1. С. 53-61.
5. Цехла С.Ю. Развитие международного туризма: тенденции и социально-экономические процессы // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. Том 7(17). Вып. 1. С. 38–47.
6. Кицис В.М. Развитые и развивающиеся страны в международном туризме: современные тенденции // Вестник РМАТ. 2022. №2. С. 117–122.
7. Zdor S. Analysis of the modern tourism market in countries of Europe, Americas, Asia and the Pacific, Africa and the Middle East // European journal of economics and management sciences. 2019. № 4. С. 35–55.
8. Жукова М. А. Конгрессно-выставочный туризм во время пандемии // Инновации и инвестиции. 2022. №4. С. 213–217.
9. Abdallah K., Bejjani M., Sayess D., Rizk M. Five key stages for developing the tourism sector across the Middle East. URL: https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/articles/2020/five-key-stages-for-developing-the-tourism-sector-across-the-middle-east.html (дата обращения20.05.2023).
10. Воронина Т. В., Хедер З. Позиции ближневосточного региона в мировой выставочно-ярмарочной индустрии // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2022. Т. 8 (74). № 3. С. 5–12.

11. Ladki, S., Abimanyu, A. and Kesserwan, L. The Rise of a New Tourism Dawn in the Middle East. Journal of Service Science and Management. 2020. Vol.13(4), Pp. 637-648. DOI: 10.4236/jssm.2020.134040.

12. Ayeh J. Travel Trends in the Middle East. The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism. Publisher: SAGE Publications, Inc., 2017. Vol. 4. – pp.1349-1353. DOI:10.4135/9781483368924.n484.

13. Falcon Villar D. 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 обращения 04.06.2023).

14. Abdallah K., Bejjani M., Sayess D., Rizk M. Five key stages for developing the tourism sector across the Middle East. URL: https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/articles/2020/five-key-stages-for-developing-the-tourism-sector-across-the-middle-east.html (дата обращения 16.06.2023).

15. Torabi Farsani N., Shafiei, Z. (2015). Tourism: A solution for economic growth in developing countries (Case study: Iran). In: Progress in Economics Research. 2015. Vol. 32. Ch. 4. P. 91-115.

16. Jamel L. The Relation between Tourism and Economic Growth: A Case of Saudi Arabia as an Emerging Tourism Destination. Virtual Economics, 2020. 3(4), 29–47. DOI.org/10.34021/ve.2020.03.04(2).

17. Al-Shami M., Naim Chaker M., Sabah A. The Contribution of Tourism to Economic Growth: A Case Study from the United Arab Emirates (UAE) // Test:Engineering&Management. 2019.-Vol.81.Pp.2567-2574. URL: http://testmagzine.biz/index.php/testmagzine/about/submissions.

18. Ladki S., Abimanyu A. and Kesserwan L. The Rise of a New Tourism Dawn in the Middle East. Journal of Service Science and Management, 2020. №13, pp.637-648. DOI: 10.4236/jssm.2020.134040.

19. Twaij A. Religious Tourism Is Failing Iraq's Economy. The Arab Weekly. 2016. URL: https://thearabweekly.com/religious-tourism-failing-iraqs-economy (дата обращения 10.07.2023).

References

1. Mong Thi Phuong Thao, Zmiyak. S.S. Trends in the development of tourism in a crisis: a review of the world and Russian sector. *Scientific Bulletin: finance, banks, investments.* 2022;(1):169–174. (In Russ.)

2. Voskresensky V.Yu. Modern trends in international tourism. *Russian Foreign Economic Bulletin.* 2021;(6):33–36. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-6-33-39. (In Russ.)

3. Voronina T.V., Savenkova I. V., Heder Z. Modern factors and trends in the development of international tourism. *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Economics and management.* 2023;(9(75)1):13–23. (In Russ.)

4. Pshenichnykh Yu. A. Analysis of dynamics and trends in the development of the modern international tourist market. *Bulletin of the University.* 2021;(1):53–61. (In Russ.)

5. Tsekhla S. Yu. Development of international tourism: trends and socio-economic processes. *Geopolitics and ecogeodynamics of regions.* 2021;(7(17)1):38–47. (In Russ.)

6. Kitsis V. M. Developed and developing countries in international tourism: modern trends. *Bulletin of RMAT.* 2022;(2):117–122. (In Russ.)

7. Zdor S. Analysis of the modern tourism market in countries of Europe, Americas, Asia and the Pacific, Africa and the Middle East. *European journal of economics and management sciences.* 2019;(4):35–55. (In Russ.)

8. Zhukova M. A. Congress and exhibition tourism during the pandemic. *Innovations and investments.* 2022;(4):213–217. (In Russ.)

9. Abdallah K., Bejjani M., Sayess D., Rizk M. *Five key stages for developing the tourism sector across the Middle East.* Available from: https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/articles/2020/five-key-stages-for-developing-the-tourism-sector-across-the-middle-east.html (date of appeal 20.05.2023).

10. Voronina T. V., Heder Z. Positions of the Middle East region in the world exhibition and fair industry. *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Economics and management.* 2022;(8(74)3):5–12. (In Russ.)

11. Ladki, S., Abimanyu, A. and Kesserwan, L. The Rise of a New Tourism Dawn in the Middle East. *Journal of Service Science and Management*. 2020; 13(4): 637-648. DOI: 10.4236/jssm.2020.134040.

12. Ayeh J. Travel Trends in the Middle East. *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism. Publisher: SAGE Publications,* Inc., 2017; (4):1349-1353. DOI:10.4135/9781483368924.n484.

13. Falcon Villar D. The expansion of travel and tourism in the Middle East. Available from: https://hub.wtm.com/blog/destinations/the-expansion-of-travel-and-tourism-in-the-middle-east/.

14. Abdallah K., Bejjani M., Sayess D., Rizk M. *Five key stages for developing the tourism sector across the Middle East.* URL: https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/articles/2020/five-key-stages-for-developing-the-tourism-sector-across-the-middle-east.html.

15.Torabi Farsani N., Shafiei, Z. Tourism: A solution for economic growth in developing countries (Case study: Iran). In: *Progress in Economics Research.* 2015;(32):91–115.

16.Jamel L. The Relation between Tourism and Economic Growth: A Case of Saudi Arabia as an Emerging Tourism Destination. *Virtual Economics.* 2020;3(4):29–47. DOI.org/10.34021/ve.2020.03.04(2).

17.Al-Shami M., Naim Chaker M., Sabah A. The Contribution of Tourism to Economic Growth: A Case Study from the United Arab Emirates (UAE). *Test: Engineering&Management*. 2019;(81):2567-2574. URL: http://test-magzine.biz/index.php/testmagzine/about/submissions.

18.Ladki S., Abimanyu A. and Kesserwan L. The Rise of a New Tourism Dawn in the Middle East. *Journal of Service Science and Management.* 2020;(13):637-648. DOI: 10.4236/jssm.2020.134040.

19.Twaij A. Religious Tourism Is Failing Iraq's Economy. *The Arab Weekly.* 2016. Available from: https://thearabweekly.com/religious-tourism-failing-iraqs-economy.

Информация об авторах

Т. В. Воронина – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой мировой экономики и международных отношений ЮФУ.

А. Б. Яценко – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и международных отношений ЮФУ.

Зуха Хедер – аспирант экономического факультета ЮФУ.

Information about the authors

T. V. Voronina – Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Department of World Economy and International Relations of Southern Federal University.

A. B. Yatsenko – Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor at the Department of World Economy and International Relations of Southern Federal University.

Z. Kheder – Postgraduate of the Faculty of Economics of Southern Federal University.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 25.07.2023; одобрена после рецензирования 10.08.2023; принята к публикации 11.08.2023.
The article was submitted 25.07.2023; approved after reviewing 10.08.2023; accepted for publication 11.08.2023.